

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	5
1.3    Tujuan Perancangan.....	6
1.4    Alasan Pemilihan Judul.....	6
1.5    Manfaat Perancang.....	6
1.5.1    Manfaat Akademis .....	6
1.5.1    Manfaat Praktis .....	6
<b>BAB II.....</b>	<b>7</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1    Kerangka Pemikiran.....	7
2.2    Public Relation Dalam Periklanan .....	7
2.3    Sosialisasi.....	8
2.4    Periklanan .....	10
2.4.1    Tujuan Periklanan .....	13
2.4.2    Jenis Periklanan.....	13
2.5    Fungsi Iklan .....	15
2.6    Iklan Layanan Masyarakat .....	16
2.7    Media digital .....	18
2.8    Digital Advertising.....	19

2.9	Youtube.....	20
2.10	Big Idea.....	21
2.11	Art Director.....	23
2.11.1	Tugas dan Kewajiban <i>Art Direction</i> .....	24
2.12	Proses Perancangan Iklan Digital .....	28
2.12.1	Kreatifitas Dalam Periklanan.....	28
2.12.2	Strategi Kreatif Periklanan.....	30
2.12.3	Daya Tarik Iklan .....	31
2.12.4	Warna.....	33
2.12.5	Unsur Sinematografis.....	34
2.13	Story Board .....	36
2.14	Tahap Produksi Iklan Komersial.....	36
2.14.1	Tahap Praproduksi .....	37
2.14.2	Tahap Produksi .....	38
2.14.3	Tahap Pascaproduksi.....	38
<b>BAB III</b>	.....	<b>39</b>
<b>KONSEP PERANCANGAN</b>	.....	<b>39</b>
3.1	Tujuan komunikasi.....	39
3.1.1.	TARGET SASARAN .....	40
3.2	Strategi Komunikasi.....	40
3.2.1	Komponen-komponen Strategi Komunikasi.....	40
3.2.2	Big Idea.....	41
3.2.3	Materi Pesan.....	41
3.3	Analisa Spesifikasi Program Proses.....	42
3.3.1	Deskripsi Program.....	42
3.3.2	Konsep eksekusi Karya.....	42
3.3.3	Alasan Pilihan Iklan Layanan Masyarakat.....	42
3.3.4	Gambar Isi Pesan Dan Media Promisi .....	43
3.4	Time Table dan Anggaran .....	43
3.4.1	Time Table .....	43
3.4.2	Anggaran.....	44
Table 3.2	Tabel Anggaran pembuatan animasi.....	44

3.5	Konsep rancangan.....	44
3.5.1	Konsep dasar.....	44
3.5.2	Pendekatan Kreatif.....	45
3.5.3	Pendekatan Visual.....	45
3.5.4	Sinopsis.....	45
3.5.6	Storyline.....	46
3.5.7	Storyboard.....	47
<b>BAB IV</b>	.....	<b>49</b>
<b>ANALISIS PROSES</b>	.....	<b>49</b>
4.1	Tahapan Produksi.....	49
4.1.1	Pra Produksi.....	49
4.2.1	Konsep dan <i>Storyboard</i> .....	54
4.3	Breakdown Editing.....	57
4.3.1	Peralatan Yang digunakan.....	58
4.4	Kendala.....	58
4.5	Solusi.....	61
4.6	Penggunaan Media Promosi.....	62
<b>BAB V</b>	.....	<b>65</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>65</b>
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Saran.....	66
<b>Daftar Pustaka</b>	.....	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>70</b>
<b>CURRICULUM VITAE</b>	.....	<b>76</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo PT. Railink .....	5
Gambar 4.1 Proses perancangan smartphone.....	51
Gambar 4.2 Proses perancangan elgo .....	51
Gambar 4.3 Penggambaran cabin kereta bandara .....	52
Gambar 4.4 Proses pengeditian menggunakan After Effect .....	52
Gambar 4.5 Proses pengedititan menggunakan Adobe Primier.....	53
Gambar 4.6 Gambar scene satu.....	54
Gambar 4.7 Gambar scene dua .....	54
Gambar 4.8 Gambar scene tiga .....	55
Gambar 4.9 Gambar scene empat .....	55
Gambar 4.10 Gambar scene lima.....	56
Gambar 4.11 Gambar scene enam .....	56
Gambar 4.12 Gambar scene tujuh.....	56
Gambar 4.13 gambar scene delapan.....	57
Gambar 4.14 gambar akun youtube .....	60

MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

3.1 Time Tabel Proses Perancangan .....	43
3.2 Tabel Anggaran Perancangan .....	44
3.3 Tabel Storyline .....	46
3.4 Tabel Storyboard.....	47
4.1 Tabel Breakdown Editing .....	57
4.2 Tabel Peralatan.....	58

