

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
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
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
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
BAB III	39
KONSEP PERANCANGAN	39
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
BAB IV	49
ANALISIS PROSES	49
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
BAB V	65
KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Saran.....	66
Daftar Pustaka	68
LAMPIRAN	70
CURRICULUM VITAE	76

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

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

