

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Identifikasi Masalah.....	4
I.3 Rumusan Masalah.....	4
I.4 Batasan Masalah	4
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan	4
I.5.1 Tujuan Perancangan.....	4
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	5
BAB II BABAKAN SILIWANGI SEBAGAI RYANG TERBUKA HIJAU	6
II.1 Hutan Kota	6
II.1.1 Ruang Terbuka Hijau.....	7
II.1.2 Jenis-jenis Ruang Terbuka Hijau	7
II.1.3 Fungsi Ruang Terbuka Hijau	8
II.2 Ruang Terbuka Hijau Siliwangi.....	9
II.2.1 Sejarah Babakan Siliwangi	9
II.2.2 Penjelasan Temuan Lapangan RTH Babakan Siliwangi	10
II.2.2.1 Kawasan Hutan Kota Babakan Siliwangi	10

II.2.2.2 Bangunan Pendukung Hutan Kota Babakan Siliwangi	14
II.4 Analisa Objek	19
II.4.1 Observasi	19
II.4.2 Kuesioner	20
II.4.3 Wawancara.....	22
II.4.4 Analisa <i>SWOT (Strength, Weaknes, Opportunities, Threats)</i>	23
II.4.5 Analisa Media	26
II.4.5.1 <i>Video</i>	26
II.4.5.2 <i>Website</i>	26
II.4 Resume	27
II.5 Solusi Perancangan.....	28
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	29
III.1 Khalayak Sasaran	29
III.1.1 Segmentasi.....	29
III.1.2 <i>Consumer Insight</i>	30
III.1.3 <i>Consumer Journey</i>	30
III.2 Strategi Perancangan.....	32
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	32
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	33
III.2.2.1 Pendekatan Visual.....	33
III.2.2.2 Pendekatan Verbal.....	34
III.2.2.3 Pendekatan Audio.....	35
III.2.3 Mandatory.....	35
III.2.3.1 Pemerintah Kota Bandung.....	35
III.2.3.2 Dinas Perumahan Dan Kawasan Permukiman, Pertanahan Dan Pertamanan Kota Bandung (DPKP3).....	36
III.2.4 Materi Pesan	36
III.2.5 Gaya Bahasa.....	37
III.2.6 Strategi Kreatif.....	37

III.2.6.1 <i>Copywriting</i>	37
III.2.6.2 <i>Story Line</i>	37
III.2.6.3 <i>Story Board</i>	40
III.2.7 Strategi Media.....	46
III.2.7.1 Media Utama.....	47
III.2.7.2 Media Pendukung.....	47
III.2.7.2.1 Informasi.....	47
III.2.7.2.2 Peningat.....	49
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	50
III.3 Konsep Visual.....	52
III.3.1 Format Desain.....	53
III.3.2 Tata Letak (<i>Layout</i>)	53
III.3.2.1 <i>Angle</i>	56
III.3.3 Tipografi.....	57
III.3.4 Ilustrasi.....	59
III.3.5 Warna.....	60
III.3.6 Audio.....	61
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	63
IV.1 Media Utama.....	63
IV.1.2 Pra Produksi.....	63
IV.1.3 Produksi.....	64
IV.1.4 Paska Produksi.....	67
IV.1.5 Cuplikan Media Utama.....	70
IV.2 Media Pendukung.....	74
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	98
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	99