

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRACT	viii
DAFTAR TABEL	xvi
LAMPIRAN.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Identifikasi Masalah	2
I.3 Rumusan Masalah	2
I.4 Batasan Masalah.....	2
I.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	2
I.5.1 Tujuan Perancangan	2
I.5.2 Manfaat Perancangan	2
BAB II. ROCKET ROCKERS DAN OPINI MASYARAKAT	3
II.1 Musik Independen	3
II.1.1 <i>Punk</i>	3
Gambar II.1 Grup musik Sex Pistols	4
II.1.2 <i>Pop Punk</i>	4
Gambar II.2 Grup musik Green Day	5
Gambar II.3 Grup musik <i>New Found Glory</i>	5
II.2 Rocket Rockers.....	6
II.2.1 Personil Rocket Rockers.....	6
Gambar II.4 Aska Pratama.....	6
Gambar II.5 Bisma Aria Nugraha.....	7
Gambar II.6 Khrisna Bharata Yudomartono	7
Gambar II.7 Rocket Rockers hari ini.....	8

II.2.2 Album Rocket Rockers.....	8
Gambar II.8 album Rocket Rockers yang berjudul <i>Soundtrack For Your life</i>	8
Gambar II.9 Album Rocket Rockers yang berjudul Ras Bebas.....	9
Gambar II.10 Album Rocket Rockers yang berjudul Better season	9
Gambar II.11 Album Rocket Rockers <i>Tons Of Friends</i>	10
Gambar II.12 Album Merekam jejak sebagai pembuka dengan formasi baru	10
Gambar II.13 Album <i>Cheers From Rocket Rockers</i>	11
II.3 Opini Masyarakat	11
Gambar II.14 Umur masyarakat yang mengisi questioner	12
Gambar II.15 Persentase masyarakat mengetahui Rocket Rockers.....	12
Gambar II.16 Pengetahuan Masyarakat Tentang Keberadaan Rocket Rockers.....	13
Gambar II.17 Pengetahuan Masyarakat Tentang Lagu Rocket Rockers	13
II.4 Penelitian Sebelumnya.....	14
II.5 Resume	15
II.6 Solusi Perancangan.....	16
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	17
III.1 Khalayak Sasaran Perancangan	17
a. Demografis	17
b. Psikografis	17
c. Geografis	17
III.1.2 <i>Consumer Insight</i>	18
III.1.3 <i>Consumer Journey</i>	18
III.2 Strategi Perancangan	20
III.2.1 Tujuan Komunikasi	20
III.2.2 Pendekatan Komunikasi	20
III.2.3 Mandatory	22

Gambar III.1. Manajemen Rich and Reach	22
III.2.4 Materi Pesan	22
III.2.5 Gaya Bahasa	23
III.2.6 Strategi Kreatif	23
III.2.6.1 <i>Copywriting</i>	23
III.2.6.2 Storyline	23
III.2.7 Strategi Media.....	24
1.Media Utama	24
2.Media Pendukung	25
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	27
Media.....	27
III.3. Konsep Visual	28
III.3.1. Format Desain.....	29
III.3.2. Tata Letak (Layout)	29
Gambar III.2. Layout	30
III.3.3. Tipografi.....	30
Gambar III.3. Logo Rocket Rockers.....	31
Gambar III.4. Myriad.....	31
III.3.4. Ilustrasi.....	32
III.3.5. Warna	32
Gambar III.6. Warna Palet.....	33
Gambar III.7. Warna Palet.....	34
III.3.6. Audio.....	34
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIK PRODUKSI.....	35
IV.1 Sketsa	35
Gambar IV.1. Sketsa.....	35
IV.2 Teknik Produksi	35
• Storyboard	35
Gambar IV.1. Storyboard	36

Gambar IV.2. Kamera Mirorless	36
Gambar IV.3 <i>Tripod</i>	37
Gambar IV.4 <i>Clip On</i>	37
Gambar IV.5 Adobe Family CS 6.....	38
IV.1.2 Proses Produksi.....	38
Gambar IV.6 Proses Pengambilan Gambar	39
Gambar IV.7 Tahap Memasukan Semua Data.....	39
Gambar IV.8 Tahap Pemotongan	40
Gambar IV.9 Tahap Membuat Animasi.....	40
IV. 2 Hasil Akhir Media Utama.....	41
IV. 3 Hasil Akhir Media Pendukung.....	42
Gambar IV.11 X-banner	43
Gambar IV.12 X-banner	44
Gambar IV.13 T-shirt.....	45
Gambar IV.14 Totebag.....	46
Gambar IV.16 Mug.....	47
Gambar IV.17 Stiker	48
Gambar IV.18 Tumblr	49
Gambar IV.19 Pin	50
Gambar IV.20 Gantungan Kunci	51
Gambar IV.21 Poster	52
BAB V. KESIMPULAN	53
V.1 Kesimpulan	53
V.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
Sumber Buku:	54
Sumber Online:	54

Lampiran	55
Sketsa.....	55
Narasumber	55