

DAFTAR ISI

LEMBAR PENEKSAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Identifikasi Masalah	4
I.3. Rumusan Masalah	4
I.4. Batasan Masalah	5
I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	5
I.5.1. Tujuan Perancangan	5
I.5.2. Manfaat Perancangan	5
BAB II. STRANOUGH GUITAR TECHNOLOGY SEBAGAI MEREK <i>CUSTOM</i> GITAR ELEKTRIK	6
II.1. Gitar	6
II.1.1. Jenis Gitar	6
II.1.1.1 Gitar Akustik.....	6
II.1.1.2 Gitar Elektrik.....	6
II.1.2 Bagian-bagian Gitar	8
II.1.2.1 Bagian-bagian Gitar Akustik.....	8
II.1.2.2 Bagian-bagian Gitar Elektrik	10
II.1.3 Gitar <i>Custom</i>	11
II.3. Merek	12

II.3.1. Citra Merek	12
II.3.2. Unsur Merek	12
II.4. Stranough Guitar Technology	13
II.4.1. Sejarah Stranough Guitar Technology	13
II.4.2. Profil Stranough Guitar Technology	14
II.4.3. Bisnis Stranough Guitar Technology	14
II.4.3.1. Bisnis Barang	15
II.4.3.2. Bisnis Jasa	19
II.4.4. <i>Custom</i> Gitar Elektrik Stranough Guitar Technology.....	20
II.5. Analisa	24
II.5.1. Observasi.....	24
II.5.2. Workshop Stranough Guitar Technology	25
II.5.3. Analisis SWOT	26
II.5.4. Analisis Instagram dan Facebook	28
II.6. Wawancara/Interview	28
II.7. Studi Literatur	29
II.8. Studi Komparasi.....	33
II.9. Kondisi Pasar di Indonesia.....	34
II.10. Resume.....	35
II.11. Solusi Perancangan	35
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	37
III.1. Khalayak Sasaran.....	37
III.1.1. <i>Consumer Insight</i>	39
III.1.2. <i>Consumer Journey</i>	49
III.2. Strategi Perancangan.....	41
III.2.1. Tujuan Komunikasi.....	42
III.2.2. Pendekatan Komunikasi.....	42
III.2.2.1. Pendekatan Visual.....	42
III.2.2.2. Pendekatan Verbal	43
III.2.3. <i>Mandatory</i>	44
III.2.4. Materi Pesan.....	44

III.2.5. Gaya Bahasa.....	44
III.2.6. Strategi Kreatif.....	45
III.2.7. Strategi Media.....	45
III.2.7.1. Media Utama.....	45
III.2.7.2. Media Pendukung.....	46
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran	49
III.3. Konsep Visual.....	51
III.3.1. Format Video	51
III.3.2. Format Media Pendukung.....	51
III.3.3. Tata Letak	56
III.3.4. Tipografi.....	62
III.3.5. Ilustrasi.....	63
III.3.6. Warna.....	64
III.3.7. Audio.....	65
III.3.8. Studi Karakter.....	65
III.3.9. Studi Latar.....	66
III.3.10. <i>Storyline</i>	66
III.3.11. <i>Storyboard</i>	67
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	70
IV.1. Media Utama.....	70
IV.1.1. Perangkat Produksi	70
IV.2. Teknis Produksi.....	71
IV.2.1. Pra Produksi	71
IV.2.2. Produksi	72
IV.2.3. Pasca Produksi	72
IV.2.4. <i>Final Project</i> Media Utama	74
IV.2.5. Media Pendukung	76
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
V.1. Kesimpulan.....	88
V.2. Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	91
RIWAYAT HIDUP.....	94