

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	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.....	3
I.3. Rumusan Masalah.....	3
I.4. Batasan Masalah .....	3
I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	4
I.5.1 Tujuan Perancangan.....	4
I.5.2. Manfaat Perancangan.....	4
BAB II. PROSTITUSI DI BELAKANG STASIUN BANDUNG .....	5
II.1. Prostitusi .....	5
II.1.1 Pengertian Prostitusi .....	5
II.1.2. Faktor-Faktor Terjadinya Prostitusi.....	7
II.1.3. Pihak-Pihak Yang Terlibat Dalam Prostitusi.....	8
II.2. Prostitusi Di Belakang Stasiun Bandung.....	10
II.2.1. Sejarah Prostitusi Di Belakang Stasiun Bandung.....	11
II.2.2. Lokasi Prostitusi Di Belakang Stasiun Bandung.....	12

II.2.3. Penanganan Prostitusi Di Belakang Stasiun Bandung .....	13
II.2.4. Mucikari.....	15
II.2.4.1. Definisi Mucikari.....	15
II.2.4.2. Mucikari Di Belakang Stasiun Bandung .....	15
II.2.5. Pekerja Seks Komersial .....	16
II.2.5.1. Pengertian Pekerja Seks Komersial .....	17
II.2.5.2. Sejarah Pekerja Seks Komersial .....	17
II.2.5.3. Pekerja Seks Komersial Di Belakang Stasiun Bandung.....	18
II.3. Analisis Permasalahan .....	18
II.3.1. Temuan Penelitian .....	19
II.3.1.1. Observasi .....	19
II.3.1.2. Wawancara .....	20
II.3.1.3. Dokumentasi.....	23
II.4. Resume .....	24
II.5. Solusi Perancangan.....	24
<b>BAB III. STRATEGI DAN KONSEP PERANCANGAN .....</b>	<b>26</b>
III.1. Khalayak Sasaran .....	26
III.1.1. Demografis .....	26
III.1.2. Geografis .....	27
III.1.3. Psikografis.....	27
III.1.4. <i>Consumer Journey</i> .....	28
III.1.5. <i>Consumer Insight</i> .....	34
III.2. Strategi Perancangan .....	35
III.2.1. Tujuan Komunikasi .....	36
III.2.2. Pendekatan Komunikasi .....	36
III.2.2.1. Pendekatan Komunikasi Verbal .....	37

III.2.2.2. Pendekatan Visual .....	37
III.2.2.3. Pendekatan Audio .....	38
III.2.3. <i>Mandatory</i> .....	38
III.2.4. Materi Pesan .....	38
III.2.5. Gaya Bahasa .....	39
III.2.6. Strategi Kreatif .....	39
III.2.6.1. <i>Copywriting</i> .....	41
III.2.6.2. <i>Storyline</i> .....	41
III.2.6.3. <i>Storyboard</i> .....	47
III.2.6.4. Visualisasi .....	54
III.2.7. Strategi Media .....	54
III.2.7.1. Media Utama .....	54
III.2.7.2. Media Pendukung.....	55
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media .....	62
III.3. Konsep Visual .....	63
III.3.1. Format Video.....	63
III.3.2. Tata Letak ( <i>Layout</i> ).....	64
III.3.3. <i>Tifografi</i> .....	65
III.3.4. Ilustrasi .....	66
III.3.5. Warna .....	67
III.3.6. Audio .....	68
<b>BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI .....</b>	<b>70</b>
IV.1. Teknis Produksi.....	70
IV.1.1. Tahap Pra-Produksi.....	70
IV.1.2. Tahap Produksi .....	73
IV.1.3. Tahap Pasca-Produksi .....	76

IV.2. Final Media Utama.....	77
IV.3. Final Media Pendukung .....	80
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	89
V.1. Kesimpulan.....	89
V.2 Saran .....	89
DAFTAR PUSTAKA .....	90
LAMPIRAN .....	95