

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
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. PERANCANGAN INFORMASI STASIUN RADIO MALABAR.....	5
II.1. Definisi Stasiun Radio.....	5
II.2. Malabar.....	5
II.3. Stasiun Radio Malabar.....	5
II.4. Stasiun Radio Malabar saat ini.....	6
II.5. Analisis Permasalahan.....	7
II.5.1. Kuisisioner.....	7
II.5.2. Wawancara.....	11
II.5.2.1. Wawancara dengan mantan mandor Wanawisata Gunung Puntang.....	11
II.5.2.2. Wawancara dengan Site Manager Wanawisata Gunung Puntang.....	13
II. 5.2.3. Wawancara Pengelola pihak ketiga (PT. Dia).....	13
II.5.2.4. Wawancara dengan Pengelola tiket.....	14
II.5.2.5. Wawancara dengan Pengunjung.....	15

II.5.3. Analisis 5W+1H.....	16
II.6. Resume.....	17
II.7. Solusi Perancangan.....	18
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	19
III.1. Khalayak Sasaran.....	19
a. Demografis.....	19
b. Geografis.....	20
c. Psikografis.....	20
d. Costumer Journey.....	20
e. Consumer Insight.....	21
III.2. Strategi perancangan.....	22
III.2.4. Tujuan Komunikasi.....	23
III.2.5. Pendekatan Komunikasi.....	23
a. Pendekatan Verbal.....	24
b. Pendekatan Visual.....	24
III.2.6. Mandatory.....	25
III.2.7. Materi Pesan.....	25
III.2.8. Gaya Bahasa.....	25
III.2.9. Strategi kreatif.....	26
1. Copywriting.....	26
2. Sinopsis.....	27
3. Storyline.....	28
4. Storyboard.....	30
5. Visualisasi.....	32
III.2.10. Strategi Media.....	33
a. Media Utama.....	33
b. Media Pendukung.....	34
1) Tahap Informasi.....	34
• Konten Sosial Media.....	34
• Poster Cetak.....	35
• X-Banner.....	35
• Stiker.....	35

• Teaser.....	35
2) Tahap Aksi.....	35
• Point of Purchase.....	35
• Kaos.....	35
• Topi Gunung.....	36
• Teaser.....	36
3) Tahap Peningat.....	36
• Merchandise.....	36
III.2.11. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	36
III.3. Konsep Visual.....	38
III.3.1. Format Desain.....	38
III.3.2. Tata Letak.....	38
a. Rule of Third.....	39
b. Golden ratio.....	40
III.3.2.1. Tata Letak Media pendukung.....	40
III.3.3. Tipografi.....	41
• Vintage soda 20s.....	41
• Times New Normal.....	42
• Elegant typewriter.....	43
III.3.4. Ilustrasi.....	43
c. Angel Kamera.....	44
d. Ukuran Gambar.....	45
III.3.4. Warna.....	47
III.3.4. Audio dan sebagainya.....	48
III.3.4.1. Voice over.....	49
III.3.4.2. Wawancara.....	49
III.3.4.3. Efek suara.....	49
III.3.4.3. Ilustrasi musik.....	49
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	50
IV.1 Teknis Produksi.....	50
IV.1.1 Tahap Pra-Produksi.....	50
• Tahap Pencarian Referensi Film Dokumenter.....	50

• Tahap Brainstroming.....	51
• Tahap Pembuatan Storyline dan Storyboard.....	52
• Tahap Persiapan Peralatan Shooting.....	52
IV.1.2 Tahap Produksi.....	54
• Proses Pengambilan gambar.....	54
• Proses Rekaman suara Voice Over.....	56
• Proses penyuntingan Media Utama Film Dokumenter.....	57
• Proses Rancangan Media Pendukung.....	62
IV.1.3 Tahap Pasca Produksi.....	64
IV. 2 Final Media Utama.....	65
IV.3 Final Media Pendukung.....	66
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
V.1 Kesimpulan.....	74
V.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	78
RIWAYAT HIDUP.....	82