

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Identifikasi Masalah	7
I.3. Rumusan Masalah	8
I.4. Batasan Masalah	8
I.5. Tujuan & Manfaat Perancangan	8
I.5.1. Tujuan Perancangan	8
I.5.2. Manfaat Perancangan	9
BAB II. PRODUK PAKAIAN LOKAL	10
II.1. Landasan Teori	10
II.1.1. Definisi Kampanye	10
II.1.2. Program Pemerintah	10
II.2. Objek Penelitian & Perancangan.....	11
II.2.1. Pakaian	11
II.2.2. Industri Pakaian Kota Bandung	13
II.2.3. Media Sosial	15
II.2.3.1. YouTube.....	16
II.2.3.2. YouTube <i>Ads</i>	17

II.3. Analisis	18
II.3.1. Analisis Data	18
II.3.2. Analisis Permasalahan	22
II.4. <i>Resume</i>	23
II.5. Solusi Perancangan	24
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	25
III.1. Khalayak Sasaran	25
III.2. Strategi Perancangan	28
III.2.1. Tujuan Komunikasi.....	30
III.2.2. Pendekatan Komunikasi.....	30
III.2.3. <i>Mandatory</i>	31
III.2.4. Materi Pesan	32
III.2.5. Strategi Komunikasi	32
III.2.6. Gaya Bahasa	36
III.2.7. Strategi Kreatif	36
III.2.7.1. Audiovisual	36
III.2.7.2. Metode AISAS	37
III.2.7.3. <i>Copywriting</i>	39
III.2.7.4. Sinopsis	40
III.2.7.5. <i>Storyline</i>	40
III.2.7.6. <i>Storyboard</i>	42
III.2.8. Strategi Media	44
III.2.8.1. Media Utama.....	44
III.2.8.2. Media Pendukung.....	45
III.2.9. Strategi Distribusi Media	47
III.3. Konsep Visual	49
III.3.1. Format Desain	50
III.3.2. Tata letak/ <i>layout</i>	51
III.3.3. Tipografi	59
III.3.4. Ilustrasi	60
III.3.5. Warna	64

III.3.6. Audio	65
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	67
IV.1. Teknis Produksi	67
IV.1.1. Perangkat Produksi.....	67
IV.1.2. Pra Produksi.....	69
IV.1.3. Produksi.....	70
IV.1.4. Pasca Produksi.....	71
IV.2. Media Utama	72
IV.3. Media Pendukung	73
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN	82
V.1. Kesimpulan	82
V.2. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88