

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Identifikasi Masalah.....	4
I.3. Rumusan Masalah.....	5
I.4. Batasan Masalah	5
I.5. Tujuan & Manfaat Perancangan	6
I.5.1. Tujuan Perancangan.....	6
I.5.2. Manfaat Perancangan.....	6
BAB II BERITA “ <i>BLACK CAMPAIGN</i> ” PADA PEMILU PRESIDEN 2024 DI MEDIA SOSIAL.....	7
II.1. Landasan Teori	7
II.1.1. Etika.....	7
II.1.2. Internet.....	8
II.1.3. Internet dalam Dunia Politik	10
II.2. Etika Berinternet.....	12
II.2.1. Pemilihan Presiden	16
II.2.2. <i>Black Campaign</i>	17
II.2.3. Tata Etika pada Media Sosial	19
II.3. Analisis Permasalahan	21

II.3.1. Wawancara.....	21
II.3.2. Kuesioner.....	22
II.3.3. Data Lapangan.....	28
II.4. <i>Resume</i>	29
II.5. Solusi Perancangan.....	35
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	37
III.1. Khalayak Sasaran	37
III.1.1. Demografis	37
III.1.2. Geografis	38
III.1.3. Psikografis.....	39
III.1.4. <i>Consumer Journey</i>	39
III.1.5. <i>Consumer Insight</i>	41
III.2. Strategi Perancangan.....	42
III.2.1. Tujuan Perancangan	46
III.2.2. Pendekatan Komunikasi.....	46
III.2.2.1. Pendekatan Visual	47
III.2.2.2. Pendekatan Verbal	47
III.2.2.3. Pendekatan Audio	47
III.2.3. <i>Mandatory</i>	48
III.2.4. Materi Pesan.....	48
III.2.5. Gaya Bahasa.....	48
III.2.6. Strategi Kreatif.....	49
III.2.6.1. <i>Copywriting</i>	51
III.2.6.2. <i>Storyline</i>	52
III.2.6.3. <i>Storyboard</i>	54
III.2.7. Strategi Media	57
III.2.7.1. Media Utama.....	57
III.2.7.2. Media Pendukung.....	58
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	61
III.3. Konsep Visual	62
III.3.1. Format Desain	63

III.3.2. Tata Letak (<i>Layout</i>)	64
III.3.3. Tipografi	67
III.3.4. Ilustrasi	68
III.3.5. Warna	74
III.3.6. Audio	75
BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	76
IV.1. Teknis Produksi	76
IV.1.1. Pra Produksi	76
IV.1.1.1. Menentukan konsep dan tujuan pembuatan video iklan	76
IV.1.1.2. Pembuatan <i>storyline</i> dan <i>storyboard</i>	78
IV.1.1.3. Pemilihan peran	79
IV.1.1.4. Pemilihan tempat	79
IV.1.2. Produksi.....	83
IV.1.2.1. Proses pengambilan gambar	84
IV.1.3. Pasca Produksi.....	85
IV.1.3.1. Memindahkan bahan video dari kamera ke <i>harddisk</i>	85
IV.1.3.2. Menentukan <i>backsound</i> dan <i>sound effect</i>	86
IV.1.3.3. Membuka aplikasi <i>editing</i>	87
IV.1.3.4. <i>Editing</i> video	87
IV.2. Media Utama	90
IV.3. Media Pendukung.....	92
BAB V KESIMPULAN	105
V.1. Simpulan.....	105
V.2. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	110
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	117
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	118
KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR PERANCANGAN	119