DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI ii

DAFTAR GAMBAR vi

DAFTAR TABEL vii

BAB I : PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah..... 1

1.2. Identifikasi Masalah..... 3

1.3. Fokus Permasalahan 3

1.4. Tujuan Perancangan 3

BAB II : KAMPANYE MELALUI PROGRAM MUSIK ”FANATIK”

2.1. Kampanye 4

2.1.1. Pengertian Kampanye..... 4

2.1.2. Kampanye ”*Heal Our Music*”..... 4

2.1.3. Tujuan Kampanye..... 5

2.1.4. Jenis - Jenis Kampanye..... 6

2.1.4.1. *Product – Oriented Campaigns* 6

2.1.4.2. *Candidate – Oriented Campaigns* 6

2.1.4.3. *Ideologically Or Cause Oriented Camapigns*.... 7

2.1.5. Jenis Kampanye yang Digunakan..... 7

2.2. Pembajakan Musik 8
2.2.1. Pengertian Pembajakan Musik 8
2.2.2. Dampak Buruk Pembajakan Musik 8
2.3. Hak Cipta 9
2.3.1. Pengertian Hak Cipta 9
2.3.2. Pengertian Pencipta 9
2.3.3. Pengertian Ciptaan 10
2.3.4. Pengertian Pemegang Hak Cipta 10
2.4. Sejarah Industri Musik Indonesia 10
2.5. Musik Digital 11
2.5.1. Pengertian Musik Digital 11
2.5.2. Keunggulan Dan Kekurangan Musik Digital 12
2.6. Sejarah Singkat Jenis Musik *Pop* Dan Musik *Rock* 13
2.6.1. Musik *Pop* 13
2.6.2. Musik *Rock* 14
2.7. Aternatif Pendapatan Industri Musik 15
2.7.1. RBT (*Ring Back Tone*) 15
2.7.1.1. Pembagian Pendapatan (*Share*) RBT 15
2.7.2. Program Musik ”Fanatik” Kompas TV 16
2.8. Penyelenggara Acara Musik ”Fanatik” 18
2.8.1. Profil Kompas TV 18
2.8.2. Visi Misi Kompas TV 18

BAB III : STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Perancangan 19

3.1.1. Pendekatan Komunikasi (Verbal)..... 20

3.1.2. Pendekatan Komunikasi (Visual) 20

3.1.3. Target Audiens..... 21

3.1.4. Analisis 5W 1 H + E 21

3.1.5. Tujuan Perancangan..... 25

3.2. Strategi Kreatif 25

3.2.1. Perhatian 25

3.2.2. Minat 26

3.2.3. Keinginan 26

3.2.4. Rasa Yakin 27

3.2.5. Tindakan 27

3.3. Konsep Logo Kampanye 29

3.4. Konsep Logo Acara..... 30

3.5. Tahapan Kampanye 31

3.5.1. Tahap Pengenalan..... 31

3.5.2. Tahap Pengajakan..... 31

3.5.3. Tahap Pengingatan..... 32

3.6. Strategi Media yang Digunakan (*Public Relation*) 32

3.6.1. Pengertian Umum 32

3.6.2. Tujuan *Public Relation* 32

3.6.3. Media Utama 33

3.6.4. Media Pendukung 33
3.7. Konsep Visual 35
3.7.1. Format Desain 36
3.7.2. Tata Letak 36
3.7.3. Tipografi 36
3.7.4. Warna 38
3.7.5. Ilustrasi 39
3.8. Strategi Distribusi 40

BAB IV : TEKNIS PRODUKSI MEDIA

4.1. Iklan Internet (*banner flash*) 41
4.2. Kaos 44
4.3. *Flyer* 45
4.4. Poster 46
4.5. Stiker 47
4.6. *X-Banner* 48
4.7. *Backdrop* 49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN