DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS
ABSTRAK
KATA PENGANTAR.....i
DAFTAR ISI.....ii
DAFTAR GAMBAR.....v
DAFTAR TABEL.....vi
BAB I PENDAHULUAN
I.1 Latar Belakang Masalah..... 1
I.2 Identifikasi Masalah..... 2
I.3 Fokus Masalah..... 3
I.4 Tujuan Perancangan..... 3
BAB II SMK SEBAGAI SALAH SATU WUJUD PENGEMBANGAN EKONOMI DI KOTA BANDUNG
II.1 Sekolah Menengah Kejuruan..... 4
II.1.1 Jenis Kategori Program Studi SMK Berdasarkan Bidang Keahlian 4
II.1.2 Keberhasilan SMK di Bandung 5
II.2 SMK di Bandung 5
II.2.1 Potensi masuk SMK dan peluang – peluang lulusan SMK 5
II.2.2 Karya SMK di Bandung.....6
II.3 S.W.O.T 8
II.4 Segmentasi.....11
II.4.1 Demografi 11
II.4.2 Geografis.....11
II.4.3 Psikografis.....11
II.5 Kampanye 12
II.5.1 Definisi Kampanye 12

II.5.2 Jenis-jenis Kampanye 13
II.5.3 Manfaat Kampanye 14
II.6 Kampanye sebagai solusi permasalahan 15
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL
III.1 Strategi Komunikasi 16
III.1.1 Pendekatan Visual 16
III.1.2 Pendekatan Verbal 17
III.1.3 Tujuan Komunikasi 19
III.2 Strategi Kreatif 19
III.3 Strategi Media 21
III.3.1 Media 23
III.3.1 Strategi Distribusi Media 28
III.3.3 Jadwal Distribusi 28
III.4 Konsep Visual 29
III.4.1 Format Iklan Televisi 30
III.4.2 *Storyboard* Iklan Televisi 30
III.4.3 Tata letak (*layout)* 33
III.4.4 Tipografi 34
III.4.5 Ilustrasi 35
III.4.6 Warna-warna yang digunakan 36
BAB IV TEKNIS PRODUKSI MEDIA
IV.1 Media Utama 37
IV.1.1 *StoryBoard* 38
IV.1.2 *Shooting list* 39
IV.1.3 Editing Script 40

IV.2 Media Pendukung 41
IV.2.1 Iklan Koran 41
IV.2.2 Poster 42
IV.2.3 Flayer 43
IV.3 *Gimmick* 44
IV.3.1 Kalender 44
IV.3.2 Stiker 45
IV.3.3 Jadwal Pelajaran 46
IV.3.4 Buku Tulis 47
IV.3.5 Pembatas Buku 48
IV.3.6 Tempat Pensil 49
IV.3.7 Pensil 49
IV.3.8 Serutan Pensil 50
IV.3.9 Penghapus 50
IV.3.10 Penggaris 51
DAFTAR PUSTAKA 52
LAMPIRAN 53