DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
SURAT KETERANGAN PENYERAHAN HAK EKSKLUSIF ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS iii
KATA PENGANTAR iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR TABEL xi
BAB I PENDAHULUAN
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 3
I.3 Rumusan Masalah 3
I.4 Batasan Masalah 3
I.5 Tujuan Perancangan 4
BAB II
PERANCANGAN ATRIBUT BRAND PADA BAND THE DAYDREAMERS
II.1 Tijauan Teori 5
II.1.1 Pemahaman Atribut 5
II.1.2 Pemahaman Brand 5
II.1.3 Fungsi Brand 6
II.1.4 Pemahaman Branding 7
II.1.5 Pemahaman Identitas 8
II.1.6 Pemahaman Band 9
II.2 Band The Daydreamers 10
II.2.1 Gambaran Umum Band The Daydreamers 10
II.2.2 Sejarah Band The Daydreamers 11
II.2.3 *Personality* Band The Daydreamers 12
II.2.3.1 *Personality* Pia Fellini 12

II.2.3.2 *Personality* Farhan 13
II.2.4 Musik Band The Daydreamers 14
II.2.4.1 Musik Pop 15
II.2.4.2 Musik *Folk* 15
II.3 Target *Audience* 16
II.3.1 Demografi 16
II.3.2 Geografi 16
II.3.3 Psikografis 17
II.4 Solusi 17

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan 18
III.1.1 Pendekatan Komunikasi 19
III.1.1.1 Pendekatan Visual 19
III.1.1.2 Pendekatan Verbal 19
III.1.2 Strategi Kreatif 20
III.1.3 Strategi Media 21
III.1.3.1 Pemilihan Media 21
III.1.3.1.1 Media Utama 21
III.1.3.1.2 Media Penunjang 23
III.2 Strategi Distribusi 24
III.3 Konsep Visual 24
III.3.1 Tata Suara 25
III.3.2 Musik 26
III.3.3 Teknik Pengambilan Gambar 26
III.3.4 Warna 27
III.3.5 Ilustrasi 27
III.3.6 Tipografi 28

BAB IV TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Material 29
IV.1.1 *Hadware* (Perangkat Keras) 29

IV.1.2 *Software* (Perangkat Lunak)..... 29
IV.2 Pra Produksi 30
IV.3 Produksi..... 30
IV.4 Pasca Produksi..... 31
IV.5 Media Pendukung..... 33

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN