DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS ii

KATA PENGANTAR..... iii

ABTRAK..... iv

***ABSTRACT* .....v**

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR GAMBAR..... ix

DAFTAR TABEL x

DAFTAR LAMPIRAN..... xi

BAB I PENDAHULUAN 1

I.1 Latar Belakang Masalah 1

I.2 Identifikasi Masalah 3

I.3 Rumusan Masalah 4

I.4 Batasan Masalah.....4

I.5 Tujuan Perancangan 4

BAB II PROMOSI PASAR BARANG BEKAS GEDEBAGE MELALUI MEDIA VIDEO.....5

II.1 Pengertian Promosi.....5

II.1.1 Tujuan Promosi.....5

II.1.2 Jenis Promosi 6

II.2 Media.....7

II.2.1 Kemampuan Media.....7

II.2.2 Jenis-Jenis Media.....7

II.3 Video 8

II.4 Pasar 8

II.4.1 Fungsi Pasar 9
II.4.2 Jenis Pasar 9
II.5 Pasar Barang Bekas Di Indonesia 11
II.6 Sejarah Gedebage 12
II.6.1 Tata Letak Pasar Barang Bekas Gedebage 13
II.6.2 Pasar Barang Bekas Gedebage Pada Saat Ini 13
II.7 Media Video Sebagai Solusi Penunjang Promosi Pasar Barang Bekas Gedebage 14
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP PROMOSI 15
III.1 Strategi Perancangan 15
III.1.1 Pendekatan Komunikasi 16
III.1.1.1 Pendekatan Visual 16
III.1.1.2 Pendekatan Verbal 16
III.1.2 Strategi Kreatif 17
III.1.3 Strategi Media 18
III.1.3.1 Tujuan Media 19
III.1.3.2 Pemilihan Media 19
III.1.3.3 Media Utama 19
III.1.3.4 Media Pendukung 20
III.1.4 Strategi Distribusi 23
III.2 Konsep Visual 24
III.2.1 Format Desain 24
III.2.1.1 Sinopsis 24
III.2.1.2 Storyboard 25
III.2.2 Tipografi 26
III.2.3 Ilustrasi 27
III.2.4 Warna 28
BAB IV TEKNIS PRODUKSI MEDIA 33
IV.1 Media Utama 33
IV.2 Media Pendukung 35
IV.2.1 Poster 35

IV.2.2 Sosial Media 37
IV.2.3 Photo Cover Pada Twitter 37
IV.2.4 Flyer 38
IV.2.5 Brosur 39
IV.2.6 Sticker 41
IV.2.7 Flag Chain 41
IV.2.8 X Banner 42
IV.2.9 Pin Bros 44
IV.2.10 Spanduk 45
DAFTAR PUSTAKA 46
LAMPIRAN 47