DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR LAMPIRAN xii
GLOSARIUM xiii

BAB I : PENDAHULUAN 1
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 2
I.3 Rumusan Masalah 2
I.4 Batasan Masalah 2
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan 3

BAB II : STIK DRUM REGULER 4
II.1 Alat Musik 4
II.1.1 Alat Musik Melodis 4
II.1.2 Alat Musik Ritmis 4
II.2 Alat Musik Drum 5
II.2.1 Drum Set 5
II.2.2 Stik Drum 9
II.3 Stik Drum Reguler 13
II.3.1 Anatomi Stik Drum 13
II.3.2 Ukuran 17
II.3.3 Bahan 17
II.3.4 Cara Memegang Stik drum 18
II.4 Analisa Stik Drum 21

II.4.1 Analisa Alat Musik Dum dan Stik Drum 21
II.5 Rusume 22
II.5 Solusi Perancangan 22

BAB III : STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 23
III.1 Khalayak Sasaran 23
III.1.1 Khalayak Sasaran Premiere 23
III.1.2 Khalayak Sasaran Sekunder 24
III.1.2.1 *Consumer Insight* 24
III.1.2.2 *Consumer Journey* 24
III.2 Strategi Perancangan 25
III.2.1 Tujuan Komunikasi 26
III.2.2 Pendekatan Komunikasi 27
III.2.3 Materi Pesan 28
III.2.4 Gaya Bahasa 28
III.2.5 Strategi Kreatif 29
III.2.6 Strategi Media 33
III.2.6.1 Media Utama 33
III.2.6.2 Media Pendukung 34
III.2.7 Strategi Distribusi 35
III.2.8 Mandatory 36
III.3 Konsep Visual 37
III.3.1 Format Film 37
III.3.2 Tata Letak 37
III.3.3 Tipografi 38
III.3.4 Warna 39
III.3.5 *Audio* 40

BAB IV : TEKNIS PRODUKSI MEDIA 42
IV.1 Media Utama 42
IV.1.1 Teknis Produksi 42
IV.1.1.1 *Spesifikasi Software* 42

IV.1.1.2 *Spesifikasi Hardware* 43
IV.1.2 Pra-produksi 46
IV.1.3 Produksi 47
IV.1.4 Pasca Produksi 48
IV.1.4.1 Editing 48
IV.1.4.2 Hasil 51
IV.2 Media Pendukung 53
IV.2.1 Teknis Produksi *Merchandise* 56

DAFTAR PUSTAKA 60
LAMPIRAN 62