DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii

Kata Pengantar iii

ABSTRAK iv

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

DAFTAR ISI vi

DAFTAR GAMBAR ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

I.1 Latar Belakang Masalah 1

I.2 Identifikasi Masalah 2

I.3 Rumusan Masalah 3

I.4 Batasan Masalah 3

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan 3

BAB II YELLOW BOX JUNCTION..... 4

II.1 Definisi Jalan 4

II.1.1 Definisi Simpang 5

II.1.2 Definisi Lalu Lintas 5

II.1.3 Marka Jalan 5

II.2 Yellow Box Junction 8

II.2.1 Peraturan Mengenai Marka Yellow Box Junction 10

II.3 Analisis Deskriptif 10
II.3.1 Prilaku Pengguna Kendaraan ketika melewati marka YBJ 10
II.3.2 Hasil Observasi 11
II.3.3 Wawancara Dengan Dinas Terkait 17
II.3.4 Hasil Survei Kuisioner 20
II.4 Resume 23
II.5 Solusi Perancangan 23

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN..... 25
III.1 Khalayak Sasaran 25
III.1.1 *Consumer Insight* 26
III.1.2 *Consumer Journey* 26
III.2 Strategi Perancangan 28
III.2.1 Tujuan Komunikasi 29
III.2.2 Pendekatan Komunikasi 29
III.2.2.1 Pendekatan Visual 29
III.2.2.2 Pendekatan Audio 30
III.2.3 *Mandatory* 30
III.2.4 Materi Pesan 30
III.2.5 Gaya Bahasa 31
III.2.6 Strategi Kreatif 31
III.2.6.1 Metode AISAS 31
III.2.6.2 *Copywriting* 33
III.2.6.3 *Sinopsis* 33
III.2.6.4 *Storyline* 34

III.2.6.2 *Storyboard* 35

III.2.7 Strategi Media 35

III.2.7.1 Media Utama 35

III.2.7.2 Media Pendukung 36

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media 38

III.3 Konsep Visual 39

III.3.1 Format Desain 39

III.3.2 Tata Letak *(layout)* 40

III.3.3 Tipografi 41

III.3.4 Ilustrasi 41

III.3.5 Warna 41

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIK PRODUKSI 44

IV.1 Teknik Produksi 44

IV.1.1 Pra Produksi 44

IV.1.2 Produksi 48

IV.1.3 Pasca Produksi 49

IV.2 Konsep Media dan Desain 50

IV.2.1 Media Utama 50

IV.2.2 Media Pendukung 51

DAFTAR PUSTAKA 61

LAMPIRAN 63