DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii

KATA PENGANTAR iii

ABSTRAK v

ABSTRACT vi

DAFTAR ISI vi

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR BAGAN xv

DAFTAR DIAGRAM xvi

DAFTAR TABEL xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN 1

I.1 Latar Belakang 1

I.2 Identifikasi Masalah 3

I.3 Rumusan Masalah 3

I.4 Batasan Masalah 4

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan 4

I.5.1 Tujuan Perancangan 4

I.5.2 Manfaat Perancangan 4

BAB II MINIATUR BUS SEGUNDO INDONESIA 5

II.1 Kerajinan dalam Industri Kreatif 5

II.2 Segundo Indonesia 5

II.2.1 Sejarah Segundo Indonesia 5

II.2.1 Profil Segundo Indonesia 7
II.2.3 Visi, Misi dan Motto Segundo Indonesia 9
II.2.4 Riwayat Pendiri Segundo Indonesia..... 9
II.2.5 Struktur Segundo Indonesia 11
II.2.6 Kapasitas Produksi 13
II.2.7 Proses Produksi 13
II.2.8 Varian Produk 20
II.2.9 Data Hasil Penjualan 25
II.2.10 *Positioning*..... 26
II.2.9 *Product Knowledge* 26
II.3 Kompetitor..... 27
II.4 Promosi Segundo Indonesia 28
II.5 Khalayak Sasaran Segundo Indonesia 28
II.6 Analisis..... 29
II.6.1 Analisis Media Segundo Indonesia 29
II.6.2 Analisis 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) 34
II.6.3 Analisis SWOT (*Strengh, Weakness, Opportunity, Threat*) 36
II.6.4 Analisis Wawancara..... 38
II.6.5 Analisis Kuisioner 39
II.7 Resume 44
II.6 Solusi Perancangan 44

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN..... 46
III.1 Khalayak Sasaran..... 46
III.1.1 *Consumer insight* 48
III.1.2 *ConsumerJourney* 48

III.2 Strategi Perancangan 50
III.2.1 Tujuan Komunikasi 51
III.2.2 Pendekatan Komunikasi 51
III.2.3 *Mandatory* 54
III.2.4 Materi Pesan 55
III.2.5 Gaya Bahasa 55
III.2.6 Strategi Kreatif 56
III.2.6.2 AISAS 56
III.2.6.3 *Copywritting* 58
III.2.6.2 *Storyline* 59
III.2.6.4 *Storyboard* 61
III.2.6.5 *Audio* 64
III.2.7 Strategi Media 65
III.2.7.1 Media Utama 65
III.2.7.2 Media Pendukung 66
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media 68
III.2.9 Skema Promosi Segundo Indonesia 71
III.3 Konsep Visual 71
III.3.1 Format Desain 71
III.3.2 Tata Letak *(Layout)* 75
III.3.2.1 Grid system 78
III.3.3 Tipografi 80
III.3.4 Ilustrasi 81
III.3.5 Warna 82

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 85

IV.1 Media Utama 85

IV.1.1 Video *Teaser* 85

IV.2 Teknis Produksi 91

IV.2.1 Pra Produksi 91

IV. 2.2 Pengambilan Gambar 92

IV. 2.3 Produksi Video 96

IV. 2.4 Pasca produksi 98

IV. 2.5 Hasil produksi 99

IV. 3 Poster 101

IV. 4 Brosur 106

IV. 5 *X- Banner* 108

IV. 6 *Wobbler* 109

IV. 7 *Merchandise* 110

IV. 8 Aplikasi Konten Media Sosial 117

DAFTAR PUSTAKA 119

LAMPIRAN 123

SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI 129

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 130