

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
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 Penelitian	3
BAB II. OBJEK WISATA BUDAYA FORT ROTTERDAM	
II.1 Objek Wisata	4
II.2 Wisata Budaya	5
II.3 Wisatawan	5
II.4 Sejarah Ujung Pandang	6
II.5 Sejarah Fort Rotterdam	6
II.6 Kondisi terkini Fort Rotterdam	10
II.7 Persepsi Masyarakat	12
II.8 Analisa Masalah	13
II.9 Resume	14
II.10 Solusi Perancangan	14

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran	15
III.1.1 <i>Consumer Insight</i>	17
III.1.2 <i>Consumer Journey</i>	17
III.2 Strategi Perancangan	18
III.2.1 Tujuan Komunikasi	18
III.2.2 Pendekatan Komunikasi	18
<i>III.2.3 Mandatory</i>	19
III.2.4 Materi Pesan	20
III.2.5 Gaya Bahasa	20
III.2.6 Strategi Kreatif	21
<i>III.2.6.1 Copywriting</i>	21
III.2.6.2 Sinopsis	21
<i>III.2.6.3 Storyline</i>	22
<i>III.2.6.4 Storyboard</i>	24
III.2.7 Strategi Media	30
III.2.7.1 Media Utama	31
III.2.7.2 Media Pendukung	31
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	33
III.3 Konsep Visual	38
III.3.1 Format Desain	39
III.3.2 Tata Letak	40
III.3.3 Tipografi	42
III.3.4 Ilustrasi	44
III.3.5 Warna	45
III.3.6 Audio	46

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama	47
IV.1.1 Prangkat Produksi	47
IV.2 Teknis Produksi	50
IV.2.1 Pra Produksi	50

IV.2.2 Produksi	50
IV.2.3 Pasca Produksi	52
IV.3 Tampilan Media	53
IV.3.1 Media Utama	53
IV.3.2 Media Pendukung	54
IV.3.3 Media Pengingat/ <i>Merchandise</i>	62
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	68
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	72
RIWAYAT HIDUP	73