

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
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 dan Manfaat Perancangan	4
I.5.1 Tujuan Perancangan	4
I.5.2 Manfaat Perancangan	5
BAB II PAHLAWAN MARTHA KHRISTINA TIAHAHU	6
II.1 Pahlawan	6
II.1.1 Jenis Pahlawan	7
II.2 Pahlawan Nasional	8
II.2.1 Jenis Pahlawan Nasional	9
II.2.2 Kriteria Pahlawan Nasional	10
II.3 Martha Khristina Tiahahu.....	12
II.3.1 Biografi Martha Khristina Tiahahu	13
II.3.2 Fakta Tentang Martha Khristina Tiahahu.....	15
II.4 Analisis Permasalahan	17
II.4.1 5W+1H	17

II.4.2 Observasi	19
II.4.3 Wawancara	21
II.4.4 Data Pustaka	23
II.4.5 Kuesioner	25
II.5 Resume	35
II.5.1 Analisis Literatur	35
II.5.2 Analisis Wawancara	37
II.5.3 Analisis Observasi	39
II.5.4 Analisis Kuesioner	40
II.6 Resume dan Solusi Perancangan	43
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	44
III.1 Khalayak Sasaran	44
III.1.1 <i>Consumer Insight</i>	46
III.1.2 <i>Consumer Journey</i>	47
III.2 Strategi Perancangan	49
III.2.1 Tujuan Komunikasi	49
III.2.2 Pendekatan Komunikasi	50
III.2.3 <i>Mandatory</i>	52
III.2.4 Materi Pesan	52
III.2.5 Gaya Bahasa	53
III.2.6 Strategi Kreatif	53
III.2.7 Strategi Media	61
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	64
III.3 Konsep Visual	65
III.3.1 Format Video	65
III.3.2 Tata Letak (<i>Layout</i>).....	66
III.3.3 Tipografi	70
III.3.4 Ilustrasi	71
III.3.5 Warna	79
III.3.6 Audio	80

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	82
IV.1 Teknis Produksi	82
IV.1.1 Tahap Pra-Produksi	82
IV.1.2 Tahap Produksi	85
IV.1.3 Tahap Pasca Produksi	90
IV.2 Media Utama	94
IV.3 Media Pendukung	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	128
V.1 Kesimpulan	128
V.2 Saran	129
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN	136