

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
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 & Manfaat Perancangan	3
I.5.1. Tujuan Perancangan	3
I.5.2. Manfaat Perancangan	4
BAB II. MASYARAKAT DESA MEKARMAJU SEBAGAI PENGRAJIN GOLOK.....	5
II. 1. Landasan Teori	5
II.1.1. Pengertian Kerajinan	5
II.1.2. Objek Penelitian	5
II.2.1. Profil Desa Mekarmaju.....	5
II.2.2. Pengrajin Golok Desa Mekarmaju	7
II.2.3. Kerajinan Golok	8
II.2.4. Sejarah Golok	11
II.2.5. Material Golok	13
II.2.6. Golok Dalam Aktivitas Masyarakat	14

II.3. Analisis Permasalahan.....	16
II.3.1. Wawancara.....	16
II.3.2. Pengetahuan Masyarakat	26
II.3.2.1. Kuisisioner.....	26
II.4. Resume.....	31
II.5. Solusi Perancangan.....	31
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN.....	32
III.1. Khalayak Sasaran	32
III.1.1. Demografis.....	32
III.1.2. Geografis.....	33
III.1.3. Psikografis.....	34
III.1.4. <i>Consumer Jouney</i>	35
III.1.5. <i>Consumer Insight</i>	35
III.2. Strategi Perancangan.....	36
III.2.1. Tujuan Komunikasi.....	36
III.2.2. Pendekatan Komunikasi.....	37
III.2.2.1. Pendekatan Verbal.....	37
III.2.2.2. Pendekatan Visual.....	37
III.2.3. <i>Mandatory</i>	38
III.2.4. Materi Pesan.....	39
III.2.5. Gaya Bahasa.....	39
III.2.6. Strategi Kreatif.....	39
III.2.6.1. <i>Copywriting</i>	40
III.2.6.2. <i>Storyline</i>	43
III.2.6.3. <i>Storyboard</i>	45
III.2.7. Strategi Media.....	48
III.2.7.1. Media Utama.....	48
III.2.7.2. Media Pendukung.....	50
III.2.7.3. <i>Merchandise</i>	51
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	53
III.3. Konsep Visual.....	54

III.3.1. Format Desain	55
III.3.1.1. Media Utama	55
III.3.1.2. Media Pendukung.....	56
III.3.2. Tata Letak.....	61
III.3.3 Tipografi.....	66
III.3.4. Ilustrasi.....	68
III.3.5. Studi Karakter.....	69
III.3.5.1. Karakter Utama.....	69
III.3.5.2. Karakter Pendukung.....	69
III.3.5. Studi Kegiatan Pengrajin Golok.....	71
III.3.6. Warna.....	72
III.3.7. Audio.....	75
BAB IV. TEKNIS PRODUKSI KARYA	76
IV.1. Teknis Produksi	76
IV.1.1. Riset.....	76
IV.1.2. Menyiapkan Peralatan.....	76
IV.1.3. Membuat Sinopsis.....	79
IV.1.4. Proses Shooting	80
IV.1.5. Proses Perekaman Audio	81
IV.1.6. Proses Pengaturan <i>Sequence</i>	81
IV.1.7. Proses Penyusunan Audio Video	83
IV.1.8. <i>Colour Grading</i>	85
IV.1.9. Penambahan Elemen Visual	86
IV.1.10 <i>Export Media</i>	87
IV.1. 11 Unggah ke Youtube	88
IV.2. Media Utama	89
IV.3. Media Pendukung	93
IV.3.1. Poster	94
IV.3.2. <i>Teaser</i>	95
IV.3.3. <i>Feed Instagram</i>	95
IV.3.4. <i>X-banner</i>	97

IV.3.5. <i>Highlight Story</i>	98
IV.3.6. <i>Merchandise</i>	98
IV.3.7. Gantungan Kunci	99
IV.3.8. Tumbler	99
IV.3.9. Kalender Meja	100
IV.3.10. Pin	101
IV.3.11. Tatakan Gelas	101
IV.3.12. Mug Enamel	102
IV.3.13. <i>Totebag</i>	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
V.1. Kesimpulan	104
V.2. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105