

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENETAPAN PENGUJI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Batasan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Studi Pustaka.....	5
2.1.1 Jurnal Berjudul " Video Promosi Semanggi Suroboyo Khas Surabaya ".....	5
2.1.2 Jurnal Berjudul " Video Promosi Makanan Tradisional Bika Nagari Kota Baru, Tanah Datar ".....	6
2.1.3 Jurnal Berjudul " Video Promosi Es Selendang Mayang sebagai Jajanan Kuliner Betawi ".....	7

2.2 Referensi Karya.....	9
2.2.1 Video Danny Gevirtz “ <i>An Ordinary Day in 2023</i> ”	9
2.2.2 Karya video dari Manual Mode Productions “ <i>Food Promo Video</i> ”	10
2.2.3 Karya video dari Justin Styvly “ <i>No Place Like Home</i> ”	11
2.3 Dasar Teori	11
2.3.1 Pengertian Makanan	11
2.3.2 Media Video Promosi	12
2.3.3 Video Promosi.....	12
2.3.4 Sinematografi	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	16
3.1 Metode Penelitian.....	16
3.1.1 Jenis Pendekatan	16
3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian	17
3.1.3 Jenis dan Sumber Data	18
3.1.4 Informan Penelitian.....	18
3.1.5 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.1.6 Metode Analisis Data	20
3.1.7 Identifikasi Data	21
3.1.8 Data Visual.....	28
3.1.9 Studi Komparasi.....	29
3.1.10 Analisis Data	35
3.1.11 Kerangka Penelitian	38
3.1.12 Jadwal Perancangan	39
BAB IV KONSEP PERANCANGAN KARYA	40
4.1 Ide Dasar Perancangan	40
4.2 Konsep Perancangan	40
4.2.1 Konsep Penyutradaraan.....	40
4.2.2 Konsep Naskah.....	41

4.2.3	Konsep Sinematografi.....	41
4.2.4	Konsep Artistik	41
4.2.5	Tata Suara.....	42
4.2.6	Konsep Editing.....	42
4.3	Desain Produksi.....	42
4.3.1	Ide Cerita	42
4.3.2	Premis.....	42
4.3.3	Judul	42
4.3.4	Durasi	42
4.3.5	Target Audiens	43
4.3.6	Sinopsis	43
4.3.7	<i>Script</i>	43
4.3.8	<i>Story Board</i>	45
4.4	Perlengkapan Teknik.....	49
4.4.1	Kamera dan Lensa.....	49
4.4.2	Tripod.....	49
4.4.3	<i>Lighting</i>	50
4.4.4	Aplikasi <i>Editing</i>	50
4.5	Tim Produksi	50
4.6	<i>Breakdown Lokasi</i>	50
4.7	<i>Breakdown Talent</i>	50
4.8	Alokasi Waktu	51
4.9	Media.....	51
4.9.1	Media Utama	51
4.9.2	Media Pendukung	51
4.9.3	Strategi Media	52
4.10	Biaya Produksi	52
BAB V	VISUALISASI.....	53

5.1	Media Utama	53
5.2	Media Pendukung	55
5.2.1	Poster.....	55
5.2.2	Feed Instagram	56
5.2.3	Stiker	57
5.2.4	Gantungan Kunci	58
5.2.5	Tote Bag	59
BAB VI	PENUTUP.....	60
6.1	Kesimpulan	60
6.2	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN		64