

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL DAN GAMBAR</b> .....	xiii
<b>ABSTRAKSI</b> .....	xiv
<b>ABSTRACT</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Kerangka Pemikiran.....	5
1. Manajemen Produksi Pesan.....	5
2. Produksi Pesan Visual.....	8
F. Kerangka Konsep.....	12
1. Manajemen Produksi Pesan Visual Dalam <i>Event</i> Selamat Pagi.....	12
G. Desain Penelitian.....	14
H. Metodologi Penelitian.....	15

1. Tempat dan Waktu.....	16
2. Jenis Penelitian.....	16
3. Objek Penelitian.....	17
4. Data dan Sumber Data.....	17
1.1.Wawancara Mendalam.....	17
1.2.Observasi Langsung.....	18
1.3.Dokumen.....	18
5. Validitas Data.....	19
6. Analisis Data.....	19

## **BAB II MANAJEMEN PRODUKSI PESAN VISUAL DI KAMPUNG HALAMAN**

A. Manajemen Produksi Pesan Visual.....	23
1. Manajemen Produk Media.....	23
1.1.Klasifikasi Produk Berdasarkan Fungsi.....	25
1.2.Klasifikasi Produk Berdasarkan Keberadaan .....	26
2. Manajemen Produksi Pesan Visual .....	27
B. Kampanye Sosial.....	30

## **BAB III TINJAUAN UMUM KAMPUNG HALAMAN**

A. Profil, Sejarah dan Pengembangan.....	33
1. Profil dan Latar Belakang Pembentukan Kampung Halaman.....	35

2. Proses Pembentukan Kampung Halaman.....	36
3. Visi dan Misi Kampung Halaman.....	37
4. Logo Kampung Halaman.....	38
5. Lokasi dan Alamat Kampung Halaman.....	38
6. Program Kampung Halaman.....	38
7.1. Jalan Remaja 1208.....	38
7.2. Sekolah Remaja.....	39
7.3. DENGAR! .....	40
7.4. Depot Video.....	41
7.5. Film Kolaborasi.....	41
7.6. Selamat Pagi.....	42
B. Segmentasi dan Bentuk Organisasi	
1. Segmentasi.....	43
2. Struktural Organisasi Kampung Halaman di Program Selamat Pagi.....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS</b>	
A. Selamat Pagi Sebagai Garda Depan Kampung Halaman.....	47
B. Peta Manajemen Produksi Pesan.....	48
1. Tahap Pra Produksi Dalam Manajemen Produksi Pesan Visual	
a. Tahap Planning.....	50

b. Tahap Pengumpulan Materi ( <i>Collecting</i> ) .....	55
2. Tahap Produksi dalam Manajemen Produksi Pesan Visual	
a. Tahap Menggambar.....	60
b. Tahap Editing.....	64
c. Tahap On Air.....	66
3. Tahap Evaluasi.....	70
C. Memasukkan Unsur Gerakan Remaja didalam Poster Selamat Pagi	
1. Poster Selamat Pagi dan 5 Aspek Komponen.....	73
2. Poster Selamat Pagi dan Gerakan Reamaja.....	74
D. Kendala dalam Perumusan Poster Selamat Pagi.....	75
E. Analisis Mengenai Proses Produksi Pesan Visual Selamat Pagi.....	76
1. Pemahaman Mengenai Gerakan Remaja yang Dikonversi Menjadi Pesan Visual.....	76
2. Tantangan untuk Menggiring Khalayak Mengerti Kampanye yang diusung Selamat Pagi.....	77
3. Pengaruh Aspek Sosial didalam Organisasi Membentuk Sistem Kerja yang Unik.....	78
4. Peta Alur Produksi Poster Selamat Pagi.....	80
5. Analisa Proses Produksi Poster.....	82

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	93