



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, A. (2011). *Media Pembelajaran* (15th ed.). Jakarta: Rajawali Pers.
- Dabner, D., Stewart, S., & Zempol, E. (2014). *Graphic Design School: The Principal and Practice of Graphic Design* (5th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- DeLong, M., & Martinson, B. (2013). *Color and Design*. London: Berg Publishers.
- DiZazzo, R. (2013). *Corporate Media Production*. United Kingdom: Focal Press.
- Gardner, I. (2015). *Achieving Successful Construction Projects: A Guide for Industry Leaders and Programme Managers*. Oxon: Routledge.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Honthaner, E. L. (2010). *The Complete Film Production Handbook*. United Kingdom: Focal Press.
- Hurbis, M. (2007). *Voice & Vision: A Creative Approach to Narrative Film and DV Production*. Burlington: Elsevier Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Marketing: An Introduction* (12th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism* (6th ed.). London: Pearson Education.
- McKelvey, K., & Munslow, J. (2008). *Fashion Forecasting*. United Kingdom: Wiley-Blackwell.

- Merrington, C. (2012). *Why Do Smart People Make Such Stupid Mistakes?.* St Albans: Ecademy Press.
- Millerson, G., & Owens, J. (2008). *Video Production Handbook* (4th ed.). Burlington: Focal Press.
- Morton, J. (2009). *A Guide to Color Symbolism.* New York: Color Voodoo Publication.
- Neher, K. (2014). *Visual Social Marketing for Dummies.* New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Rabiger, M., & Hurbis, M. (2013). *Directing: Film Techniques and Aesthetics* (5th ed.). Burlington: Focal Press.
- Roper, S., & Fill, C. (2012). *Corporate Reputation: Brand and Communication.* Essex: Pearson Education Limited.
- Rousseau, D. H., & Phillips, B. R. (2013). *Storyboarding Essentials: How to Translate Your Story to the Screen for Film, TV, and Other Media.* New York: Watson-Guptill Publications.
- Septio, D. (2010). "Perancangan Media Promosi Band Independent Mess Miscellaneous". *Laporan Tugas Akhir.* Desain Grafis, Universitas Komputer Indonesia.
- Shaw, A. (2016). *Design for Motion Fundamentals and Techniques of Motion Design.* New York: Focal Press.
- Sherin, A. (2011). *Design Elements: Color Fundamentals.* Beverly: Rockport Publishers.

Sweetow, S. (2017). *Corporate Video Production: Beyond the Board Room (And Out of the Bored Room)* (2nd ed.). New York: Routledge.

Torta, S., & Minuty, V. (2011). *Storyboarding: Turning Script to Motion*. Dulles: Mercury Learning and Information.



LAMPIRAN A: KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI
PROGRAM STUDI FILM DAN TELEVISI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

NAMA : Widhi Satya Pariwara
NIM : 00000018602
DOSEN PEMBIMBING : Bas koro Adi
SEMESTER : 7 (Ganjil)
TAHUN AKADEMIK : 2014 (2017-2018)

NO	TANGGAL	KETERANGAN	TANDA TANGAN	
			MAHASISWA	PEMBIMBING TA/SKRIPSI
1	29/9 '17	- Memperlihatkan rough cut - Lebih menbunai target marketing pada skripsi. - Mempersiapkan rumusan batasan yang lebih signifikan		
2	05/09 '17	- Batasan masih kurang dalam - Mencari buku marketing ttg target marketing - Pematangan video		
3	19/04 '17	- Karya udah ok - Menjadi bahas mengarahkan aktor dan pemilihan - Membahas target audience keluarga - Revisi grafik informasi		
4	28/09 '17	- Beberapa teori masih general - KEJAR BAB 3 & BAB 4 - Mempersiapkan data cast untuk BAB 3 & 4		
5	06/10 '17	- Formatting - Tambah relasi keluarga - Teori direct bab 4 diperkuat - Dirutar - 1 sutradara		
6	31/10 '17	- Teori Bab 2 storyboard & Mood board dibawa ke Bab 4 - Teori shot visual & Endorsement - Go on Bab 3 & Bab 4		
7	04/11 '17	- Kelorin bab 4 - Tambah teori warna, branding & beauty shot - Product shot ok		
8	05/01 '18	- Finalisasi - Pengesekan format penulisan - client brief selipkan di lampiran		

NUSANTARA

LAMPIRAN B: *CLIENT BRIEF*

Client Brief

“Video Promosi Bakso Sehat Bakso Atom”

Visi & Misi:

- Visi Bakso Sehat Bakso Atom adalah menjadikan produk Bakso Sehat Bakso Atom menjadi makanan utama di Indonesia
- Misi Bakso Sehat Bakso Atom adalah Bakso Sehat Bakso Atom selalu memproduksi makanan yang sehat dan inovatif untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Motto:

“Sehat dimulai dari makanan yang sehat”

Konsep Restoran:

- Healthy:
Menjalankan bisnis dengan menghasilkan produk yang sehat. Karena sehat merupakan motto dari Bakso Sehat Bakso Atom.
- Delightful:
Membuktikan kepada pelanggan bahwa makanan sehat juga bisa memiliki rasa yang enak dan memiliki variasi yang dapat memuaskan pelanggan tersebut.

Target Audience:

Keluarga (semua umur)

Kompetitor:

Restoran yang juga menyajikan bakso sebagai menu utama seperti Bakso Lapangan Tembak Senayan, Bakso Afung dan restoran bakso lainnya.

Warna Produk:

