

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
GLOSARIUM	xiv
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	3
BAB II. PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI MASALAH MASALAH MAKHLUK BINATANG MITOLOGI NORDIK	4
II.1. Mitologi	4
II.1.1. Mitologi Sebagai Kepercayaan dan Cerita Rakyat	4
II.2. Masyarakat Nordik dan Binatang Mitologi	5
II.2.1. Masyarakat Nordik	5
II.2.2. Mitologi Nordik	8
II.2.3. Binatang Nordik	9
II.2.3.1 Fenrir	9

II.2.3.2 Hugin dan Munin	12
II.2.3.3 Jormungand	14
II.2.3.4 Ratatoskr	15
II.2.3.5 Nidhogg	17
II.2.3.6 Sleipnir	18
II.2.3.7 Heidrun	19
II.2.3.8 Skoll dan Hati Hrodvitnisson	20
II.2.3.9 Empat Anak Panah	21
II.2.3.10 Skinfaxi dan Hrimfaxi	22
II.3 Pengetahuan Umum Masyarakat Tentang Binatang Mitologi Nordik ..	22
II.3.1 Studi Literatur	22
II.3.2 Hasil dari Studi Literatur	23
II.3.3 Studi Naratif	26
II.4 Resume	42
II.5 Solusi Perancangan	43
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP	
DESAIN.....	45
III.1. Khalayak Sasaran	45
III.1.1. <i>Consumer Journey</i>	46
III.1.2. <i>Consumer Insight</i>	48
III.2. Strategi Perancangan	48
III.2.1. Tujuan Komunikasi	49
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	49
III.2.3. Mandatory	50
III.2.4. Materi Pesan	50
III.2.5. Gaya Bahasa	51
III.2.6. Strategi Kreatif	51
III.2.7. Strategi Media	58
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	61
III.3. Konsep Visual	62
III.3.1. Format Desain	62

III.3.2. Tata Letak	63
III.3.3. Tipografi	64
III.3.4. Ilustrasi	68
III.3.5. Warna	81
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	83
IV.1. Teknis Produksi Media Utama	83
IV.1.1. Pra Produksi	83
IV.2. Produksi	89
IV.3. Teknis Produksi Media Pendukung	97
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	105