

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Identifikasi Masalah	3
I.3 Rumusan Masalah	3
I.4 Batasan Masalah	3
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan	4
I.5.1 Tujuan Perancangan	4
I.5.2 Manfaat Perancangan	4
BAB II Epos Gilgamesh dan Opini Masyarakat	5
II.1 Sastra	5
II.1.2 Jenis Sastra	5
II.1.3 Sastra Lisan	5
II.1.4 Sastra Tertulis	8
II.1.5 Epos	8
II.2 Epos Gilgamesh	10
II.2.1 Tema, Latar dan Alur Epos Gilgamesh	11
II.2.2 Gilgamesh	13
II.2.3 Tablet Epos Gilgamesh	15
II.2.4 Nilai-Nilai Pada Epos Gilgamesh	21

II.3 Kuesioner	22
II.5 Resume	26
II.6 Solusi Perancangan	27
BAB III STRATEGI DAN PERANCANGAN DESAIN	28
III.1 Khalayak Sasaran	28
III.1.1 Demografis	28
III.1.2 Geografis	28
III.1.3 Psikografis	28
III.1.4 <i>Consumer Insight</i>	29
III.1.5 <i>Consumer Journey</i>	29
III.2 Strategi Perancangan	32
III.2.1 Tujuan Komunikasi	32
III.2.2 Pendekatan Komunikasi	32
III.2.3 <i>Mandatory</i>	34
III.2.4 Materi Pesan	35
III.2.5 Gaya Bahasa	35
III.2.6 Strategi Kreatif	36
III.2.7 Strategi Media	41
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	45
III.3 Konsep Visual	47
III.3.1 Konsep Desain	48
III.3.2 Tata Letak (<i>Layout</i>)	48
III.3.3 Tipografi	48
III.3.4 Ilustrasi	49
III.3.5 Warna	55
BAB IV MEDIA DAN TEKNIK PRODUKSI	57
IV.1 Teknik Produksi	57
IV.1.1 Pra Produksi	57
IV.1.2 Produksi	57
IV.1.3 Pasca Produksi	60
IV.2 Konsep Media dan Desain	60

IV.2.1 Media Utama.....	60
IV.2.2 Media Pendukung	67
IV.2.3 Media <i>Merchandise</i>	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
V.1 Kesimpulan	78
V.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	81
RIWAYAT HIDUP.....	111