

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Identifikasi Masalah	4
I.3 Rumusan Masalah	4
I.4 Batasan Masalah	4
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan	4
I.5.1 Tujuan Perancangan	5
I.5.2 Manfaat Perancangan	5
BAB II. GUNDALA, SRI ASIH, SI BUTA DARI GUA HANTU, DAN MANDALA	6
II.1 Bumilangit	6
II.2 Jagat Bumilangit	7
II.2.1 Jagat Komik	7
II.2.1.1 Jagat Komik Pusaka	7
II.2.1.1.1 Zaman Patriot	8
II.2.1.1.2 Zaman Jawara	9
II.2.1.2 Jagat Komik Revolusi	10
II.2.1.2.1 Era Legenda	11
II.2.1.2.2 Era Jawara	12

II.2.1.2.3 Era Patriot.....	13
II.2.1.2.4 Era Revolusi	14
II.2.2 Jagat Sinema.....	14
II.2.3 Jagat Serial.....	15
II.2.4 Semesta <i>Superhero</i> atau Jagat Patriot	16
II.2.4.1 Gundala.....	16
II.2.4.2 Sri Asih.....	19
II.2.5 Semesta Pendekar atau Jagat Jawara.....	20
II.2.5.1 Si Buta dari Gua Hantu.....	20
II.2.5.2 Mandala	22
II.3 Analisis	24
II.3.1 Studi Literatur.....	24
II.3.2 Hasil Kuesioner	35
II.4 Resume	40
II.5 Solusi Perancangan.....	41
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	42
III.1 Khalayak Sasaran	42
III.1.1 Demografis.....	42
III.1.2 Geografis	42
III.1.3 Psikografis.....	42
III.1.4 <i>Consumer Insight</i>	43
III.1.5 <i>Consumer Journey</i>	43
III.2 Strategi Perancangan.....	45
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	45
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	45
III.2.2.1 Pendekatan Visual.....	45
III.2.2.2 Pendekatan Verbal	46
III.2.3 <i>Mandatory</i>	46
III.2.4 Materi Pesan.....	47
III.2.5 Gaya Bahasa.....	47
III.2.6 Strategi Kreatif	47

III.2.7 Strategi Media	48
III.2.7.1 Media Utama	48
III.2.7.2 Media Pendukung.....	49
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	51
III.3 Konsep Visual	53
III.3.1 Format Desain	53
III.3.2 Tata Letak (<i>Layout</i>).....	53
III.3.3 Tipografi.....	54
III.3.4 Ilustrasi	57
III.3.5 Warna	63
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	69
IV.1 Teknis Produksi	69
IV.1.1 Proses Produksi.....	70
IV.2 Konsep Media dan Desain	74
IV.2.1 Media Utama.....	75
IV.2.2 Media Pendukung Utama.....	86
IV.2.3 Media Pendukung <i>Merchandise</i>	89
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
V.1 Kesimpulan	99
V.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	103