

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Identifikasi Masalah	4
I.3. Rumusan Masalah	4
I.4. Batasan Masalah	5
I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan	5
I.5.1. Tujuan Perancangan	5
I.5.2. Manfaat Perancangan	6
BAB II. PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI MASALAH	
GEGAR BUDAYA PADA MAHASISWA RANTAU	7
II.1. Landasan Teori	7
II.1.1. Perguruan Tinggi	7
II.1.2. Mahasiswa Rantau	8
II.1.3. Gegar Budaya	9
II.1.4. Fase Gegar Budaya	10
II.1.4.1. Fase <i>Honeymoon</i>	11
II.1.4.2. Fase Krisis atau Penolakan	12
II.1.4.3. Fase Penyesuaian	13
II.1.4.4. Fase Pemulihan atau Adaptasi Sepenuhnya	14

II.1.4.5. Fase Pengulangan Kembali	15
II.1.5. Faktor Pengaruh Gegar Budaya	16
II.1.5.1. Faktor Luar	16
II.1.5.2. Faktor Dalam	18
II.2. Objek Penelitian	19
II.2.1. Gegar Budaya pada Mahasiswa Rantau	19
II.3. Analisis Permasalahan	21
II.3.1. Hasil Kuesioner	21
II.4. Resume	27
II.5. Solusi Perancangan	28
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	29
III.1. Khalayak Sasaran	29
III.1.1. Demografis	29
III.1.2. Geografis	30
III.1.3. Psikografis	30
III.1.4. <i>Consumer Journey</i>	30
III.1.5. <i>Consumer Insight</i>	32
III.2. Strategi Perancangan	33
III.2.1. Tujuan Komunikasi	33
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	33
III.2.2.1. Pendekatan Visual	34
III.2.2.2. Pendekatan Verbal	34
III.2.3. <i>Mandatory</i>	35
III.2.4. Materi Pesan	36
III.2.5. Gaya Bahasa	36
III.2.6. Strategi Kreatif	36
III.2.6.1. <i>Copywriting</i>	37
III.2.6.2. Genre Cerita	37
III.2.6.3. Alur Cerita	37
III.2.6.4. <i>Premis</i> dan <i>Logline</i>	37
III.2.6.5. Sinopsis	38

III.2.6.6. <i>Storyline</i>	39
III.2.6.7. <i>Storyboard</i>	41
III.2.6.8. Visualisasi	44
III.2.7. Strategi Media	46
III.2.7.1. Media Utama	46
III.2.7.2. Media Pendukung	47
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	51
III.3. Konsep Visual	55
III.3.1. Format Desain	55
III.3.2. Tata Letak	55
III.3.3. Tipografi	58
III.3.4. Ilustrasi	60
III.3.4.1. Studi Karakter	61
III.3.4.2. Studi Latar	67
III.3.4.3. Studi Properti	69
III.3.4.4. Studi Panel	69
III.3.5. Warna	72
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	73
IV.1. Teknis Produksi	73
IV.1.1. Pra Produksi	73
IV.1.2. Produksi	74
IV.1.2.1. Produksi Media Utama	74
IV.1.2.2. Produksi Media Pendukung	79
IV.1.3. Pasca Produksi	87
IV.2. Media Utama	87
IV.3. Media Pendukung	108
IV.3.1. Media Promosi	108
IV.3.2. Media Peningat atau <i>Merchandise</i>	110
IV.3.3. Konten Media Sosial	117

BAB V. KESIMPULAN	120
V.1. Kesimpulan	120
V.1. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	127
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	144
KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR PERANCANGAN	145
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	146