DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL xi

BAB I. PENDAHULUAN 1
I.1 Latar Belakang Permasalahan 1
I.2 Identifikasi Masalah 3
I.3 Rumusan Masalah 3
I.4 Batasan Masalah 3
I.5 Tujuan dan Manfaat 4

BAB II. ALAT EKSEKUSI MATI PADA ABAD PERTENGAHAN 5
II.1 Landasan Teori 5
II.1.1 Abad Pertengahan 5
II.1.1.1 Abad Pertengahan Awal 5
II.1.1.2 Abad Pertengahan Tinggi 5
II.1.1.3 Abad Pertengahan Akhir 7
II.1.2 Eksekusi Mati pada Abad Pertengahan 8
II.2 Objek Penelitian 8
II.2.1 Alat Eksekusi Mati pada Abad Pertengahan 8
II.2.1.1 Hanged, Drawn and Quartered 8
II.2.1.2 Quartered by Horses 10
II.2.1.3 Impalement 12
II.2.1.4 Crushing by Animal 13
II.2.1.5 Disembowlment 15

II.2.1.6 Garrote 17
II.2.1.7 Iron Maiden 18
II.2.1.8 Guillotine 20
II.3 Analisa 22
II.3.1 Material pada Alat Eksekusi Mati Abad Pertengahan 22
II.3.2 Dampak Psikologi Hukuman Mati 23
II.3.3 Penerapan Eksekusi Mati Sebagai Penegakan Hukum 23
II.3.3.1 Hukum pada Abad Pertengahan 24
II.3.3.2 Manfaat Penegakan Hukum 25
II.3.3.3 Eksekusi Mati Abad Pertengahan 25
II.3.4 Analisis SWOT 27
II.3.4.1 Strength 27
II.3.4.2 Weakness 27
II.3.4.3 Opportunity 27
II.3.4.4 Threads 27
II.4 Kondisi Khalayak Saat Ini 28
II.4.1 Perubahan Pandangan Terkait Eksekusi Mati 28
II.4.2 Pro dan Kontra Hukuman Eksekusi Mati 28
II.5 Resume yang Mengarah pada Solusi Perancangan 29

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 30
III.1 Strategi Perancangan 30
III.1.1 Tujuan Komunikasi 30
III.1.2 Target Audiens 31
III.1.2.1 Demografis 31
III.1.2.2 Geografis 31
III.1.2.3 Psikografis 31
III.1.3 Pendekatan Komunikasi 32
III.1.3.1 Pendekatan Visual 32
III.1.3.2 Pendekatan Verbal 33
III.1.4 Materi Pesan 33
III.1.5 Gaya Bahasa 33

III.1.6 Khalayak Sasaran Perancangan 34
III.1.6.1 Consumer Insight 34
III.1.6.2 Consumer Journey 35
III.1.6.3 Indikator Konsumen 35
III.1.7 Strategi Kreatif 36
III.1.8 Strategi Media 37
III.1.8.1 Media Utama 38
III.1.8.2 Navigasi Media Utama 40
III.1.8.3 Media Pendukung 40
III.1.9 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media 43
III.1.10. Mandatory 43
III.2 Konsep Visual 44
III.2.1 Format Desain 44
III.2.2 Tata Letak 44
III.2.3 Tipografi (Huruf) 45
III.2.4 Ilustrasi 46
III.2.5 Warna 48

BAB IV. TEKNIS PRODUKSI MEDIA 50
IV.1 Teknis Produksi 50
IV.1.1 Media Utama 50
IV.1.2 Media Pendukung 51

DAFTAR PUSTAKA 57
LAMPIRAN 60