DAFTAR ISI

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

BAB I : PENDAHULUAN 1
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 5
I.3 Rumusan Masalah 5
I.4 Batasan Masalah 5
I.5 Tujuan Perancangan 6

BAB II : TOKOH GARUDA DALAM KEBUDAYAAN FOLKLOR SEBAGAI PENDIDIKAN KARAKTER 7
II.1 Pengertian Tokoh 7
II.1.1 Penokohan 8
II.2 Garuda 9
II.2.1 Nilai-Nilai Moral Tokoh Garuda 11
II.3 Definisi Kebudayaan 12
II.3.1 Tiga Wujud Kebudayaan 13
II.3.2 Sistem Nilai Budaya 14
II.4 Pengertian Folklor 14
II.4.1 Fungsi dan Jenis Folklor 15
II.5 Cerita Rakyat 16

II.6 Pendidikan Karakter 17
II.7 Remaja 18
II.8 Pengetahuan Masyarakat Terhadap Wujud Garuda 20
II.9 Target *Audiance* 25
II.10 Media Informasi 26
II.11 Buku Cerita Bergambar 26

BAB III : STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL 28
III.1 Strategi Perancangan 28
III.1.1 Tujuan Komunikasi 28
III.1.2 Pendekatan Komunikasi 29
III.1.2.1 Pendekatan Visual 29
III.1.2.2 Pendekatan Verbal 29
III.1.3 Materi Pesan 29
III.1.4 Gaya Bahasa 30
III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan 30
III.1.5.1 *Consumer Insight* 30
III.1.5.2 *Consumer Journey* 31
III.1.6 Strategi Kreatif 32
III.1.7 Strategi Media 32
III.1.7.1 Media Utama 32
III.1.7.2 Media Pendukung 33
III.1.8 Strategi Distribusi 35
III.2 Konsep Visual 37
III.2.1 Format Desain 38
III.2.2 Tata Letak 39
III.2.3 Huruf 40
III.2.4 Ilustrasi 41
III.2.4.1 Studi Karakter 42
III.2.4.2 *Setting* 50

III.2.4.3 Cerita 51
III.2.4.4 Sinopsis Cerita 51
III.2.4.5 Penjelasan Tiap Gambar Pada Halaman Buku 52
III.2.5 Warna 67

BAB IV : TEKNIS PRODUKSI DAN APLIKASI MEDIA 69
IV.1 Teknis Produksi Media 69
IV.2 Media Utama 72
IV.2.1 Sampul 72
IV.2.2 Isi Buku 73
IV.2.3 Media Pendukung Gimmick dan *Merchandise* 74
IV.2.4 Media Promosi 79

DAFTAR PUSTAKA 83
LAMPIRAN 85