DAFTAR ISI

ABSTRAK.....i

ABSTRACT.....ii

KATA PENGANTAR.....iii

DAFTAR ISI.....v

DAFTAR TABEL.....viii

DAFTAR GAMBAR.....ix

DAFTAR LAMPIRAN.....x

BAB 1 PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang Penelitian.....1

1.2 Rumusan Masalah.....5

1.3 Tujuan Penelitian.....5

1.4 Manfaat Penelitian.....5

1.5 Batasan Masalah.....6

1.6 Sistematika Penulisan 6

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....8

2.1 Ekonomi Kreatif.....8

2.1.1 Industri Kreatif.....10

2.1.2 *Intellectual Property*.....13

2.2 *Transmedia*.....15

2.2.1 *Transmedia Intertextuallity*.....16

2.2.2 *Transmedia Storytelling*.....17

2.2.3 *Transmedia Branding*.....21

2.3 *Kansei Engineering* (KE).....23

2.4 *Analytical Hierarchy Process (AHP)*.....27
2.5 Penelitian Terkait.....31
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN..... 34
3.1 Objek Penelitian.....34
3.1.1 Kelompok IP-1.....35
3.1.2 Kelompok IP-2.....39
3.1.3 Kelompok IP-3.....41
3.2 Tahap Penelitian.....42
3.2.1 Tahap Pengumpulan Data dan Survey.....43
3.2.2 Tahap Analisis Statistik..... 43
3.2.3 Tahap Perumusan Kriteria..... 44
3.2.4 Tahap Perancangan Model Pendukung Keputusan.....44
3.2.5 Tahap Pengujian Model Pendukung Keputusan.....44
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....45
4.1 Analisis Kelompok IP-1.....45
4.1.1 The Adventure of Wanara (TAOW).....45
4.1.2 Vandaria.....48
4.1.3 Pipoya..... 50
4.1.4 Harry Potter..... 52
4.1.5 Star Wars..... 54
4.2 Analisis Kelompok IP-2..... 55
4.2.1 Analisis Target Audiens Potensial 56
4.2.2 Analisis Genre Populer.....57
4.3 Analisis Kelompok IP-3.....58
4.3.1 Hasil Analisis Faktor *Kansei* Dalam Cerita.....59

4.3.2 Hasil Analisis Faktor *Kansei* Dalam Karakter..... 64
4.4 Analisis Faktor *Transmedia Storytelling*..... 69
4.5 Perancangan Model Pendukung Keputusan..... 70
4.5.1 Kriteria Bisnis..... 71
4.5.2 Kriteria Teknis..... 73
4.5.3 Kriteria Emosi..... 75
4.6 Pengujian..... 77
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN..... 83
5.1 Kesimpulan..... 83
5.2 Saran..... 83
DAFTAR PUSTAKA..... 85

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Komik *Best Seller* Versi Elex Media 2008.....40

Tabel 3.2 Daftar Komik *Best Seller* Versi Elex Media 2011.....40

Tabel 3.3 Daftar Komik *Best Seller* Versi Elex Media 2014.....41

Tabel 3.4 Daftar Spesimen Analisis KE..... 42

Tabel 4.1 Daftar *Kansei Word*..... 58

Tabel 4.2 Hasil Rekapitulasi Faktor *Kansei* (Cerita)..... 60

Tabel 4.3 Hasil Analisis Korelasi Spesimen (Cerita)..... 61

Tabel 4.4 Hasil Analisis Korelasi *Kansei* Word (Cerita).....62

Tabel 4.5 Hasil Rekapitulasi Faktor *Kansei* (Karakter).....65

Tabel 4.6 Hasil Analisis Korelasi Spesimen (Karakter)..... 66

Tabel 4.7 Hasil Analisis Korelasi *Kansei* Word (Karakter)..... 67

Tabel 4.8 Matriks Komparasi Kriteria Bisnis..... 72

Tabel 4.9 Perincian Bobot Kriteria Bisnis..... 73

Tabel 4.10 Matriks Komparasi Kriteria Bisnis.....74

Tabel 4.11 Perincian Kriteria Teknis..... 75

Tabel 4.12 Matriks Komparasi Kriteria Emosi.....75

Tabel 4.13 Perincian Kriteria Emosi.....76

Tabel 4.14 Skenario Pengujian Model Pendukung Keputusan.....77

Tabel 4.15 Tabel Hasil Pengujian Skenario 1.....78

Tabel 4.16 Tabel Hasil Pengujian Skenario 2.....79

Tabel 4.17 Tabel Hasil Pengujian Skenario 3.....80

Tabel 4.18 Tabel Hasil Pengujian Skenario 4.....81

Tabel 4.19 Tabel Hasil Pengujian Skenario 5.....82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Evolusi Struktur Ekonomi..... 8

Gambar 2.2 Perkembangan Era Pemikiran Dalam Berbagai Struktur Perekonomian..... 10

Gambar 2.3 Ilustrasi Konsep *Transmedia*..... 15

Gambar 2.4 IP Teenage Mutant Ninja Turtles.....17

Gambar 2.5 Tradisional *Media Franchise & Transmedia Franchise*.....18

Gambar 2.6 IP The Matrix.....21

Gambar 2.7 IP Kony 2012..... 23

Gambar 2.8 Diagram Proses KE.....23

Gambar 2.9 Gerbang *Kansei*.....24

Gambar 2.10 Framework Prinsip KE..... 25

Gambar 2.11 Contoh Model Pendukung Keputusan..... 28

Gambar 2.12 Tampilan *Software* PriEsT.....32

Gambar 3.1 IP The Adventure of Wanara (Mechanimotion)..... 35

Gambar 3.2 IP Vandaria (Artoncode).....36

Gambar 3.3 IP Pipoya (Jotter Production).....37

Gambar 3.4 IP Harry Potter (Warner Bros).....38

Gambar 3.5 IP Star Wars (Lucas Art/Disney)..... 39

Gambar 3.6 Tahap-Tahap Penelitian..... 43

Gambar 4.1 Skema Pengembangan The Adventure of Wanara..... 46

Gambar 4.3 Skema Pengembangan Vandaria 48

Gambar 4.4 Analisis SWOT Vandaria 49

Gambar 4.5 Skema Pengembangan Pipoya..... 50

Gambar 4.6 Analisis SWOT Pipoya..... 51

Gambar 4.7 Skema Pengembangan Harry Potter..... 52

Gambar 4.8 Analisis SWOT Harry Potter..... 53

Gambar 4.9 Skema Pengembangan Star Wars..... 54

Gambar 4.10 Analisis SWOT Star Wars..... 55

Gambar 4.11 Peringkat Penjualan Buku Tahun 2013 Versi Tb. Gramedia...56

Gambar 4.12 Sebaran Genre Komik Dari Tahun 2008 – 2014..... 57

Gambar 4.13 Potensi Genre Komik.....58

Gambar 4.14 Grafik Analisis Korelasi Spesimen (Cerita)..... 62

Gambar 4.15 Grafik Analisis Korelasi *Kansei* Word (Cerita).....63

Gambar 4.16 Potensi Faktor Emosi Pada Cerita..... 64

Gambar 4.17 Grafik Analisis Korelasi Spesimen (Karakter)..... 67

Gambar 4.18 Grafik Analisis Korelasi *Kansei* Word (Karakter).....68

Gambar 4.19 Potensi Faktor Emosi Pada Karakter..... 69

Gambar 4.20 Potensi Faktor *Transmedia Storytelling*.....70

Gambar 4.21 Perancangan Model Pendukung Keputusan IP Berbasis *Transmedia Storytelling*.....71

Gambar 4.22 Implementasi Kriteria Bisnis Pada Model Pendukung Keputusan Menggunakan *Software* PriEsT..... 73

Gambar 4.23 Implementasi Kriteria Teknis Pada Model Pendukung Keputusan Menggunakan *Software* PriEsT..... 75

Gambar 4.24 Implementasi Kriteria Emosi Pada Model Pendukung Keputusan Menggunakan *Software* PriEsT..... 76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Komik Best Seller Versi Elex Media.....86

Lampiran 2 Pertanyaan Survey *Kansei* Engineering..... .89

Lampiran 3 Tabel Eigen Vector Model Keputusan.....95

Lampiran 4 Implementasi Model Pendukung Keputusan.....95