

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	<i>iii</i>
KATA PENGANTAR	<i>iv</i>
ABSTRAK	<i>v</i>
ABSTRACT	<i>vi</i>
DAFTAR ISI	<i>vii</i>
DAFTAR TABEL	<i>x</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>xi</i>
BAB I PENDAHULUAN	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Metode Pengumpulan dan Analisis Data	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.5.2 Metode Analisis Data.....	6
1.6 Kerangka Penelitian	7
1.7 Pembabakan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Teori Substantif.....	9

2.1.1	<i>Transmedia Storytelling</i>	9
2.1.2	<i>Intellectual Property (IP)</i>	13
2.1.3	Komik.....	14
2.1.4	Desain Komunikasi visual.....	20
2.1.5	<i>Brand Archetype</i>	25
2.2	Teori Analisis	28
2.2.1	PLC (<i>Product Life Cycle</i>).....	28
2.2.2	SWOT (<i>Strenght, Weakness, Opportunity, Threat</i>)	30
2.2.3	Metode Penelitian.....	31
2.3	Kerangka Teori.....	32
2.4	Asumsi	32
BAB III DATA DAN ANALISIS.....		33
3.1	Data	33
3.1.1	Data Pemberi Projek	33
3.1.2	Data Objek Penelitian	34
3.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	37
3.1.4	Data Khalayak Sasaran	38
3.1.5	Data Observasi	39
3.1.6	Data Hasil Wawancara.....	72
3.1.7	Data Hasil Kuesioner	75
3.1.8	Data Produk Sejenis	80
3.2	Analisis Data	86
3.2.1	Analisis Produk Sejenis	86
3.2.2	Analisis <i>Product Life Cycle</i>	88
3.2.3	Analisis Matriks SWOT	89
3.3	Kesimpulan Analisis Data.....	91
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN.....		93
4.1	Konsep Perancangan	93

4.1.2	Konsep Pesan <i>Big Idea</i> (<i>What to Say</i>)	93
4.1.3	Konsep Kreatif (<i>How to Say</i>)	93
4.2	Konsep Media	94
4.2.1	Media utama	94
4.2.2	Media Pendukung	94
4.3	Konsep Visual	95
4.3.1	Pengayaan dan Ilustrasi	95
4.3.2	Tipografi	96
4.3.3	Warna	97
4.3.4	Layout	98
4.2	Hasil Perancangan	99
4.2.1	Desain Karakter	99
4.2.2	Perancangan Cerita	107
4.2.3	Perancangan Sampul Komik	120
4.2.4	Perancangan Komik	124
4.2.5	Hasil Perancangan Media Pendukung	141
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		145
5.1	Kesimpulan	145
5.2	Saran	146
DAFTAR PUSTAKA		147
LAMPIRAN		152