

JURNAL TUGAS AKHIR
PERANCANGAN *PITCH BIBLE* "SEKAR MEKAR"



PERANCANGAN

Ado Hariawan

NIM 1710246124

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2022

JURNAL TUGAS AKHIR
PERANCANGAN *PITCH BIBLE* "SEKAR MEKAR"

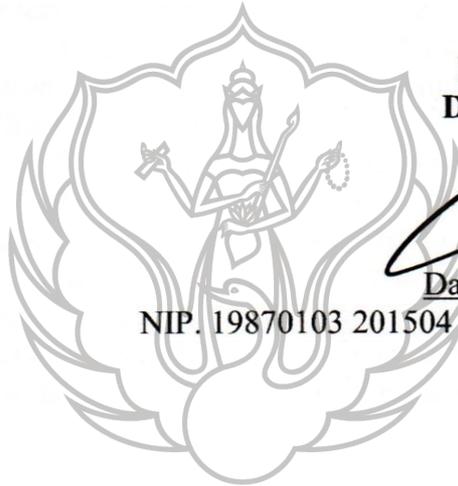


Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Desain Komunikasi Visual

2022

Jurnal Tugas Akhir yang Berjudul:

PERANCANGAN *PITCH BIBLE* "SEKAR MEKAR" diajukan oleh Ado Hariawan, NIM 1710246124, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada tanggal 12 Januari 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.



**Ketua Program Studi S-1
Desain Komunikasi Visual**

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Daru', is written over the printed name.

Daru Tunggul Aji, S.S., M.A.

NIP. 19870103 201504 1 002 / NIDN 0003018706

ABSTRAK

PERANCANGAN *PITCH BIBLE* "SEKAR MEKAR"

Ado Hariawan
NIM : 1710246124

“Sekar Mekar” merupakan IP yang bermula dari sebuah komik bisu berjudul “*Blooming Flower*” yang memenangkan *Grand Prix Runner Up Award* di ajang *Silent Manga Audition* 14. Cerita komik tersebut berlatar belakang *folklore* Indonesia, mengadaptasi budaya Bali dan Jawa. Karakter yang ditonjolkan dalam cerita merupakan sesosok Barong yang menjadi salah satu representasi dari mitologi Indonesia. Oleh karena itu, IP “Sekar Mekar” berpotensi untuk diolah lebih serta diikutkan ke forum *pitching* untuk bisa dilanjutkan menjadi film animasi yang bisa dinikmati masyarakat luas, khususnya Indonesia. IP yang diperkenalkan tersebut akan dipresentasikan melalui suatu alat berupa kumpulan informasi mengenai IP yang akan diperkenalkan, yang disebut juga dengan *pitch bible*. *Pitch bible* tersebut akan menjadi pemberi informasi yang menarik, jelas, dan komprehensif mengenai IP “Sekar Mekar”. Dengan demikian, perancangan ini dibuat untuk membuat *pitch bible* yang mampu menarik calon *buyers* dan kolaborator, sehingga perencanaan IP “Sekar Mekar” dapat direalisasikan dengan lebih mudah.

Perancangan *Pitch Bible* “Sekar Mekar” ini akan menggunakan 6 prinsip dasar desain untuk pengaplikasiannya dalam *layout* presentasi maupun bukunya. Elemen utama yang menjadi referensi visual adalah bunga, seperti halnya nama IP yang menggunakan kata “Sekar”. Untuk kontennya, berisikan mengenai *concept art* dan *roadmap* atau perencanaan IP kedepannya. Diharapkan dengan adanya perancangan ini, pembaca mendapatkan pengetahuan mengenai *pitch bible* maupun inspirasi untuk turut serta dalam pengembangan IP Indonesia.

Kata kunci: *pitch bible*, *intellectual property*, animasi

ABSTRACT

THE DESIGN OF "SEKAR MEKAR PITCH BIBLE

Ado Hariawan
NIM : 1710246124

“Sekar Mekar” is an IP originated from a silent comic called “Blooming Flower”. The comic has won Grand Prix Runner Up Award at the Silent Manga Audition 14 event. The story set is inspired by Indonesian folklore, adapting Balinese and Javanese culture. The character featured in the story is a creature called Barong, one of the representations of Indonesian myth. IP “Sekar Mekar” is planned to be developed into an animated film that could be enjoyed by the world, especially children. Before it can be turned into a full-length animated film, of course, a teaser is needed to be the reference that could be seen by potential buyers and collaborators who interested in giving a hand on developing it. Thus this animated teaser becomes a complementary media for the IP pitch bible of "Sekar Mekar", therefore the offer for funding, production, and distribution of the animated film "Sekar Mekar" will be more trustworthy.

The design of “Sekar Mekar” Pitch Bible will use 6 basic design principles for both the presentation and book layouts. The main element that becomes a visual reference is flower, the same as the IP names that use word “Sekar”. For its content, it’s including concept art and IP roadmap or the future IP planning. It is hoped that with this design, readers will gain knowledge about the pitch bible as well as getting inspiration to participate in Indonesian IP development.

Keywords: pitch bible, intellectual property, animation

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri film animasi global sedang berkembang cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dari semakin seriusnya negara-negara maju dalam menjadikan film animasi sebagai bagian dari kekuatan perekonomian kreatif yang kuat. Negara-negara seperti Amerika, Jepang, Kanada dan, Korea Selatan telah memiliki tujuan dan pemetaan masing-masing yang jelas dalam mengembangkan bisnis animasi mereka di skala pasar global.

Indonesia sendiri sedang mengusahakan industri animasinya untuk menuju ke sana. Tantangan Indonesia dititikberatkan ke dalam dua hal, yaitu bagaimana mendapatkan banyak sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas serta bagaimana memasarkan produk animasi Indonesia ke pasar global. Kualitas dan kuantitas SDM berkaitan dengan pengembangan dunia pendidikan beserta cara dalam menarik pelaku animasi untuk mau bekerja di studio-studio animasi lokal, sedangkan pemasaran produk animasi Indonesia ke pasar global berkaitan erat dengan pengolahan *intellectual property* (IP) baik dari segi produksi maupun bisnisnya.

Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa IP adalah salah satu unsur terpenting dari pengembangan industri animasi. Namun permasalahan yang terjadi adalah, untuk membawa film animasi berbasis IP lokal ke pasar global hampir tidak bisa dilakukan secara mandiri oleh komunitas-komunitas maupun studio-studio animasi, karena industri animasi adalah industri yang sangat besar. Untuk mendapat posisi di pasar internasional, produk film animasi yang ditawarkan harus memiliki kualitas yang maksimal, yang tentunya dibutuhkan modal yang tidak kecil. Maka diperlukanlah kerjasama dengan pihak ketiga, yaitu *buyers* dan *developer* yang mampu memastikan proses produksi film animasi berjalan lancar.

Salah satu cara untuk mendapatkan kerjasama tersebut adalah melalui forum *pitching* animasi. Di forum tersebut, IP dipresentasikan secara tatap muka langsung melalui suatu alat pengenalan IP yang disebut juga dengan *pitch bible*. Melalui *pitch bible*, calon *buyers* dan *developer* akan lebih mudah untuk mengetahui konsep dan *style* film animasi yang akan dibuat. Tidak hanya itu, isi dari *pitch bible* juga memuat perencanaan potensi pengembangan IP dari segi keuangan ke dalam bentuk produk lain, seperti *merchandise*, mainan, *games*, dan lain sebagainya. Ide yang sekiranya berpotensi akan memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan kerjasama (Milic, McConville, 2006: 16-17). Berbagai film animasi telah berhasil diproduksi berkat lewat forum *pitching*, sebagai contohnya film animasi “*Aventure Time*” di *chanel Cartoon Network* dan “*Stranger Things*” di *chanel Netflix*.

Berdasarkan wawancara kepada Direktur Pemasaran Ekonomi Kreatif Kemenparekraf, para pelaku kekayaan intelektual di Indonesia harus diajak aktif mengikuti pameran di luar negeri agar mampu memasarkan karya di dunia internasional. Ujungnya, negara akan diuntungkan karena itu menghasilkan devisa. Saat ini Kemenparekraf berencana mengikutsertakan lagi para kreator lokal ke kegiatan serupa di Shanghai, Cina dan Las Vegas, Amerika Serikat.

Maka berdasarkan permasalahan tersebut, “Sekar Mekar” bisa menjadi salah satu IP yang patut dipertimbangkan untuk dikembangkan serta diikutkan ke forum *pitching* internasional. “Sekar Mekar” berawal dari judul komik bisu

yaitu “*Blooming Flower*” yang memenangkan *Grand Prix Runner Up Award* di ajang *Silent Manga Audition 14* tahun 2020. Cerita komik yang diangkat berlatar belakang mitologi Indonesia. Cerita mengadaptasi budaya Bali dan Jawa, dengan karakter yang ditonjolkan adalah sesosok Barong. Dikarenakan ide cerita belum cukup umum dibawakan dalam film animasi, IP ini semestinya memiliki potensi untuk diikuti ke dalam forum *pitching*.

Untuk dapat mewujudkan hal itu, perlulah diciptakan *pitch bible* dari IP “Sekar Mekar”, sehingga IP bisa diikuti dalam forum *pitching* internasional dan bisa memiliki keberlanjutan untuk diteruskan ke dalam proses pembuatan film animasi yang bisa dinikmati masyarakat dunia.

“Sekar Mekar” yang berawal hanya dari komik dengan segmentasi audiens yang khusus diharapkan dapat meraih audiens yang lebih luas melalui perwujudannya dalam bentuk film animasi.

2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *Pitch Bible* “Sekar Mekar” yang efektif dalam menarik *buyers* dan kolaborator dalam forum *pitching*?

3. Metode Perancangan

a. Data yang dibutuhkan:

- 1) Primer: Data visual dan konsep kreatif dari komik “*Blooming Flower*” serta target *buyer* dan target *persona* IP.
- 2) Sekunder: Referensi *pitch bible*, *concept art*, *layout*, dan media *franchise*.

b. Metode Pengumpulan Data

- 1) Primer: Studi pustaka dan wawancara target *buyers* acara forum *pitching* dan wawancara target audiens produk IP
- 2) Sekunder: Studi visual dari *pitch bible* dan film-film animasi layar lebar.

c. Instrumen Pengumpulan Data

- 1) Studi pustaka dilakukan melalui pencatatan poin-poin.
- 2) Wawancara, dilakukan melalui pedoman wawancara dan kuisisioner.
- 3) Studi visual, dikumpulkan ke dalam bentuk tabel.

4. Landasan Teori

a. *Intellectual Property* (IP) Film Animasi

Intellectual Property atau biasa disebut IP (kekayaan intelektual) adalah sebuah karya ciptaan pikiran, penemuan, karya sastra dan seni, simbol, nama dan gambar yang digunakan dalam perdagangan. (Santoso, 2018).

b. *Pitch Bible*

Pitch Bible dalam konteks industri kreatif ini *Pitch Bible* dikenal sebagai *show bible* yang merupakan dokumen referensi yang digunakan oleh penulis skenario untuk informasi tentang karakter, latar, bahkan sampai segi keuangan dan elemen lain dari proyek televisi atau film. Fungsi dari *pitch bible* ini adalah sebagai alat mempresentasikan ide IP kepada para potensial *developer* dan *buyer*. Potensial *buyer* ini bisa termasuk studio produksi yang akan mengembangkan proyeknya hingga sampai dilakukan *pitching* kembali dari produser kepada para investor dan distributor di acara forum *pitching* animasi, seperti forum *Asia Animation Summit*, *Cartoon*

Movie, untuk luar negeri dan juga Akatara Indonesian Film *Financing Forum*, Katapel *Creative IP Bootcamp* untuk forum lokal.

c. Logo Desain

Logo adalah elemen grafis berbentuk ideogram, simbol, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah brand. (Oscario, 2013). Logo juga merupakan suatu identitas visual dari suatu objek yang memiliki ciri-ciri khusus, seperti bentuk, warna, dan filosofinya.

d. Genre Film dan Target Usia

Animasi bukanlah sebuah genre tetapi merupakan sebuah teknik penyampaian film. Sedangkan genre adalah jenis atau tipe tema dari suatu objek ciptaan. Dalam ranah perfilman sendiri terdapat berbagai klasifikasi kategori genre, seperti diuraikan oleh Djadu Ramadan (2018: 17-19) sebagai berikut:

- 1) *Action*
- 2) Drama
- 3) Komedi
- 4) Tragedi.
- 5) Horor
- 6) Drama *Action*.
- 7) Komedi Tragis
- 8) Komedi Horor
- 9) Parodi

Menurut Milic dan McConville (2006: 15) ada klasifikasi kelompok umur penonton secara umum sebagai berikut:

- 1) *Pre-school* umur 2 sampai 4 tahun
- 2) *Young school* umur 5 sampai 8 tahun
- 3) *School* umur 9 sampai 12 tahun
- 4) *Teen* umur 13 sampai 16 tahun
- 5) *Adult* umur 16 tahun keatas

e. Format dan Durasi film

Menurut Milic dan McConville (2006: 15-16) setelah konsep IP telah ditentukan langkah selanjutnya adalah menentukan format film yang akan digunakan. Setiap konsep IP mungkin akan memiliki format yang berbeda-beda seperti series televisi atau sinema bioskop dan ini menjadi tugas dari seorang produser untuk mengidentifikasi format manakah yang berpotensi berhasil untuk produk IPnya.

Berdasarkan buku "*Full Length Animated Film*" Bruno Edera (1997: 11) mengelompokan jenis film animasi berdasarkan perbedaan durasinya sebagai berikut:

- a. *Film Spot*, 10 sampai 60 detik
- b. *Film Pocket Cartoon*, 50 detik sampai 2 menit
- c. Film Pendek, 2 sampai 20 menit
- d. Film Setengah Panjang, 20 sampai 50 menit
- e. Film Panjang, minimal 50 menit

f. *Concept Art*

Concept art adalah sebuah ilustrasi yang mengekspresikan mood dari film, video games, animasi dan lain sebagainya untuk memvisualisasikan konsep sebelum menjadi produk akhir. *Concept art* atau bisa disebut juga

dengan *visual development* ini adalah sebuah cara memberikan ide dari imajinasi seniman yang mendesain *character design, enviromental design, keyart, dan property design* (shamsuddin, Islam, dan Islam, 2013).

g. *Media Franchise*

Menurut Lorenzo Marmorato (2021: 40-41) *Media franchise* adalah istilah yang dipakai industri entertainen dalam meraih keuntungan tambahan diluar media utamanya. *Media franchise* didasari atas intelektual properti atau IP. Konten IP dapat diperjual belikan selama pemegang perusahaan menyetujui.

h. Prinsip Dasar Desain *Layout*

Berdasarkan buku *Basic of Design: Layout and Typography for Beginners* yang ditulis oleh Lisa Graham (2012: 12-14), dalam membuat desain dibutuhkan sebuah perencanaan, termasuk pengetahuan mengenai macam-macam pinsip dasar untuk bisa diimplementasikan pada desain layout. Prinsip dasar tersebut terdiri dari *emphasis, contrast, balance, alignment, repetition, dan flow*.

5. Analisis Data

a. *Strength*

- 1) "*Sekar Mekar*" mengangkat tema petualangan yang sesuai dengan target persona II, yaitu anak laki-laki.
- 2) Tokoh utama adalah seekor barong kecil dan seorang gadis kecil yang lucu sehingga cocok dengan target persona I, yaitu anak perempuan.
- 3) Target persona cocok dengan kedua target *buyer* karena target *buyer* mengerjakan film animasi yang ditujuakan untuk ditonton oleh semua umur, terutama anak-anak.
- 4) Kedua target *buyer* melakukan distribusi secara online sehingga sesuai dengan kedua target persona.

b. *Weakness*

- 1) "Sekar Mekar" apabila dijadikan judul akan sulit untuk diingat dan diucapkan karena kurang simpel.
- 2) Cerita komik *Blooming Flower* kurang bisa dipahami oleh anak berusia di bawah 12 tahun karena tidak memiliki teks dialog.
- 3) Tokoh perempuan terlalu banyak dibandingkan tokoh laki-laki sehingga kurang ada tokoh yang menyerupai karakter kesukaan dari target persona II.
- 4) Target *buyer* II masih tergolong baru dalam memproduksi film animasi.

c. *Opportunity*

- 1) Banyaknya anak kecil yang menyukai karakter animasi lucu, yang sesuai dengan karakter utama dalam "*Sekar Mekar*".
- 2) Misi dari target buyer I dan target buyer II menjadi peluang bagi proyek "*Sekar Mekar*" untuk menjalin kerjasama.
- 3) Baru sedikitnya film animasi yang diproduksi oleh target buyer II menjadikan "*Sekar Mekar*" menjadi opsi baru.

d. *Threat*

- 1) Film-film animasi luar yang secara kualitas memang bagus, dan *production house*-nya sudah memiliki *track record* baik yang sudah menempel di ingatan para audiensnya.
- 2) Target *buyer* I memiliki standar yang tinggi dalam menjaga kualitasnya secara internasional serta banyaknya ide cerita dari seluruh dunia yang membuat "Sekar Mekar" memiliki banyak pesaing.

B. Pembahasan dan Hasil

1. Konsep Media

a. *Full-Length* Film "Sekar Mekar"

Film Animasi "Sekar Mekar" bercerita tentang petualangan Sekar, Barcil, Ibu, dan sepupunya Dodo yang terjebak dalam dunia Barong, dunia dimana setiap entitas diharuskan untuk menjadi jujur dan apa adanya. Petualangan mereka akan banyak bertemu dengan makhluk-makhluk mitologi dari dunia Barong. Karena itu, mereka mendapatkan banyak pengalaman baru yang lebih seru dan bisa dijadikan pembelajaran.

Pesan utama yang ingin disampaikan dalam film adalah tentang keterbukaan antara anak, ibu, dan juga diri sendiri. Pesan tersebut diangkat sebagai penyikapan dari realita banyaknya masyarakat Indonesia yang mengalami *trust issue* atau isu kepercayaan dalam hubungan orangtua dan anak.

b. *Pitch Bible* "Sekar Mekar"

Pitch bible menyampaikan informasi-informasi utama dari IP Sekar Mekar yang menjadi daya tarik para *buyers* untuk bekerjasama mewujudkan film Sekar Mekar ini. Dengan cara mengemas informasi-informasi ini dengan rapi, runtut, terstruktur dan *to the point* atau tidak bertele-tele. Layout yang digunakan menggunakan prinsip dasar desain dibumbui oleh beberapa ilustrasi ikonik dari *asset* IP "Sekar Mekar". Dalam layout tersebut, pewarnaan yang digunakan bersifat kontras dan seimbang agar penonton tetap fokus dan tidak bosan.

2. Strategi Media

- a. Unsur-unsur Ikonik : Bunga
- b. Warna Dasar : Merah, hijau muda, dan putih
- c. Tipe Huruf : Sans serif
- d. Gaya Penampilan Grafis : Dinamis dan Ilustratif

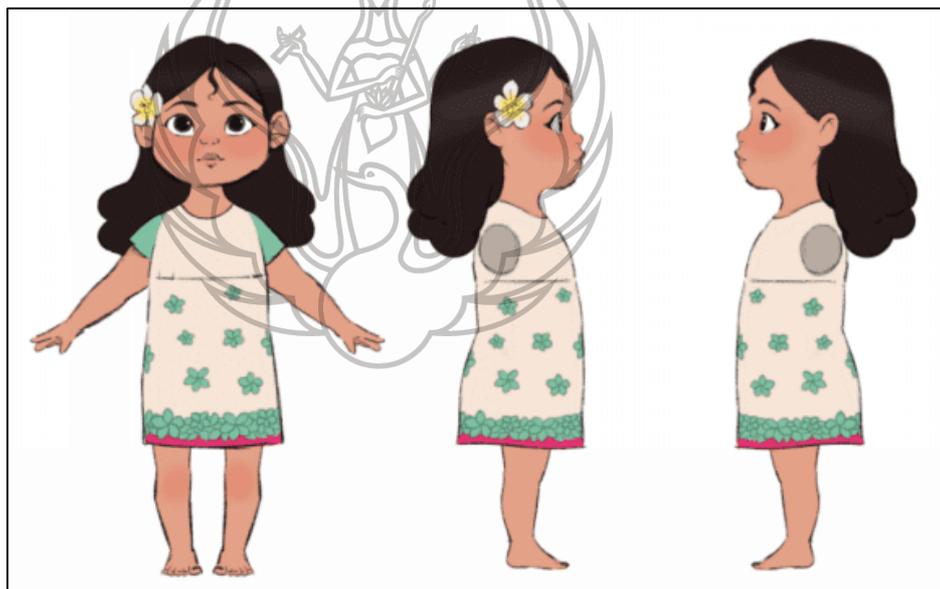
3. Konten *Pitch Bible*

- a. Judul Sekar Mekar
- b. Genre dan Target Usia
- c. Format
- d. *Premise*
- e. *Storyline*
- f. *Character Design*
- g. *Enviromental Design*
- h. *Crew*
- i. *Sample*
- j. *IP (Intellectual Property) Roadmap*
- k. *Media Franchise*

- 1. Bentuk Kerjasama
- 4. Hasil Karya
 - a. Media Utama



Gambar 1. Logo Sekar Mekar



Gambar 2. Desain karakter Sekar



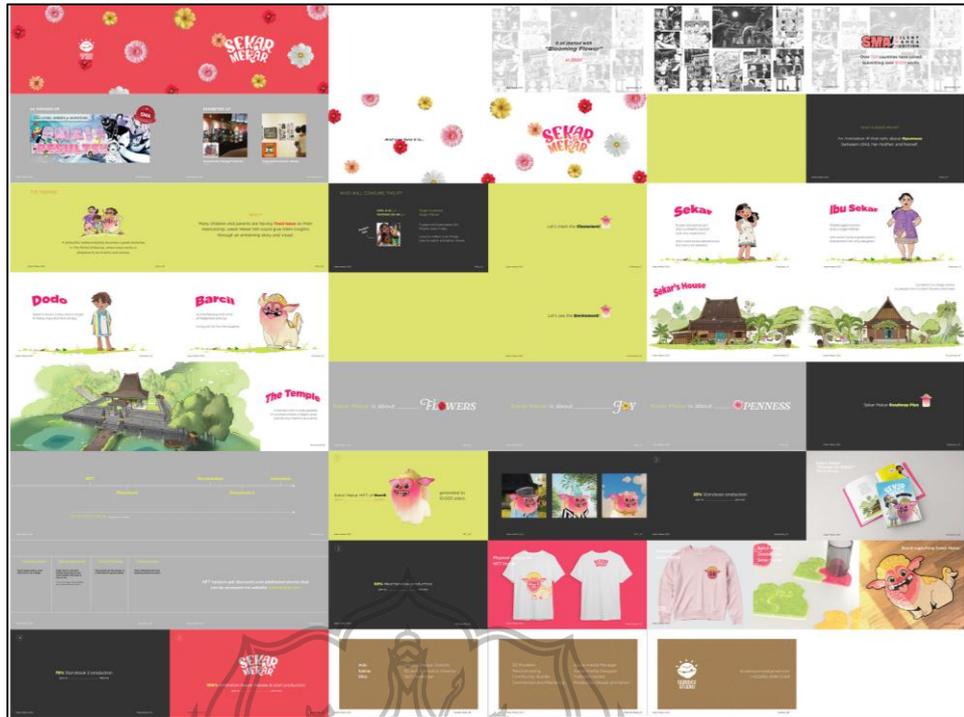
Gambar 3. Desain karakter Barcil



Gambar 4. Desain karakter Ibu

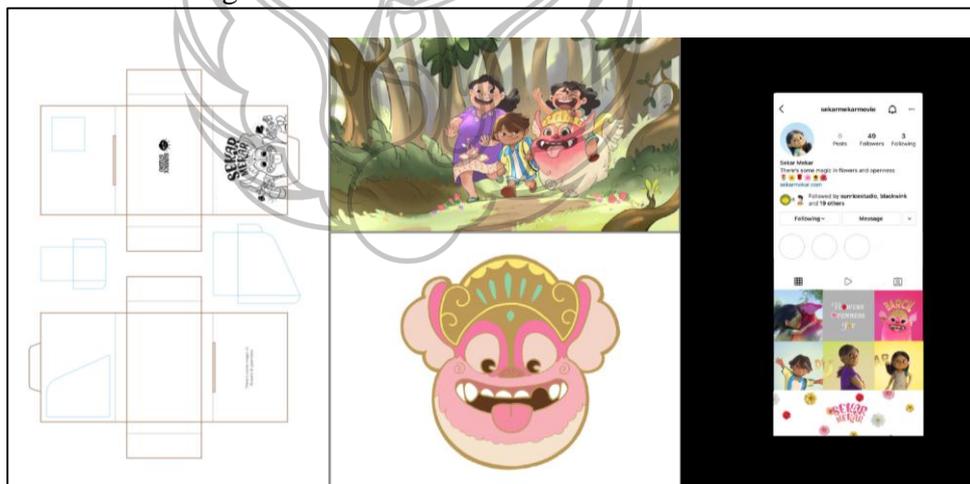


Gambar 5. Desain karakter Dodo



Gambar 6. Media utama *pitch bible* “Sekar Mekar”

b. Media Pendukung



Gambar 7. Media Pendukung

C. Kesimpulan

Perancangan *pitch bible* “Sekar Mekar” merupakan salah satu tahap yang perlu dilewati untuk bisa menawarkan kerjasama IP (*Intellectual Property*) “Sekar Mekar” ke pihak ketiga. Dalam tahap tersebut, ada pula tahap-tahap lagi di dalamnya yang semuanya menjadi dasar dalam perancangan ini, yang bermula dari mengidentifikasi data, analisis data, merancang konsepnya, dan yang terakhir memvisualisasikannya ke dalam bentuk *slide* presentasi dan buku.

Dalam mengidentifikasi data dan menganalisisnya, tentu saja dibutuhkan datanya terlebih dahulu. Data diperoleh dari riset terhadap sumber

informasi IP “Sekar Mekar”, yaitu komik “*Bloomong Flower*”, riset target audiens, dan yang tak kalah penting, riset target *buyers*. Hasil riset yang didapat dari komik “*Blooming Flower*” adalah data visual dan cerita IP, riset target audiens mendapat data profil anak umur 8-15 tahun, dan riset target *buyers* mendapatkan profil studio produser animasi di Indonesia yang satu visi dengan “Sekar Mekar”

Kemudian berdasarkan semua data yang sudah dianalisis, dibuatlah perencanaan tentang konsep *pitch bible* IP “Sekar Mekar”, baik dari segi visual maupun konten. Segi visual meliputi keseluruhan desain *layout*, serta desain karakter dan desain *environmental* dari “Sekar Mekar”. Dari segi kontennya diawali dengan pengenalan terhadap IP, penyajian visual IP, dan perencanaan *roadmap* IP. *Roadmap* terdiri dari media yang paling sederhana yaitu media sosial, NFT (*Non-Fungible Tokens*), buku cerita, *merchandise*, hingga media utama yang diinginkan yaitu film animasi.

Pada proses yang terakhir, yaitu visualisasi karya, diawali dengan menerjemahkan konsep-konsep yang telah diancang dari bahasa verbal menjadi bahasa visual. Sehingga, tergambarlah bentuk ikonik, tipe huruf, dan warna yang akan menjadi dasar visualisasi karya. Baru setelah itu, proses desain karya bisa dimulai, dimulai dari logo, desain karakter, desain *environmental*, *IP Roadmap Planning*, serta desain *layout* dari buku cetak dan *slide* presentasi.

Tentunya, perancangan ini masih menjadi langkah awal dari perjalanan IP “Sekar Mekar”. Dengan adanya *pitch bible* sebagai pedoman awal IP “Sekar Mekar”, tahap-tahap selanjutnya yang akan dilakukan untuk terus menghidupkan IP ini menjadi lebih jelas, yang tentunya akan membuka peluang lebih pula untuk menjalin *partnership*, kolaborasi, maupun mendapatkan *buyers*. Sama halnya seperti IP-IP lainnya, semuanya bermula dari langkah-langkah kecil, yang walaupun tidak sempurna namun tetap memiliki keinginan untuk terus maju dengan membawa banyak pelajaran dari ketidaksempurnaan itu. Sehingga, di tengah kemajuan industri kreatif Indonesia ini, IP “Sekar Mekar” juga mampu ikut berjalan maju dalam beberapa tahun kedepan.

Daftar Pustaka

- Adera, Bruno, *Full Length Animated Feature*, Hastings House Pub, 1989
- Airey, David, *Logo Design Love*, Berkeley: New Riders, 2010
- Astuti, Yuana (46 th.), Direktur Pemasaran Ekonomi Kreatif Kemenparekraf, wawancara tanggal 19 Januari 2021, Jakarta
- Graham, Lisa, *Basic of Design: Layout and Typography for Beginner*, Cengage Learning, 2012
- Lorenzo, Marmorato, *How Entertainment Companies Are Changing Their Organization: An Analysis on Media Franchise Management and How The*

- Movies Distribution Could Change in The Future*, Pengkajian S-2 Program Studi *Business and Management*, Luis Gardo Carli, 2020
- Milic, Lea. & McConville, Yasmin, *The Animation Producer's Handbook*, Crows Nest: Allen & Unwin, 2006
- Ramadan, Djadu, *Makna Pesan Budaya Tradisional dalam Film: Analisis Semiotik Budaya Bugis-Makassar dalam Film 'Uang Panai' Mahar!*, Pengkajian S-1 Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, 2018
- Santoso, Bambang G., *Intellectual Property Animasi di Indonesia dalam Buku Katalog Nganimasi Indonesia* dalam *Jurnal Bahasa Rupa*, Vol. I/02. April 2018
- Shamsudin, Abu K., *Evaluating Content Based Animation through Concept Art* dalam *International Journal of Trends in Computer Science*, Vol. II/11, Januari 2013

