

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi

### BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah .....	1
I.2 Identifikasi Masalah .....	3
I.3 Rumusan Masalah .....	3
I.4 Batasan Masalah .....	3
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan .....	3
I.5.1 Tujuan Perancangan .....	3
I.5.2 Manfaat Perancangan .....	4

### BAB II KEBERADAAN PARAJI DAN OPINI MASYARAKAT

II.1 Pengertian Paraji.....	5
II.1.2 Sejarah Paraji.....	5
II.2 Wawancara Dengan Paraji .....	11
II.2.1 Masa Pelatihan Paraji .....	11
II.2.2 Tugas Paraji Selama Masa Kehamilan .....	13
II.2.3 Tugas Paraji Pada Saat Melahirkan dan Pasca Melahirkan.....	16
II.3 Opini Masyarakat .....	19
II.4 Resume .....	24
II.5 Solusi Perancangan.....	26

## BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran .....	27
III.2.1 <i>Consumer Insight</i> .....	28
III.2.2 <i>Consumer Journey</i> .....	29
III.2 Strategi Perancangan.....	31
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	31
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	31
III.2.3 <i>Mandatory</i> .....	32
III.2.4 Materi Pesan.....	33
III.2.5 gaya Bahasa.....	34
III.2.6 Strategi Kreatif.....	34
III.2.7 Strategi Media .....	34
III.2.7.1 Media Utama.....	35
III.2.7.2 Media Pendukung.....	35
III.2.8 Strategi Distribusi Dan Penyebaran Media.....	36
III.3 Konsep Visual .....	39
III.3.1 Format Desain .....	39
III.3.2 Tata Letak.....	40
III.3.3 Tipografi.....	42
III.4 Ilustrasi .....	43
III.5 Warna .....	44

## BAB IV TEKNIS DAN MEDIA PRODUKSI

IV.1 Teknis Media .....	46
IV.1.1 Tahap Sketsa Awal .....	46
IV.1.2 Tahap Eksekusi Visual.....	47
IV.1.3 Tahap Perancangan.....	49
IV.1.4 Tahap Akhir.....	50
DAFTAR PUSTAKA .....	78
DAFTAR LAMPIRAN .....	79