

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Identifikasi Masalah.....	4
I.3 Rumusan Masalah.....	4
I.4 Batasan Masalah.....	4
I.5 Tujuan & Manfaat Perancangan.....	5
I.5.1 Tujuan Perancangan.....	5
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	5
BAB II. PENYEMBUHAN ODGJ DI YAYASAN AL-FAJAR BERSERI....	6
II.1 Tinjauan Umum Tentang Disabilitas Mental.....	6
II.1.1 Tekanan Hidup.....	6
II.1.2 Bahaya Akibat Tekanan Hidup.....	7
II.2 Stres.....	8
II.3 Yayasan Al -Fajar Berseri.....	9
II.3.1 Sejarah Yayasan Al-Fajar Berseri.....	10
II.3.2 Visi Misi Yayasan Al-Fajar Berseri.....	12
II.3.3 Metode Penyembuhan Yayasan Al-Fajar Berseri.....	14
II.4 Analisa Objek.....	16
II.4.1 Kerangka Penanganan Pasien.....	16

II.4.2 Observasi.....	17
II.4.3 Observasi Tidak Langsung.....	17
II.4.4 Observasi Langsung.....	18
II.5 Kuesioner.....	22
II.6 Studi Literatur.....	29
II.7 Hasil Dari Wawancara Rehabilitasi Disabilitas Mental Yayasan Al-Fajar Berseri.....	31
II.8 Resume.....	32
II.9 Solusi Perancangan.....	32
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	34
III.1 Khalayak Sasaran.....	34
III.1.1 Demografis.....	34
III.1.2 Geografis.....	35
III.1.3 Psikografis.....	35
III.1.4 <i>Consumer Insight</i>	35
III.1.5 <i>Consumer Journey</i>	36
III.2 Strategi Perancangan.....	37
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	38
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	38
III.2.2.1 Pendekatan Visual.....	39
III.2.2.2 Pendekatan Verbal.....	40
III.2.3 <i>Mandatory</i>	40
III.2.4 Materi Pesan.....	41
III.2.5 Gaya Bahasa.....	41
III.2.6 Strategi Kreatif.....	42
III.2.6.1 <i>Copywriting</i>	42
III.2.6.2 <i>Storyline</i>	43
III.2.6.3 <i>Storyboard</i>	43
III.2.7 Strategi Media.....	45
III.2.7.1 Media Utama.....	45
III.2.7.2 Media Pendukung.....	46

III.2.8 Strategi Distribusi & Waktu Penyebaran Media.....	50
III.2.8.1 Waktu dan Lokasi Penyebaran Media.....	50
III.3 Konsep Visual.....	52
III.3.1 Format Desain.....	53
III.3.2 Tata Letak.....	53
III.3.3 Tipografi.....	59
III.3.4 Ilustrasi.....	62
III.3.5 Warna.....	64
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	66
IV.1 Media Utama.....	66
IV.1.1 Teknis Produksi.....	67
IV.1.2 Proses Produksi.....	70
IV.2 Media Pendukung.....	86
IV.2.1 Media Pendukung Promosi.....	86
IV.2.2 Media Pendukung <i>Merchandise</i>	94
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
V.1 Kesimpulan.....	107
V.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	110
LEMBAR PUBLIKASI.....	118
RIWAYAT HIDUP.....	120