

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Identifikasi Masalah	2
I.3 RumusanMasalah	2
I.4 Batasan Masalah	3
I.5 Tujuan & Manfaat Perancangan	3
I.5.1 Tujuan Perancangan	3
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	3
BAB II. Emosi Dasar dan Pola Asuh	5
II.1 Emosi	5
II.1.1 Pengertian Emosi	5
II.1.2 Macam-macam Emosi	5
II.1.3 Teori-teori Emosi	6
II.1.4 Jenis-jenis Emosi dan Dampaknya pada Perubahan Fisik	7
II.1.5 Pengelompokan Emosi	8
II.1.6 Ciri-ciri Emosi	9
II.1.7 Prinsip Utama Mengelola Emosi	9
II.1.8 Manfaat Mengendalikan Amarah untuk Anak	11
II.2 Pola Asuh	12

II.2.1 Pengertian Pola Asuh	12
II.2.2 Tipe Pola Asuh	14
II.2.3 Hasil Kuisioner	16
II.2.4 Hasil Wawancara	20
II.3 Analisis.....	23
II.4 Resume	23
II.5 Solusi Perancangan	24
 BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN	26
III.1 Khalayak Sasaran.....	26
III.1.1 Demografis	26
III.1.2 Geografis	27
III.1.3 Psikografis	27
III.1.4 <i>Consumer Journey</i>	28
III.2 Strategi Perancangan	29
III.2.1 Tujuan Komunikasi	29
III.2.2 Pendekatan Komunikasi	30
III.2.3 <i>Mandatory</i>	32
III.2.4 Materi Pesan	32
III.2.5 Gaya Bahasa	33
III.2.6 Strategi Kreatif	33
III.2.6.1 <i>Copywriting</i>	34
III.2.6.2 <i>Storyline</i>	34
III.2.7 Strategi Media	35
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	37
III.3.1 Format Desain	39
III.3.2 Tata Letak (<i>Layout</i>)	39
III.3.3 Tipografi	40
III.3.4 Ilustrasi	41
III.3.5 Warna	46

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	47
IV.1 Media Utama	47
IV.1.1 Pra Produksi Media	49
IV.2 Media Pendukung	58
DAFTAR ISI	vi
LAMPIRAN	67