

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Identifikasi Masalah	4
I.3. Rumusan Masalah	4
I.4. Batasan Masalah	5
I.5. Tujuan & Manfaat Perancangan	5
I.5.1. Tujuan Perancangan	5
I.5.2. Manfaat Perancangan	5
BAB II. PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI MASALAH <i>IKIGAI</i> SEBAGAI NILAI HIDUP BANGSA JEPANG	7
II.1. Landasan Teori	7
II.1.1. Pengertian Makna Hidup	7
II.1.1.1. Sumber – Sumber Makna Hidup	7
II.1.1.2. Harapan Sebagai Nilai Hidup	9
II.1.2. Pengertian Nilai	9
II.1.3. Sejarah Jepang	10
II.1.4. Bangsa Jepang	13
II.2. Objek Penelitian	13
II.2.1. <i>Ikigai</i> Sebagai Nilai Hidup Bangsa Jepang	13

II.2.2. Sejarah Singkat <i>Ikigai</i>	14
II.2.3. Macam -Macam <i>Ikigai</i>	14
II.2.4. Cara Menemukan <i>Ikigai</i>	15
II.2.5. Manfaat <i>Ikigai</i>	18
II.2.6. <i>Ikigai</i> dan Masyarakat Indonesia	18
II.3. Analisis	19
II.3.1. Observasi	19
II.3.1.1. Diagram Venn <i>Ikigai</i>	19
II.3.1.2. <i>Ikigai</i> Bagi Bangsa Jepang	22
II.3.1.3. Media Informasi <i>Ikigai</i> di Indonesia	24
II.3.2. Kuesioner	26
II.4. Resume	41
II.5. Solusi Perancangan	42
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	43
III.1. Khalayak Sasaran	43
III.1.1. Demografis	43
III.1.2. Geografis	44
III.1.3. Psikografis	44
III.1.4. <i>Customer Insight</i>	45
III.1.5. <i>Customer Journey</i>	45
III.2. Strategi Perancangan	46
III.2.1. Tujuan Komunikasi	47
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	47
III.2.3. <i>Mandatory</i>	48
III.2.4. Materi Pesan	49
III.2.5. Gaya Bahasa	50
III.2.6. Strategi Kreatif	50
III.2.7. Strategi Media	57
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	62
III.3. Konsep Visual	64
III.3.1. Format Desain	65

III.3.2. Tata Letak (<i>Layout</i>)	65
III.3.3. Tipografi	67
III.3.4. Ilustrasi	70
III.3.4.1. Studi Karakter	71
III.3.4.2. Studi Properti	76
III.3.5. Warna	80
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	84
IV.1. Teknis Produksi	84
IV.2. Media Utama.....	88
IV.3. Media Pendukung	91
IV.3.1. <i>Web Banner</i>	91
IV.3.2. Poster Online	94
IV.3.3. Konten Instagram	96
IV.3.4. Stiker	100
IV.3.5. Buku Catatan	101
IV.3.6. Totebag	102
IV.3.7. Kaos	103
IV.3.8. Jam Dinding	104
IV.3.9. Mug	105
IV.3.10. Buku Daily Planner	106
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	108
V.1. Kesimpulan	108
V.2. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	113
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	116
KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR PERANCANGAN	117
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	118