

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	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.....	6
BAB II. PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI MASALAH PEDULI PENDERITA KESEHATAN MENTAL.....	7
II.1. Pengertian Kesehatan Mental .....	7
II.1.1. Karakteristik Mental.....	8
II.1.2. Faktor Yang Mempengaruhi Kesehatan Mental .....	10
II.1.3. Masalah Kesehatan Mental Yang Sering Dijumpai .....	11
II.1.4. Pengertian Kepedulian Sosial .....	12
II.1.5. Jenis-Jenis Kepedulian Sosial .....	13
II.1.6. Ciri Masyarakat Yang Memiliki Kepedulian Sosial .....	13
II.2. Objek Perancangan.....	14
II.2.1. Penderita Kesehatan Mental .....	14

II.2.2. Jenis-Jenis Masalah Kesehatan Mental .....	16
II.2.3. Fenomena Perilaku Masyarakat Kota Bandar Lampung Terhadap Penderita Kesehatan Mental .....	18
II.2.4. <i>Support System</i> Bagi Penderita Kesehatan Mental .....	19
II.3. Analisis Permasalahan.....	21
II.3.1. Wawancara Ahli.....	21
II.3.2. Wawancara Masyarakat.....	23
II.3.3. Kuesioner .....	24
II.3.4. Analisis 5W+1H.....	32
II.4. Resume .....	34
II.5. Solusi Perancangan .....	34
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN .....	35
III.1. Khalayak Sasaran.....	35
III.1.1. Demografis .....	35
III.1.2. Geografis .....	36
III.1.3. Psikografis .....	36
III.1.4. <i>Consumer Insight</i> .....	36
III.1.5. <i>Consumer Journey</i> .....	37
III.2. Strategi Perancangan.....	39
III.2.1. Tujuan Komunikasi.....	39
III.2.2. Pendekatan Komunikasi .....	40
III.2.3. <i>Mandatory</i> .....	41
III.2.4. Materi Pesan .....	42
III.2.5. Gaya Bahasa .....	42
III.2.6. Strategi Kreatif.....	43
III.2.6.1. Metode Komunikasi AISAS .....	43
III.2.6.2. <i>Copywriting</i> .....	45
III.2.7. Strategi Media.....	46
III.2.7.1. Media Utama.....	46
III.2.7.2. Media Pendukung.....	47
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media .....	50

III.3. Konsep Visual.....	51
III.3.1. Format Desain.....	51
III.3.2. Tata Letak ( <i>Layout</i> ).....	59
III.3.3. Tipografi.....	66
III.3.4. Ilustrasi .....	67
III.3.5. Warna .....	68
III.3.6. Identitas Kampanye.....	69
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	70
IV.1. Media Utama .....	70
IV.1.1. Media Utama Poster <i>Attention</i> .....	70
IV.1.2. Teknis Produksi .....	71
IV.2. Media Pendukung .....	86
BAB V. KESIMPULAN & SARAN.....	98
V.1. Kesimpulan.....	98
V.2. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA .....	100
LAMPIRAN .....	103
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	114
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	115