

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR .	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Identifikasi Masalah.....	3
I.3. Rumusan Masalah	4
I.4. Batasan Masalah.....	4
I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	4
1.5.1. Tujuan Perancangan.....	4
1.5.2. Manfaat Perancangan.....	4
BAB II. TINJAUAN OBAT HERBAL	6
II.1. Landasan Teori	6
II.1.1. Pengertian Obat	6
II.1.2. Obat Herbal	7
II.1.3. Obat Kimia	8
II.2 Objek Penelitian	9
II.2.1 Tanaman Obat	9
II.2.2 Jenis Tanaman Obat	10
II.2.3. Manfaat Tanaman Obat	15
II.2.4 Mengolah Obat Herbal Dan Cara Mengkonsumsinya	17
II.3 Analisis Permasalahan	19
II.3.1 Kuesioner	19
II.3.2 Wawancara	27

II.4 Resume	27
II.5. Solusi Perancangan	28
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	29
III.1. Khalayak Sasaran.....	29
III.1.1. <i>Consumer Insight</i>	31
III.1.2. <i>Consumer Journey</i>	31
III.2. Strategi Perancangan.....	34
III.2.1. Tujuan Komunikasi.....	34
III.2.2. Pendekatan Komunikasi.....	35
III.2.2.1. Pendekatan Verbal.....	35
III.2.2.2 Pendekatan Visual.....	35
III.2.3. Mandatory	38
III.2.4. Materi Pesan.....	40
III.2.5. Gaya Bahasa.....	40
III.2.6. Strategi Kreatif.....	40
III.2.6.1. Aisas	41
III.2.6.2. <i>Copywriting</i>	43
III.2.6.3. Konten Media.....	44
III.2.6.4. <i>storyline</i>	45
III.2.6.5. <i>storyboard</i>	46
III.2.7. Strategi Media	49
III.2.8. Strategi Distribusi Dan Waktu Penyebaran Media	60
III.3. Konsep Visual	63
III.3.1. Format Desain.....	64
III.3.2. Tata Letak	64
III.3.3. Ilustrasi	70
III.3.4. Tipografi	71
III.3.5. Warna	72
III.3.6. Audio	73
BAB IV.STRATEGI PERANCANGAN DAN TEKNIS PRODUKSI	74

IV.1. Teknis Produksi	74
IV.1.1. Tahap Pra Produksi	74
IV.2. Tahap Produksi Media Utama	80
IV.3. Tahap Produksi Media Pendukung	83
BAB.V. KESIMPULAN	94
V.1. Kesimpulan	94
V.2. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96