

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
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 dan Manfaat Perancangan	5
I.5.1. Tujuan Perancangan.....	5
I.5.2. Manfaat Perancangan.....	5
BAB II. <i>ART AS THERAPY</i> SEBAGAI MEDIA PERILISAN EMOSI.....	7
II.1. Landasan Teori.....	7
II.1.1. Kesehatan Mental	7
II.1.2. Perilisan Emosi.....	8
II.1.3. Kreativitas	9
II.1.4. Seni	11

II.1.5. Psikologi	12
II.1.6. Psikologi Seni.....	16
II.1.7. Psikoanalisis.....	17
II.1.8. Teori Psikoanalisis Sigmund Freud.....	17
II.1.9. Teori Psikoanalisis Carl Gustav Jung.....	19
II.1.10. Teori Psikoanalisis Jacque Lacan	22
II.2. Objek Penelitian	25
II.2.1. <i>Art Therapy</i>	25
II.2.2. <i>Art in Therapy</i>	27
II.2.3. <i>Art as Therapy</i>	28
II.2.4. Sejarah <i>Art Therapy</i>	29
II.2.5. Teknik dan Metode dalam <i>Art Therapy</i>	32
II.2.5.1. <i>Jungian Art Therapy</i>	34
II.2.5.2. Teknik dalam <i>Art Therapy</i>	35
II.2.6. Fungsi <i>Art Therapy</i>	37
II.2.6.1. Terapeutik	37
II.2.6.2. <i>Developmental</i>	38
II.2.6.3. Katarsis	38
II.2.6.4. Kreatif.....	39
II.2.6.5. Reflektif	40
II.2.6.6. Simbolik.....	40
II.2.6.7. Integratif.....	41
II.2.6.8. Konstruktif	41
II.2.6.9. Inventif.....	41
II.2.6.10. Regeneratif.....	42
II.2.7. Perilisan Emosi menggunakan ‘ <i>Art as Therapy</i> ’.....	42

II.3. Analisis Permasalahan.....	44
II.3.1. Pendapat Ahli mengenai <i>Art Therapy</i>	44
II.3.2. Pendapat Masyarakat mengenai <i>Art Therapy</i>	50
II.3.2.1. Hasil Data Demografis.....	50
II.3.2.2. Hasil Pengolahan Data Pertanyaan Kuesioner	52
II.3.3. Studi Literatur	56
II.4. Resume	57
II.5. Solusi Perancangan.....	59
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	61
III.1. Khalayak Sasaran.....	61
III.1.1. <i>Customer Insight</i>	63
III.1.2. <i>Customer Journey</i>	63
III.2. Strategi Perancangan.....	66
III.2.1. Tujuan Komunikasi.....	67
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	67
III.2.3. <i>Mandatory</i>	68
III.2.4. Materi Pesan.....	69
III.2.5. Gaya Bahasa.....	70
III.2.6. Strategi Kreatif.....	70
III.2.7. Strategi Media.....	74
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	79
III.3. Konsep Visual.....	82
III.3.1. Format Desain.....	83
III.3.2. Tata Letak Desain.....	85
III.3.3. Tipografi.....	96
III.3.4. Ilustrasi	97

III.3.5. Warna	105
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	106
IV. 1. Teknis Produksi	106
IV. 2. Media Utama	110
IV. 3. Media Pendukung	120
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	132
V. 1. Kesimpulan	132
V. 2. Saran.....	133
V.2.1. Saran Akademis	133
V.2.2. Saran Praktis	133
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN	142
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	153
DAFTAR RIWAYAT PENULIS.....	154
KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR	155