

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Identifikasi Masalah	3
I.3. Rumusan Masalah	3
I.4. Batasan Masalah	3
I.5. Tujuan Perancangan	4
I.6. Manfaat Perancangan	4
BAB II. INDUSTRI <i>FAST FASHION</i> DAN OPINI MASYARAKAT	5
II.1 <i>Fashion</i>	5
II.1.1. Jenis-Jenis Gaya Fesyen	7
II.1.2. Industri <i>Fashion</i>	13
II.1.3. Sejarah Industri <i>Fashion</i>	14
II.1.4. Jenis Industri <i>Fashion</i>	15
II.2. <i>Fast Fashion</i>	17

II.2.1. Sejarah <i>Fast Fashion</i>	18
II.2.2. Ciri-Ciri Produk <i>Fast Fashion</i>	20
II.2.3. Dampak <i>Fast Fashion</i>	22
II.2.4. Solusi Mengurangi Pembelian Produk <i>Fast Fashion</i>	26
II.3. Opini Masyarakat	32
II.3.1. Hasil Observasi	34
II.3.2. Hasil Kuesioner	37
II.4. Resume	43
II.5. Solusi Perancangan	44
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	45
III.1. Khalayak Sasaran	45
III.1.1. <i>Consumer Insight</i>	47
III.1.2. <i>Consumer Journey</i>	48
III.2. Strategi Perancangan	50
III.2.1. Tujuan Komunikasi	51
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	51
III.2.3. <i>Mandatory</i>	54
III.2.4. Materi Pesan	55
III.2.5. Gaya Bahasa	56
III.2.6. Strategi Kreatif	57
III.2.7. Strategi Media	60
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	67
III.3. Konsep Visual	69
III.3.1. Format Desain	70
III.3.2. Tata Letak	83

III.3.3. Tipografi.....	95
III.3.4. Ilustrasi.....	98
III.3.5. Studi Properti	104
III.3.6. Studi Warna.....	105
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	107
IV.1. Teknis Produksi	107
IV.1.1. Teknis Pengambilan Gambar.....	107
IV.1.2. Teknis Perancangan Sketsa.....	107
IV.1.3 Teknis Perancangan Tata Letak Hasil Fotografi.....	108
IV.2. Media Utama.....	111
IV.3. Media Pendukung	139
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	168
V.1. Kesimpulan	168
V.2 Saran.....	168
DAFTAR PUSTAKA	169
LAMPIRAN.....	173