DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PENYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
GLOSARIUM xiii

BAB I. PENDAHULUAN 1
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 2
I.3 Rumusan Masalah 3
I.4 Batasan Masalah 3
I.5 Tujuan Dan Manfaat Perancangan 3

BAB II. TANAMAN OBAT KELUARGA DIPEKARANGAN KECIL 4
II.1 Landasan Teori 4
II.2 Objek Penelitian 4
II.2.1 Penyiapan Tanaman Sebagai Obat 5
II.2.1.1 Proses Pengambilan Tanaman 5
II.2.1.2 Proses Pengeringan 6
II.2.1.3 Proses Peracikan Tanaman Obat 6
II.2.1.4 Proses Perebusan Tanaman Obat 6
II.2.2 Kelebihan Tanaman Obat Dibanding Dengan Obat-obatan Lainnya 6
II.2.2.1 Tanaman Obat Tidak memiliki Efek Samping 7
II.2.2.2 Peracikan Yang Mudah 7
II.2.2.3 Mudah Diperoleh 7

II.2.2.4 Mampu Menghilangkan Sumber Penyakit Secara Menyeluruh 7
II.2.2.5 Satu Jenis Tanaman Multikhasiat 7
II.2.3 Bagian Tanaman Obat Berdasarkan Waktu Minum, Sifat Dan Karakteristik Rasa 8
II.2.4 Bagian Tanaman Yang Bisa Dimanfaatkan Sebagai Obat 9
II.2.4.1 Tanaman Obat Yang Memanfaatkan Bagian Daun 9
II.2.4.2 Tanaman Obat Yang Memanfaatkan Bagian Batang 12
II.2.4.3 Tanaman Obat Yang Memanfaatkan Bagian Buah 14
II.2.4.4 Tanaman Obat Yang Memanfaatkan Bagian Biji 16
II.2.4.5 Tanaman Obat Yang Memanfaatkan Bagian Akar 18
II.2.4.6 Tanaman Obat Yang Memanfaatkan Bagian Umbi/Rimpang 20
II.3 Analisis SWOT 24
II.4 Resume 26

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 27
III.1 Strategi Perancangan 27
III.1.1 Khalayak Sasaran 27
III.1.1.1 Faktor Demografis 27
III.1.1.2 Faktor Geografis 28
III.1.1.3 Faktor Psikografis 28
III.1.2 Strategi Komunikasi 28
III.1.2.1 Tujuan Komunikasi 28
III.1.2.2 Pesan Utama 29
III.1.2.3 Pendekatan Visual 29
III.1.2.4 Materi Pesan 29
III.1.3 Strategi Kreatif 29
III.1.3.1 Media Informasi 30
III.1.3.2 Definisi Media Informasi 30
III.1.4 Strategi Visual 31
III.1.5 Strategi Media 31
III.I.5.1 Media Utama 31
III.I.5.2 Media Pendukung 31

III.1.6 Strategi Distribusi 33
III.2 Konsep Visual 33
III.2.1 Format Desain 34
III.2.2 Layout 35
III.2.2.1 Elemen Estetika 36
III.2.2.2 Ikon 36
III.2.3 Huruf 37
III.2.4 Ilustrasi 38
III.2.5 Warna 38

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 40
IV.1 Proses Perancangan 40
IV.1.1 Pra Produksi 40
IV.1.2 Produksi 40
IV.2 Teknis Media 41
IV.2.1 Media Utama 41
IV.2.2 Media Pendukung 47

DAFTAR PUSTAKA 54
LAMPIRAN 56