

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
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 & Manfaat Perancangan.....	4
I.5.1 Tujuan Perancangan.....	4
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	5
BAB II. MATA UANG RUPIAH UNTUK ANAK BERKEBUTUHAN KHUSUS TUNAGRAHITA RINGAN.....	6
II.1 Anak Berkebutuhan Khusus.....	6
II.1.1 Definisi Anak Berkebutuhan Khusus.....	6
II.1.2 Klasifikasi Anak Berkebutuhan Khusus.....	6
II.1.3 Karakteristik Anak Berkebutuhan Khusus.....	6
II.1.4 Penyebab Anak Berkebutuhan Khusus.....	7
II.2 Anak Berkebutuhan Khusus Tunagrahita.....	7
II.2.1 Definisi Anak Berkebutuhan Khusus Tunagrahita.....	7
II.2.2 Karakteristik Anak Berkebutuhan Khusus Tunagrahita.....	7

II.2.3 Klasifikasi Anak Berkebutuhan Khusus Tunagrahita.....	8
II.2.4 Kategori Anak Berkebutuhan Khusus Tunagrahita Ringan.....	8
II.2.5 Karakteristik Anak Berkebutuhan Khusus Tunagrahita Ringan.....	8
II.2.6 Penyebab Anak Berkebutuhan Khusus Tunagrahita.....	8
II.2.7 Model Pelayanan Pendidikan Untuk Anak Tunagrahita.....	9
II.3 Mata Pelajaran Matematika.....	10
II.3.1 Pengertian Mata Pelajaran Matematika.....	10
II.3.2 Kompetensi dasar Matematika SLB anak Tunagrahita.....	10
II.4 Mata Uang Rupiah.....	10
II.4.1 Pengertian Mata Uang.....	10
II.4.2 Jenis Mata Uang.....	11
II.4.3 Pengertian Mata Uang Rupiah.....	11
II.5 Analis Permasalahan.....	12
II.5.1 Hasil Observasi.....	12
II.5.2 Kuesioner.....	15
II.5.3 Wawancara.....	25
II.5.3.1 Wawancara Pertama Susan.....	25
II.5.3.2 Wawancara Kedua Thasya.....	27
II.6 Resume.....	29
II.7 Solusi Perancangan.....	29
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	31
III.1 Khalayak Sasaran.....	31
III.1.1 Target Primer.....	31
III.1.1.1 Demografis.....	31
III.1.1.2 Geografis.....	31
III.1.1.3 Psikografis.....	32
III.1.2 Target Sekunder.....	32
III.1.3 <i>Consumer Insight</i>	33
III.1.4 <i>Consumer Journey</i>	33
III.2 Strategi Perancangan.....	34
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	34

III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	35
III.2.2.1 Pendekatan Visual.....	35
III.2.2.2 Pendekatan Verbal.....	37
III.2.2.3 Pendekatan Audio.....	37
III.2.3 <i>Mandatory</i>	37
III.2.4 Materi Pesan.....	38
III.2.5 Gaya Bahasa.....	38
III.2.6 Strategi Kreatif.....	39
III.2.6.1 <i>Copywriting</i>	39
III.2.6.2 <i>Storyline</i>	40
III.2.6.3 <i>Storyboard</i>	41
III.2.6.4 Visualisasi.....	46
III.2.6.5 Sistem Navigasi.....	46
III.2.7 Strategi Media.....	48
III.2.7.1 Media Utama.....	48
III.2.7.2 Media Pendukung.....	50
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	53
III.2.8.1 AISAS.....	54
III.2.8.2 Lokasi Penyebaran Media Utama.....	57
III.2.8.3 Lokasi Penyebaran Media Pendukung.....	57
III.2.8.4 Waktu Penyebaran Media.....	58
III.3 Konsep Visual.....	59
III.3.1 Format Desain.....	60
III.3.2 Tata Letak.....	61
III.3.3 Tipografi.....	63
III.3.4 Ilustrasi.....	65
III.3.4.1 Studi Karakter.....	66
III.3.4.2 Studi Latar.....	69
III.3.4.3 Studi Objek Uang Rupiah.....	72
III.3.4.4 Studi Ikon.....	72
III.3.5 Warna.....	74
III.3.6 Audio.....	75

III.3.6.1 Suara Karakter.....	75
III.3.6.2 Musik Latar.....	76
III.3.6.3 Efek Suara.....	76
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	77
IV.1 Media Utama.....	77
IV.2 Perangkat Produksi.....	77
IV.3 Teknis Produksi.....	78
IV.3.1 Pra Produksi.....	78
IV.3.2 Produksi.....	78
IV.3.3 Aplikasi Media Utama.....	82
IV.4 Media Pendukung.....	87
IV.4.1 Media Pendukung Promosi.....	87
IV.4.2 Media Pendukung <i>Merchandise</i>	92
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
V.1 Kesimpulan.....	100
V.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	104
RIWAYAT HIDUP.....	110