

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.3.1 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan	4
1.5 Metode Penelitian.....	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.5.2 Cara Analisis	5
1.6 Kerangka Pemikiran.....	6
1.7 Pembabakan	7
BAB II.....	8
TEORI.....	8

2.1 Desain.....	8
2.2 Desain Komunikasi Visual.....	8
2.2.1 Unsur – unsur desain komunikasi visual.....	9
2.2.2 Layout	12
2.2.3 Tipografi.....	14
Tipografi adalah sebuah bidang ilmu yang mempelajari tentang huruf. Tipografi ini memiliki dua fungsi, yaitu sebagai fungsi komunikasi dan estetis. Sebagai fungsi komunikasi tipografi digunakan untuk menuliskan atau menyampaikan pesan. Sedangkan sebagai fungsi estetis, tipografi digunakan untuk menunjang penampilan sebuah pesan agar terlihat lebih menarik (Savitri dan Nugraha, 2018).....	14
2.2.4 Ilustrasi	15
2.3 UI/UX.....	16
2.4 Komunikasi Massa	18
Proses komunikasi seringkali didefinisikan sebagai penerima isyarat dan juga sebagai tanda dari suatu sumber ke tujuan. Komunikasi yang dilakukan antar manusia bisa dilakukan dengan ungkapan dan juga lambang (Badriyah dan Hidayat, 2014).....	18
2.4.1 Fungsi Komunikasi Massa	19
2.5 Media Interaktif.....	20
2.5.1 Aplikasi Mobile.....	21
2.5.2 Sosial Media.....	22
2.6 Remaja.....	23
2.7 Bunuh Diri.....	23
2.7.1 Tipe – tipe Bunuh Diri	24
BAB III.....	26
DATA DAN ANALISIS DATA.....	26
3.1 Data Pemberi Proyek.....	26
3.1.1 Program	28
3.2 Data Khalayak Sasaran	29

3.2.1	Segmenting.....	29
3.2.2	Targeting	30
3.3	Data Produk.....	30
3.3.1	Psikologi Perkembangan Remaja.....	30
3.3.2	Faktor – faktor yang Memengaruhi Perkembangan Sosial Pada Remaja	30
3.3.3	Kegiatan – kegiatan untuk menghindari tindakan bunuh diri	31
3.3.4	Cara pendekatan dengan orang yang ingin melakukan tindakan bunuh diri	32
3.4	Data Objek	32
3.4.1	Wawancara.....	32
3.4.1.1	Wawancara Psikolog Klinis	33
3.4.1.2	Wawancara Komunitas Terkait.....	37
3.4.2	Data Kuestioner.....	40
3.5	Data Proyek Sejenis	41
3.6	Analisis Data	47
3.6.1	Analisis Data Pemberi Proyek	47
3.6.2	Analisis Data Khalayak Sasaran	48
3.6.3	Analisis Data Produk.....	48
3.6.4	Analisis Wawancara.....	49
3.6.5	Analisis Data Kuestioner.....	49
3.6.6	Analisis Data Proyek Sejenis	51
3.6.7	Analisis SWOT	52
3.6.8	Analisis Cara Pendekatan dengan “Empati” dalam Design Thinking .	54
3.7	Kesimpulan Hasil Analisis Data	56
BAB IV		57
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		57
4.1	Konsep Pesan	57
4.2	Konsep Kreatif	58
4.3	Konsep Perancangan	59

4.3.1 Konsep Media Utama.....	59
4.3.1 Konsep Komunikasi	62
4.3.2 Konsep Visual	63
4.3.3 Konsep Media Pendukung	68
4.4 Media Utama.....	68
4.4.1 Proses Kreasi.....	69
4.4.2 Hasil Jadi.....	75
4.4.3 Media Pendukung.....	95
4.5 Konsep Bisnis/Pemasaran	102
BAB V.....	104
KESIMPULAN.....	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	111