

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<i>ii</i>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<i>iii</i>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<i>iv</i>
<b>ABSTRAK</b> .....	<i>vi</i>
<b>ABSTRACT</b> .....	<i>vii</i>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<i>viii</i>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<i>x</i>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<i>xi</i>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<i>xii</i>
<b>BAB I</b> .....	<i>1</i>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<i>1</i>
<b>1.1 Latar belakang</b> .....	<i>1</i>
<b>1.2 Permasalahan</b> .....	<i>4</i>
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	<i>4</i>
1.2.2 Rumusan Masalah .....	<i>4</i>
<b>1.3 Ruang Lingkup</b> .....	<i>4</i>
<b>1.4 Tujuan Perancangan</b> .....	<i>5</i>
<b>1.5 Manfaat Perancangan</b> .....	<i>5</i>
<b>1.6 Metode Penelitian</b> .....	<i>6</i>
1.6.1 Metode yang Digunakan.....	<i>6</i>
1.6.2 Metode Pengumpulan Data .....	<i>6</i>
1.6.3 Metode Analisis .....	<i>7</i>
<b>1.7 Kerangka Perancangan</b> .....	<i>8</i>
<b>1.8 Sistematika Penulisan</b> .....	<i>9</i>
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<i>10</i>
<b>2.1 Kesehatan Mental</b> .....	<i>10</i>
<b>2.2 Fashion</b> .....	<i>10</i>
<b>2.3 Promosi</b> .....	<i>11</i>
<b>2.4 7P (Product, Price, Place, Promotion, Process, Physical Evidence And People)</b> .....	<i>13</i>
<b>2.5 Consumer Behavior</b> .....	<i>14</i>
2.5.1 Niche Market .....	<i>15</i>
<b>2.7 Strategi Promosi</b> .....	<i>15</i>
<b>2.9 Media Promosi</b> .....	<i>15</i>

<b>2.10 Fungsi Promosi .....</b>	<b>16</b>
<b>2.11 Desain Komunikasi Visual.....</b>	<b>16</b>
2.11.1 Unsur Desain.....	17
a. Garis .....	17
b. Bidang .....	17
c. Tekstur.....	17
d. Ruang.....	17
e. Ukuran .....	17
f. Warna .....	17
2.12.2 Tipografi .....	18
<b>2.14 Kerangka Teori .....</b>	<b>20</b>
<b><i>BAB III DATA DAN ANALISIS.....</i></b>	<b><i>21</i></b>
<b>3.1 Data.....</b>	<b>21</b>
3.1.1 Data Institusi Pemberi Proyek .....	21
3.1.2 Data Produk .....	22
3.1.3 Data Observasi.....	24
3.1.4 Data Target Audience.....	25
3.1.5 Consumer Journey .....	26
3.1.5 AOI.....	27
3.1.6 Data Wawancara Kepada Pengusaha .....	28
3.1.6 Data Hasil Wawancara Kepada Target audience.....	28
3.2.1 Data Hasil Kuesioner.....	29
<b>3.2 Data Kompetitor.....</b>	<b>29</b>
<b>3.4 Analisis Data dan Penarikan Kesimpulan .....</b>	<b>31</b>
3.4.1 Analisis Matriks SWOT Kompetitor.....	31
3.4.2 Matriks Perbedaan Dengan Kompetitor.....	32
3.4.3 Matriks Penarik Kesimpulan .....	33
<b><i>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</i></b>	<b><i>35</i></b>
<b>4. Konsep Perancangan.....</b>	<b>35</b>
4.1. Konsep Pesan.....	35
4.1.1 Target Audiens.....	35
4.1.2 AOI (Activity, Opinion, Interest).....	36
4.1.3 What To Say .....	36
4.1.4 Big Idea.....	37
<b>4.2 Konsep Media .....</b>	<b>38</b>
4.2.1 AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) .....	38
4.2.2 Timeline .....	39
<b>4.3 Konsep Visual .....</b>	<b>40</b>
4.3.1 Ide Visual.....	40
<b><i>BAB V.....</i></b>	<b><i>46</i></b>
<b><i>PENUTUPAN .....</i></b>	<b><i>46</i></b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>46</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>46</b>
<b><i>DAFTAR PUSTAKA.....</i></b>	<b><i>xiii</i></b>
<b><i>LAMPIRAN.....</i></b>	<b><i>xvi</i></b>