

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PEDOMAN PENGGUNAAN LAPORAN TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Identifikasi Masalah.....	2
I.3 Rumusan Masalah.....	2
I.4 Batasan Masalah.....	3
I.5 Tujuan Penelitian.....	3
I.6 Manfaat Penelitian.....	3
I.7 Metodologi Penelitian.....	4
I.8 Kerangka Penelitian.....	5
I.9 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II STUDI LITERATUR	7
II.1 Pandemi COVID-19.....	7
II.1.1 COVID-19 di Indonesia.....	7
II.1.2 Pola Kehidupan Pasca COVID-19.....	7
II.2 Internet di Indonesia.....	7
II.2.1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....	7
II.2.2 Pertumbuhan Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	8
II.2.3 Dampak Pertumbuhan Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia.....	8
II.3 Koping.....	9
II.3.1 Pengertian Koping.....	9

II.3.2 Strategi Koping	9
II.4 Perancangan dan Psikologi Warna	10
II.4.1 Teknik SCAMPER.....	10
II.4.2 Prinsip Desain	11
II.4.3 Simbol Warna.....	14
II.4.3 Harmonisasi dalam Warna	19
II.5.1 Estetika.....	22
II.5.1 Pengertian Estetika.....	22
II.5.2 Estetika dalam Seni	23
II.6 Teknik Pengolahan Tekstil Rekalatar	23
II.6.1 Teknik Rekalatar Ikat Celup	23
II.6.2 Teknik Rekalatar <i>Piece Dyed</i>	24
II.7 Home Living Textile.....	25
II.7.1 Pengertian <i>Home Living Textile</i>	25
II.7.2 Klasifikasi Produk <i>Home Living Textile</i>	25
II.8 Tekstil untuk Produk <i>Home Living Textile</i>	28
II.9 Gaya Hidup Modern	29
II.9.1 Pengertian Gaya Hidup Modern.....	29
II.10 Peluang Bisnis.....	30
II.10.1 Pengertian Peluang Bisnis.....	30
II.10.2 B2C (Business-to-Consumer)	30
II.10.3 Business Model Canvas	30
BAB III KONSEP DAN PROSES BERKARYA	33
III.1 Latar Belakang Perancangan	33
III.2 Data Primer.....	33
III.3 Data Sekunder	41
III.4 Data Eksplorasi Awal	42
III.4 Analisa Perancangan	46
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	49
IV.1 Konsep Perancangan	49
IV.1.1 Analisa Jenama Pemanding.....	49
IV.1.2 Metode SCAMPER	52
IV.1.3 Deskripsi Konsep.....	54
IV.1.4 Konsep <i>Image Board</i>	56
IV.1.5 Target Pasar	57

IV.1.6 Konsep Lifestyle Board	58
IV.2 Hasil Eksplorasi Lanjutan	59
IV.2.1 Eksplorasi Lanjutan	59
IV.2.2 Eksplorasi Akhir	63
IV.3 Sketsa Produk	64
IV.3.1 Sketsa Produk	64
IV.3.2 Technical Drawing	77
IV.4 Proses Produksi	79
IV.5 Konsep Merchandise	80
IV.6 Produk Akhir	83
IV.7 Perancangan Business Model Canvas	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
V.1 Kesimpulan.....	96
V.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	100