

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.2.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Ruang Lingkup.....	2
1.4 Ruang Lingkup.....	3
1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.6 Kerangka Penelitian	6
1.7 Skema Perancangan / Pembabakan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Aplikasi	8
2.1.1 Pengertian Aplikasi.....	8
2.1.2 Jenis Aplikasi Mobile	8
2.1.3 Elemen Desain Aplikasi Mobile	9
2.2 Teori <i>User Interface</i>	10
2.2.1 Pengertian <i>User Interface</i>	10
2.2.2 Prinsip <i>User Interface</i>	10
2.2.3 Aturan Dasar Pada <i>User Interface</i>	11
2.3 Teori <i>User Experience</i>	11
2.3.1 Pengertian <i>User Experience</i>	11
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi <i>User Experience</i>	12
2.3.3 Dasar <i>User Experience</i>	12
2.4 Teori Desain Komunikasi Visual	13
2.4.1 Unsur-Unsur Dalam Desain.....	13
2.5 Teori Ilustrasi	14
2.6 Teori Tipografi	15
2.7 Teori Perancangan.....	16
2.8 Teori Identitas Visual	16
2.9 Teori Media Promosi.....	17
2.9.1 Jenis-Jenis Media Promosi.....	17

BAB III DATA DAN ANALISIS

3.1 Data	20
3.1.1 Yayasan Cinta Diri Indonesia (<i>Love Yourself</i> Indonesia)....	20
3.1.2 Tujuan Yayasan Cinta Diri Indonesia.....	20
3.1.3 Visi dan Misi.....	21
3.1.4 Program Pelayanan	21
3.1.5 Alamat.....	22
3.1.6 Struktur Organisasi	22
3.2 Data Produk.....	22
3.2.1 Tentang <i>Self-Love</i>	22
3.2.2 Aspek-Aspek Tentang <i>Self Love</i>	23
3.2.3 Cara Menerapkan <i>Self Love</i>	26
3.3 Data Khalayak Sasaran.....	28
3.3.1 Geografis.....	28
3.3.2 Demografis.....	29
3.3.3 Psikografis	29
3.3.4 Behavioral.....	29
3.4 Data Observasi	29
3.5 Data Wawancara	30
3.5.1 Wawancara Terhadap Institusi.....	30
3.5.2 Wawancara Terhadap Ahli	31
3.5.3 Rangkuman Hasil Wawancara.....	31
3.6 Data Kuesioner.....	31

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1 Konsep Perancangan.....	35
4.1.1 Konsep Komunikasi.....	35
4.1.2 Konsep Pesan	36
4.1.3 Konsep Media	37
4.1.4 Konsep Kreatif.....	37
4.1.5 Pendekatan Media.....	38
4.2 Strategi Visual.....	39
4.2.1 Gaya Gambar	39
4.2.2 Ilustrasi.....	39
4.2.4 Gaya Visual.....	40
4.2.5 Layout	40
4.2.6 Tipografi	41
4.2.6 Warna.....	42
4.3 Strategi Media	43
4.3.1 Media Utama.....	43

4.3.2 Media Pendukung	43
4.3.3 Media <i>Merchandise</i>	44
4.4 Budgeting Media.....	44
4.5 Hasil Perancangan.....	45
4.5.1 Hasil Perancangan Aplikasi	46
4.5.2 Hasil Perancangan Logo	47
4.6 Perancangan Media Pendukung.....	49
4.7 Referensi	52
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54