

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Rumusan Masalah (<i>Problem Statement</i>).....	5
1.4. Pertanyaan Penelitian (<i>Research Question/s</i>).....	5
1.5. Tujuan Penelitian (<i>Research Objectives</i>).....	6
1.6. Batasan Masalah (<i>Delimitation/s</i>).....	6
1.7. Ruang Lingkup Penelitian (<i>Scope</i>).....	7
1.8. Keterbatasan Penelitian/Perancangan (<i>Limitation</i>).....	8
1.9. Manfaat Penelitian.....	8
1.10. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Kajian Teoretis.....	17
2.2.1. Perancangan Produk.....	17
2.2.2. Furniture.....	18
2.2.3. Furniture Multifungsi.....	19
2.2.4. Warna.....	19
2.2.5. Material.....	21
2.2.6. Finishing.....	23
2.2.7. Ergonomi.....	24
2.2.8. Antropometri.....	25
2.2.9. <i>Live Streaming</i>	30
2.2.10. <i>Host Streamer</i>	31
2.2.11. TikTok.....	31

2.2.12.	Shopee.....	32
2.2.13.	Rangkuman Kajian Teoretis.....	33
2.3.	Kajian Empiris.....	35
2.3.1.	Reglow.....	35
2.3.2.	Aktivitas <i>Live Streaming Online Shop Brand Reglow</i>	36
2.3.3.	Kebutuhan dan Kendala yang dihadapi oleh <i>brand Reglow</i>	38
2.3.4.	<i>Amura Beauty Care</i>	39
2.3.5.	Aktivitas <i>Live Streaming Online Shop brand Amura Beauty Care</i> ..	40
2.3.6.	Kebutuhan dan Kendala yang dihadapi oleh <i>brand Amura Beauty Care</i>	41
2.3.7.	Java Medica.....	42
2.3.8.	Aktivitas <i>Live Streaming Online Shop brand Java Medica</i>	42
2.3.9.	Kebutuhan dan Kendala yang dihadapi oleh <i>brand Java Medica</i>	44
2.3.10.	Rangkuman Kajian Empiris.....	44
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1.	Rancangan Penelitian.....	46
3.2.	Metode Penelitian.....	48
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.3.1.	Wawancara Semi-Terstruktur....	48
3.3.2.	Observasi Non-partisipan.....	49
3.3.3.	Dokumentasi.....	49
3.3.4.	Studi Literatur.....	50
3.4.	Proses Pengumpulan Data.....	51
3.5.	Teknik Analisis Data.....	52
3.6.	Metode Perancangan.....	54
3.7.	Proses Perancangan.....	55
3.8.	Instrumen Validasi Perancangan.....	56
BAB IV	KONSEP PERANCANGAN.....	58
4.1.	Analisis Komparasi Produk Sejenis.....	58
4.2.	Analisis 5W + 1H.....	60
4.3.	Konsep Umum.....	61
4.4.	Konsep Perancangan.....	68
4.4.1.	<i>Term Of Reference</i>	68
4.4.2.	<i>Mind Mapping</i>	69
4.4.3.	<i>Product Positioning/Image Chart</i>	70

4.4.4.	<i>Mood Board</i>	71
4.4.5.	<i>User Board</i>	72
4.4.6.	<i>Flow Activity</i>	73
4.4.7.	<i>Blocking System</i> /Konfigurasi Desain.....	76
4.4.8.	Data Ukuran <i>Skincare</i>	76
4.5.	Sketsa Produk.....	78
4.5.1.	Sketsa Makro.....	78
4.5.2.	Sketsa Mikro.....	86
4.5.3.	<i>Final Design</i>	91
4.6.	Alur Kerja Produk.....	96
4.7.	Gambar Teknik.....	101
4.8.	Proses Produksi.....	107
4.9.	Foto Produk.....	110
4.10.	Validasi Produk.....	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		116
5.1.	Kesimpulan.....	116
5.2.	Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....		118
LAMPIRAN.....		129