

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Penderita Depresi	2
Gambar 2. gejala depresi.....	5
Gambar 3. gejala depresi.....	8
Gambar 4. Konsultasi.....	9
Gambar 5. 5healing	10
Gambar 6. bunuh diri (sumber:istock)	12
Gambar 7. Kampanye (sumber:freepik).....	14
Gambar 8. media sosial,(sumber:istock).....	16
Gambar 9. logo Instagram.....	18
Gambar 10. Xbanner(sumber:freepik)	18
Gambar 11. Mitra media (sumber:freepik)	19
Gambar 12. ilustrasi	24
Gambar 13. logo adobe ilustrator dan photoshop	26
Gambar 14. screenshot adobe ilustrator	26
Gambar 15. vector style design (sumber:freepik)	27
Gambar 16. desain karakter (sumber:freepik).....	28
Gambar 17. tipografi (sumber: istock).....	30
Gambar 18. style tipografi (sumber: istock)	30
Gambar 19. prinsip tipografi	31
Gambar 20. huruf serif	32
Gambar 21. huruf san serif.....	32
Gambar 22. huruf script	32
Gambar 23. huruf dekoratif.....	33
Gambar 24. skema warna.....	35
Gambar 25. warna primer	35
Gambar 26. warna sekunder.....	36
Gambar 27. warna tersier	36
Gambar 28. makna simbolis warna.....	37
Gambar 29. contoh logogram (apple & Mcdonalds)	38
Gambar 30. contoh logotype (coca-cola & air asia)	38
Gambar 31. Contoh logo (TvOne & Kino)	38
Gambar 32. prinsip logo.....	39
Gambar 33. kerangka berpikir.....	40
Gambar 34. Tabel jumlah responen kuesioner.....	55
Gambar 35. tabel tempat tinggal responden.....	55
Gambar 36. jumlah responden penderita depresi	56
Gambar 37. faktor pemicu depresi responden.....	56

Gambar 38. responden yang pernah dan tidak pernah depresi.....	57
Gambar 39. perbandingan depresi berdasarkan gender	57
Gambar 40. kota penderita depresi tertinggi	58
Gambar 41. jumlah responden yang ingin bunuh diri.....	59
Gambar 42. jumlah penderita depresi di tangsel.....	59
Gambar 43. responden penderita depresi tangsel yang tidak melakukan konsultasi	60
Gambar 44. total responden penderita depresi	61
Gambar 45. pendapat responden terkait stigma	62
Gambar 46. media kampanye yg diinginkan responden	63
Gambar 47. media sosial terpilih	64
Gambar 48. gaya ilustrasi pilihan responden	65
Gambar 49. gaya karakter pilihan responden.....	66
Gambar 50. media pendukung pilihan responden.....	67
Gambar 51. merchan pilihan responden.....	68
Gambar 52. Analisis SWOT	72
Gambar 53. logo riliv	74
Gambar 54. screenshot platform riliv.....	75
Gambar 55. Lokasi Dinas Kesehatan Kota Tangsel	76
Gambar 56. logo Dinas Kesehatan Kota Tangsel	76
Gambar 57. platform instagram Dinkes Tangsel	77
Gambar 58. Jenis ilustrasi vektor	80
Gambar 59. warna informatif	82
Gambar 60. warna reminder	82
Gambar 61. warna persuasif.....	83
Gambar 62. warna pendukung	83
Gambar 63. warna media partner	84
Gambar 64. karakter utama.....	85
Gambar 65. warna karakter utama	86
Gambar 66. karakter-karakter pendukung.....	87
Gambar 67. Karakter pendukung	87
Gambar 68. karakter pendukung healing	88
Gambar 69. karakter pendukung self love	88
Gambar 70. karakter media partne	89
Gambar 71. font poppins family	90
Gambar 72. font poppins untuk headline & sub headline	91
Gambar 73. font poppins untuk body text.....	91
Gambar 74. elemen visual yang melambangkan depresi	92
Gambar 75. elemen visual yang melambangkan depresi	92
Gambar 76. elemen visual yang melambangkan healing.....	93

Gambar 77. elemen visual yang melambangkan self improvement	93
Gambar 78. elemen visual yang melambangkan reach out writing	94
Gambar 79. elemen visual yang melambangkan self love.....	94
Gambar 80. Urutan konten feeds	96
Gambar 81. urutan konten carousel	97
Gambar 82. instastory (sumber:Freepik).....	98
Gambar 83. insta highlights, sumber:istock.....	99
Gambar 84. perancangan logo kampanye reach out for hope.....	99
Gambar 85. warna logo reach out for hope.....	100
Gambar 86. logo final kampanye reach out for hope.....	101
Gambar 87. Penempatan logo media partner	102
Gambar 88. penempatan logo pada konten	102
Gambar 89. ukuran feeds instagram.....	103
Gambar 90. ukuran instastory & highlights	103
Gambar 91. Ukuran poster A3	104
Gambar 92. Ukuran Xbanner	105
Gambar 93. ukuran totebag	106
Gambar 94. ukuran buku jurnal	106
Gambar 95. ukuran pin.....	107
Gambar 96. ukuran stiker	107
Gambar 97. ukuran kaos	108
Gambar 98. Instagram page kampanye reach out for hope.....	112
Gambar 99. Instagram page kampanye reach out for hope dekstop	113
Gambar 100. mockup Instagram page kampanye reach out for hope.....	113
Gambar 101. konten kampanye informatif	114
Gambar 102. konten kampanye reminder	115
Gambar 103. konten kampanye persuasif	117
Gambar 104. visual carousel kampanye reach out for hope	117
Gambar 105. mockup carousel.....	118
Gambar 106. instagram story yang memberi informasi seputar depresi.....	119
Gambar 107. instagram story yang berupa ajakan penyembuhan.....	119
Gambar 108. instagram story yang memberikan informasi media penyembuhan	120
Gambar 109. instagram story yang mempromosikan merchan kampanye	120
Gambar 110. Desain cover highlights	121
Gambar 111. Desain Xbanner kampanye reach out for hope	122
Gambar 112. Desain Xbanner kampanye reach out for hope	122
Gambar 113. Desain poster seminar kampanye reach out for hope.....	123
Gambar 114. Desain poster infografis kampanye reach out for hope.....	124
Gambar 115. Desain poster kampanye reach out for hope	125

Gambar 116. Desain kaos kampanye reach out for hope.....	126
Gambar 117. karakter utama menggunakan kaos kampanye.....	127
Gambar 118. Desain E-support virtual card kampanye reach out for hope.....	127
Gambar 119. Desain totebag kampanye reach out for hope	128
Gambar 120. Desain stiker kampanye reach out for hope	128
Gambar 121. Desain pin kampanye reach out for hope	129
Gambar 122. Desain sticky notes kampanye reach out for hope	130
Gambar 123. Desain improvement books kampanye reach out for hope	131
Gambar 124. Desain improvement book self love reminder	132
Gambar 125. Desain improvement book healing journal	132
Gambar 126. Desain improvement book venting book	132

