

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN PENGGUNAAN LAPORAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Identifikasi Masalah.....	2
I.3 Rumusan Masalah.....	2
I.4 Batasan Masalah.....	2
I.5 Tujuan Penelitian.....	3
I.6 Manfaat Penelitian.....	4
I.7 Metodologi Penelitian.....	4
I.8 Sistematika Laporan.....	5
BAB II STUDI LITERATUR.....	7
II.1 Nihon no Matsuri.....	7
II.1.1 Sejarah.....	7
II.1.2 Rangkaian Acara.....	9
II.2 Kebudayaan Jepang.....	14
II.2.1 Perayaan di Jepang.....	15
II.2.2 Keterampilan di Jepang.....	18
II.3 Teori Rupa Dasar.....	25
II.3.1 Unsur Rupa.....	25
II.3.1.1 Bentuk.....	26
II.3.1.2 Raut.....	28
II.3.1.3 Ukuran.....	28
II.3.1.4 Arah.....	29
II.3.1.5 Tekstur.....	30
II.3.1.6 Ruang.....	30
II.3.1.7 Warna.....	31
II.3.2 Prinsip Rupa.....	33
II.4 Tekstil.....	35
II.4.1 Peta Tekstil.....	35
II.4.1.1 Rekarakit.....	36
II.4.1.2 Rekalatar.....	36

II.5 <i>Digital Printing</i>	37
II.6 <i>Embroidery</i>	40
II.7 Fesyen.....	42
II.7.1 Klasifikasi Fesyen.....	42
II.7.2 Aksesoris Fesyen.....	43
II.7.2.1 Fungsi Aksesoris Fesyen.....	44
II.7.2.2 Jenis-jenis Aksesoris Fesyen.....	44
II.8 <i>Merchandise</i>	46
II.8.1 Sejarah <i>Merchandise</i>	47
II.8.2 Fungsi <i>Merchandise</i>	48
II.8.3 Jenis-jenis <i>Merchandise</i>	48
II.9 Peluang Bisnis.....	50
II.9.1 <i>Business Model Canvas</i>	52
BAB III PROSES PERANCANGAN	56
III.1 Latar Belakang Perancangan.....	56
III.1.1 Data Lapangan.....	56
III.1.2 Data Eksplorasi Awal.....	60
III.1.3 Analisa Perancangan.....	64
III.2 Konsep Perancangan.....	65
III.2.1 Deskripsi Konsep.....	65
III.2.2 Konsep <i>Image Board</i>	66
III.2.3 Konsep <i>Lifestyle Board</i>	67
III.3 Analisa Brand Pemandang.....	67
III.4 Hasil Eksplorasi.....	69
III.4.1 Eksplorasi Lanjutan.....	69
III.4.2 Ekplorasi Terpilih.....	72
III.5 Desain Produk.....	75
III.5.1 Sketsa Produk.....	75
III.5.2 Proses Produksi.....	78
III.5.3 Konsep <i>Mechandise</i>	78
III.6 Produk Akhir.....	79
III.6.1 Visualisasi Produk.....	79
III.6.2 Visualisasi <i>Mechandise</i>	82
III.7 Peluang Bisnis.....	84
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	88
IV.1 Kesimpulan.....	88
IV.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	93