

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	ii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Identifikasi Masalah	3
I.3. Rumus Masalah	4
I.4. Batasan Masalah	4
I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan	4
I.5.1. Tujuan Perancangan	4
I.5.2. Manfaat Perancangan	4
BAB II. PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI MASALAH	6
II.1. Landasan Teori	6
II.1.1. Kuliner	6
II.1.2. Jenis Kuliner	6
II.1.3. Kuliner Tradisional	8
II.1.4. Sate Maranggi	10
II.1.5. Peralatan dan Bahan Sate Maranggi	11
II.2. Sate Maranggi Pak Didin	15
II.2.1. Merek Sate Maranggi Pak Didin	15
II.2.2. Sejarah Tentang Sate Maranggi	16
II.2.3. Kemasan Sate maranggi	16
II.2.4. Sosial Media	17

II.3. Analisis 4P (<i>Product, Price, Place, Promotion</i>)	18
II.3.1. Wawancara	22
II.3.2. 5W + 1H	25
II.3.3. SWOT	26
II.3.4. Kuesioner.....	30
II.4. Resume	38
II.5. Solusi Perancangan.....	38
BAB III. STRATEGI PRANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	39
III.1. Khalayak Sasaran	39
III.1.1. <i>Consumer Journey</i>	40
III.1.2. <i>Consumer Insight</i>	42
III.2. Strategi Perancangan.....	42
III.2.1. Tujuan Komunikasi.....	43
III.2.2. Pendekatan Komunikasi.....	43
III.2.3. <i>Mandatory</i>	44
III.2.4. Materi Pesan.....	45
III.2.5. Gaya Bahasa.....	45
III.2.6. Strategi Kreatif.....	45
III.2.7. Strategi Media	51
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	52
III.3. Konsep Visual, meliputi:.....	54
III.3.1. Format Desain	55
III.3.2. Tata Letak (<i>layout</i>).....	57
III.3.3. Tipografi.....	59
III.3.4. Ilustrasi.....	60
III.3.5. Warna	62
III.3.6. Audio dan sebagainya	63
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	65
IV.1. Teknik Produksi	65
IV.2. Media Utama.....	65
IV.3. Media Pendukung	68
BAB V. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	77

V.1. Kesimpulan.....	77
V.2. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	81
SURAT KETERANGAN	82
PERSETUJUAN PUBLIKASI	82
KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR PERANCANGAN.....	83