

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x

BAB I. PENDAHULUAN..... 1

I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Identifikasi Masalah.....	2
I.3 Rumusan Masalah.....	2
I.4 Batasan Masalah	3
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	3
I.5.1 Tujuan Perancangan.....	3
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	3

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA..... 4

II.1 Tinjauan Teori	4
II.2 Data Objek.....	5

II.2.1 Roti Canai	5
II.2.2 Profil Tretan Bakery	5
II.3 Analisis Permasalahan.....	6
II.3.1 Wawancara	6
II.3.2 Analisis Media Sosial Roti Maryam Cane	7
II.4 Resume	8
II.5 Solusi Perancangan.....	9
 BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	10
III.1 Khalayak sasaran.....	10
III.1.1 Demografis	10
III.1.2 Geografis	10
III.1.3 Psikografis.....	11
III.1.4 Consumer Journey.....	11
III.1.5 Consumer Insight	11
III.1.6 Analisis SWOT	11
III.2 Strategi Perancangan.....	12
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	13
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	13
III.2.2.1 Pendekatan Komunikasi Verbal.....	13
III.2.2.2 Pendekatan Komunikasi Visual	13
III.2.3 <i>Mandatory</i>	14
III.2.4 Materi Pesan.....	14
III.2.4 Gaya Bahasa.....	15

III.2.5 Strategi Kreatif.....	15
III.2.6 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	16
III.3.Konsep Visual	17
III.3.1 Format Desain	17
III.3.2 Tata Letak	17
III.3.3 Tipografi	18
III.3.4 Ilustrasi	19
III.3.5 Warna	20
 BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	21
IV.1 Teknis Produksi	21
IV.2 Media Utama	21
IV.2.1 Pra Produksi	21
IV.2.2 Produksi	21
IV.2.3 Pasca Produksi	23
IV.3 Media Pendukung	23
IV.3.1 X-Banner	23
IV.3.2 Flyer	23
IV.3.3 Desain Sosial Media	24
IV.3.4 Brosur	25
IV.3.5 Web.....	25
IV.3.6 <i>Mug</i>	26
IV.3.7 T-shirt.....	26
IV.3.8 Desain Stand Booth.....	27

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	28
V.1 Kesimpulan.....	28
V.2 Saran.....	28
V.2.1 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	28
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN.....	33