

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	2
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Tujuan Dan Manfaat Perancangan.....	3
1.5.1. Tujuan Perancangan.....	4
1.5.2. Manfaat Perancangan.....	4
BAB II. PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI MASALAH PROMOSI WARUNG GORENG BAKAR	5
II.1. Tinjauan Umum Kuliner.....	5
II.1.1. Tradisi Kuliner Nusantara	6
II.2. Media Sosial Sebagai Wadah Promosi.....	7
II.2.1. Promosi Melalui Media Sosial	9
II.2.2. Interaksi Dengan Khalayak	9
II.2.3. Profil Perusahaan.....	10
II.2.4. Masakan Khas Sunda Wagobar (Warung Goreng Bakar	10
II.3. Analisis Permasalahan.....	14
II.3.1. Analisis SWOT.....	14
II.3.2. Wawancara Owner WAGOBAR (Warung Goreng Bakar	16
II.3.3. Kuisisioner	18

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	23
III.1. Khalayak Sasaran	23
III.1.1. Demografis	23
III.1.2. Geografis	24
III.1.3. Psikografis	24
III.2. Strategi Perancangan	24
III.2.1. Tujuan Komunikasi	25
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	25
III.2.4. Materi Pesan	27
III.2.5. Gaya Bahasa	27
III.2.6. Strategi Kreatif	27
III.2.7. Metode Komunikasi AISAS	27
III.2.8. Copywriting	29
III.2.9. Strategi Media	30
III.2.9.1. Media Utama	30
III.2.9.2. Media Pendukung	31
III.2.10. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	33
III.3. Konsep visual	33
III.3.1. Format Desain	34
III.3.2. Tata letak (layout)	34
III.3.4. Ilustrasi	36
III.3.5. Warna	37
III.3.6. Identitas Perancangan Promosi	38
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	40
IV.1. Media Utama	40
IV.1.1. Media Utama Poster	40
IV.1.2. Teknis Produksi	41
IV.2. Media Pendukung	48
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	54
V.1. Kesimpulan	54
V.2. Saran	54

DAFTAR PUSTAKA	55
DAFTAR LAMPIRAN	57