

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Identifikasi Masalah	3
I.3. Rumusan Masalah	3
I.4. Batasan Masalah	4
I.5. Tujuan & Manfaat Perancangan	4
I.5.1. Tujuan Perancangan	4
I.5.2. Manfaat Perancangan	5
BAB II. PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI <i>ARTISAN BRAND</i>	6
II.1. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)	6
II.1.1. Ciri-Ciri UMKM	7
II.1.2. Kriteria UMKM	8
II.1.3. Peran UMKM	9
II.1.4. UMKM Artisan	10
II.1.4.1. Bidang UMKM Artisan	11
II.1.5. Pemberdayaan UMKM	12
II.2. Brand	13
II.2.1. Konsep Bisnis	14
II.2.1.1. Fungsi Konsep Bisnis	14
II.2.2. <i>Artisan Brand</i>	15

II.2.2.1. Konsep Bisnis <i>Artisan Brand</i>	16
II.2.2.2. Manfaat Konsep Bisnis <i>Artisan Brand</i>	17
II.2.2.3. Manfaat <i>Artisan Brand</i> Bagi Masyarakat dan Ekonomi	18
II.2.3. Prilaku Konsumen Saat Ini	18
II.3. Analisis Permasalahan	19
II.3.1. Kuesioner	19
II.3.2. Wawancara Pakar	24
II.4. Resume	26
II.5. Solusi Perancangan	28
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN	29
III.1. Khalayak Sasaran	29
III.1.1. Demografis	29
III.1.2. Geografis	30
III.1.3. Psikografis	30
III.1.4. <i>Consumer Journey</i>	31
III.1.5. <i>Consumer Insight</i>	33
III.2. Strategi Perancangan	34
III.2.1. Tujuan Komunikasi	35
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	35
III.2.2.1. Pendekatan Komunikasi Verbal	35
III.2.2.2. Pendekatan Komunikasi Visual	35
III.2.3. <i>Mandatory</i>	36
III.2.4. Materi Pesan	37
III.2.5. Gaya Bahasa	37
III.2.6. Strategi Kreatif	38
III.2.6.1. <i>Copywriting</i>	38
III.2.6.2. <i>Storyline</i>	39
III.2.6.3. <i>Storyboard</i>	39
III.2.6.4. Visualisasi	42
III.2.7. Strategi Media	43
III.2.7.1. Media Utama	43

III.2.7.2. Media Pendukung	44
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	51
III.3. Konsep Visual	53
III.3.1. Format Desain	53
III.3.1.1. Media Utama	53
III.3.1.2. Media Pendukung	54
III.3.2. Tata Letak (<i>Layout</i>)	60
III.3.3. Tipografi	64
III.3.4. Ilustrasi	64
III.3.5. Warna	70
III.3.5.1. Warna Logo dan Media	71
III.3.6. Audio	71
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	
IV.1. Teknis Produksi	72
IV.1.1. Tahap Pra- Produksi	72
IV.1.2. Tahap Produksi	74
IV.1.3. Tahap Pasca-Produksi	79
IV.2. Media Utama	79
IV.3. Media Pendukung	84
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
V.1. Kesimpulan	96
V.2. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	101