

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	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. YAMITSUKI INDONESIA DAN OPINI MASYARAKAT .....	5
II.1 Pengertian UMKM.....	5
II.1.1 Kriteria UMKM .....	5
II.1.2 UMKM Dari Lembaga Dunia dan Luar Negeri.....	6
II.1.3 Ciri dan Karakteristik UMKM.....	8
II.2 UMKM Yamitsuki Indonesia.....	10
II.2.1 Pengertian Yamitsuki Indonesia.....	10
II.2.2 Latar Belakang Yamitsuki Indonesia.....	10
II.2.3 Produk Yamitsuki Indonesia.....	11
II.2.4 Promosi Yang Dilakukan Yamitsuki Indonesia.....	14
II.2.5 Analisis Pemasaran Yamitsuki Indonesia.....	16
II.2.6 Kompetitor Yamitsuki Indonesia.....	17

II.2.7 Analisis SWOT D.TO Donatsu.....	18
II.2.8 Analisis SWOT Yamitsuki Indonesia.....	19
II.3 Yamitsuki dan Opini Masyarakat.....	20
II.3.1 Kuesioner terkait Yamitsuki Indonesia.....	20
II.3.2 Wawancara terkait Yamitsuki Indonesia.....	25
II.3.3 Wawancara kepada konsumen Yamitsuki Indonesia.....	27
II.4 Resume.....	28
II.5 Solusi Perancangan.....	29
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN.....	30
III.1 Khalayak Sasaran.....	30
III.1.1 <i>Consumer Journey</i> .....	31
III.1.2 <i>Consumer Insight</i> .....	33
III.2 Strategi Perancangan.....	33
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	33
III.2.2 Pendekatan Komunikasi .....	33
III.2.3 <i>Mandatory</i> .....	34
III.2.4 Materi Pesan.....	35
III.2.5 Gaya Bahasa.....	35
III.2.6 Strategi Kreatif .....	35
III.2.7 Strategi Media.....	37
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	40
III.3. Konsep Visual.....	41
III.3.1 Format Desain.....	43
III.3.2 Tata Letak.....	44
III.3.3 Tipografi.....	46
III.3.4 Ilustrasi.....	47
III.3.5 Warna.....	53
III.3.6 Audio.....	54
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	56
IV.1 Teknis Produksi.....	56

IV.1.1 Pra Produksi.....	56
IV.1.2 Produksi.....	58
IV.1.3 Alat Produksi.....	59
IV.1.4 Pasca Produksi.....	61
IV.2 Media Utama.....	66
IV.3 Media Pendukung.....	69
IV.3.1 Media Yang Menggunakan AISAS.....	69
IV.3.2 Media Promosi.....	73
IV.3.3 Media <i>Merchandise</i> .....	74
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
V.1 Kesimpulan.....	80
V.1 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	81
LAMPIRAN .....	83