

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Identifikasi Masalah	4
I.3. Rumusan Masalah.....	4
I.4. Batasan Masalah	4
I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	4
I.7. Tujuan Perancangan.....	4
I.8. Manfaat Perancangan.....	5
BAB II BROWNIES SINGKONG KATINEUNG	6
II.1. Brownies Sebagai Produk Kuliner	6
II.1.1. Pengertian Kuliner.....	6
II.1.2. Kue	6
II.1.3. Brownies.....	6
II.1.4. Brownies Singkong	7
II.1.5. Brownies Singkong Sebagai Produk Kearifan Lokal	7
II.1.6. UMKM	8
II.1.6.1. Pengertian UMKM	8
II.1.6.2. Kriteria UMKM.....	8
II.1.6.3. Jenis-Jenis UMKM.....	9

II.2. Brownies Singkong Katineung.....	9
II.2.1. Pengertian Brownies Singkong Katineung.....	9
II.2.2. Sejarah Singkong Katineung	10
II.2.3. Produk Brownies Singkong Katineung	10
II.2.4. Promosi yang dilakukan Brownies Singkong Katineung	12
II.2.5. Analisis Pemasaran Brownies Singkong Katineung	13
II.2.6. Analisis SWOT Brownies Singkong Katineung	17
II.2.7. Analisis SWOT Kompetitor	19
II.3. Analisis Permasalahan.....	19
II.3.1. Kuisoner	20
II.3.2. Wawancara	25
II.3.3. Wawancara Kepada Konsumen Brownies Singkong Katineung	27
II.4. Resume	28
II.5. Solusi Perancangan.....	28
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>	35
III.2.4. Materi Pesan.....	35
III.2.5. Gaya Bahasa.....	35
III.2.6. Strategi Kreatif.....	35
III.2.7. Strategi Media	39
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	41
III.3. Konsep Visual.....	42
III.3.1. Format Desain	42
III.3.2. Tata Letak.....	43
III.3.3. Tipografi.....	45

III.3.4. Ilustrasi	46
III.3.4. Warna	47
III.3.5. Audio.....	48
BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	50
IV.1. Teknis Produksi	50
IV.1.1. Pra Produksi	50
IV.1.2. Produksi	51
IV.1.3. Pasca Produksi	53
IV.1.1. Pra Produksi	53
IV.2. Media Utama.....	53
IV.3. Media Pendukung	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
V.1. Kesimpulan	77
V.2. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	80
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	85
KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	87