

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Identifikasi Masalah	2
I.3. Rumusan Masalah	3
I.4. Batasan Masalah	3
I.5. Tujuan & Manfaat Perancangan	3
I.5.1. Tujuan Perancangan	3
I.5.2. Manfaat Perancangan	4
BAB II. COKLAT TEMPE ASSASSIN*V DAN OPINI MASYARAKAT	5
II.1 Coklat dan Tempe.....	5
II.1.1 Definisi Coklat dan Tempe.....	6
II.1.2 Jenis-Jenis Coklat dan Tempe	7
II.1.3 Promosi UMKM	7
II.2 Coklat Tempe Assassin*V.....	9
II.2.1 Produk Coklat Tempe Assassin*V.....	9
II.2.2 Kondisi	10
II.2.3 Promosi	10
II.2.4 Kompetitor	11
II.2.5 Analisis SWOT	12

II.3 Analisis Permasalahan	13
II.3.1 Wawancara	13
II.3.2 Kuesioner	15
II.4 Resume	20
II.5 Solusi Perancangan	21
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN	22
III.1. Khalayak Sasaran	22
III.1.1 <i>Consumer Journey</i>	24
III.2. Strategi Perancangan	25
III.2.1. Tujuan Komunikasi	26
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	26
III.2.3. Mandatory	26
III.2.4. Materi Pesan	27
III.2.5. Gaya Bahasa	27
III.2.6. Strategi Kreatif	27
III.2.7. Strategi Media	29
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	33
III.3. Konsep Visual	35
III.3.1. Format Desain	36
III.3.2. Tata Letak (<i>Layout</i>)	36
III.3.3. Tipografi	43
III.3.4. Ilustrasi	43
III.3.5. Warna	53
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	55
IV.1 Teknis Produksi	55
IV.2 Media Utama	58
IV.3 Media Pendukung	69
IV.3.1 Media Promosi	69
IV.3.1 Media <i>Merchandise</i>	74

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	81
V.1 Kesimpulan	81
V.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	90
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	91
KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR PERANCANGAN	92