

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Identifikasi Masalah	3
I.3 Rumusan Masalah	3
I.4 Batasan Masalah	3
I.5 Tujuan & Manfaat perancangan	4
I.5.1 Tujuan Perancangan	4
I.5.2 Manfaat Perancangan	4
BAB II. IDENTITAS UMKM DAPUR IBU ERMA DAN OPINI MASYARAKAT.....	5
II.1. Landasan Teori	5
II.1.1 Definisi Identitas	5
II.1.2 Identitas Visual	6
II.1.3 Identitas Visual yang baik	7
II.1.3 Identitas Lembaga	8
II.1.3 Identitas Logo	9
II.2 Objek Penelitian	14
II.2.1 Profil UMKM Dapur Ibu Erma	14
II.2.2 Visi dan Misi	17

II.2.3 Produk UMKM Dapur Ibu Erma	18
II.2.4 Identitas Visual Dapur Ibu Erma	18
II.2.5 Kompetitor	22
II.2.6 SWOT.....	24
II.3 Analisis Permasalahan	25
II.3.1 Kuisisioner	25
II.3.2 Wawancara	29
II.4 Resume	29
II.5 Solusi Perancangan.....	30
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	31
III.1 Khalayak Sasaran	31
III.1.1 <i>Consumer Insight</i>	32
III.1.2 <i>Consumer Journey</i>	32
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	36
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	41
III.3 Konsep Visual	42
III.3.1 Format Desain	44
III.3.2 Tata Letak	45
III.3.3 Tipografi	46
III.3.4 Ilustrasi	47
III.3.5 Warna	52
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	54
IV.1 Teknis Produksi	54

IV.1.1 Pra Produksi	54
IV.1.2 Produksi	56
IV.1.3 Pasca Produksi	58
IV.2 Media Utama.....	58
IV.3 Media Pendukung	69
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
V.1 Kesimpulan.....	81
V.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	83