

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.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Identifikasi Masalah.....	3
I.3 Rumusan Masalah.....	4
I.4 Batasan Masalah.....	4
I.5 Tujuan Dan Manfaat Perancangan.....	4
I.5.1 Tujuan Perancangan.....	4
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	5
BAB II. PENGOLAHAN SAMPAH ORGANIK SECARA MANDIRI DENGAN BUDIDAYA <i>MAGGOT</i>	6
II. 1 Landasan Teori	6
II. 1.1 Sampah	6
II. 1.2 Jenis Sampah	7
II. 1.2.1 Jenis Sampah Berdasarkan Sifatnya.....	7
II. 1.2.2 Jenis Sampah Berdasarkan Wujudnya.....	10
II. 1.2.3 Jenis Sampah Berdasarkan Sumbernya.....	11

II. 1.3 Sumber Sampah.....	13
II. 1.4 Proses Umum Pengelolaan Sampah Organik	14
II. 2 Pengolahan Sampah Organik Dengan Lalat <i>Black Soldier Fly</i> (BSF)	16
II. 2.1 Siklus Hidup Lalat <i>Black Soldier Fly</i> (BSF)	17
II. 2.2 Manfaat Lalat <i>Black Soldier Fly</i> (BSF).....	21
II.3 Analisis Permasalahan	22
II.3.1 Kuesioner.....	22
II.3.2 Wawancara Dengan Dinas Lingkungan Hidup Kota Bandung	30
II.3.2 Wawancara Dengan Pakar Budidaya <i>Maggot</i> Di Rumah <i>Maggot</i> Kelurahan Derwati.....	32
II.3.3 Analisis Permasalahan <i>5W 1H</i>	33
II.4 Resume	34
II.5 Solusi Perancangan.....	35
 BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	 36
III.1 Khalayak Sasaran	36
III.1.1 Demografis	36
III.1.2 Geografi.....	37
III.1.3 Psikografi	37
III.1.4 <i>Consumer Insight</i>	37
III.1.5 <i>Consumer Journey</i>	38
III.2 Strategi Perancangan	39
III.2.1 Pengertian Informasi	40
III.2.2 Tujuan Komunikasi	41
III.2.1.1 <i>Statement Problem</i>	41
III.2.1.2 <i>What to Say</i>	42
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	42
III.2.3 <i>Mandatory</i>	44
III.2.4 Materi Pesan.....	44
III.2.5 Gaya Bahasa.....	46
III.2.6 Strategi Kreatif	46
III.2.6.1 <i>Copywriting</i>	47

III.2.6.1 <i>Keyword dan Keyvisual</i>	47
III.2.7 Strategi Media	48
III.2.7.1 Media Utama	48
III.2.7.1 Media Pendukung	49
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	51
III.3 Konsep Visual	53
III.3.1 Logo Identitas <i>Website</i>	53
III.3.2 Format Desain	54
III.3.3 Tata Letak	54
III.3.4 Tipografi	56
III.3.5 Ilustrasi	56
III.3.6 Warna	57
III.3.7 Sistem Navigasi <i>Website</i>	59
III.3.8 <i>Wireframe</i>	60
 BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	 62
IV.1 Teknis Produksi Media Utama	62
IV.1.1 Sistem Navigasi	62
IV.1.2 Perancangan <i>Wireframe</i> Digital	63
IV.1.2.1 <i>Tracing Wireframe</i>	63
IV.1.2.2 Pemberian warna Dasar	66
IV.1.3 Penempatan Konten Fotografi	67
IV.1.4 Perancangan Fotografi Pada Konten	68
IV.1.4. 1 Proses Pengambilan Foto	68
IV.1.4.2 Proses Pengeditan Foto Untuk Konten Website	69
IV.1.5 Perancangan <i>Website</i>	69
IV.2 Tampilan Media Utama	71
IV.2.1 <i>Header dan Footer</i>	71
IV.2.2 <i>Home</i>	71
IV.2.3 Budidaya	73
IV.2.3.1 Proses Budidaya	74
IV.2.4 Artikel	75

IV.2.5 Forum.....	76
IV.2.6 Kontak	77
IV.3 Media Pendukung	78
IV.3.1 <i>X-Banner</i>	78
IV.3.2 Brosur	79
IV.3.3 Poster	80
IV.3.4 Poster Media Sosial	81
IV.3.5 Vidio Proses Budidaya.....	81
IV.3.6 Kaos	82
IV.3.7 Clemek (<i>Apron</i>)	83
IV.3.8 <i>Tote Bag</i>	84
IV.3.9 Topi	84
IV.3.10 Gelas Kaca.....	85
IV.3.11 <i>Tumbler</i>	86
IV.3.12 Gantungan Kunci.....	86
IV.3.13 <i>Stiker Pack</i>	87
 V. KESIMPULAN.....	 89
V.I Kesimpulan.....	89
V.2 Saran	89
 DAFTAR PUSTAKA	 90
LAMPIRAN.....	93
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	104
KONTAK PENULIS & KONTRIBUTOR PERANCANGAN	106
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	107