

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	xi
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 dan Manfaat Perancangan	3
I.5.1 Tujuan Perancangan	3
I.5.2 Manfaat Perancangan	3
BAB II. UMKM MADU SALSABILLA DAN STRATEGI PROMOSI	5
II.1 Pengertian Madu	5
II.1.1.1 Jenis Lebah Madu	5
II.1.1.2 Kandungan Madu	8
II.1.1.3 Manfaat Madu	9
II.1.1.4 Kualitas Madu	9
II.1.2 Pengertian UMKM	10
II.1.2.1 Kriteria UMKM	10
II.2 UMKM Madu Salsabilla	11
II.2.1 Sejarah Madu Salsabilla	11
II.2.2 Latar Belakang Madu Salsabilla	12
II.2.3 Produk Madu Salsabilla	14
II.2.4 Promosi Yang Dilakukan Madu Salsabilla	17

II.2.5 Kompetitor Madu Salsabilla.....	18
II.2.6 Analisis <i>SWOT</i> Madu Agmah	20
II.2.7 Analisis <i>SWOT</i> Madu Salsabilla.....	20
II.2.8 Analisis Pemasaran UMKM Madu Salsabilla (4P).....	21
II.3 Analisis Permasalahan.....	23
II.3.1 Wawancara Terkait UMKM Madu Salsabilla.....	23
II.3.2 Kuesioner Terkait UMKM Madu Salsabilla	24
II.3.3 Observasi	30
II.4 Resume	30
II.5 Solusi Perancangan.....	31
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	32
III.1 Khalayak Sasaran	32
III.1.1 <i>Consumer Journey</i>	33
III.1.2 <i>Consumer Insight</i>	34
III.2 Strategi Perancangan.....	34
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	34
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	35
III.2.3 <i>Mandatory</i>	35
III.2.4 Materi Pesan.....	36
III.2.5 Gaya Bahasa.....	36
III.2.6 Strategi Kreatif.....	37
III.2.6.1 Copywriting	37
III.2.6.2 <i>Storyline</i>	37
III.2.6.3 Visualisasi	39
III.2.7 Strategi Media	40
III.2.7.1 Media Utama.....	40
III.2.7.2 Media Pendukung.....	41
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	43
III.3 Konsep Visual	44
III.3.1 Format Desain	44
III.3.2 Tata Letak.....	45

III.3.3 Tipografi.....	49
III.3.4 Ilustrasi.....	51
III.3.4.1 Studi Karakter.....	51
III.3.4.2 Studi Latar.....	54
III.3.4.3 Studi Properti.....	55
III.3.5 Warna.....	55
III.3.6 Audio.....	58
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	59
IV.1 Teknis Produksi.....	59
IV.1.1 Pra Produksi.....	59
IV.1.2 Produksi.....	60
IV.1.3 Alat Produksi.....	60
IV.1.4 Pasca Produksi.....	63
IV.2 Media Utama.....	67
IV.3 Media Pendukung.....	72
IV.3.1 Media Promosi.....	72
IV.3.2 Media Kreatif.....	75
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
V.1 Kesimpulan.....	79
V.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	83