

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.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Identifikasi Masalah.....	3
I.3 Rumusan Masalah.....	3
I.4 Batasan masalah.....	3
I.5. Tujuan Perancangan & Manfaat Perancangan.....	4
I.5.1 Tujuan Perancangan.....	4
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
II.1.1 Definisi UMKM.....	5
II.1.2 Definisi umum UMKM.....	5
II.1.3 Peran UMKM.....	5
II.1.4 Promosi.....	6
II.1.5 Tujuan Promosi.....	7
II.1.6 Jenis-Jenis Promosi.....	7
II.1.7 Marketing Mix (bauran pemasaran).....	8
II.1.8 Mekanisme Event.....	9
II.1.9 Makanan Ringan/Snack.....	10
II.1.10 Buah Pare.....	11
II.1.11 Kandungan dan manfaat Buah Pare.....	12
II.1.12 Keunikan Buah Pare.....	12
II.1.13 Stand booth Keripik Pare Kang Eme.....	13

II.1.14 Jenis-Jenis Stand Booth.....	14
II.2 Objek Penelitian.....	14
II.2.1 Sejarah UMKM Keripik Kang Eme.....	14
II.2.2 Profil Usaha Keripik Pare Kang Eme.....	15
II.2.3 Dokumentasi keripik pare Kang Eme.....	16
II.2.4 Manfaat Kesehatan Pare.....	19
II.2.5 Asal mula Keripik Pare.....	19
II.2.6 Bahan yang digunakan Keripik Pare Kang Eme.....	19
II.3 Analisis Permasalahan.....	20
II.3.1 Hasil Wawancara.....	20
II.3.2. Hasil Wawancara Online.....	21
II.3.3 Hasil Observasi Lapangan.....	22
II.3.2 Hasil Kesimpulan Wawancara.....	26
II.3.3 Kesimpulan Hasil Wawancara.....	27
II.3.4 Hasil Kusioner.....	27
II.4 <i>Resume</i>	31
II.5 Solusi Perancangan.....	31
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN.....	32
III.1 Khalayak Sasaran.....	32
III.1.2 <i>Consumer Insight</i>	32
III. 1.3 <i>Consumer Journey</i>	32
III.2 Strategi Perancangan.....	33
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	34
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	34
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.....	39
III.3 Konsep Visual.....	40
III.3.1 Format Desain.....	40

III.3.2 Tata Letak.....	41
III.3.3 Tipografi.....	44
III.3.4 Ilustrasi.....	46
III.3.5 Warna.....	48
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	51
IV.1 Teknis Produksi.....	51
IV.1.1 Sketsa.....	51
IV.1.2 Eksekusi Digital.....	51
IV.2 Media Utama.....	53
IV.2.1 Maskot Keripik Pare Kang Eme.....	54
IV.3 Media Pendukung.....	54
IV.3.1 Poster.....	55
IV.3.2 Flyer.....	56
IV.3.3 <i>X-Banner</i>	57
IV.3.4 Stiker Set.....	58
IV.3.5 Celemek.....	59
IV.3.6 <i>Totebag</i>	60
IV.3.7 Topi.....	61
IV.3.8 Gantungan Kunci.....	62
IV.3.9 Mug.....	63
IV.3.10 Pin.....	64
IV.3.11 <i>Feeds</i> Instagram.....	65
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
V.1 Kesimpulan.....	67
V.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68