

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
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 dan Manfaat Perancangan.....	3
I.5.1 Tujuan Perancangan.....	3
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	4
BAB II. PERANCANGAN <i>BRAND</i> DAN <i>PRODUCT DEVELOPMENT</i>	5
II.1 Landasan Teori	5
II.1.1 Promosi.....	5
II.1.1.1 Media Promosi	6
II.1.1.2 Alat-Alat Promosi.....	10
II.1.1.3 Tujuan Promosi	10
II.1.1.4 Fungsi Promosi.....	11
II.1.2 <i>Branding</i>	11
II.1.2.1 Jenis <i>Branding</i>	11

II.1.2.2 Pengembangan Produk	12
II.1.3 Produk	13
II.1.3.1 Tingkatan Produk	13
II.1.3.2 Hierarki Produk	14
II.1.3.3 Kemasan Produk.....	14
II.1.4 Teh.....	16
II.2 Noon Tea Bar	17
II.2.1 Lokasi dan Tempat	18
II.2.2 Produk Noon Tea Bar.....	20
II.2.3 Media Sosial Noon Tea Bar	22
II.2.4 Analisis <i>SWOT Matrix</i> Noon Tea Bar	23
II.2.5 Kompetitor.....	25
II.2.5.1 Analisis <i>SWOT</i> Kompetitor	26
II.3 Analisis Permasalahan.....	27
II.3.1 Wawancara	27
II.3.2 Kuesioner.....	28
II.4 Resume	35
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 Geografis	37
III.1.3 Psikografis.....	37
III.1.4 <i>Consumer Journey</i>	37
III.1.5 <i>Consumer Insight</i>	39
III.2 Strategi Perancangan.....	40
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	40
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	40

III.2.3 <i>Mandatory</i>	41
III.2.4 Materi Pesan.....	41
III.2.5 Gaya Bahasa.....	42
III.2.6 Strategi Kreatif	42
III.2.6.1 <i>Copywriting</i>	43
III.2.6.2 <i>Positioning</i>	44
III.2.6.3 Visualisasi	44
III.2.7 Strategi Media	45
III.2.7.1 Media Utama.....	45
III.2.7.2 Media Pendukung.....	45
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	47
III.3 Konsep Visual	48
III.3.1 Format Desain	48
III.3.2 Logo Serenitea	49
III.3.3 Tata Letak.....	49
III.3.4 Tipografi.....	53
III.3.5 Ilustrasi	54
III.3.6 Warna	57
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	59
IV.1 Teknis Produksi	59
IV.1.1 Pra Produksi	59
IV.1.2 Produksi	61
IV.2 Media Utama.....	62
IV.2.1 Kemasan Milk Tea.....	63
IV.2.2 Kemasan Fruit Tea.....	64
IV.2.2.1 Teh Celup.....	65
IV.2.2.2 Teh Kering	66
IV.3 Media Pendukung	66

BAB V. KESIMPULAN	72
V.1 Kesimpulan	72
V.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	76