

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.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
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. PRODUK CEMIL.IND & OPINI MASYARAKAT	5
II.1 Kuliner di Indonesia	5
II.1.1 Jenis Kuliner di Indonesia	5
II.1.2 Manfaat camilan khas Indonesia	7
II.2 Cemil.ind sebagai camilan khas daerah di Indonesia.....	8
II.2.1 Kondisi Pemasaran dan Citra Cemil.ind	9
II.2.2 Penjualan <i>Online & Offline</i> Cemil.ind	10
II.3 Analisis.....	11
II.3.1 Lokasi penjualan <i>Offline</i>	11
II.3.2 Kuisisioner	13
II.3.3 Wawancara	18
II.3.4 Analisis dan Matrix SWOT	20

II.4	Resume	23
II.5	Solusi Perancangan	24
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....		25
III.1	Khalayak Sasaran	25
III.1.1	<i>Consumer Insight</i>	27
III.1.2	<i>Consumer Journey</i>	28
III.2.	Strategi Perancangan	30
III.2.1	Tujuan Komunikasi	31
III.2.2	Pendekatan Komunikasi	31
III.2.3	<i>Mandatory</i>	33
III.2.4	Materi Pesan	33
III.2.5	Gaya Bahasa	34
III.2.6	Strategi Kreatif	34
III.2.7	Strategi Media	40
III.2.8	Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	45
III.3	Konsep Visual.....	47
III.3.1	Format Desain	47
III.3.2	Tata Letak Desain	48
III.3.3	Tipografi	53
III.3.4	Ilustrasi	54
III.3.5	Warna.....	58
III.3.6	Audio	58
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI		60
IV.1	Teknis Produksi	60
IV.2	Media Utama	64
IV.3	Media AISAS	68
IV.4	Media Pendukung.....	71

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	76
V.1 Kesimpulan.....	76
V.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	79
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	80
KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR PERANCANGAN	81
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	82