DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN …….. i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ……. ii
KATA PENGANTAR ……..……..…… iii
ABSTRAK ……... vi
ABSTRACT ……..……..……..……. v
DAFTAR ISI …… vi
DAFTAR GAMBAR ……. viii
DAFTAR TABEL ……. X

BAB I PENDAHULUAN ……..…….. 1
I.1 Latar Belakang ……... 1
I.2 Identifikasi Masalah …….. 3
I.3 Rumusan Masalah ……..…… 3
I.4 Batasan Masalah …… 3
I.5 Tujuan Perancangan …… 3

BAB II KECAP SEGI TIGA MAJALENGKA ….……... 4
II.1 Promosi ……..…….. 4
II.1.1 Pengertian promosi ……...……... 4
II.1.2 Tujuan Promosi ……...……. 5
II.1.3 Bauran Promosi ……..…….. 6
II.1.4 Strategi Pemasaran ……..……..... 9
II.1.5 Promosi Kecap Segi Tiga Majalengka ……..……... 9
II.1.6 Sistem Penjualan Kecap Segi Tiga Majalengka ……...…….. 11
II.2 Kecap ……. 11
II.2.1 Sejarah Kecap Segi Tiga Majalengka ……. 12
II.2.2 Varian Rasa Kecap Segi Tiga ……. 13
II.2.3 Target Pasar …… 14
II.3 Solusi Pemecahan Masalah …….……..……..……... 14
II.4 Kesimpulan (Resume) …….…... 15

BAB III STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN ……. 16
III.1 Strategi Perancangan ……..... 16
III.1.1 Strategi Promosi ……. 16
III.1.2 Target Audience ……. 17
III.1.3 Pendekatan Komunikasi ……..... 18
III.1.4 Strategi Kreatif ……... 19
III.1.5 Strategi Media …… 19
III.1.6 Distribusi Media ……. 27
III.2 Konsep Visual ……..…….. 28
III.2.1 Format Media ……..……... 28
III.2.2 Tata Letak …….. 29
III.2.3 Font …….……... 29
III.2.4 Warna ……. 30

BAB IV TEKNIS PRODUKSI DAN APLIKASI MEDIA……... 31
IV.1 Teknis Produksi Media ……. 31
IV.2 Media Utama ……... …… 33
IV.3 Media Pendukung …… 37

DAFTAR PUSTAKA…… 46
LAMPIRAN …….. 47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Promosi Kecap Segi Tiga ……. 9
Gambar 2.2 Promosi Kecap Segi Tiga ……..…….. 10
Gambar 2.3 Promosi Kecap Bango …..…….…….. 11
Gambar 2.4 Logo Kecap Segi Tiga ……....…….…….. 12
Gambar 2.5 Produk Kecap Segi Tiga…….…….. 13
Gambar 3.1 Media *attention* ……....…….…….. 20
Gambar 3.2 Media *interest* ……...…….…….. 21
Gambar 3.3 Media *search* ……...…….…….. 21
Gambar 3.4 Media *action* tampak depan ……...……...…….…….. 22
Gambar 3.5 Media *action* tampak belakang ……...……...….. 22
Gambar 3.6 Media *share* ……...…….…….. 23
Gambar 3.7 *Flyer* ……...……...…….…….. 23
Gambar 3.8 *Flyer digital* ……...…….…….. 24
Gambar 3.9 *X banner* ……...…….…….. 24
Gambar 3.10 Spanduk ……...…….…….. 25
Gambar 3.11 Mug ……...……...…….…….. 25
Gambar 3.12 *Tote bag* ……...…….…….. 26
Gambar 3.13 Gantungan kunci ……...……...…….…….. 26
Gambar 3.14 Stiker ……...……...……...…….…….. 27
Gambar 3.15 *Layout* ……...…..…….…….. 29
Gambar 3.16 *Font Myriad Pro* ……...……...…….…….. 30
Gambar 3.17 *Font Helvetica* ……...……...…….…….. 30
Gambar 3.18 Warna *background* ……...……...…….…….. 30
Gambar 4.1 Proses sketsa dan hasil foto ……...…..……. 31
Gambar 4.2 Proses *editing* komposisi warna ……....…….…… 32
Gambar 4.3 Penambahan *headline*, gradasi dan logo kecap …… 32
Gambar 4.4 Poster *attention* ……...…….…….…… 33
Gambar 4.5 Poster *interest* ……....…….…… 34
Gambar 4.6 Poster iklan digital ……...…….…… 35
Gambar 4.7 Brosur tampak depan ……...…….…… 36

Gambar 4.8 Brosur tampak belakang ……...……..…… 36
Gambar 4.9 Poster *share* ……...……..…… 37
Gambar 4.10 *Flyer* ……...……..……..…… 38
Gambar 4.11 Poster *interest* ……..……..…… 39
Gambar 4.12 X *banner*……...……..……..…… 40
Gambar 4.13 Spanduk ……...……..……..……..…… 41
Gambar 4.14 Mug ……...……..……..…… 41
Gambar 4.15 *Tote bag* tampak depan ……...……..……...…… 42
Gambar 4.16 *Tote bag* tampak belakang ……...……..…...…… 43
Gambar 4.17 Stiker ….……..……..…… 44
Gambar 4.18 Gantugan kunci ……...……..……..…..…… 45

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Distribusi media …… 27
Tabel 3.2 Lokasi penyebaran media …… 28