DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR DIAGRAM xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv

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

BAB II KEMASAN VIRGIN COCONUT OIL (VCO) MUBARAK 6
II.1. Minyak Kelapa 6
II.1.1. Definisi Minyak Kelapa 6
II.1.2. Sejarah Penggunaan Minyak kelapa 7
II.1.3. Jenis-Jenis Minyak Kelapa 8
II.2. Virgin Coconut Oil 10
II.2.1. Definisi Virgin Coconut Oil 10
II.2.2. Kandungan Virgin Coconut Oil 11
II.2.2.1. Nilai Nutrisi Kandungan Virgin Coconut Oil 12
II.2.3. Manfaat Virgin Coconut Oil 14
II.2.4. Metode Pembuatan Virgin Coconut Oil 17
II.3. Virgin Coconut Oil Mubarak 20

II.3.1. Sejarah Virgin Coconut Oil Mubarak.....20
II.3.2. Sistem Penjualan Virgin Coconut Oil Mubarak.....21
II.3.3. Proses Produksi dan Pengiriman Virgin Coconut Oil Mubarak.....23
II.3.4. Modal dan Omset Virgin Coconut Oil Mubarak.....23
II.4. Analisa Virgin Coconut Oil Mubarak 24
II.4.1. Analisa Terhadap Kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak 25
II.4.2. Analisis SWOT Virgin Coconut Oil Mubarak 26
II.4.3. Definisi Kemasan 29
II.4.4. Jenis-jenis Kemasan 29
II.4.5. Fungsi Kemasan 33
II.4.6. Unsur-unsur Pada Kemasan Yang Harus Diperhatikan Dalam Mendesain Kemasan.....33
II.4.7. Bagian-bagian Penting Yang Harus Ada Pada Kemasan 36
II.5. Pandangan Masyarakat Terhadap Virgin Coconut Oil Mubarak 37
II.5.1. Hasil Kuesioner Kepada Masyarakat Di Kota Bandung Terhadap Virgin Coconut Oil 37
II.5.2. Ketidaktahuan Masyarakat Terhadap Virgin Coconut Oil Mubarak Sebagai Produk Kesehatan Berdasarkan Wawancara.....43
II.5.3. Hasil Kuesioner *Online* Kepada Masyarakat Pengguna Internet Terhadap Kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak 44
II.6. Kesimpulan dan Solusi Dari Analisa Kemasan Virgin Coconut Oil Mubarak.....46

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 47
III.1. Strategi Perancangan.....47
III.1.1. Khalayak Sasaran Perancangan.....47
III.1.2. *Consumer Insight* 49
III.1.3. Tujuan Komunikasi.....49
III.1.4. Pendekatan Komunikasi.....50

III.1.5. Materi Pesan 52
III.1.6. Gaya Bahasa 53
III.1.7. Strategi Kreatif 53
III.1.8. Strategi Media 57
III.1.9. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media 59
III.2. Konsep Visual 59
III.2.1. Format Desain 60
III.2.2. Tata Letak (*layout*) 65
III.2.3. Huruf 67
III.2.4. Ilustrasi 68
III.2.5. Unsur Grafis 69
III.2.6. Warna 71

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 75
IV.1. Proses Perancangan Kemasan Baru
Virgin Coconut Oil Mubarak 75
IV.2. Media dan Teknis Produksi Kemasan
Virgin Coconut Oil Mubarak 80

DAFTAR PUSTAKA 98
LAMPIRAN 101