

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Identifikasi Masalah.....	4
I.3. Rumusan Masalah.....	4
I.4. Batasan Masalah.....	5
I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	5
1.5.1. Tujuan Perancangan.....	5
1.5.2. Manfaat Perancangan.....	5
BAB II. IDENTITAS VISUAL KEMASAN PERMEN SUSU KARAMEL BARANAHAH PANGALENGAN.....	7
II.I. Kemasan.....	7

II.2. Industri.....	22
II.3. Industri Hulu.....	23
II.4. Industri Hilir.....	23
II.5. <i>Home Industry</i> (Industri Rumahan).....	24
II.6. Makanan.....	24
II.7. Camilan.....	26
II.8. Industri Peternakan Pangalengan.....	27
II.9. Susu.....	28
II.10. Permen.....	30
II.11. Karamel.....	31
II.12. Karamel Susu.....	32
II.13. Barokah Home Industri.....	32
II.14. Permen Susu Karamel Baranahan.....	34
II.14.1. Manfaat dan kandungan gizi Permen Susu Karamel Baranahan.....	35
II.14.2. Bahan Pembuatan Permen Karamel Susu Baranahan.....	36
II.14.3. Peralatan dan Proses Pembuatan Permen Susu Karamel Baranahan.....	36
II.14.4. Observasi Produksi Permen Susu Karamel Baranahan.....	38
II.15. Identitas Permen Susu Karamel Baranahan.....	40
II.16. Identitas visual Permen Susu Karamel Baranahan di Masyarakat.....	48
II.16.1. Angket Konsumen Permen Susu Karamel Baranahan.....	48
II.17. Analisis Identitas Visual Permen Susu Karamel Baranahan.....	50
II.17.1. Hasil Angket Konsumen.....	50
II.17.2. Analisis Semantik Kemasan Permen Susu Karamel Baranahan.....	56

II.17.3. Analisis Visual Kemasan Permen Susu Karamel Baranahan.....	59
II.17.4. Analisis Visual Kemasan Kompetitor Permen Susu Karamel Baranahan .....	62
II.17.5. Analisis S.W.O.T Kemasan Permen Susu Karamel Baranahan.....	70
II.17.7. Analisis S.W.O.T Kemasan Permen Susu Karamel Baranahan Terhadap Kompetitor.....	73
II.17.8. Resume.....	76
II.17.9. Solusi Perancangan.....	77
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN .....	78
III.1. Khalayak Sasaran.....	78
III.1.1. Demografis.....	78
III.1.2. Geografis.....	79
III.1.3. Psikografis.....	80
III.1.4. <i>Consumer Insight</i> .....	81
III.1.5. <i>Consumer Journey</i> .....	83
III.2. Strategi Perancangan.....	85
III.2.1. Tujuan Komunikasi.....	86
III.2.2. Pendekatan Komunikasi.....	87
III.2.3. <i>Mandatory</i> .....	91
III.2.4. Materi Pesan.....	91
III.2.5. Gaya Bahasa.....	92
III.2.6. Strategi Kreatif.....	93
III.2.7. Strategi Media.....	95

III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	99
III.3. Konsep Visual.....	102
III.3.1. Format Desain.....	103
III.3.2. Tata letak ( <i>layout</i> ).....	106
III.3.3. Tipografi.....	109
III.3.4. Ilustrasi.....	111
III.3.4. Warna.....	112
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	114
IV.1. Media Utama.....	114
IV.1.1. Teknis Produksi.....	114
IV.2. Media Pendukung.....	124
BAB V. Kesimpulan dan Saran.....	143
V.1 Kesimpulan.....	143
V.2 Saran.....	143
DAFTAR PUSTAKA.....	144
LAMPIRAN.....	148
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	160
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	161