DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI iv
DAFTAR GAMBAR vi
DAFTAR TABEL viii
BAB I PENDAHULUAN
I.1 Latar Belakang masalah 1
I.2 Identifikasi masalah 2
I.3 Fokus masalah 3
I.4 Tujuan perancangan 3
BAB II STRATEGI PROMOSI PERUSAHAAN MAKANAN RINGAN
II.1 Promosi 4
II.1.1 Tujuan promosi 5
II.1.2 Fungsi promosi 5
II.1.3 Bauran promosi 7
II.2 Perihal Singkong 8
II.2.2 Manfaat singkong 8
II. 3 Perihal kemasan alumunium foil 8
II.4 Data Perusahaan PT Maicih Inti Sinergi 9
II.4.1 Sejarah perusahaan 9
II.4.2 Profil perusahaan 11
II.4.3 Distributor / Jendral Maicih 12
II.4.4 Layanan Maicih 13
II.4.5 Manajemen Maicih 14
II.4.6 Aset Maicih 14
II.4.7 Omset Maicih 14
II.4.8 *Competitor* Maicih 15
II.5 Bauran pemasaran Maicih 16
II.6 Analisis SWOT 20
II.7 *Target audience* 21

II.8 Analisa produk.....22
II.9 Positioning.....22
II.10 Pemecahan masalah.....22
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL
III.1 Strategi perancangan.....23
III.1.1 Pendekatan komunikasi.....23
III.1.1.1 Pendekatan verbal.....22
III.1.1.2 Pendekatan *visual*.....22
III.1.2 Strategi kreatif.....25
III.1.3 Strategi media.....25
III.1.3 Strategi distribusi.....27
III.2 Konsep Visual.....28
III.2.1 Materi pesan.....28
III.2.2 Tahapan penyampaian pesan.....28
III.2.3 Format desain.....28
III.2.4 Tata Letak.....31
III.2.5 Tipografi.....31
III.2.6 Ilustrasi.....32
III.2.7 Warna.....32
BAB IV TEKNIK MEDIA PRODUKSI
IV.1 Aplikasi Media.....33
IV.1.1 Tahap *awareness*.....33
IV.1.2 Tahap *information*.....35
IV.1.3 *Tahap reminder*.....41
IV.1.4 Media penunjang.....44
DAFTAR PUSTAKA.....50
LAMPIRAN.....53

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Reza Nurhilman/Axl *(owner & founder)*.....10
Gambar II.2 Maicih kemasan lama.....10
Gambar II.3 Maicih kemasan baru.....11
Gambar II.4 Logo Maicih 12
Gambar II.5 Daerah penjualan Maicih 12
Gambar II.6 Formulir akademi jendral Maicih 13
Gambar II.7 *Competitor* Maicih.....15
Gambar II.8 *Marketing Mix* 16
Gambar II.9 Jendral Maicih 19
Gambar II.10 *Twitter*.....19
Gambar II.11 *Website*.....20
Gambar III.1 Format desain.....28
Gambar III.2 Aplikasi media.....30
Gambar III.3 Aplikasi huruf pada media.....32
Gambar III.4 Warna 32
Gambar III.5 Aplikasi warna pada media.....33
Gambar IV.1 *X-Banner*.....34
Gambar IV.2 Poster.....35
Gambar IV.3 *Website*.....37
Gambar IV.4 *Twitter*.....37
Gambar IV.5 *Billboard* 38
Gambar IV.6 Spanduk vertikal 39
Gambar IV.7 *Flyer*.....40
Gambar IV.8 Majalah.....41
Gambar IV.9 *Display* 42
Gambar IV.10 Pin 42
Gambar IV.11 Stiker.....43
Gambar IV.12 Gantungan kunci 44
Gambar IV.13 Kantong plastik 44
Gambar IV.14 Mobil *Grand Max* 45
Gambar IV.15 Mobil truk pengangkut barang.....46

Gambar IV.16 Baju *official*.....46
Gambar IV.17 Tas.....47
Gambar IV.18 Topi.....48
Gambar IV.19 *ID card*.....48

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Jumlah produksi dan omset Maicih.....14
Tabel II.2 Analisa *competitor* Maicih.....15
Tabel II.3 *Competitor* dan *positioning* Maicih.....15
Tabel II.4 Produk Maicih.....18
Tabel II.5 Analisis SWOT.....21
Tabel III.1 Struktur berpikir.....23
Tabel III.2 Tabel penyebaran media 28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Lembar Bimbingan 53
Lampiran Sketsa 56