DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS iii
KATA PENGANTAR iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR TABEL xii

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

BAB II PROMOSI PADA CV.VANNISA
II.1 Kuliner di Bandung 5
II.2 Remaja Bandung 6
II.3 *Valentine Day's* 8
II.4 Remaja dan *Valentine* 10
II.5 Brownies 11
II.6 Sejarah CV.Vannisa 13
II.6.1 Profil CV.Vannisa 15
II.6.2 Visi dan Misi CV.Vannisa 16
II.6.3 Cabang CV.Vannisa 17
II.6.4 Varian Rasa CV.Vannisa 18
II.7 Kompetitor 20
II.7.1 Amanda 20
II.7.2 Kartika Sari 21

II.8 Analisa Media Visual (Promosi) 22
II.8.1 Promosi CV.Vannisa.....22
II.8.2 Promosi CV.Amanda 25
II.8.3 Promosi Kartika Sari.....28
II.9 Analisis SWOT 30
II.10 Hasil Kuesioner.....32
II.11 Hasil Wawancara 33
II.12 Analisis Masalah CV.Vannisa 35

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Target Audiens.....36
III.2 Strategi Perancangan.....37
III.3 Pendekatan Komunikasi Verbal.....37
III.3.1 Pendekatan Komunikasi Visual 38
III.4 Strategi Kreatif.....39
III.5 Strategi Media.....39
III.5.1 Media Utama.....40
III.5.2 Media Pendukung.....40
III.5.3 Strategi Distribusi.....41
III.6 Konsep Visual.....42
III.6.1 Format Desain.....43
III.6.2 Tata Letak (*Layout*) 43
III.6.3 Tipografi.....44
III.6.4 Ilustrasi.....46
III.6.5 Gaya Ilustrasi 46
III.6.6 Warna.....47

BAB IV TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama.....49
IV.1.1 *Flyer*.....50
IV.2 Media Pendukung.....51
IV.2.1 *Tote Bag*.....51

IV.2.2 *Postcard* 52
IV.2.3 Boneka Beruang 52
IV.2.5 X-Banner 52
IV.2.6 Twitter 52
IV.2.7 Facebook 53
IV.2.8 Instagram 53
IV.2.9 Kaos Karyawan 54

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN