LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
ABSTRAK ..... **iv**
ABSTRACT ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **vi**
DAFTAR GAMBAR ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**

BAB 1 PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN UMUM PROMOSI KEDAI KOPI WADDADDAH KHAS BULUKUMBA

II.1 Pengertian Kedai 4
II.2 Kedai Kopi 4
II.2.1 Sejarah Kedai Kopi 5
II.3 Kopi 5
II.3.1 Jenis Kopi 6
II.3.2 Kopi Susu 8
II.4 Profil Kedai Kopi Susu Waddaddah 8
II.4.1 Fasilitas Kedai Kopi Susu Waddaddah 12
II.4.2 Struktur Kepengelolaan Kedai Kopi Susu Waddaddah 13
II.4.3 *Review* Promosi Yang Dilakukan Kedai Kopi Susu Waddaddah 13
II.5 Budaya Minum Kopi Masyarakat Bulukumba 14
II.6 Analisa SWOT Kedai Kopi Susu Waddaddah 15

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran 17
III.1.1 Segmentasi 17
III.1.2 *Consumer Insight* 18
III.2 Strategi Perancangan 19
III.2.1 Tujuan Komunikasi 21
III.2.2 Pendekatan Komunikasi 21
III.2.3 Materi Pesan 22
III.2.4 Strategi Kreatif 22
III.2.5 Strategi Media 23
III.2.6 *Storyline* 25
III.2.7 Strategi Distribusi 28
III.3 Konsep Visual 28
III.3.1 Format Video 28
III.3.2 Tata Letak (layout) 29
III.3.3 Tipografi 29
III.3.4 Illustrasi 30
III.3.5 Warna 30
III.3.6 Audio 31

BAB IV TEKNIS PRODUKSI MEDIA

IV.1 Media Utama 32
IV.2 Teknis Produksi 32
IV.2.2 Perangkat Lunak *(software)* 32
IV.3 Pra Produksi 32
IV.4 Produksi 34
IV.5 Pasca Produksi 34
IV.6 *Screenshoot* Video Promosi Kedai Kopi Susu Waddaddah 36
IV.7 Media Pendukung 42

DAFTAR PUSTAKA 50
LAMPIRAN 52