DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii

KATA PENGANTAR iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

DAFTAR ISI vi

DAFTAR GAMBAR vii

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR LAMPIRAN ix

BAB I PENDAHULUAN 1

I.1 Latar Belakang 1

I.2 Identifikasi Masalah 3

I.3 Rumusan Masalah 3

I.4 Batasan Masalah 3

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan 3

I.5.1 Tujuan Perancangan 3

I.5.2 Manfaat Perancangan 3

BAB II KIZZ TEMPE PRODUK TEMPE HIGIENIS DARI RUMAH TEMPE ZANADA 4

II.1 Tempe 4

II.1.1 Proses Pembuata Tempe 4

II.1.2 Tempe Higienis 6

II.1.3 Kandungan Gizi Tempe 8

II.2 Rumah Tempe Zanada 10
II.2.1 Profil Rumah Tempe Zanada 10
II.2.2 Visi, Misi dan Tujuan 11
II.2.3 Produk Rumah Tempe Zanada 12
II.2.4 Alat dan Bahan Produksi 16
II.2.5 Proses Produksi 19
II.2.6 Data Produksi 23
II.2.7 Data Penjualan 23
II.3 Kondisi Pasar 23
II.3.1 Konsumen 23
II.3.2 Distribusi 24
II.3.3 Kompetitor 24
II.4 Analisa 27
II.4.1 Wawancara 27
II.4.2 Analisis 4P *(Product, Price, Place, Promotion)* 29
II.4.3 Analisis *Product Life Cycle* / Daur Hidup Produk 30
II.4.4 Analisis *Streght, Weakness, Opportunity* dan *Threats (SWOT)* 30
II.5 Resume 32
II.6 Solusi Perancangan 33

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 34
III.1 Promosi 34
III.2 Khalayak Sasaran 34
III.2.1 *Consumer Insight* 35
III.2.2 *Consumer Journey* 36
III.3 Strategi Perancangan 38

III.3.1 Tujuan Komunikasi 38
III.3.2 Pendekatan Komunikasi 38
III.3.3 *Mandatory* 39
III.3.4 Materi Pesan 40
III.3.5 Gaya Bahasa 41
III.3.6 Strategi Kreatif 41
III.3.6.1 Model AISAS 41
III.3.6.2 *Copywriting* 43
III.3.6.3 *Storyline* 45
III.3.6.4 *Storyboard* 45
III.3.6.5*Audio* 50
III.3.7 Strategi Media 50
III.3.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media 52
III.4 Konsep Visual 54
III.4.1 Format Desain 54
III.4.2 Tata Letak 63
III.4.2.1 *Grid System* 66
III.4.3 Tipografi 67
III.4.3.1*Font* 68
III.4.4 Ilustrasi 69
III.4.5 Warna 69

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 72
III.1 Media 72
III.1.1 Teknis Produksi 72
III.1.2 Pra Produksi 73

III.1.2.1 Tokoh 73
III.1.2.2 Setting dan Latar Tempat 75
III.1.2.3 Properti 76
III.1.3 Produksi 77
III.1.4 Pasca Produksi 78
III.1.5 Hasil Akhir 82
III.2 Media Pendukung 84

DAFTAR PUSTAKA 99
LAMPIRAN 103