DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv

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

BAB II. CUANKI INSTAN GINDING DAN OPINI PADA MASYARAKAT ... 4
II.1 Makanan Tradisional Indonesia 4
II.1.1 Makanan Tradisional 4
II.1.2 Masyarakat Bandung dan Makanan Berkuah 5
II.1.3 Cuanki 5
II.1.3.1 Sejarah Cuanki 5
II.1.4 Cuanki Instan 7
II.2 Cuanki Instan Ginding 8
II.2.1 Isi Cuanki Instan Ginding 9
II.2.2 Sertifikasi Cuanki Instan Ginding 10
II.2.3 Pesaing Cuanki Instan Ginding 10
II.3 Analisis SWOT dan Kuesioner Terhadap Responden 11
II.3.1 SWOT 11

II.3.2 Kuesioner Terhadap Responden 13
II.4 Resume 16
II.5 Solusi Perancangan 17

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 18
III.1 Khalayak Sasaran 18
III.1.1 Demografis 18
III.1.2 Masyarakat Bandung dan Makanan Berkuah 18
III.1.3 Psikografis 18
III.1.4 *Consumer Insight* 19
III.1.5 *Consumer Journey* 19
III.2 Strategi Perancangan 20
III.2.1 Tujuan Komunikasi 20
III.2.2 Pendekatan Komunikasi 20
III.2.3 *Mandatory* 21
III.2.4 Materi Pesan 22
III.2.5 Gaya Bahasa 22
III.2.6 Strategi Kreatif 22
III.2.6.1 AISAS 22
III.2.6.2 *Copywriting* 23
III.2.6.3 *Storyline* 24
III.2.6.4 *Storyboard* 28
III.2.7 Strategi Media 40
III.2.8 Strategj Distribusi dan Waktu Penyebaran 43
III.3. Konsep Visual 44
III.3.1 Format Video & Desain 45
III.3.2 Tata Letak 45
III.3.3 Tipografi 46
III.3.4 Warna 46
III.3.5 *Audio* 49
III.3.6 Ilustrasi 49

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 55
IV.1 Media Utama.....55
IV.1.1 Pra Produksi 55
IV.1.2 *Storyline & Storyboard* 56
IV.2 Produksi 56
IV.2.1 Persiapan Alat & Produksi.....56
IV.3 Pasca Produksi 57
IV.4 Media Utama 61
IV.5 Media Pendukung 63

DAFTAR PUSTAKA 75
LAMPIRAN 76