

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Identifikasi Masalah	3
I.3. Rumusan Masalah	3
I.4. Batasan Masalah	4
I.5. Tujuan & Manfaat Perancangan	4
I.5.1. Tujuan Perancangan	4
I.5.2. Manfaat Perancangan	4
BAB II. RUMAH PRODUKSI TAHU SUSU LEMBANG DAN OPINI MASYARAKAT	5
II.1. Rumah Produksi Tahu Susu Lembang	5
II.2. Kompetitor/Pesaing Rumah Produksi Tahu Susu Lembang	7
II.3. Lokasi	11
II.4. Pemasaran	11
II.4.1. Jasa Produk Makanan	12
II.4.2. Harga Jasa Produk Makanan	16
II.4.3. Tempat	17
II.4.4. Promosi	22
II.5. Analisis Opini Wisatawan	23

II.6. Resume	28
II.7. Solusi Perancangan	30
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	31
III.1. Khalayak Sasaran	31
III.1.1. Demografis	31
III.1.2. Geografis	32
III.1.3. Psikografis	33
III.2. <i>Consumer Insight</i>	33
III.2.1. <i>Consumer Journey</i>	33
III.2.2. Strategi Perancangan	35
III.2.2.1. Tujuan Komunikasi	35
III.2.2.2. Pendekatan Komunikasi	35
III.2.2.3. Pendekatan Visual	36
III.2.2.4 Pendekatan Verbal	36
III.2.3. <i>Mandatory</i>	36
III.2.4. Materi Pesan	37
III.2.5. Gaya Bahasa	37
III.2.6. Strategi Kreatif	38
III.2.7. <i>Copywriting</i>	39
III.2.8. Strategi Media	40
III.2.8.1. Media Utama	40
III.2.8.2. Media Pendukung	41
III.2.9. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	42
III.3. Konsep Visual	44
III.3.1. Format Desain	44
III.3.2. Tata Letak (<i>Layout</i>)	45
III.3.3. Tipografi	46
III.3.4. Ilustrasi	52
III.3.5. Warna	52

BAB IV. MEDIA & TEKNIS PRODUKSI	54
IV.1. Media Utama	54
IV.1.1. Konsep Media	54
IV.1.2. Spesifikasi Media	54
IV.1.3. Teknis Produksi	55
IV.2. Media Pendukung	68
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	80
V.1. Kesimpulan	80
V.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	94
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	95