

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	5
1.7 Metode Penelitian	5
1.7.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.7.2 Analisis Data	7
1.7.3 Kerangka Penelitian	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Teori Yang Relevan	10
2.1.1 Promosi	10
2.1.2 Media	11
2.1.3 Komunikasi	12

2.1.4 Pemasaran	14
2.1.5 Periklanan	15
2.1.6 Wisata Kuliner	18
2.1.7 Desain Komunikasi Visual	18
2.1.8 Tipografi	21
2.1.9 <i>Layout</i>	23
2.1.10 Warna	24
2.2 Kerangka Teori dan Asumsi	25
BAB III URAIAN DAN ANALISIS DATA.....	27
3.1 Data	27
3.1.1 Data Obyek	27
3.1.2 Data Khalayak Sasaran	28
3.1.3 SWOT De Lempung Kuring	29
3.1.4 Media Sosial	30
3.1.5 Data Hasil Observasi	31
3.1.6 Data hasil Wawancara	33
3.1.7 Data Hasil Kuesioner	34
3.1.8 Data Pesaing dan Media Sejenis	38
3.2 Analisis Data	40
3.2.1 Hasil Analisis Data Observasi	40
3.2.2 Hasil Analisis Data Wawancara	41
3.2.3 Hasil Analisis Data Kuesioner	41
3.2.4 Analisis Matriks Perbandingan	41
3.2.5 Penarikan Kesimpulan	45
BAB IV STRATEGI KREATIF	46
4.1 Konsep Pesan	46
4.1.1 Statement Penjualan	46
4.1.2 Big Idea	48
4.2 Konsep Media	49
4.2.1 Media yang Digunakan	49

4.2.2 Perencanaan Media	50
4.3 Konsep Visual	51
4.3.1 Ide Visual	51
4.3.2 Perancangan Visual.....	53
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN	xvii