

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	2
LEMBAR PERNYATAAN	3
KATA PENGANTAR	4
ABSTRAK	5
ABSTRACT	5
DAFTAR ISI	6
BAB I PENDAHULUAN	7
1.1 LATAR BELAKANG.....	7
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH	8
1.3 RUMUSAN MASALAH.....	8
1.4 RUANG LINGKUP.....	9
1.5 TUJUAN DAN MANFAAT PERANCANGAN	9
1.5.1 TUJUAN PERANCANGAN.....	10
1.5.2 MANFAAT PERANCANGAN.....	11
1.6 METODE PENGUMPULAN DATA	12
1.7 KERANGKA PERANCANGAN.....	13
1.8 PEMBABAKAN	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 PROMOSI	15
2.1.1 TUJUAN PROMOSI	15
2.1.2 BAURAN PROMOSI.....	16
2.3 TEORI KOMUNIKASI.....	17
2.3.1 TUJUAN KOMUNIKASI	18
2.3.2 STRATEGI KOMUNIKASI.....	19
2.4 TEORI YANG RELEVAN	20
D. PERILAKU KONSUMEN	21
E. <i>BRAND AWARENESS</i>	21
2.5 AISAS.....	22
2.6 AOI.....	23
2.7 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL (DKV).....	24

2.6.1 UNSUR-UNSUR DKV.....	25
2.6.2 ASPEK-ASPEK DKV	29
2.6.3 TIPOGRAFI.....	30
2.8 KERANGKA TEORI DAN ASUMSI	31
2.7.1 ASUMSI	31
2.7.2 KERANGKA TEORI	32
BAB III URAIAN DATA HASIL SURVEI DAN ANALISIS.....	33
3.1 DATA UMKM.....	33
3.1.1 SEJARAH UMKM.....	34
3.1.2 PROFIL UMKM.....	35
3.2 DATA PRODUK.....	36
3.2.1 PRODUK YANG DIHASILKAN	37
3.3 DATA KHALAYAK SASARAN	38
3.4.1 KOMPETITOR.....	39
3.5 DATA HASIL OBSERVASI	40
3.6 DATA HASIL WAWANCARA	40
3.6.1 WAWANCARA KEPADA <i>OWNER</i>	41
3.7 DATA HASIL KUESIONER.....	42
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	43
4.1 LATAR BELAKANG DAN SOLUSI.....	43
4.1.1 LATAR BELAKANG	44
4.1.2 SOLUSI	45
4.2 KONSEP PESAN	46
4.2.1 TARGET AUDIENS	47
4.2.2 AOI	48
4.2.3 <i>WHAT TO SAY</i>	49
4.2.4 <i>HOW TO SAY</i>	50
4.2.5 <i>BIG IDEA</i>	51
4.3 KONSEP KREATIF.....	52
4.5.1 STRATEGI KOMUNIKASI.....	53

4.5.2 STRATEGI VISUAL.....	54
4.5.3 TIMELINE AISAS	55
4.5.4 MODEL AISAS.....	56
4.4 KONSEP VISUAL	57
4.4.1 GAYA VISUAL	57
4.4.2 LAYOUT.....	58
4.4.3 <i>COLOUR</i>	59
4.4.4 FONT	60
4.5 HASIL PERANCANGAN	61
4.5.1 POSTER.....	61
4.5.2 INSTAGRAM FEEDS.....	61
4.5.3 BANNER.....	62
4.5.4 MERCHANDISE.....	62
BAB V PENUTUP.....	63
5.1 KESIMPULAN	63
5.2 SARAN.....	63
DAFTAR PUSTAKA	