

## DAFTAR ISI

|                                        |      |
|----------------------------------------|------|
| LEMBAR PERNYATAAN                      | i    |
| LEMBAR PENGESAHAN                      | ii   |
| ABSTRAK                                | iii  |
| ABSTRACT                               | iv   |
| KATA PENGANTAR                         | v    |
| DAFTAR ISI                             | vii  |
| DAFTAR GAMBAR                          | x    |
| DAFTAR TABEL                           | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN                        | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN                      |      |
| 1.1 Latar Belakang Masalah             | 1    |
| 1.2 Permasalahan                       | 2    |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah             | 2    |
| 1.2.2 Rumusan Masalah                  | 2    |
| 1.3 Ruang Lingkup                      | 2    |
| 1.4 Tujuan Perancangan                 | 3    |
| 1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis | 3    |
| 1.6 Kerangka Perancangan               | 4    |
| 1.7 Pembabakan                         | 4    |
| BAB II LANDASAN TEORI                  |      |
| 2.1 Identitas                          | 5    |
| 2.1.1 Identitas Merek                  | 5    |
| 2.1.2 Branding                         | 5    |
| 2.2 Kemasan                            | 12   |
| 2.2.1 Fungsi Kemasan                   | 12   |
| 2.1.2 Tipe Kemasan                     | 12   |
| 2.3 Desain Komunikasi Visual           | 13   |
| 2.3.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual  | 13   |
| 2.3.2 Unsur Desain Komunikasi Visual   | 16   |
| BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH      |      |

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| 3.1 Data                                            | 19 |
| 3.1.1 Data Ginger Booster                           | 19 |
| 3.2 Data Produk                                     | 19 |
| 3.2.1 Pengenalan Jahe                               | 19 |
| 3.2.2 Macam – Macam Jahe                            | 20 |
| 3.2.3 Manfaat Produk Jahe Merah                     | 20 |
| 3.3 Data Khalayak Sasaran                           | 21 |
| 3.3.1 Demografis                                    | 21 |
| 3.3.2 Psikografis                                   | 21 |
| 3.3.3 Geografis                                     | 21 |
| 3.3.4 Perilaku Konsumen                             | 21 |
| 3.3.5 Consumer Journey                              | 22 |
| 3.3.6 Consumer Insight                              | 23 |
| 3.4 Data Proyek Sejenis                             | 23 |
| 3.4.1 Susu Jahe Merah Joss                          | 23 |
| 3.4.2 Susu Jahe Merah Ngarempah                     | 23 |
| 3.5 Data Hasil Observasi, Wawancara Dan Kuisisioner | 24 |
| 3.5.1 Observasi                                     | 24 |
| 3.5.2 Wawancara                                     | 24 |
| 3.5.3 Kuisisioner                                   | 26 |
| 3.6 Analisis                                        | 30 |
| <b>BAB IV DATA DAN ANALISIS MASALAH</b>             |    |
| 4.1 Konsep                                          | 35 |
| 4.1.1 Konsep Pesan                                  | 35 |
| 4.1.2 Konsep Kreatif                                | 35 |
| 4.1.3 Konsep Media                                  | 37 |
| 4.1.4 Konsep Visual                                 | 39 |
| 4.2 Konsep Marketing Communication Dan Bisnis       | 42 |
| 4.3 Hasil Perancangan                               | 45 |
| <b>BAB V PENUTUP</b>                                |    |
| 5.1 Simpulan                                        | 62 |
| 5.2 Saran                                           | 62 |

|                |    |
|----------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA | 64 |
| LAMPIRAN       | 65 |