

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Rumusan Masalah.....	5
1.2.3 Ruang Lingkup Kajian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian Perancangan.....	5
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	6
1.5 Skema Perancangan.....	8

BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Definisi Desain Komunikasi Visual.....	9
2.1.1	Ruang Lingkup Desain Komunikasi Visual.....	10
2.2	Teori Pemasaran.....	11
2.2.1	Fungsi Pemasaran.....	11
2.3	Teori Promosi.....	12
2.3.1	Pengertian Promosi.....	12
2.3.2	Komponen Promosi.....	12
2.3.3	Fungsi dan Tujuan Promosi.....	13
2.4	Media.....	14
2.4.1	Definisi Media.....	14
2.4.2	Pengertian Media.....	14
2.4.3	Jenis – jenis Media.....	15
2.5	Gaya Hidup / Lifestyle.....	16
2.5.1	Deginisi Gaya Hidup.....	17
2.5.2	Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	18
2.5.3	Gaya Hidup Sehat.....	18
2.6	Segmenting , Targeting, Positioning.....	18
2.7	Strength , Weakness, Opportunity, Threats.....	18

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	Profil Perusahaan.....	20
3.2	Profil <i>Oryza Grace</i>	21
3.2.1	Definisi Minyak <i>Ricebran</i> / Kulit Bekatul.....	22
3.2.2	Keunggulan Minyak <i>Ricebran</i> / Kulit Bekatul.....	24
3.3	Pengaruh Makanan Gorengan Pada Kesehatan.....	24
3.3.1	Perbandingan Titik Asap dan Kandungan Lemak Di Antara Minyak Goreng.....	26
3.3.2	Penyakit Jantung Koroner.....	27
3.4	Tinjauan Proyek Sejenis.....	30
3.5	Analisis Pemasalahan Terhadap Data dan Fakta.....	31
3.5.1	Analisis SWOT Produk <i>Oryza Grace Ricebran Oil</i>	31
3.6	Hasil Kuesioner <i>Ricebran Oil</i>	33
3.7	Hasil Kuesioner Strategi Media.....	44
3.8	Hasil Wawancara.....	46
3.9	Analisis STP Produk <i>Oryza Grace Ricebran Oil</i>	50

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1	Konsep Komunikasi.....	53
4.2	Konsep Kreatif.....	55
4.2.1	Konsep Verbal.....	56

4.2.2 Konsep Visual.....	57
4.3 Konsep Media.....	61
4.3.1 Manajemen Waktu Promosi.....	61
4.3.2 Budgeting.....	62
4.3.3 Pemilihan Media.....	63
4.4 Bahasan Karya.....	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Saran Untuk Universitas Maranatha.....	88
5.2.2 Saran Untuk Masyarakat Umum.....	88

DAFTAR PUSTAKA.....	xv
----------------------------	-----------

DAFTAR ISTILAH.....	xvi
----------------------------	------------

DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
-----------------------------	-------------

Lampiran A: Materi kuesioner <i>Oryza Grace Ricebran Oil</i>	xix
--	-----

Lampiran B: Materi wawancara dengan Bpk.Harry Soegianto, Bpk.Tony Liem, dan Ibu Yenny.....	xxviii
--	--------

Lampiran C: Sketsa “Promosi Produk <i>Oryzagrace Ricebran Oil</i> Sebagai Alternatif Minyak Goreng Yang Sehat.....	xxxiv
--	-------

DATA PENULIS.....	xxxv
--------------------------	-------------

UCAPAN TERIMA KASIH.....	xxxvi
---------------------------------	--------------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo PT HERO.....	20
Gambar 3.2	Logo Oryza Grace.....	20
Gambar 3.3	Struktur Organisasi Oryza Grace.....	21
Gambar 3.4	Tinjauan Proyek Sejenis-Bimoli Foto Produk.....	30
Gambar 3.5	Tinjauan Proyek Sejenis-Bimoli Seragam SPG.....	30
Gambar 3.6	Tinjauan Proyek Sejenis-Bimoli Hypermart.....	31
Gambar 3.7	Tinjauan Proyek Sejenis-Bimoli Kartu Kredit.....	31
Gambar 3.8	Skema Distribusi Produk Oryza Grace.....	48
Gambar 4.1	CMYK/RGB Warna.....	57
Gambar 4.2	Poster <i>Conditioning 1</i>	66
Gambar 4.3	Poster <i>Conditioning 2</i>	67
Gambar 4.4	Poster <i>Conditioning 3</i>	68
Gambar 4.5	Poster <i>Informing</i>	69
Gambar 4.6	Poster <i>Reminding 1</i>	70
Gambar 4.7	Poster <i>Reminding 2</i>	71
Gambar 4.8	Poster <i>Reminding 3</i>	72
Gambar 4.9	<i>Billboard 1</i>	73
Gambar 4.10	<i>Billboard 2</i>	73
Gambar 4.11	Iklan Koran B/W.....	74
Gambar 4.12	Iklan Koran Warna.....	74

Gambar 4.13	Aplikasi iklan Koran “PR”	74
Gambar 4.14	Iklan Majalah.....	75
Gambar 4.15	Aplikasi iklan majalah.....	75
Gambar 4.16	Brosur tampak depan.....	76
Gambar 4.17	Brosur Tampak dalam.....	76
Gambar 4.18	Tampilan Website.....	77
Gambar 4.19	Tampilan <i>X-Banner</i>	78
Gambar 4.20	<i>Gimmicks</i>	79
Gambar 4.21	<i>Flyer</i>	80
Gambar 4.22	Buku resep <i>cover</i>	81
Gambar 4.23	Buku resep 1-2.....	81
Gambar 4.24	Buku resep 3-4.....	81
Gambar 4.25	Buku resep 5-6.....	82
Gambar 4.26	Buku resep 7-8.....	82
Gambar 4.27	Buku resep halaman penutup.....	82
Gambar 4.28	Desain stan promosi.....	83
Gambar 4.29	Desain <i>Uniform</i>	84
Gambar 4.30	Desain mobil niaga.....	84
Gambar 4.31	Desain kalender.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Perbandingan Titik Asap dan Kandungan Lemak di Antara Minyak Goreng.....	26
Tabel 3.2	Rentang Umur.....	33
Tabel 3.3	Jenis Kelamin.....	34
Tabel 3.4	Pendidikan Terakhir.....	34
Tabel 3.5	Pekerjaan.....	35
Tabel 3.6	Status Rumah Tangga.....	35
Tabel 3.7	Penghasilan / Bulan.....	36
Tabel 3.8	Mengetahui adanya minyak goreng sehat <i>ricebran/</i> bekatul.....	36
Tabel 3.9	Minyak goreng yang digunakan di rumah.....	37
Tabel 3.10	Senang memasak dan makan makanan yang digoreng di rumah.....	37
Tabel 3.11	Senang memakan gorengan setiap hari.....	38
Tabel 3.12	Mengetahui makan gorengan tidak baik untuk kesehatan.....	38
Tabel 3.13	Mengetahui makan gorengan dapat memicu penyakit jantung kronis.....	39
Tabel 3.14	Mengetahui minyak kelapa sawit memiliki tingkat LDL tertinggi diantara minyak lainnya.....	40
Tabel 3.15	Minyak goreng bekatul untuk menggantikan minyak goreng sehari-hari.....	40
Tabel 3.16	Keberatan dengan harga minyak goreng bekatul.....	41
Tabel 3.17	Mengetahui keunggulan minyak bekatul.....	41

Tabel 3.18	Menggunakan minyak bekatul untuk mengikuti gaya hidup sehat....	42
Tabel 3.19	Tetap menggunakan minyak bekatul agar tidak perlu merubah kebiasaan keluarga makan gorengan.....	43
Tabel 3.20	Minyak goreng <i>ricebran</i> yang digunakan.....	43
Tabel 3.21	Pada umumnya minyak goreng <i>ricebran</i> dibeli di :	44
Tabel 3.22	Manajemen Waktu Promosi.....	60
Tabel 3.23	Budgeting.....	61