

ABSTRAK

Perkembangan zaman berjalan dengan sangat cepat begitu juga perkembangan di negara kita ini Indonesia kemajuan dari berbagai bidang baik Ekonomi, politik teknologi maupun sosial. Kemajuan di bidang Ekonomi salah satunya dapat ditandai dengan banyaknya perusahaan yang berkembang di Indonesia yang bersaing dengan ketat dengan segala cara untuk memenangkan persaingan. Salah satu jenis perusahaan yang berkembang di negara kita saat ini adalah industri makanan salah satunya makanan coklat, yang cukup banyak konsumennya di negara kita ini.

Coklat merupakan salah satu makanan ringan yang digemari banyak orang. Para penggemar coklat tidak hanya dari kalangan tertentu saja melainkan dari berbagai kalangan, baik itu kalangan muda maupun tua dan dari segala lapisan masyarakat. Tidak jarang produk coklat menjadi sesuatu yang paling dicari untuk dikonsumsi.

Indonesia merupakan negara kedua terbesar di dunia penghasil coklat setelah Ghana, Tidak dapat dipungkiri juga coklat dari negeri kita ini banyak diminati oleh perusahaan coklat di dunia, namun demikian kemunduran di bidang industri juga terjadi salah satunya di bidang industri coklat atau kakao. Menurut Piter jasman, ketua umum Asosiasi industri kakao (AIKI), Industri kakao sulit berkembang karena pemerintah Indonesia yang hanya mengenakan tarif bea masuk atas produk kakao olahan hanya 5% dan PPN 10% atas perdagangan biji kakao dalam negeri, sehingga impor kakao semakin meningkat.

Sangat disayangkan apabila industri kakao di negara kita mengalami permasalahan seperti ini, Maka dari itu salah satu yang dapat mengangkat kembali industri di negara kita adalah dengan meningkatkan konsumsi coklat baik dari dalam maupun luar negeri. Namun dalam hal ini juga kita mengalami sedikit permasalahan karena tidak adanya peningkatan konsumsi coklat di negara kita, maka untuk itu salah satu caranya untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat akan produk ini dengan menanamkan daya tarik tersendiri akan produk coklat baik dari visual maupun produk dan untuk ini dibutuhkannya jasa desain produk untuk meningkatkan daya tarik visual secara kemasan pada produk coklat di Indonesia.

Produk coklat yang akan dipublikasikan selanjutnya adalah coklat yang memiliki kualitas yang bagus dan layak dikonsumsi. Maka penulis membahas hal ini dalam karya akhir desain komunikasi visual dengan judul **“PACKAGING DAN LOGO COKLAT TARIO”**

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Perancangan	7
1.5 Ruang Lingkup Perancangan	7
1.6 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	8
I. Sumber Data	8
II.Teknik Pengumpulan Data	10
1.7 Tabel Kerangka Berpikir	11

BAB II TINJAUAN MASALAH

2.1 Tinjauan Masalah	12
2.1.1 Pengertian coklat kakao	12
2.1.2 Pengertian Pemasaran	23
2.1.3 Jenis-jenis Promosi / Metode Promosi	27
2.1.4 Tujuan Promosi	30
2.1.5 Pembagian Media Promosi	31
2.1.6 Pengertian Media	33
2.1.7 Pengertian Desain Grafis	36

2.2	Tinjauan Faktual.....	39
2.2.1	Perkembangan Coklat di Indonesia	39
2.2.2	Kondisi yang dihadapi TARIO.....	42
2.2.3	Mengidentifikasi Peluang Pemasaran STP.....	43

BAB III OBJEK RANCANGAN : COKLAT TARIO

3.1	Objek Rancangan Coklat Tario	49
3.2	Ciri Khas Coklat TARIO	49
3.3	Target Konsumen.....	50
3.4	Konsep Perancangan.....	51
3.4.1	Konsep Visual.....	51
3.4.2	Konsep Verbal.....	53
3.4.3	Strategi Kreatif.....	54
3.4.4	Strategi Pemilihan Media.....	55
3.4.5	Pembagian Media Terpilih Berdasarkan Jenis.....	57
3.4.6	Biaya Media / Budgeting.....	58
3.4.7	Visualisasi Karya.....	58

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1	Kesimpulan dan Saran	69
4.2	Saran.....	70
4.2.1	Diri Sendiri	70
4.2.2	Civitas Akademia	70
4.2.3	Pemerintah dan Masyarakat Umum	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN