

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan.....	4

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Brand (Merek).....	5
2.1.1 Perbedaan Brand dan Logo.....	6
2.1.2 Tujuan Pemberian Merek.....	7
2.1.4 Syarat-syarat Memilih Merek.....	7
2.1.5 Cara Membangun Merek.....	8
2.1.6 Brand Equity.....	9
2.2 Corporate Identity.....	11
2.3 Logo (corporate design).....	12
2.3.1 Jenis-jenis Logo.....	13
2.4 Promosi.....	14

2.4.1 Tujuan Promosi.....	15
2.5 Packaging (pembungkus).....	15
2.5.1 Syarat Packaging / Pembungkus.....	16
2.5.2 Aturan-aturan Desain Kemasan Obat Tradisional BPOM.....	17
2.6 Pengertian tentang Jamu	20
2.6.1 Sejarah Jamu Tradisional	20
2.6.2 Macam Jamu Tradisional	22
2.6.3 Perbedaan Jamu dengan Obat Modern.....	23
2.6.4 Jamu di Negara Lain.....	24
2.6.5 Bahan dan Cara Meracik Jamu.....	24

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta.....	27
3.1.1 Jamu Tradisional Yanto Lelono.....	27
3.1.2 Tinjauan terhadap proyek atau persoalan sejenis.....	33
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	36
3.2.1 Analisis berdasarkan SWOT.....	36
3.2.2 Analisis berdasarkan Segmentasi, Targeting, dan Positioning.....	37
3.2.3 Rencana Pengembangan Usaha Jamu Yanto Lelono 5 Tahun ke depan.....	38

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi.....	40
4.2 Konsep Kreatif.....	40
4.3 Konsep Media.....	43
4.4 Hasil Karya.....	45
4.4.1 Logo Jamu Yanto Lelono.....	45
4.4.2 Aplikasi Terhadap Media.....	46
4.4.2.1 Media Branding.....	46

4.4.2.2 Media Promosi.....	53
4.5 Perkiraan Biaya Branding & Promosi.....	66
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran Penulis.....	68
DAFTAR ISTILAH.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
DAFTAR LAMPIRAN DAN LAMPIRAN.....	72
SARAN DAN KOMENTAR DOSEN PENGUJI SIDANG TUGAS AKHIR.....	73
UCAPAN TERIMA KASIH.....	74
DATA PENULIS.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Skema Perancangan.....	4
Tabel 2. Pasangan Tumbuhan Obat Alami.....	24
Tabel 3. Perbedaan Jamu Yanto Lelono dan Babah Kuya.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awarene</i>	10
Gambar 3.1 Jamu Yanto Lelono.....	29
Gambar 3.2 Jamu Babah Kuya.....	35
Gambar 4.1 Fotografi bahan-bahan jamu.....	42
Gambar 4.2 Logo Jamu Yanto Lelono.....	45
Gambar 4.3 Kartu nama Jamu Yanto Lelono.....	47
Gambar 4.4 Cover menu.....	48
Gambar 4.5 Menu bagian dalam.....	48
Gambar 4.6 Coaster.....	49
Gambar 4.7 Guidelines book.....	50
Gambar 4.7 Render 3d café jamu.....	53
Gambar 4.8 Flyer promosi.....	54
Gambar 4.9 Flyer info jamu.....	55
Gambar 4.10 x-banner.....	56
Gambar 4.11 Packaging jamu.....	57
Gambar 4.13 Paperbag jamu.....	58
Gambar 4.12 Label jamu pada toples.....	60
Gambar 4.14 Menu meja.....	61
Gambar 4.15 Poster café jamu.....	62
Gambar 4.16 Advertorial.....	63
Gambar 4.17 Mug.....	64
Gambar 4.17 Notes.....	65

DAFTAR ISTILAH

Brand	: Pelabelan
Brand Positioning	: Strategi untuk memenangi dan menguasai benak pelanggan
Brand Identity	: Persepsi tentang brand dari suatu perusahaan
Brand Personality	: Karakteristik brand
Brand Equity	: Keinginan seseorang untuk melanjutkan menggunakan suatu brand atau tidak
Brand Awareness	: Kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali suatu produk
Perceived Quality	: Persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas
Brand Loyalty	: Ukuran kesetiaan seorang pelanggan
Corporate Identity	: Identitas perusahaan
Logo	: Simbol

DAFTAR LAMPIRAN DAN LAMPIRAN

Berikut merupakan daftar lampiran dan lampiran yang terdapat pada laporan Tugas Akhir Branding Jamu Tradisional Yanto Lelono.

- Hasil Angket / Wawancara
- Sketsa