

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
Halaman Hasil Final Deteksi Plagiasi	vii
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Penelitian.....	5
1.6 Kerangka Pemikiran	6
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Kabupaten Bojonegoro.....	7
2.1.1 Letak Geografis.....	7
2.1.2 Demorafis Kabupaten Bojonegoro.....	8
2.1.3 Kecamatan Bojonegoro.....	8
2.1.4 Potensi Bojonegoro	9
2.1.5 Kuliner Bojonegoro	9
2.2 Ledre.....	10
2.2.1 Ledre Ny. Seger.....	11
2.3 Kompetitor Ledre	12
2.3.1 Keyword.....	14
2.4 Branding	14
2.4.1 Unsur dalam branding	15
2.4.2 Jenis-jenis Branding	16
2.4.2 Fungsi dan Tujuan Branding	19
2.4.3 Elemen-elemen Branding	19

2.5	Tipografi	20
2.6	Logo.....	21
2.7	Warna.....	21
2.8	Layout.....	22
2.9	Graphic Standard Manual	23
2.11	Media Sosial	24
2.11.1	Jenis Media Sosial	25
2.11.2	Fungsi Media Sosial	25
2.12	Media Sosial Instagram.....	26
2.12.1	Tujuan dan Manfaat Instagram	28
2.13	Promosi	29
2.13.1	Tujuan Promosi	29
2.13.2	Indikator-Indikator yang Digunakan dalam Promosi Online.....	30
2.14	Digital Marketing	30
2.14.1	Strategi Digital Marketing.....	30
2.13.3	Kelebihan Digital Marketing	32
2.14	Penelitian Terdahulu	33
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		37
3.1	Jenis Penelitian	37
3.2	Lokasi dan Subyek Penelitian.....	37
3.3	Metode Penelitian	38
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.2.1	Aspek Pembuat (Wawancara).....	39
3.2.2	Aspek Pemirsa	39
3.3.3	Aspek Imaji atau Gambar	39
3.4	Instrumen Penelitian	40
3.5	Metode Analisis	40
3.6	Bagan Penelitian	42
3.7	Bagan Perancangan.....	43
BAB 4 Data Dan Perancangan.....		44
4.1	Pengumpulan Data	44
4.1.1	Mengukur Dari Pemaparan Data	44
4.2	Aspek Pembuat	45
4.2.1	Pengelola Ledre Ny. Seger	45
4.2.2	Hasil Wawancara.....	47
4.3	Data Aspek Pemirsa.....	48

4.3.2 Pengetahuan Tentang Ledre Ny. Seger.....	48
4.3.3 Identitas Visual Ledre Ny. Seger	49
4.4 Aspek Imaji.....	50
4.5 Simpulan Analisis Data Penelitian.....	54
4.6 Konsep Kreatif.....	54
4.6.1 Analisis STP (Segmenting, Targetting, Positioning).....	56
4.6.2 Konsep Verbal.....	57
4.6.3 Konsep Visual	58
4.7 Konsep Identitas	61
4.7.1 Preview Logo	61
4.8 <i>Media Planning</i>	70
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	80
HASIL WAWANCARA	81

