

PERANCANGAN PROMOSI RESTORAN

PECEL MADIUN SERPONG



ADRIEL PRADIPTA

Adriel Pradipta

00000058462

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN PROMOSI RESTORAN

PECEL MADIUN SERPONG



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Adriel Pradipta

00000058462

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Adriel Pradipta

Nomor Induk Mahasiswa : 00000058462

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/Skripsi/ Laporan~~
~~Magang/MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

PERANCANGAN PROMOSI RESTORAN PECEL MADIUN SERPONG

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 16 Juni 2025



Adriel Pradipta

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN PROMOSI RESTORAN PECEL MADIUN SERPONG

Oleh

Nama Lengkap : Adriel Pradipta
Nomor Induk Mahasiswa : 00000058462
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 16 Juni 2025

Pukul 13.45 s.d. 14.30 WIB dan dinyatakan

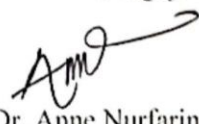
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Vania Helira, S.Ds., M.M.
0317099801/ 100021

Penguji


Dr. Anne Nurfarina, M.Sn.
0416066807/ 069425

Pembimbing


Chara Susanti, M.Ds.
0313048703/ L00266

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Adriel Pradipta
Nomor Induk Mahasiswa : 00000058462
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN PROMOSI
RESTORANPECEL MADIUN
SERPONG**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori *Knowledge Center* sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/ Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori *Knowledge Center*, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/ konferensi nasional/ internasional (dibuktikan dengan letter of acceptance) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
- ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 16 Juni 2025



Adriel Pradipta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul *Perancangan Promosi Restoran Pecel Madiun Serpong* dengan baik dan tepat waktu. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.

Laporan ini berfokus pada strategi perancangan promosi visual untuk restoran Pecel Madiun Serpong, sebuah restoran khas Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 2005 dan menyajikan hidangan autentik pecel Madiun dengan suasana tradisional Jawa yang nyaman bagi keluarga. Dalam dua tahun terakhir, restoran ini mengalami penurunan penjualan yang signifikan akibat lemahnya strategi pemasaran dan minimnya pemanfaatan media sosial. Oleh karena itu, penulis merancang strategi promosi berbasis digital dan luring dengan menonjolkan nilai budaya serta kehangatan keluarga sebagai unique selling point, dengan pendekatan storytelling, dan media promosi yang strategis

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya laporan ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

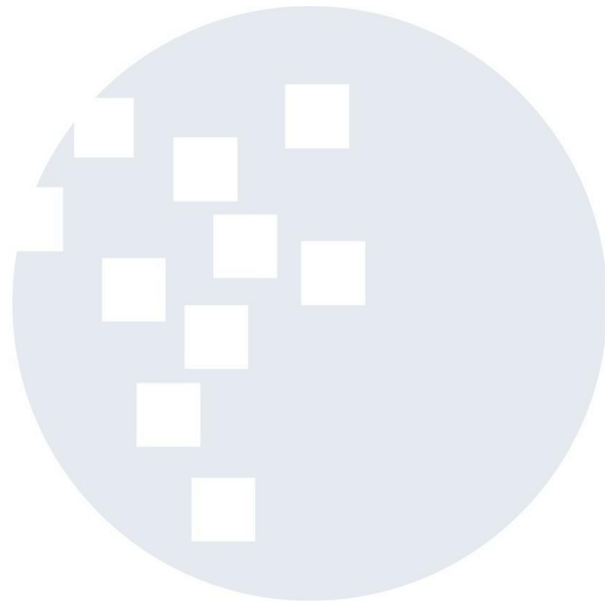
1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Chara Susanti, M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh Narasumber yang bersedia menyalurkan ilmu serta pengalaman mereka sehingga dapat terselesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan strategi promosi kuliner tradisional serta menjadi referensi bagi pihak yang membutuhkan.

Tangerang, 16 Juni 2025



Adriel Pradipta



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN PROMOSI RESTORAN

PECEL MADIUN SERPONG

Adriel Pradipta

ABSTRAK

Pecel Madiun Serpong merupakan restoran khas Indonesia yang telah beroperasi sejak tahun 2005 dan menyajikan hidangan autentik pecel Madiun dengan berbagai sate sebagai pelengkap. Namun, dalam dua tahun terakhir, restoran ini mengalami penurunan penjualan yang signifikan akibat kurangnya strategi pemasaran dan minimnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Saat ini, Pecel Madiun Serpong hanya menggunakan Instagram dengan jumlah unggahan yang sangat terbatas dan *engagement* yang rendah. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi promosi visual yang efektif guna meningkatkan *brand awareness* dalam menarik pelanggan baru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode perancangan dari Robin Landa, *Six Phases of Creative Thinking*, dari bukunya yang berjudul '*Advertising by design*'. Hasil dari penelitian ini adalah perancangan promosi visual dengan strategi konten utama media sosial yang menarik, dilengkapi dengan media sekunder berupa *Loyalty Card*, exit *Banner*, *Banner* selamat datang, papan cerita, dan stiker. Disampaikan menggunakan materi promosi yang sesuai dengan *target audiens* dan nilai *brand*. Dengan adanya promosi visual yang dirancang secara efektif, Pecel Madiun Serpong diharapkan dapat meningkatkan *brand engagement*, menarik pelanggan baru, serta memperbaiki kinerja penjualan. Kesimpulannya, optimalisasi media promosi berbasis digital dengan menonjolkan *unique selling point* restoran menjadi faktor utama dalam membangun daya saing di industri kuliner yang semakin kompetitif.

Kata kunci: Perancangan Promosi, Restoran, Pecel Madiun Serpong

PROMOTION DESIGN FOR PECEL MADIUN SERPONG RESTAURANT

Adriel Pradipta

ABSTRACT (English)

Pecel Madiun Serpong is an Indonesian restaurant that has been operating since 2005 and serves authentic Pecel Madiun dishes with various satays as a complement. However, in the last two years, this restaurant has experienced a significant decline in sales due to the lack of marketing strategies and minimal use of social media as a means of promotion. Currently, Pecel Madiun Serpong only uses Instagram with a very limited number of uploads and low engagement. This study aims to design an effective visual promotion strategy to increase brand awareness in attracting new customers. The method used in this study is the design method from Robin Landa, Six Phases of Creative Thinking, from his book entitled 'Advertising by design'. The results of this study are the design of visual promotions with an attractive main social media content strategy, equipped with secondary media in the form of Loyalty Cards, exit Banners, welcome Banners, storyboards, and stickers. Delivered using promotional materials that are in accordance with the target audience and brand values. With effectively designed visual promotions, Pecel Madiun Serpong is expected to increase brand engagement, attract new customers, and improve sales performance. In conclusion, optimizing digital-based promotional media by highlighting the restaurant's unique selling point is the main factor in building competitiveness in the increasingly competitive culinary industry..

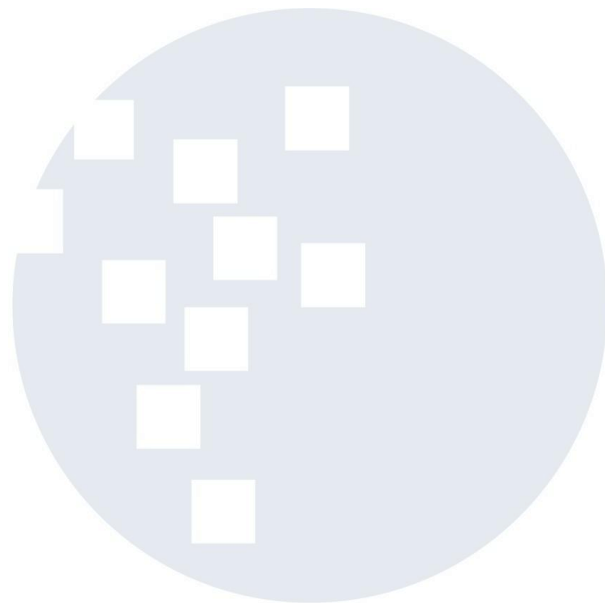
Keywords: *Promotion Design, Restaurant, Pecel Madiun Serpong*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Tugas Akhir	2
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Desain Promosi.....	4
2.1.1 Fungsi dan Tujuan Promosi.....	5
2.1.2 Strategi Promosi.....	6
2.1.3 Media Promosi	8
2.1.4 Jenis-Jenis Promosi.....	14
2.1.5 Strategi Komunikasi Persuasif	15
2.1.6 Elemen Desain Grafis	17
2.1.7 Prinsip Desain Grafis Persuasif	41
2.2 Bisnis <i>Food & Beverage</i>	41
2.2.1 Restoran Tradisional	42
2.2.2 Masalah Restoran Tradisional.....	42
2.3 Penelitian yang Relevan	43
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	47

3.1 Subjek Perancangan	47
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	49
3.2.1 <i>Orientation</i>	49
3.2.2 <i>Strategy</i>	50
3.2.3 <i>Ideas</i>	50
3.2.4 <i>Design</i>	50
3.2.5 <i>Production</i>	50
3.2.6 <i>Implementation</i>	50
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	51
3.3.1 Observasi	51
3.3.2 Wawancara	52
3.3.3 Kuesioner	54
3.3.4 Studi Eksisting	57
3.3.5 Studi Referensi	57
3.3.6 <i>Market Validation</i>	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	59
4.1 Hasil Perancangan	59
4.1.1 <i>Overview/Orientation</i>	59
4.1.2 <i>Strategy</i>	79
4.1.3 <i>Ideas</i>	93
4.1.4 <i>Design</i>	97
4.1.5 <i>Production</i>	115
4.1.6 <i>Implementation</i>	150
4.1.7 Kesimpulan Hasil Perancangan	152
4.2 Pembahasan Perancangan	153
4.2.1 Analisis Market Validation	153
4.2.2 Analisis Hasil Perancangan Media <i>Attention & Interest</i> ..	157
4.2.3 Analisis Hasil Perancangan Media <i>Search</i>	167
4.2.4 Analisis Hasil Perancangan Media <i>Action</i>	170
4.2.5 Analisis Hasil Perancangan Media <i>Share</i>	180
4.2.6 Anggaran	188
BAB V PENUTUP	191

5.1 Simpulan	191
5.2 Saran	192
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN.....	xix



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Promosi	4
Gambar 2.2 Strategi AISAS.....	6
Gambar 2.3 Strategi PESO.....	10
Gambar 2.4 Contoh <i>Paid</i> Media	10
Gambar 2.5 Contoh <i>Earned</i> Media	11
Gambar 2.6 Contoh <i>Shared</i> Media	12
Gambar 2.7 Contoh <i>Owned</i> Media	13
Gambar 2.8 <i>Copywriting</i>	16
Gambar 2.9 <i>Storytelling</i>	17
Gambar 2.10 Psikologi Warna	19
Gambar 2.11 Klasifikasi Gaya Visual Tipografi.....	22
Gambar 2.12 Layout.....	24
Gambar 2.13 Elemen-elemen <i>Grid</i>	26
Gambar 2.14 <i>Single column grid</i>	28
Gambar 2.15 Double Column <i>Grid</i>	29
Gambar 2.16 Multi-Column <i>Grid</i>	29
Gambar 2.17 Modular <i>Grid</i>	30
Gambar 2.18 Hierarchical <i>grid</i>	31
Gambar 2.19 Ilustrasi	32
Gambar 2.20 Fotografi	32
Gambar 2.21 Low Angle Photography	34
Gambar 2.22 Eye Level Photography Sumber.....	34
Gambar 2.23 High Angle Photography.....	35
Gambar 2.24 <i>Bird Eye View Photography</i>	36
Gambar 2.25 Elemen Frame	37
Gambar 2.26 Elemen Lensa	38
Gambar 2.27 Elemen Cahaya dan Warna	38
Gambar 2.28 Elemen Tekstur Visual	39
Gambar 2.29 Elemen Gerakan Kamera	39
Gambar 2.30 Elemen Sudut Pandang.....	40
Gambar 2.31 Bisnis F&B.....	41
Gambar 2.32 Restoran Tradisional	42
Gambar 4.1 Wawancara Bersama Manajer Pecel Madiun Serpong	60
Gambar 4.2 Wawancara Calon Pelanggan	61
Gambar 4.3 Observasi Suasana Restoran Pecel Madiun Serpong	62
Gambar 4.4 Logo Pecel Madiun Serpong.....	63
Gambar 4.5 Akun Instagram Pecel Madiun Serpong.....	64
Gambar 4.6 Unggahan Video Pecel Madiun Serpong	65
Gambar 4.7 Unggahan Foto Pecel Madiun Serpong.....	65
Gambar 4.8 Tampilan Instagram Remaja Kuring	72
Gambar 4.9 Contoh Poster Promosi Remaja Kuring Serpong.....	72
Gambar 4.10 Tampilan Instagram Gado-Gado Mak Gobang.....	74

Gambar 4.11 Logo Kaum Restaurant.....	75
Gambar 4.12 Tampilan Instagram Restoran Kaum.....	76
Gambar 4.13 Contoh Poster Promosi Restoran Kaum.....	77
Gambar 4.14 Contoh Vidio Promosi Restoran Kaum.....	78
Gambar 4.15 Contoh Poster Promosi Kaum Restaurant.....	79
Gambar 4.16 <i>User Persona</i>	81
Gambar 4.17 <i>CustomerJourney Map</i>	83
Gambar 4.18 <i>Mind Map</i> Perancangan.....	94
Gambar 4.19 <i>Moodboard</i> Perancangan.....	98
Gambar 4.20 <i>Color Palette</i> Perancangan.....	98
Gambar 4.21 Tipografi <i>Headline</i>	99
Gambar 4.22 Tipografi <i>Subheadline</i>	100
Gambar 4.23 Tipografi <i>Body Text</i>	100
Gambar 4.24 <i>Manuscript grid / Single Column Grid</i>	101
Gambar 4.25 Sketsa Foto Konsep Cerita	103
Gambar 4.26 Diagram Lighting Foto Cerita 1 & 2	104
Gambar 4.28 Setting Lokasi Foto	105
Gambar 4.29 Hasil Alternatif Foto Cerita Anak Wisuda.....	106
Gambar 4.30 Hasil Alternatif Foto Cerita Anak Pulang Rantau.....	107
Gambar 4.31 Diagram lighting Foto Cerita Ketiga.....	107
Gambar 4.32 Hasil Alternatif Foto Cerita Anak Menang Lomba.....	108
Gambar 4.33 Proses <i>Editing</i> Foto Keluarga.....	108
Gambar 4.34 Hasil <i>Editing</i> Foto 3 Cerita	109
Gambar 4.35 Sketsa Foto Konsep Cerita	109
Gambar 4.36 Sketsa Foto Lighting Setup Cerita	110
Gambar 4.37 Alternatif Foto Produk	110
Gambar 4.38 Proses <i>Editing</i> Foto Produk.....	111
Gambar 4.39 Hasil <i>Editing</i> foto Produk.....	111
Gambar 4.40 Hasil <i>Editing</i> foto Produk.....	112
Gambar 4.41 Pilihan Alternatif Supergrafis.....	113
Gambar 4.42 Proses <i>Key visual</i> 1.....	113
Gambar 4.43 Proses <i>Key visual</i> 2.....	114
Gambar 4.44 Proses <i>Key visual</i> 3.....	114
Gambar 4.45 Isi Konten Instagram <i>Carousel</i> Cerita Keluarga.....	116
Gambar 4.46 Proses 1 Instagram <i>Carousel</i> Cerita Keluarga	116
Gambar 4.47 Proses 2 Instagram <i>Carousel</i> Cerita Keluarga	117
Gambar 4.48 Proses 3 Instagram <i>Carousel</i> Cerita Keluarga	118
Gambar 4.49 Proses 4 Instagram <i>Carousel</i> Cerita Keluarga	118
Gambar 4.50 Hasil Desain Instagram <i>Carousel</i> 1 “Anak Wisuda”	119
Gambar 4.51 Hasil Desain Instagram <i>Carousel</i> 2 “Anak Pulang Rantau”	120
Gambar 4.52 Hasil Desain Instagram <i>Carousel</i> 3 “Anak Menang Lomba”	121
Gambar 4.53 Proses 1 Pembuatan Video Promosi.....	122
Gambar 4.54 Proses 2 Pembuatan Video Promosi.....	123

Gambar 4.55 Proses 3 Pembuatan Video Promosi.....	124
Gambar 4.56 Proses 4 Pembuatan Video Promosi.....	125
Gambar 4.57 Isi Konten Poster Makanan dan minuman	125
Gambar 4.58 Proses 1 Pembuatan Poster <i>Carousel</i> Produk	126
Gambar 4.59 Proses 2 Pembuatan Poster <i>Carousel</i> Produk	127
Gambar 4.60 Proses 3 Pembuatan Poster <i>Carousel</i> Produk	128
Gambar 4.61 Proses Akhir Poster <i>Carousel</i> Produk.....	128
Gambar 4.62 Proses Akhir <i>Carousel</i> Produk Format Story.....	129
Gambar 4.63 Proses Pembuatan Facebook <i>Ads</i>	130
Gambar 4.64 Proses 2 Pembuatan Facebook <i>Ads</i>	130
Gambar 4.65 Isi Konten <i>Search</i> Instagram <i>Highlights</i>	132
Gambar 4.66 Proses Pembuatan Instagram <i>Search</i>	133
Gambar 4.67 Hasil Desain Search Instagram <i>Highlights</i>	134
Gambar 4.68 Proses 1 Pembuatan Poster Promo Keluarga	135
Gambar 4.69 Proses 2 Pembuatan Poster Promo Keluarga	136
Gambar 4.70 Referensi <i>Loyalty Card</i>	137
Gambar 4.71 Proses 1 Perancangan <i>Loyalty Card</i>	138
Gambar 4.72 Proses 2 Perancangan <i>Loyalty Card</i>	138
Gambar 4.73 Proses 1 Perancangan <i>Banner</i> Gantung	139
Gambar 4.74 Proses 2 Perancangan <i>Banner</i> Gantung	140
Gambar 4.75 Proses 1 Perancangan X <i>Banner</i> Selamat Datang.....	141
Gambar 4.76 Proses 2 Perancangan X <i>Banner</i> Selamat Datang.....	142
Gambar 4.77 Referensi Papan “Bagikan Cerita”	143
Gambar 4.78 Proses 1 Perancangan Papan Bagikan Cerita	144
Gambar 4.79 Proses 2 Perancangan Papan Bagikan Cerita	145
Gambar 4.80 Proses 1 Perancangan <i>Giveaway Challenge Review</i>	146
Gambar 4.81 Proses 2 Perancangan <i>Giveaway Challenge Review</i>	146
Gambar 4.82 Proses 1 Perancangan Stiker <i>Merchandise</i>	148
Gambar 4.83 Proses 2 Perancangan Stiker <i>Merchandise</i>	148
Gambar 4.84 Proses 3 Perancangan Stiker <i>Merchandise</i>	149
Gambar 4.85 Perbaikan Visual 1 Bimbingan Spesialis	150
Gambar 4.86 Perbaikan Visual 2 Bimbingan Spesialis	151
Gambar 4.87 Perbaikan Konten dan Media Promosi Bimbingan Spesialis.....	151
Gambar 4.88 Hasil <i>Design & Implementation</i> Instagram <i>Carousel</i>	158
Gambar 4.89 Hasil <i>Design & Implementation</i> Video Promosi.....	161
Gambar 4.90 Hasil <i>Design & Implementation</i> Poster Produk	163
Gambar 4.91 Hasil <i>Design & Implementation</i> Facebook <i>Ads</i>	165
Gambar 4.92 Hasil <i>Design & Implementation</i> Instagram <i>Highlights</i>	168
Gambar 4.93 Hasil <i>Design & Implementation</i> Poster Diskon	171
Gambar 4.94 Hasil <i>Design & Implementation</i> <i>Loyalty Card</i>	174
Gambar 4.95 Hasil <i>Design & Implementation</i> dari <i>Exit Banner</i>	176
Gambar 4.96 Hasil <i>Design & Implementation</i> <i>Banner</i> Selamat Datang.....	178
Gambar 4.97 Hasil <i>Design & Implementation</i> Papan Bagikan Cerita	181

Gambar 4.98 Hasil <i>Design & Implementation</i> Instagram <i>Review Challenge</i>	184
Gambar 4.99 Hasil <i>Design & Implementation</i> Sticker Kalimat Keluarga	186



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	43
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Kuesioner	54
Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Kuesioner	55
Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Kuesioner	56
Tabel 4.1 Analisa SWOT Pecel Madiun Serpong.....	66
Tabel 4.2 Data Hasil Kuesioner	67
Tabel 4.3 Data Hasil Kuesioner	68
Tabel 4.4 Data Hasil Kuesioner	70
Tabel 4.5 Analisa SWOT Remaja Kuring Serpong	73
Tabel 4.6 Analisa SWOT Gado-Gado Mak Gobang	75
Tabel 4.7 Perencanaan Pesan dan Media berdasarkan AISAS	86
Tabel 4.8 Timeline Promosi.....	90
Tabel 4.9 PESO.....	91
Tabel 4.10 Hasil Anggaran	188



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xix
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	xx
Lampiran Bukti Bimbingan Spesialis	xxi
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxii
Lampiran Kuesioner	xxiv
Lampiran Hasil <i>Market Validation</i>	xxvi
Lampiran Transkrip Wawancara.....	xxix

