

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.6 Kerangka Penelitian.....	8
Gambar 1.3 Model Komunikasi Lasswell .....	12
Gambar 2.7 Bagan Teori.....	19
Gambar 3.1.1 Logo Tahu Mirasa.....	20
Gambar 3.1.2.1 Tahu goreng yang siap dijual.....	21
Gambar 3.1.2.3 Alat yang digunakan .....	21
Gambar 3.1.2.4 Kemasan.....	22
Gambar 3.1.4 Foto hasil observasi di kedai Tahu Mirasa.....	23
Gambar 3.1.5 Capture wawancara dengan narasumber.....	26
Gambar 3.1.6.1 Hasil kuisioner jenis kelamin.....	26
Gambar 3.1.6.1 Hasil kuisioner jenis kelamin.....	27
Gambar 3.1.6.3 Hasil kuisioner domisili .....	27
Gambar 3.1.6.4 Hasil kuisioner pengetahuan masyarakat mengenai ketiga kedai .....	28
Gambar 3.1.6.5 Hasil kuisioner opini masyarakat.....	28
Gambar 3.1.6.6 Hasil kuisioner opini masyarakat mengenai ketiga kedai .....	29
Gambar 3.1.7.1 Kedai Tahu Sunda Sari .....	30
Gambar 3.1.7.2 Kedai Tahu Agung Cikeresek.....	31
Gambar 4.3.1.1 Rancangan Logo Tahu Mirasa .....	37
Gambar 4.3.1.1 Rancangan Logo Tahu Mirasa .....	38
Gambar 4.3.1.3 Gabungan Bentuk Logo .....	39
Gambar 4.3.1.4 Ilustrasi Logo .....	40
Gambar 4.3.1.5 Tampilan Maskot Tahu Mirasa.....	41
Gambar 4.3.1.6 Gestur Mang Tamir.....	42
Gambar 4.5.1.1 Sarung Jok Bus.....	43
Gambar 4.5.1.2 Pedagang Asongan dan Seragam .....	43
Gambar 4.5.1.3 Booth di Rest Area.....	44
Gambar 4.5.1.4 Booth di Mall .....	44
Gambar 4.5.2.1 Poster.....	45
Gambar 4.5.2.2 Spanduk di Pasar .....	46
Gambar 4.5.2.3 Ambient Media .....	46
Gambar 4.5.2.4 Hanging Mobile .....	47
Gambar 4.5.2.5 Standing Mobile.....	47
Gambar 4.5.2.6 Feeds Instagram .....	48
Gambar 4.5.2.7 Video di Instagram.....	48
Gambar 4.5.2.8 Seragam Karyawan dan Pedagang Asongan.....	49
Gambar 4.5.2.9 Rancangan Kemasan .....	50
Gambar 4.5.2.10 Merchandise.....	50

