

## DAFTAR ISI

<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>i</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>iii</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>iv</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>v</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Bagan.....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan .....	4
1.2.1 Isentifikasi Masalah .....	4
1.2.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Perancangan .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.5.1 Bagi Mahasiswa .....	5
1.5.2 Bagi Pemerintah Kabupaten Simalungun .....	6
1.5.3 Bagi Masyarakat Kabupaten Simalungun.....	6
1.5.4 Bagi Telkom Univesity .....	6
1.6 Metode Penelitian.....	7
1.6.1 Metode Yang Didunakan .....	7
1.6.2 Metode Pengumpulan Data .....	7
1.7 Kerangka Berpikir .....	9
1.8 Teori Yang Digunakan.....	10
1.9 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN</b>	
2.1 Teori Promosi.....	12
2.1.1 Pengertian Promosi .....	12
2.1.2 Fungsi Promosi.....	12
2.1.3 Tujuan Promosi .....	12

2.1.3 Tujuan Promosi .....	12
2.1.4 Strategi Promosi .....	13
2.2 Proses Dalam Advertising.....	14
2.2.1 Analisis Matriks .....	14
2.2.2 Analisis SWOT .....	14
2.2.3 Strategi Pesan ( <i>What to Say</i> ).....	15
2.2.4 Analisis <i>Target Audience</i> .....	18
2.2.5 Strategi AISAS.....	18
2.2.6 Eksekusi ( <i>How to Say</i> ) .....	19
2.2.7 Strategi Media .....	20
2.3 Media.....	20
2.3.1 Media Cetak .....	20
2.3.2 Media Televisi.....	21
2.3.2 Media Radio .....	22
2.3.4 Media Internet.....	22
2.3.4 Media Luar Ruangan.....	22
2.3.6 Media Alternatif.....	23
2.3.7 Media Video Tourism .....	23
2.4 Pariwisata .....	23
2.4.1 Komunikasi pariwisata.....	23
2.4.2 <i>City Branding</i> .....	25
2.4.3 Identitas dan Citra Tempat .....	25
2.4.4 Pemasaran Tempat .....	26
2.4.5 Daya Tarik Wisata .....	26
2.5 Desain Komunikasi Visual.....	28
2.5.1 Unsur-Unsur Pada Desain .....	29
2.5.2 Prinsip-Prinsip Desain.....	36
2.5.3 <i>Tipografi</i> .....	37
2.5.4 <i>Copywriting</i> .....	39
2.5.5 <i>Layout</i> .....	40

## **BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH**

3.1 Data dan Fakta.....	41
3.1.1 Lembaga Pendukung.....	41
3.1.2 Dinas Pariwisata Kabupaten Simalungun .....	52
3.2 Khalayak Sasaran .....	56
3.3 Data Program Sejenis .....	57
3.3.1 Gambaran Umum .....	57
3.3.2 Matriks Tinjauan Sejenis .....	58
3.3.3 Analisis Program Sejenis .....	62
3.3.4 Matriks Perbandingan Tempat Wisata.....	63
3.4 Hasil Pengumpulan Data.....	67
3.4.1 Data Hasil Wawancara Pemerinatah, Pengelola, dan Pengunjung .....	67
3.4.2 Data Hasil Wawancara <i>Target Audience</i> .....	72
3.4.3 Observasi Lapangan.....	73
3.5 Analisis SWOT .....	74
3.6 Analisis Matriks SWOT .....	75
3.7 Analisis Khalayak Sasaran.....	77
3.8 Simpulan .....	78
<b>BAB IV Konsep Perancangan</b>	
4.1 Konsep Perancangan .....	80
4.1.1 Konsep Komunikasi.....	81
4.1.2 Fungsi Komunikasi .....	82
4.2 Strategi Kreatif.....	82
4.3 Strategi Media .....	83
4.3.1 Media Utama.....	83
4.3.2 Media Pendukung .....	85
4.4 Strategi Visual.....	87
4.4.1 Studi Visual Video .....	87
4.4.2 Studi Elemen Visual.....	88
4.4.3 Studi Visual Logo .....	89
4.4.4 <i>Tipografi</i> .....	93

4.5 Hasil Perancangan.....	94
4.5.1 Media Utama.....	94
4.5.2 Media Pendukung .....	98
4.5.3 Timeline Media.....	102
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	103
5.2 Saran.....	104
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>105</b>
<b>Sumber Lainnya .....</b>	<b>106</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>107</b>