

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| LEMBAR PENGESAHAN | I |
| LEMBAR PERNYATAAN | II |
| KATA PENGANTAR | IV |
| ABSTRAK | VI |
| ABSTRACT | VII |
| DAFTAR TABEL | XI |
| DAFTAR GAMBAR | XII |
| DAFTAR LAMPIRAN | XV |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. LATAR BELAKANG MASALAH | 1 |
| 1.2. IDENTIFIKASI MASALAH | 3 |
| 1.3. RUMUSAN MASALAH | 3 |
| 1.4. RUANG LINGKUP | 4 |
| 1.5. TUJUAN PERANCANGAN | 5 |
| 1.6. MANFAAT PERANCANGAN | 5 |
| 1.7. METODE PENELITIAN | 5 |
| 1.7.1. Cara Pengumpulan Data dan Analisis | 5 |
| 1.8. KERANGKA PERANCANGAN | 7 |
| 1.9. SUSUNAN PENULISAN | 8 |
| BAB II | 9 |
| URAIAN TEORITIS | 9 |
| 2.1. PEMASARAN | 9 |
| 2.1.1. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) | 9 |
| 2.1.2. Pemasaran Pariwisata | 11 |
| 2.2. PROMOSI | 12 |
| 2.3. Bauran Promosi (Promotion Mix) | 14 |
| 2.4. PROMOSI PARIWISATA | 14 |
| 2.5. PERIKLANAN | 15 |
| 2.5.1. Arti Periklanan | 15 |
| 2.5.2. Tujuan Periklanan | 16 |
| 2.5.3. Strategi Kreatif | 16 |
| 2.5.4. Strategi Pesan | 19 |
| 2.6. BRAND | 19 |
| 2.6.1. Branding | 21 |

| | | |
|-------------------------------------|---|-----------|
| 2.6.2. | Strategi Branding | 21 |
| 2.6.3. | Personal Branding | 22 |
| 2.7. | PSIKOLOGI PERKEMBANGAN | 22 |
| 2.7.1. | Remaja (SMA/ Sederajat) | 23 |
| 2.8. | PERILAKU KONSUMEN | 25 |
| 2.9. | AISAS | 28 |
| 2.10. | MEDIA | 28 |
| 2.10.1. | Pengertian Media Iklan | 29 |
| 2.10.2. | Media Mix | 30 |
| 2.10.3. | New Media | 34 |
| 2.10.4. | Pemilihan Media | 34 |
| 2.10.5. | Strategi Media | 35 |
| 2.11. | DESAIN KOMUNIKASI VISUAL | 35 |
| 2.11.1. | Unsur – Unsur Desain | 36 |
| 2.11.2. | Prinsip – Prinsip Desain | 40 |
| 2.11.3. | Warna | 41 |
| 2.11.4. | Tipografi | 45 |
| 2.12. | PRINSIP KOMPOSISI / LAYOUT | 50 |
| 2.13. | COPYWRITING | 51 |
| 2.14. | PEMILIHAN MEDIA | 52 |
| BAB III | | 56 |
| DATA DAN ANALISIS MASALAH | | 56 |
| 3.1. | DATA PERUSAHAAN | 56 |
| 3.1.1. | Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan | 56 |
| 3.1.2. | Sejarah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan | 58 |
| 3.1.3. | Struktur Organisasi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan | 61 |
| 3.2. | MUSEUM | 61 |
| 3.2.1. | Data Penyelenggara | 63 |
| 3.2.2. | Ringkas Biografi Basoeki Abdullah | 65 |
| 3.2.3. | Klasifikasi Karya Basoeki Abdullah | 66 |
| 3.2.4. | Konsep Museum Basoeki Abdullah | 71 |
| 3.2.5. | Filosofi Museum Basoeki Abdullah | 73 |
| 3.2.6. | Data Khalayak Sasaran | 73 |
| 3.2.7. | Data Hasil Wawancara | 74 |
| 3.2.8. | Data Hasil Kuesioner | 74 |
| 3.2.9. | Analisis SWOT | 78 |
| BAB IV | | 80 |
| KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN | | 80 |
| 4.1. | KONSEP PESAN | 80 |
| 4.2. | KONSEP KREATIF | 81 |
| 4.3. | KONSEP MEDIA | 86 |
| 4.4. | KONSEP VISUAL | 89 |

| | | |
|----------------|------------------------|-----|
| 4.5. | PROSES PERANCANGAN | 92 |
| 4.5.1. | Studi Logo | 92 |
| 4.5.2. | Studi Aplikasi | 94 |
| 4.6. | SPEKIFIKASI MEDIA | 94 |
| 4.6.1. | Icon Visual | 94 |
| 4.6.2. | Media Utama (Aplikasi) | 96 |
| 4.6.3. | Media Pendukung | 103 |
| BAB V | | 116 |
| PENUTUP | | 116 |
| 5.1. | KESIMPULAN | 116 |
| 5.2. | SARAN | 117 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN | | |