

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan .....	2
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	2
1.2.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Ruang Lingkup Permasalahan .....	3
1.4 Tujuan Perancangan .....	4
1.5 Manfaat .....	4
1.5.1 Bagi Masyarakat.....	4
1.5.2 Bagi Akademis .....	4
1.5.3 Bagi Penulis dan rekan-rekan seprofesi .....	4
1.6 Metode Penelitian .....	5
1.6.1 Metode yang digunakan .....	5
1.6.2 Cara Pengumpulan Data.....	5
1.7 Skema Perancangan .....	7
1.8 Pembabakan.....	8
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN</b> .....	<b>10</b>
2.1 Komunikasi Pemasaran .....	10
2.2.1 Dasar Pemasaran .....	10
2.2.2 Pengetahuan Tentang Produk.....	10
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	11

2.2 Promosi.....	12
2.2.1 Tujuan Promosi .....	14
2.2.2 Jenis Promosi .....	15
2.2.3 Integrasi Promosi .....	15
2.2.4 Strategi Promosi Kreatif.....	16
2.3 Media Promosi.....	17
2.3.1Media Cetak .....	17
2.3.2 Media Siaran .....	21
2.3.3 Promosi Online .....	22
2.3.4 Promosi Offline.....	26
2.4 Strategi Kreatif dan Strategi Pesan .....	27
2.4.1Perencanaan Pesan .....	27
2.4.2 Tujuan Pesan .....	27
2.4.3 Strategi Pesan .....	27
2.4.4 Format dan Formulasi Strategi.....	29
2.4.5 Penyesuaian Pesan dan Tujuan Pesan.....	32
2.5 Persuasi.....	34
2.5.1Faktor Mendorong Persuasi .....	34
2.6 Psikologi Remaja.....	36
2.6.1Perkembangan Remaja.....	36
2.6.2 Aspek-aspek Perkembangan .....	39
2.6.3 Fase Remaja .....	43
2.6.4 Gaya Hidup Remaja .....	44
2.7 Desain Komunikasi Visual .....	46
2.7.1 Unsur-unsur Pada Desain .....	47
2.7.2 Tipografi.....	51
2.7.3 Layout .....	53
2.7.4 Ilustrasi.....	54
2.7.5 Logo .....	58
2.8 Target Audiens .....	58
2.8.1 Personifikasi Target Audiens .....	60
2.8.2 Consumer Insight .....	61

2.8.3 Perbedaan Target Audiens dan Target Marketing .....	62
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>64</b>
3.1 Data Pemberi Proyek .....	64
3.2 Profil Kampung Seni dan Budaya Jelekong .....	65
3.2.1 Kondisi Geografis .....	65
3.2.2 Demografis .....	66
3.2.3 Sejarah Singkat.....	67
3.2.4 Bentuk Wisata dan Fasilitas .....	67
3.2.5 Jenis-jenis Wisata Unggulan .....	68
3.2.6 Bentuk Kegiatan Pengunjung.....	72
3.3 Data Khalayak Sasaran .....	75
3.3.1 Target Audiens .....	75
3.3.2 AOI (Activity, Opini, Interest).....	76
3.4 Data Proyek Sejenis .....	77
3.4.1 Analisis Kompetitor .....	77
3.5 Data Hasil Observasi dan Wawancara.....	80
3.5.1 Data Observasi .....	80
3.5.2 Data Wawancara .....	81
3.6 Analisis SWOT.....	90
3.6.1 Matrik SWOT .....	93
3.7 Gagasan Awal.....	96
3.7.1 Tema.....	96
3.7.2 Rumusan Desain .....	97
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....</b>	<b>98</b>
4.1 Konsep Perancangan.....	98
4.1.1 Konsep Pesan .....	98
4.1.2 Strategi Komunikasi.....	100
4.1.3 Strategi Kreatif .....	101
4.2 Konsep Media.....	104
4.2.1 Media Promosi .....	104
4.2.2 Merchandise .....	106
4.3 Konsep Visual.....	107

4.3.1 Studi Penggunaan Font/Tipografi .....	107
4.3.2 Studi Visual Logo .....	109
4.3.3 Studi Penggunaan Warna .....	111
4.4 Hasil Perancangan .....	112
4.4.1 Pra Produksi / Sketsa.....	112
4.4.2 Logo .....	112
4.4.3 Media Utama .....	113
4.4.4 Media Pendukung .....	115
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>127</b>
5.1 Kesimpulan .....	127
5.2 Saran.....	127
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>129</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>130</b>