

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	5
1.5 Manfaat Perancangan.....	6
1.6 Metode Pengumpulan dan Analisis Data.....	6
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.6.2 Metode Analisis Data	8
1.7 Kerangka Perancangan	9
1.8 Pembabakan	10
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	12
2.1 Brand.....	12
1.2.1 Rebranding.....	12
2.2 Identitas Visual	13
2.2.1 Unsur Visual	15
2.3 Promosi	27
2.3.1 Promosi Pariwisata	27
2.3.2 Tujuan Promosi.....	28

2.3.3 Konsep Promosi.....	28
2.3.4 Media Promosi.....	29
2.3.5 Perilaku Konsumen.....	34
2.3.6 AISAS.....	34
2.4 Kerangka Pemikiran Teori.....	36
BAB III Data dan Analisis Masalah	37
3.1 Data Perusahaan.....	37
3.1.1 Wisata Alam	37
3.1.2 Sejarah Perusahaan	37
3.1.3 Visi, Misi, dan Tujuan	39
3.1.4 Nilai Perusahaan	40
3.1.5 Ruang Lingkup Perusahaan	40
3.1.6 Logo Perusahaan.....	40
3.1.7 Mitra Perusahaan	42
3.1.8 Sumber Daya Manusia.....	43
3.1.9 Penghargaan.....	44
3.1.10 Struktur Organisasi	45
3.1.11 Business Process.....	46
3.1.12 Data Visual Terdahulu	47
3.2 Data Produk	56
3.2.1 Jam Operasional.....	56
3.2.2 Lokasi	56
3.2.3 Habitat.....	58
3.2.4 Harga Tiket	59
3.2.5 Jenis Kegiatan.....	59
3.2.6 Paket Kegiatan dan Makanan	72
3.3 Data Khalayak Sasaran	75
3.3.1 Profil Konsumen.....	75
3.4 Data Perusahaan Sejenis	76
3.4.1 Little Farmers.....	76
3.4.2 Alam Wisata Cimahi.....	83
3.4.3 Kampung Gajah Wonderland	94

3.5 Data Observasi.....	101
3.6 Analisis Data.....	102
3.6.1 Wawancara	102
3.6.2 Kuesioner	106
3.6.3 Matriks Perbandingan Perusahaan Sejenis	108
3.6.4 Penarikan Kesimpulan Data Hasil Analisis	115
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	117
4.1 Konsep Pesan.....	117
4.1.1 Pesan yang Dikomunikasikan.....	117
4.1.2 Tagline	117
4.2 Konsep Kreatif.....	118
4.3 Konsep Visual.....	118
4.3.1 Identitas Visual	120
4.3.2 Media Promosi.....	124
4.4 Konsep Media	125
4.4.1 Pemilihan Media.....	125
4.4.2 Penjadwalan Media.....	130
4.4.3 Budgeting Media	131
4.5 Hasil Perancangan.....	135
4.5.1 Logo Jendela Alam	135
4.5.2 Kartu Nama dan Email Marketing.....	136
4.5.3 Merchandise.....	138
4.5.4 Family Card Member dan Outfit Petani	140
4.5.5 Maskot	141
4.5.6 Outfit Fasilitator.....	142
4.5.7 Leaflet	142
4.5.8 Poster	143
4.5.9 Display Pameran.....	144
4.5.10 Spanduk	144
4.5.11 Billboard	145
4.5.12 Umbul-Umbul.....	146
4.5.13 Papan Nama	146

4.5.14 Papan Harga.....	147
4.5.15 Tiket.....	148
4.5.16 Internet Media.....	150
BAB V PENUTUP	152
5.1 Kesimpulan.....	152
5.2 Saran	152
DAFTAR PUSTAKA.....	153
LAMPIRAN	155