

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan.....	3
1.2.1. Identifikasi Masalah	3
1.2.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Ruang Lingkup	4
1.4. Tujuan Perancangan	4
Manfaat Perancangan	5
1.5. Metode Penelitian.....	5
1.5.1. Metode Pengumpulan Data	6
1.5.2. Analisis Data	6
1.6. Kerangka Perancangan.....	7
1.7. Pembabakan	8

BAB 2. DASAR PEMIKIRAN

2.1. Komunikasi	9
2.1.1. Pengertian Komunikasi	9

2.1.2. Tujuan Komunikasi	9
2.2. Promosi	10
2.2.1. Pengertian Promosi	10
2.2.2. Strategi Promosi	11
2.2.3. Fungsi Promosi	11
2.2.4. Tujuan Promosi	12
2.2.5. Bauran Promosi	12
2.3. Desain Komunikasi Visual	16
2.3.1. Garis dan titik (<i>Point and Line</i>)	18
2.3.2. Bentuk (<i>shape</i>)	18
2.3.3. Tekstur	19
2.3.4. Gelap Terang/kontras	19
2.3.5. Ukuran	20
2.3.6. Warna	20
2.3.7. <i>Layout</i>	25
2.3.8. Tipografi	27
2.4. Media	28
2.4.1. Jenis-jenis media	28
2.5. Pariwisata	30
2.6. Psikologi Perkembangan	34
2.7. Prinsip Desain Website	34

BAB 3. DATA DAN ANALISIS

3.1. Data DKI Jakarta	36
3.2. Data Produk atau Jasa	41
3.3. Data Khalayak Sasaran	43
3.4. Analisis	46
3.4.1. Analisis SWOT	46
3.4.2. Analisis Matriks SWOT	47
3.4.3. Analisis Kompetitor	48
3.5. Data Hasil Observasi dan Wawancara	52
3.5.1. Observasi	52
3.5.2. Wawancara	54

BAB 4.	KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	
4.1.	Konsep Perancangan	57
4.2.	Strategi Kreatif	60
4.2.1.	Metode AISAS	62
4.2.2.	<i>Timeline</i>	63
4.2.3.	Konsep Kreatif	63
4.3.	Strategi Media	64
4.3.1.	Perencanaan Media	65
4.3.2.	Media yang digunakan	66
4.4.	Strategi Visual	68
4.4.1.	Konsep Jenis Huruf	68
4.4.2.	Konsep Layout	68
4.4.3.	Konsep Warna	68
4.4.4.	Konsep Gaya Bahasa	69
4.4.5.	Konsep Gaya Visual	70
4.4.6.	Konsep Bentuk	70
4.5.	Spesifikasi Media	72
BAB 5.	PENUTUP	
5.1.	Kesimpulan	85
5.2.	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN		97