

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| KATA PENGANTAR | i |
| DAFTAR ISI | iv |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Permasalahan | 3 |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah | 3 |
| 1.2.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Ruang Lingkup | 4 |
| 1.4 Tujuan Perancangan | 5 |
| 1.5 Manfaat Perancangan | 5 |
| 1.6 Metode Penelitian | 6 |
| 1.6.1 Metode Pengumpulan Data | 6 |
| 1.6.2 Metode Analisis | 8 |
| 1.7 Kerangka Perancangan | 9 |
| 1.8 Sistematika Penulisan | 10 |
| 1.9 Rencana Penelitian | 11 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 14 |
| 2.1 Promosi | 14 |
| 2.1.1 Tujuan Promosi | 15 |
| 2.1.2 Strategi Promosi | 16 |
| 2.1.3 SWOT | 18 |
| 2.1.4 AOI | 18 |
| 2.2 Periklanan | 18 |
| 2.2.1 Strategi Kreatif | 19 |
| 2.2.2 Strategi Pesan | 20 |
| 2.2.3 Copywriting | 20 |
| 2.2.4 AISAS | 20 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.2.5 | Media Iklan | 21 |
| 2.2.6 | Event | 22 |
| 2.3 | Pariwisata | 23 |
| 2.3.1 | Elemen Pariwisata | 23 |
| 2.3.2 | Destinasi Pariwisata | 24 |
| 2.3.3 | Wisata Makanan/Food Toursim | 24 |
| 2.4 | Desain Komunikasi Visual | 25 |
| 2.4.1 | Unsur Visual | 25 |
| 2.4.2 | Tipografi | 28 |
| 2.4.3 | Warna | 30 |
| 2.4.4 | Layout | 32 |
| BAB III DATA DAN ANALISIS | | 34 |
| 3.1 | Data Lembaga | 34 |
| 3.1.1 | Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang | 34 |
| 3.1.2 | Struktur Organisasi | 35 |
| 3.1.3 | Visi dan Misi | 36 |
| 3.1.4 | Tugas Pokok dan Fungsi | 36 |
| 3.1.5 | Tugas Pokok dan Fungsi Bidang Pariwisata | 37 |
| 3.1.6 | Tugas Seksi Promosi dan Destinasi Wisata | 37 |
| 3.2 | Data Objek | 39 |
| 3.2.1 | Sejarah Pasar Lama | 39 |
| 3.2.2 | Pengembangan Kawasan Kuliner Pasar Lama | 41 |
| 3.2.3 | Hasil Wawancara Disbudpar | 42 |
| 3.2.4 | Hasil Wawancara Pokdarwis | 43 |
| 3.2.5 | Hasil Wawancara Pengunjung..... | 43 |
| 3.2.6 | Jenis Kuliner Pasar Lama Tangerang | 44 |
| 3.3 | Data Khalayak Sasaran | 47 |
| 3.4 | Analisis | 49 |
| 3.4.1 | Analisi Produk Sejenis | 49 |
| 3.4.2 | SWOT Produk Sejenis | 52 |
| 3.5 | Data Promosi | 54 |
| 3.5.1 | Data Promosi Sebelumnya | 54 |

| | | |
|---------------|---|-----------|
| 3.5.2 | Data Promosi Sejenis | 57 |
| BAB IV | KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN | 59 |
| 4.1 | Konsep Perancangan | 59 |
| 4.1.1 | Konsep Pesan | 59 |
| 4.1.2 | Konsep Kreatif | 60 |
| 4.2 | Konsep Visual | 61 |
| 4.2.1 | Moodboard | 61 |
| 4.2.2 | Gaya Visual | 61 |
| 4.2.3 | Tipografi | 62 |
| 4.2.4 | Warna | 63 |
| 4.3 | Konsep Media | 63 |
| 4.4 | Hasil Rancangan | 65 |
| 4.4.1 | Logo | 65 |
| 4.4.2 | Ambient Media | 68 |
| 4.4.3 | Billboard | 69 |
| 4.4.4 | Iklan Koran | 71 |
| 4.4.5 | Video Profil Kuliner | 71 |
| 4.4.6 | Website | 72 |
| 4.4.7 | Media Sosial dan Konten | 73 |
| 4.4.8 | Popup Ads | 75 |
| 4.4.9 | Brosur | 76 |
| 4.4.10 | Poster Event | 76 |
| 4.4.11 | Event | 77 |
| 4.4.12 | Umbul-Umbul | 80 |
| 4.4.13 | Gimmik | 80 |
| BAB V | SIMPULAN DAN SARAN | 82 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 81 |
| | LAMPIRAN..... | 82 |