

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Ruang Lingkup.....	6
1.5 Tujuan Perancangan.....	7
1.6 Manfaat Perancangan.....	7
1.7 Metode Yang Digunakan.....	8
1.8 Metode Pengumpulan Data.....	8
1.9 Metode Analisis	9
1.10 Kerangka Perancangan	10
1.11 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Pemasaran.....	12
2.1.1 Perancangan Pemasaran.....	13
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>).....	13
2.2 Pemasaran Pariwisata.....	14
2.3 Promosi	15
2.3.1 Kegiatan Promosi	15

2.3.1	Tujuan Promosi	16
2.3.3	Promosi Wisata.....	17
2.4	Target Audience.....	18
2.4.1	Wisatawan.....	18
2.4.2	Psikologi.....	19
2.4.2.1	Masa Dewasa Dini.....	20
2.4.2.2	Minat Dewasa Dini.....	20
2.5	Teori Desain Komunikasi Visual.....	21
2.5.1	Tipografi.....	22
2.5.2	Warna.....	25
2.5.3	Grid System.....	26
2.5.4	Layout.....	27
2.6	Media.....	28
2.7	Teori Analisa SWOT.....	28
BAB III DATA DAN ANALISIS PERMASALAHAN.....		30
3.1	Data.....	30
3.1.1	Data Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.....	30
3.1.2	Visi dan Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.....	30
3.2	PT Perkebunan Nusantara VIII (PT PN8).....	31
3.2.1	Sejarah PT Perkebunan Nusantara VIII (PT PN8).....	32
3.2.2	Visi dan Misi PT Perkebunan Nusantara VIII (PT PN8).....	33
3.3	Data Bukittinggul.....	34
3.3.1	Profil Bukittinggul.....	34
3.4	Target Audience.....	38
3.5	Analisis Data Hasil Observasi dan Wawancara.....	40
3.5.1	Data Hasil Observasi.....	40
3.5.2	Data Hasil Wawancara.....	42

3.6	Program Sejenis.....	43
3.6.1	Gambaran Umum.....	43
3.6.2	Matrix Analisis Program Sejenis.....	45
3.6.3	Kesimpulan Hasil Analisis Tinjauan Sejenis.....	46
3.6.4	Analisis SWOT.....	47
BAB IV	KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	51
4.1	Konsep Penelitian.....	51
4.1.1	Tinjauan Komunikasi.....	51
4.1.2	Pendekatan Komunikasi.....	51
4.1.2.1	Gaya Bahasa.....	51
4.1.3	Strategi Pesan.....	52
4.1.4	Strategi Kreatif.....	53
4.1.4.1	Visual Target Audience.....	53
4.1.5	Strategi Media.....	54
4.1.5.1	Media Utama.....	54
4.1.5.2	Media Pendukung.....	54
4.1.6	Strategi Visual.....	56
4.1.6.1	Gaya Gambar.....	56
4.1.6.2	Photography.....	56
4.1.6.3	Layout.....	56
4.1.6.4	Typhography.....	56
4.1.6.5	Warna.....	57
4.2	Hasil Perancangan.....	59
4.2.1	Logo Promoasi dan Logo Event.....	59
4.2.2	Poster Promosi.....	61
4.2.3	Video Promosi.....	61
4.2.4	Website.....	62
4.2.5	Poster Event.....	64
4.2.6	Billboard, Umbul-umbul, x Banner.....	65
4.2.7	Merchandise.....	66
BAB V	PENUTUP.....	69

5.1	Kesimpulan.....	69
5.2	Saran.....	70
	DAFTAR PUSTAKA.....	71