

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
BAB 1	1
Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan.....	4
1.3. Ruang Lingkup	5
1.4. Tujuan Perancangan	5
1.5. Manfaat Perancangan	6
1.6. Metode Penelitian.....	7
BAB II	10
DASAR PEMIKIRAN	10
2.1. Teori Promosi.....	10
2.2. Proses Dalam Advertising.....	12
2.3. Media.....	19
2.4. Priwisata.....	20
2.5. Desain Komunikasi Visual.....	25
BAB III.....	38
DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	38
3.1. Data dan Fakta.....	38
3.2. Khalayak Sasaran.....	44
3.3. Data Program Sejenis.....	45
3.4. Hasil Pengumpulan Data.....	52
3.5. Observasi Lapangan.....	54
3.6. Analisis S.W.O.T.....	55
3.7. Analisis Khalayak Sasaran.....	56
3.8. Simpulan.....	56

BAB IV	58
KONSEP PERANCANGAN.....	58
4.1. Konsep Perancangan.....	58
4.2. Strategi Kreatif.....	60
4.3. Strategi Media.....	61
4.4. Strategi Visual.....	65
4.5. Hasil Perancangan.....	71
BAB V	81
PENUTUP	81
5.1. Kesimpulan	81
5.2. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	85