

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>Hal.1</b>
1.1 Latar Belakang.....	Hal.1
1.2 Permasalahan.....	Hal.4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	Hal.4
1.2.2 Rumusan Masalah.....	Hal.4
1.3 Ruang Lingkup.....	Hal.5
1.4 Tujuan Perancangan.....	Hal.5
1.5 Manfaat Perancangan.....	Hal.5
1.6 Metode Penelitian.....	Hal.5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	Hal.6
1.6.2 Metode Analisis Data.....	Hal.7
1.7 Kerangka Perancangan.....	Hal.8
1.8 Pembabakan.....	Hal.9

<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN.....</b>	<b>Hal.11</b>
2.1 Pemasaran.....	Hal.11
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	Hal.11
2.1.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	Hal.12
2.2 Promosi.....	Hal.13
2.2.1 Tujuan Promosi.....	Hal.13
2.2.2 Program Promosi.....	Hal.13
2.2.3 Bauran Promosi.....	Hal.14
2.3 Teori Periklanan.....	Hal.14
2.3.1 Definisi Periklanan.....	Hal.14
2.3.2 Fungsi Iklan.....	Hal.15
2.3.3 Komunikasi.....	Hal.16
2.4 Strategi.....	Hal.16
2.4.1 Jasa/Brand.....	Hal.17
2.4.2 Khalayak Sasaran.....	Hal.18
2.4.3 Strategi Kreatif.....	Hal.20
2.4.4 Strategi Pesan.....	Hal.22
2.5 Desain Komunikasi Visual.....	Hal.25
2.5.1 Elemen Desain Grafis.....	Hal.26
2.5.2 Prinsip Desain.....	Hal.32
2.5.3 Copywriting.....	Hal.33
2.6 Media.....	Hal.35
2.6.1 Pemilihan Media.....	Hal.36

2.6.2 Strategi Media.....	Hal.38
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>Hal.39</b>
3.1 Data.....	Hal.39
3.1.1 Data Institusi Proyek.....	Hal.39
3.2 Data Produk.....	Hal.42
3.2.1 Citilink Journey.....	Hal.42
3.2.2 Data Wisatawan.....	Hal.44
3.2.3 Data Khalayak Sasaran.....	Hal.47
3.3 Metode Observasi.....	Hal.49
3.4 Metode Wawancara.....	Hal.50
3.4.1 Wawancara Dengan <i>Traveller</i> .....	Hal.50
3.5 Analisis SWOT.....	Hal.52
3.5.1 Aplikasi Matriks SWOT.....	Hal.53
<b>BAB 4 KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....</b>	<b>Hal.55</b>
4.1 Konsep Perancangan.....	Hal.55
4.1.1 Strategi Pesan.....	Hal.55
4.2 Strategi Kreatif.....	Hal.56
4.3 Strategi Media.....	Hal.56
4.3.1 Media Utama.....	Hal.56
4.3.2 Media Pendukung.....	Hal.57
4.3.3 Creative Brief.....	Hal.57
4.4 Konsep Visual.....	Hal.60
4.4.1 Visual Khalayak Sasaran.....	Hal.60

4.4.2 Gaya Visual.....	Hal.61
4.4.3 Tipografi.....	Hal.62
4.5 Hasil Perancangan.....	Hal.64
4.5.1 <i>Key Visual</i> .....	Hal.64
4.5.2 Laman Web Citilink Journey.....	Hal.65
4.5.3 <i>Billboard</i> .....	Hal.68
4.5.4 <i>Transit Ad</i> (TransJakarta).....	Hal.68
4.5.5 <i>Travel-Lo-Gue Instagram Account</i> .....	Hal.69
4.5.6 <i>Web Banner</i> .....	Hal.70
4.5.7 Digital Out-of-House.....	Hal.70
4.5.8 Video Durasi 60 Detik.....	Hal.71
4.5.9 Merchandise "Mending Liburan" Canvas Totebag.....	Hal.73
<b>Bab 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>Hal.74</b>
5.1 Kesimpulan.....	Hal.74
5.2 Saran.....	Hal.75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>xii</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>