

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ixii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Latar Belakang Masalah	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan Perancangan.....	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Metode Penelitian	6
1.6.1 Metode Yang Digunakan	6
1.6.2 Cara Pengumpulan Data.....	7
1.6.3 Metode Analisi SWOT.....	7
1.7 Kerangka Perancangan.....	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	10
2.1 Teori Promosi.....	10
2.1.1 Pengerian Promosi	10
2.1.2 Jenis Promosi	11
2.1.3 Promosi Wisata	12
2.2 Teori Periklanan.....	12
2.2.1 Tujuan Periklanan	13
2.2.2 Sifat-Sifat Periklanan	13

2.2.3 Strategi Kreatif.....	14
2.3.4 Strategi Pesan.....	16
2.3 Teori Komunikasi	16
2.3.1 Komunikasi Produk Wisata	17
2.4 Teori Media.....	17
2.4.1 Pengertian Media	17
2.4.2 Jenis-Jenis Media	17
2.4.3 Proses Perancangan Media.....	18
2.5 Teori Desain Komunikasi Visual	20
2.5.1 Unsur-Unsur Visual Desain	20
2.5.2 Prinsip-Prinsip Dasar Layout	25
2.5.3 Tipografi	27
2.5.4 Logo dan Logogram.....	29
2.5.5 Ilustrasi.....	30
2.5.6 <i>Copywriting</i>	31
2.5.6.1 <i>Copywriting</i> Untuk Media Cetak	31
2.6 Teori Pariwisata	32
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	33
3.1 Komunitas Hong	33
3.2 Data Komunitas Hong.....	34
3.2.1 Fasilitas dan Daya Tarik Komunitas Hong	35
3.3 Data Khalayak Sasaran	37
3.3.1 Demografis.....	37
3.3.2 Geografis.....	37
3.3.3 Psikografis.....	38
3.3.4 Perilaku Konsumen	38
3.4 Data Wawancara dan Analisis	38
3.4.1 Data Wawancara Ahli	38
3.5 Tinjauan Terhadap Tempat Sejenis.....	40
3.5.1 Saung Angklung Udjo.....	40
3.6 Analisis Perbandingan Dengan Tempat Sejenis	40

3.6.1 Analisis SWOT Komunitas Hong	40
3.6.2 Analisis SWOT Saung Angklung Udjo	45
3.6.3 Matriks SWOT Komunitas Hong	46
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	48
4.1 Konsep Perancangan	48
4.1.1 Konsep Pesan	48
4.1.2 Strategi Kreatif	49
4.2 Konsep Visual	51
4.2.1 Referensi Visual	51
4.2.2 Jenis Huruf	52
4.2.3 Warna	52
4.2.4 Logo	53
4.2.5 Konsep Perancangan Event	54
4.3 Penjadwalan Media	56
4.4 Hasil Perancangan	56
BAB V PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	65