

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	2
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Manfaat Perancangan	3
1.6 Metodologi Penelitian	4
1.6.1 Teknik Pengumpuln Data	4
1.6.1.1 Observasi	4
1.6.1.2 Wawancara	4
1.6.1.3 Dokumentasi	4
1.6.1.4 Kuisisioner.....	5
1.6.1.5 Studi Pustaka.....	5
1.6.2 Metode Analisis	5
1.7 Kerangka Perancangan	6
1.8 Pembabakan.....	7
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Teori Komunikasi	8
2.1.1 Definisi, Fungsi dan Tujuan Komunikasi	8
2.1.2 Tahap dan Peran Komunikasi	8
2.1.3 Level Komunikasi.....	8
2.1.4 Srategi Komunikasi.....	9

2.2 Teori Promosi.....	9
2.2.1 Definisi Promosi	9
2.2.2 Tujuan Promosi	9
2.2.3 Bauran Promosi.....	10
2.3 Teori Strategi Kreatif	11
2.3.1 Definisi Strategi Kreatif	11
2.3.2 Tujuan Strategi Kreatif.....	11
2.3.3 Strategi Pesan.....	11
2.3.3.1 What to Say dan How to Say	11
2.3.3.2 Hardsell dan Softsell	11
2.3.4 Konsep Kreatif	12
2.3.4.1 Ide dan Proses Kreatif	12
2.3.4.2 Bagaimana Cara Mendapatkan Ide	12
2.3.5 Consumer Insight	12
2.3.6 Teori Analisis SWOT	12
2.4 Media dan Strategi Media	13
2.4.1 Definisi Media dan Strategi Media	13
2.4.2 Media Sosial.....	14
2.5 Teori Desain Komunikasi Visual.....	14
2.5.1 Definisi Desain Komunikasi Visual.....	14
2.5.2 Unsur-unsur pada Desain	14
2.5.3 Prinsip-prinsip Kerja Desain.....	16
2.5.4 Tipografi	18
2.5.5 Layout	19
2.5.6 Ilustrasi.....	21
2.5.7 Copywriting	21
2.5.7.1 Definisi Copywriting	21
2.5.7.2 Cara Menulis Teks Iklan yang Efektif	22
2.5.7.3 Copywriter	22
2.5.8 Logo & Maskot.....	22
2.5.8.1 Definisi, Fungsi & Jenis Logo	22
2.5.8.2 Maskot.....	23
2.6 Konsumen	23
2.6.1 Penjelasan Konsumen	23
2.6.2 Perilaku Konsumen.....	23

2.6.3 Proses Keputusan Konsumen.....	23
2.6.4 Faktor yang Dapat Mempengaruhi Keputusan Konsumen	24
2.6.5 Analisis AOI	25
2.7 Teori Pariwisata, Jenis Pariwisata dan Wisatawan	26
2.7.1 Definisi Pariwisata	26
2.7.2 Jenis Pariwisata Berdasarkan Tujuannya	26
2.7.3 Daya Tarik Wisata	26
2.7.4 Definisi Wisatawan.....	27
BAB III	28
3.1 Data Wisata Ilmu Sutera	28
3.1.1 Sejarah Wisata Ilmu Sutera.....	28
3.1.2 Sarana dan Prasarana Wisata Ilmu Sutera.....	28
3.1.3 Promosi yang Sudah di Lakukan	35
3.1.4 Alamat & Kontak.....	37
3.2 Target Khalayak.....	38
3.2.1 Geografis.....	38
3.2.2 Demografis.....	38
3.2.3 Psikografis.....	38
3.2.4 AOI	38
3.3 Analisis SWOT dan Matriks Pesaing.....	39
3.3.1 Analisis SWOT	39
3.3.2 Matriks Pesaing.....	40
3.4 Moodboard.....	42
3.4.1 Visualisasi Target Audiens	42
3.4.2 Moodboard Warna	42
3.4.3 Moodboard.....	43
BAB IV	44
4.1 Konsep Perancangan	44
4.1.1 Konsep Promosi Wisata Ilmu Sutera	44
4.1.2 Konsep Kreatif	45
4.1.3 Konsep Komunikasi.....	47
4.1.4 Konsep Media	47
4.1.4.1 Cerita dalam Pertunjukan.....	48
4.1.5 Konsep Visual.....	51
4.1.5.1 Gaya Visual.....	51

4.1.5.2 Warna.....	52
4.1.5.3 Tipografi	52
4.2 Hasil Perancangan.....	53
4.2.1 Maskot Acara	53
4.2.2 Poster.....	54
4.2.3 Instagram Story	56
4.2.4 Instagram Feed.....	56
4.2.5 Facebook	57
4.2.6 Merchandise	58
4.2.7 X-Banner.....	60
4.2.8 Rancangan Maket Event Pertunjukan	60
BAB V	61
Kesimpulan	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	63