

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Ruang Lingkup	4
1.7 Metode Penelitian.....	5
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.7.2 Metode Analisis.....	6
1.9 Sistematika Penelitian.....	9

BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Promosi.....	11
2.1.1	Definisi Promosi.....	11
2.1.2	Strategi Promosi	13
2.2	Periklanan.....	13
2.2.1	Marketing Mix.....	14
2.3	Media	16
2.3.1	Jenis-Jenis Media	17
2.3.1.1	<i>Above the Line</i>	17
2.3.1.2	<i>Below the Line</i>	17
2.4	Desain Komunikasi Visual	18
2.5	Unsur-Unsur Desain	18
2.5.1	Tipografi.....	18
2.5.2	Elemen Visual.....	23
2.5.3	Fotografi	26
2.6	Pariwisata	27
2.7	Target Audiens	21
2.7.1	Dewasa Awal	21

BAB III DATA OBJEK PENELITIAN

3.1	Data Pemberi Proyek	29
3.1.1	Data Objek	30
3.1.1.1	Media Sosial.....	30
3.1.1.2	Data Produk Sabda Alam Hotel & Resort	31
3.2	Data Permasalahan	33
3.3	Data <i>Target Audience</i>	34
3.3.1	Analisis SWOT.....	36
3.4	Data Sejenis	38
3.5	Data Empirik.....	39

3.5.1	Data Observasi.....	39
3.6.2	Data Wawancara.....	41
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN		
4.1	Konsep Perancangan.....	44
4.1.1	Tujuan Komunikasi.....	44
4.1.2	Pendekatan Komunikasi.....	44
4.1.3	Gaya Visual.....	45
4.2	Strategi Pesan.....	45
4.3	Strategi Kreatif	46
4.4	Konsep Visual.....	46
4.4.1	Bentuk Visual Target Audience dan Indikator.....	46
4.4.2	Gaya Visual.....	47
4.4.3	Tipografi.....	48
4.4.4	Warna.....	48
4.5	Konsep Media.....	49
4.5.1	Merchandise	58
4.5.2	Logo	59
4.6	Media Utama.....	59
4.6.1	Media Pendukung.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran	61

