

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.3.1 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6 Metode Analisis.....	5
1.7 Kerangka Penelitian.....	6
1.8 Pembabakan.....	7
BAB II DASAR PEMIKIRAN	
A. Kajian Teori.....	8
2.1 Teori Komunikasi.....	8
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	8
2.1.2 Unsur Komunikasi.....	8
2.1.3 Bentuk Komunikasi.....	9
2.2 Teori Promosi.....	12
2.2.1 Pengertian Promosi.....	12

2.2.2 Bauran Promosi.....	12
2.2.3 Tujuan Promosi.....	14
2.2.4 Komponen Strategi Promosi.....	15
2.2.5 Teori Media Promosi.....	16
2.3 Teori Iklan.....	18
2.3.1 Pengertian Iklan.....	18
2.3.2 Tujuan Iklan.....	18
2.3.3 Media Iklan.....	19
2.4 Teori DKV.....	20
2.4.1 Logo.....	20
2.4.2 Tata Letak (Layout).....	21
2.4.3 Tipografi.....	22
2.4.4 Komposisi.....	22
2.4.5 Fotografi.....	22
2.4.6 Warna.....	23
2.5 Teori Website.....	23
2.6 Teori Pariwisata.....	24
2.6.1 Wisata Alam (Ekowisata).....	24
2.6.2 Faktor Daya Tarik Wisata.....	25
B. Kerangka Teori.....	26
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.Data.....	27
3.1 Data Pemberi Proyek.....	27
3.1.1 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang.....	27
3.1.2 Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat Kota Tangerang.....	29
3.2 Data Proyek.....	31
3.2.1 Festival Cisadane.....	31
3.2.2 Gambaran Festival Cisadane.....	31
3.2.3 Sejarah Festival Cisadane.....	32
3.3 Data Khalayak Sasaran.....	33
3.4 Data Hasil Observasi, Wawancara, Kuesioner.....	34

3.4.1 Data Hasil Observasi.....	34
3.4.2 Data Hasil Studi Pustaka.....	34
3.4.3 Wawancara.....	35
3.4.4 Kuesioner.....	38
3.5 Data Proyek Sejenis.....	41
3.5.1 Festival Dayung Bupati Bantul Cup.....	41
3.5.1.1 Gambaran Umum Festival Dayung Bupati Bantul Cup.....	43
3.5.2 Festival Sriwijaya.....	44
3.5.2.1 Gambaran Umum Festival Sriwijaya.....	45
3.6 Analisis.....	46
3.6.1 Analisis Proyek Sejenis.....	46
3.6.2 Kesimpulan Hasil Analisis Data.....	50
Kesimpulan Hasil Analisis Keseluruhan.....	51
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	52
4.1 Konsep Perancangan.....	52
4.2 Konsep Pesan.....	52
4.2.1 Big Idea.....	52
4.2.2 Tujuan Pesan.....	52
4.2.3 Strategi Pesan.....	53
4.2.4 Tagline / Headline / Judul.....	53
4.2.5 Keyword.....	53
4.3 Konsep Kreatif.....	53
4.4 Konsep Visual.....	54
4.4.1 Fotografi.....	54
4.4.2 Tipografi.....	55
4.4.3 Warna.....	56
4.4.4 Layout.....	57
4.5 Konsep Media.....	58
4.5.1 Jenis Media.....	58
4.5.2 Strategi Media (Inform, Persuade, Reminder).....	60
4.6 Konsep Bisnis.....	62

4.6.1 Biaya Perancangan.....	62
4.6.2 Biaya Media.....	62
4.7 Hasil Perancangan.....	63
A. Media Utama.....	63
4.7.1 Poster.....	63
4.7.2 Konten Sosial Media.....	64
4.7.3 Website.....	68
4.7.4 X-Banner.....	69
4.7.5 Booth Foto.....	70
4.7.6 Video.....	71
B. Media Pendukung.....	72
4.7.7 Logo.....	72
4.7.8 Merchandise (Kaos dan Topi).....	74
4.7.9 Twibbon.....	75
4.7.10 Stiker.....	76
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	80