

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Rumusan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	3
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
1.6. Ruang Lingkup	4
1.7. Metodologi Penelitian	4
1.7.1. Metode Pengumpulan Data.....	4
1.7.2. Metode Analisis	5
1.8. Kerangka Berfikir.....	6
1.9. Susunan Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Komunikasi.....	8
2.1.1. Fungsi Komunikasi	8
2.1.2. Tujuan Komunikasi.....	8
2.1.3. Unsur-Unsur Komunikasi	9
2.1.4. Strategi Komunikasi.....	10
2.1.5. AISAS	10
2.2. Pemasaran.....	10
2.2.1. Strategi Pemasaran.....	11

2.2.2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	11
2.2.3. Segmenting, Targeting, dan Positioning	11
2.3. Promosi	12
2.3.1. Tujuan Promosi	12
2.3.2. Bauran Promosi	13
2.3.3. Promosi Penjualan, <i>Event</i> , dan <i>Sponsorship</i>	13
2.3.4. Program Tematik	14
2.4. Periklanan (<i>Advertising</i>)	14
2.4.1. Komponen <i>Advertising</i>	15
2.4.2. Peran <i>Advertising</i>	15
2.4.3. Tipe <i>Advertising</i>	16
2.5. Pariwisata	17
2.5.1. Jenis dan Macam Pariwisata	18
2.5.2. Sistem Pariwisata	20
5.1. Desain Komunikasi Visual (DKV)	20
5.1.1. Fungsi Desain Komunikasi Visual	20
5.1.2. Unsur-Unsur dalam Desain	21
5.1.3. Prinsip-Prinsip Kerja Desain	24
5.2. Media	25
2.7.1. Bauran Media (<i>Media Mix</i>)	26
2.7.2. Strategi Pemilihan Media	27
2.8. Perilaku Konsumen	27
2.8.1. Model Perilaku Konsumen	28
BAB III DATA OBJEK PENELITIAN	29
3.1. Data Institusi	29
3.1.1. Profil Museum Gedung Sate	29
3.1.2. Visi dan Misi Museum Gedung Sate	31
3.1.3. SWOT Museum Gedung Sate	32
3.2. Permasalahan	33
3.3. Data Khalayak Sasaran	34
3.4. Tinjauan Terhadap Data Sejenis	36
3.4.1. Profil Museum Geologi	36

3.4.2. Visi dan Misi Museum Geologi	37
3.4.3. SWOT Museum Geologi	38
3.4.4. Analisis Matriks	38
3.5. Data Empirik	40
3.5.1. Data Hasil Wawancara.....	40
3.5.2. Data Hasil Kuisisioner.....	43
3.5.3. Data Hasil Observasi.....	48
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	50
4.1. Konsep Perancangan	50
4.1.1. Konsep Pesan	50
4.1.2. Strategi Komunikasi.....	52
4.1.3. Konsep Kreatif	53
4.2. Konsep Media.....	54
4.2.1. Media Promosi	54
4.2.2. Merchandise	58
4.3. Konsep Visual	58
4.3.1. Moodboard.....	58
4.3.2. Studi Penggunaan Gaya Visual.....	59
4.3.3. Studi Penggunaan Font	60
4.3.4. Studi Penggunaan Warna	60
4.3.5. Studi Visual Logo	61
4.4. Hasil Rancangan.....	62
4.4.1. Pra Produksi / Sketsa	62
4.4.2. Logo	62
4.4.3. Maskot.....	64
4.4.4. Media Utama.....	65
4.4.5. Media Pendukung	68
4.4.6. Media Pendukung “Merchandise”	76
BAB V KESIMPULAN	78
5.1. Kesimpulan.....	78
5.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79

LAMPIRAN	81
----------------	----