

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Permasalahan.....	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. Cara Pengumpulan Data dan Analisis.....	6
1.5.1 Cara Pengumpulan Data.....	6
1.5.2 Metode Analisis	6
1.6. Kerangka Pemikiran.....	7
1.7. Pembabakan	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN	9
2.1. Pariwisata	9
2.1.1. Definisi Pariwisata.....	9
2.1.2. Tujuan Pariwisata	9
2.2. Kota Cimahi	10

2.2.1.	Cimahi Military Heritage Tour	10
2.2.2.	SAKOCI “Saba Kota Cimahi”	11
2.3.	Media	11
2.3.1.	Definisi Media	11
2.3.2.	Strategi Media.....	12
2.4.	Promosi	12
2.4.1.	Definisi Promosi	12
2.4.2.	Jenis Promosi	13
2.4.3.	Fungsi Promosi	13
2.4.4.	Tujuan Promosi.....	14
2.5.	Desain Komunikasi Visual.....	14
2.5.1.	Ilustrasi	14
2.5.2.	Tipografi	15
2.5.3.	Warna.....	16
2.5.4.	Layout.....	16
2.6.	Identitas Visual.....	17
2.6.1.	Tujuan Identitas Visual.....	17
2.7.	Logo	18
BAB III	DATA DAN ANALISIS	19
3.1.	Data Institusi.....	19
3.1.1.	Lembaga Pendukung	19
3.1.2.	Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kota Cimahi	20
3.2.	Data Objek Penelitian.....	21
3.2.1.	Latar Belakang Pembentukan Program Cimahi Military Heritage Tour dan Tur sejarah Kota Cimahi dengan Bus Sakoci	21
3.2.2.	Program Cimahi Military Heritage Tour	21

3.2.3. Bus Cimahi Military Heritage Tour “SAKOPI”	22
3.2.4. Rute Perjalanan Bus Cimahi Military Heritage Tour “SAKOPI”	22
3.3. Data Khalayak	24
3.3.1. Demografis	24
3.3.2. Geografis	24
3.3.3. Psikologis.....	24
3.4. Data Hasil Observasi	25
3.5. Data Hasil Wawancara	26
3.6. Data Program Sejenis	29
3.6.1. Bus Wisata Werkudara Surakarta	29
3.6.2. Bus Bandung Tour On Bus “Bandros”	30
3.6.3. Bus Wisata City Tour Jakarta “Mpok Siti”	31
3.7. Data Kuesioner	32
3.8. Analisis	49
3.8.1. Analisis Hasil Observasi.....	49
3.8.2. Analisis Hasil Wawancara.....	49
3.8.3. Analisis hasil Kuesioner	49
3.8.4. Analisis Matriks Kuesioner	50
3.8.5. Analisis Matriks Perbandingan.....	51
3.9. Penarikan Kesimpulan.....	63
3.9.1. Triangulasi Penarikan Kesimpulan.....	64
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	65
4.1. Konsep Pesan	65
4.1.1. Ide Besar	65
4.1.2. Tujuan Pesan.....	66
4.1.3. Strategi Pesan	66

4.1.4.Tagline	66
4.2. Konsep Kreatif	66
4.3. Konsep Media.....	67
4.3.1. Attention.....	67
4.3.2.Interest.....	68
4.3.3.Search.....	68
4.3.4. Action	68
4.3.5.Share.....	69
4.4. Konsep Visual	70
4.4.1. Moodboard	70
4.4.2.Illustrasi.....	70
4.4.3.Tipografi.....	71
4.4.4.Warna	72
4.4.5.Layout.....	72
4.5. Proses Perancangan	73
4.5.1. Konsep Logo.....	73
4.5.2.Konsep media Promosi	73
4.6. Hasil Perancangan	75
4.6.1. Logo	75
4.6.2.Media Cetak.....	75
4.6.3.Media Sosial.....	77
4.6.4.Website	79
4.6.5.Ticket Stand	79
4.6.6.Ticket	80
4.6.7.Merchandise.....	80

BAB V	PENUTUP	82
5.1.	Kesimpulan	82
5.2.	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN		84