

## **DAFTAR ISI**

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR BAGAN.....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan .....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	5
1.2.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Perancangan .....	6
1.5 Manfaat Perancangan .....	6
1.5.1 Bagi Akademis .....	6
1.5.2 Bagi Peneliti .....	6
1.6 Metode Penelitian .....	6
1.6.1 Teknik Pengumpulan Data .....	7
1.6.2 Metode Analisis.....	7
1.7 Kerangka Perancangan .....	9
1.8 Sistematika Penulisan .....	10
Bab II Landasan Teori .....	11
2.1 Promosi.....	11

2.1.1 Bauran Promosi .....	11
2.1.2 Fungsi Promosi .....	11
2.1.3 Tujuan Promosi .....	12
2.2 Strategi.....	12
2.2.1 Strategi Kreatif .....	12
2.3 Komunikasi.....	12
2.4 Iklan .....	12
2.5 AISAS.....	12
2.6 Media .....	13
2.7 Target Audiens .....	13
2.8 Pariwisata .....	13
2.8.1 Pariwisata Budaya .....	13
2.9 Pengertian Candi .....	13
2.10 Desain Komunikasi Visual .....	13
2.10.1 Tipografi .....	13
2.10.2 Logo.....	15
2.10.3 Ilustrasi .....	16
2.10.4 Fotografi .....	17
2.11.5 Prinsip Desain .....	17
2.12.6 Unsur-Unsur Desain .....	20
2.11 Analisis Matrix .....	23
2.12 SWOT .....	23
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH .....	24
3.1 Data Institusi.....	24
3.1.1 Institusi .....	24
3.1.2 Data Objek Wisata.....	26
3.2 Data Pemasalahan.....	34
3.3 Data Target Audiens.....	34
3.4 Kuisioner .....	38
3.5 Data Sejenis .....	39

3.6 Data Empirik .....	41
3.6.1 Observasi .....	41
3.6.2 Hasil Wawancara.....	43
3.7 Matriks Perbandingan.....	37
3.8 Analisis .....	38
3.9 SWOT .....	52
3.10 <i>What To Say</i> .....	57
BAB IV HASIL PERANCANGAN DAN KONSEP .....	59
4.1 Konsep Perancangan.....	59
4.1.1 Perancangan Komunikasi .....	59
4.1.2 Pendekatan Komunikasi .....	59
4.1.3 Strategi Pesan .....	59
4.1.4 Strategi Kreatif .....	60
4.1.4.1 Visual Target Audien dan Indikator .....	60
4.1.4.2 <i>Consumer Journey</i> .....	61
4.1.4.3 <i>Creative Brief</i> .....	62
4.1.5 Strategi Media .....	65
4.1.5.1 Media Utama .....	65
4.1.5.2 Media Pendukung .....	65
4.1.6 Strategi Visual .....	67
4.1.6.1 Gaya Visual .....	67
4.1.6.2 Typography.....	68
4.1.6.3 Warna.....	69
4.1.6.4 Sequence, Layout dan Komposisi .....	69
4.2 Hasil Rancangan .....	70
4.2.1 TVC .....	70
4.2.2 <i>Print Ads</i> .....	71
4.2.3 Media Luar Ruang.....	73
4.2.4 Internet.....	75
4.2.5 Sosial Media .....	75
4.2.6 Event.....	76

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran .....	80
LAMPIRAN .....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	87