

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	1
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.2.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Manfaat Perancangan	3
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode yang Digunakan	4
1.6.2 Metode Pengumpulan Data	4
1.6.3 Metode Analisis	6
1.7 Kerangka Penelitian.....	7
1.8 Pembabakan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Promosi.....	9
2.1.1 Pengertian Promosi	9
2.1.2 Bauran Promosi	10
2.2 Komunikasi	10
2.2.1 Pengertian Komunikasi	10
2.2.2 Komunikasi Persuasif.....	11
2.2.3 Strategi Komunikasi.....	12
2.3 Periklanan	12
2.3.1 Pengertian periklanan.....	12
2.3.2 Tujuan Periklanan	13

2.3.3	Fungsi Periklanan.....	13
2.4	Strategi Kreatif	13
2.4.1	Strategi Kreatif	14
2.5	Media.....	15
2.5.1	Pengertian Media	15
2.5.2	Tujuan Media	15
2.5.3	Strategi Media	15
2.6	Desain Komunikasi Visual.....	16
2.6.1	Unsur-unsur Desain.....	16
2.6.2	Prinsip Desain	17
2.7	Pariwisata	18
2.7.1	Destinasi Wisata.....	19
2.7.2	Ciri-ciri Pariwisata	20
2.7.3	Daya Tarik Pariwisata	20
2.7.4	Kaitan Pariwisata dan Strategi Promosi.....	21
2.8	Kerangka Teori dan Asumsi.....	22
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH		24
3.1	Data Perusahaan	24
3.1.1	Sejarah <i>Bur Telege</i>	24
3.1.2	Fasilitas <i>Bur Telege</i>	26
3.1.3	Wahana <i>Bur Telege</i>	28
3.1.4	Media Sosial.....	30
3.2	Data Wisata	32
3.3	Data Khalayak Sasaran	32
3.3.2	AOI.....	33
3.4	Data Promosi Sejenis.....	34
3.4.1	<i>Buntul Rintis</i>	34
3.4.2	Fasilitas <i>Buntul Rintis</i>	34
3.4.3	Media Sosial.....	37
3.4.4	Taman 3 Dara	37
3.4.5	Aktivitas yang dilakukan.....	38
3.4.6	Media Sosial.....	39
3.5	Data Empirik	39
3.5.1	Data Hasil Observasi.....	39
3.5.2	Data Hasil Wawancara	41
3.6	Analisis.....	41

3.6.1	Metode Analisis Matriks Promosi <i>Bur Telege</i> dan Kompetitor.....	41
3.6.2	Analisis SWOT	43
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		45
4.1	Konsep Perancangan	45
4.1.1	Tujuan Komunikasi	45
4.1.2	Pendekatan Komunikasi.....	45
4.2	Strategi Pesan	45
4.3	Strategi Kreatif	46
4.3.1	<i>Creative Brief</i>	47
4.4	Konsep Visual	48
4.4.1	Visual Khalayak Sasaran dan Indikator	48
4.4.2	Gaya Visual.....	49
4.4.3	Tipografi.....	49
4.4.4	Warna	50
4.5	Konsep Media.....	51
4.5.2	Media Pendukung.....	53
4.6	Hasil Perancangan	54
4.6.1	Rancangan Poster Promosi.....	54
4.6.2	Rancangan <i>Social Media Content</i>	57
4.6.3	Rancangan <i>Event</i>	57
4.6.4	RAB Promosi dan <i>Event Bur Telege</i>	58
BAB V PENUTUP.....		60
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran dan Rekomendasi	61
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN.....		66