

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| LEMBAR JUDUL..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| ABSTRAK..... | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah..... | 2 |
| 1.3. Rumusan Masalah..... | 3 |
| 1.4. Ruang Lingkup..... | 3 |
| 1.5. Tujuan Penelitian..... | 3 |
| 1.6. Metode Pengumpulan Data dan Analisis | 3 |
| 1.6.1. Metode Pengumpulan Data..... | 4 |
| 1.6.2. Metode Analisis Data..... | 5 |
| 1.7. Kerangka Penelitian | 6 |
| 1.8. Pembabakan | 7 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 8 |
| 2.1. Pariwisata | 8 |
| 2.2. Desain Komunikasi Visual..... | 9 |
| 2.2.1. Prinsip Desain..... | 10 |
| 2.1.2. Elemen Desain..... | 11 |
| 2.3. Videografi | 24 |
| 2.4. Promosi | 29 |
| 2.4.1. Pengertian Promosi..... | 29 |
| 2.4.2. Tujuan Promosi..... | 29 |

| | |
|--|-----------|
| 2.4.3. Macam-macam Media Promosi..... | 30 |
| 2.5. Analisa SWOT..... | 38 |
| 2.5.1. Faktor-faktor dalam Analisa SWOT..... | 38 |
| 2.5.2. Analisa Matriks SWOT..... | 40 |
| 2.6. Kerangka Teori..... | 43 |
| BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH | 44 |
| 3.1. Data Destinasi Wisata | 44 |
| 3.1.1. Lokasi Penelitian..... | 44 |
| 3.1.2. Data Produk dan Objek Penelitian..... | 45 |
| 3.1.3. Data Target Audience..... | 54 |
| 3.1.4. Data Wawancara Narasumber..... | 56 |
| 3.1.5. Data Observasi..... | 57 |
| 3.1.6. Data Kuisisioner..... | 57 |
| 3.1.7. Data Kompetitor..... | 61 |
| 3.2. Analisis | 73 |
| 3.2.1. Analisis 5W+1H..... | 73 |
| 3.2.2. Analisis Matriks Produk Sejenis..... | 74 |
| 3.2.3. Analisis Hasil Wawancara dan Kuisisioner..... | 75 |
| 3.2.4. Analisis dan Matriks SWOT..... | 76 |
| BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN | 77 |
| 4.1. Konsep Pesan..... | 77 |
| 4.1.1. Pesan yang Dikomunikasikan..... | 77 |
| 4.1.2. Tagline..... | 78 |
| 4.2. Konsep Kreatif..... | 78 |
| 4.3. Konsep Media..... | 79 |
| 4.3.1. Pemilihan Media..... | 79 |
| 4.3.2. Penjadwalan Media..... | 82 |
| 4.4. Konsep Visual..... | 83 |
| 4.5. Hasil Perancangan..... | 90 |
| 4.5.1. Poster(Attention)..... | 90 |
| 4.5.2. Billboard(Attention)..... | 90 |

| | |
|------------------------------------|-----|
| 4.5.3. Brosur (Interest)..... | 91 |
| 4.5.4. Umbul-umbul (Interest)..... | 92 |
| 4.5.5. Videotron (Interest)..... | 93 |
| 4.5.6. Instagram (Search)..... | 94 |
| 4.5.7. Facebook (Search)..... | 97 |
| 4.5.8. Website (Search)..... | 99 |
| 4.5.9. Action Booth (Action)..... | 103 |
| 4.5.10. Merchandise (Share)..... | 104 |
| 4.5.11. Testimonial (Share)..... | 106 |
| BAB V PENUTUP..... | 107 |
| 5.1. Kesimpulan | 107 |
| 5.2. Saran | 107 |
| DAFTAR PUSTAKA | 108 |