

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	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 dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan	5
1.4.2 Manfaat	6
1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	6
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	6
1.5.2 Metode Analisis Data	7
1.6 Kerangka Pemikiran	9
1.7 Pembabakan	10
BAB II	11
LANDASAN TEORI	11
2.1 Pengertian Pariwisata Budaya	11
2.2 Identitas Visual	12
2.2.1 Logo	12

2.2.2	<i>Tagline</i>	13
2.2.3	<i>Signage</i>	14
2.3	Promosi	14
2.3.2	Fungsi dan Tujuan Promosi.....	16
2.3.3	Media Promosi.....	17
2.4	Teori <i>Brand</i>	18
2.5	Teori <i>Branding</i>	19
2.6	Teori Desain Komunikasi Visual	19
2.6.1	Unsur-Unsur Desain.....	20
2.7	Komunikasi	25
2.8	Kerangka Teori.....	27
2.9	Asumsi	27
	BAB III	28
	DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	28
3.1	Data.....	28
3.1.1	Data Lembaga, Obyek Penelitian, dan Target Audiens	28
3.1.2	Data Proyek Sejenis, Wawancara, dan Kuesioner	32
3.2	Analisis Data dan Penarikan Kesimpulan.....	45
3.2.1	Analisis Data	45
3.2.2	Analisis Matriks SWOT	46
3.2.3	Penarikan Kesimpulan	49
	BAB IV	51
	KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	51
4.1	Konsep Pesan	51
4.1.1	Ide Besar (<i>Big Idea</i>)	51
4.1.2	Tagline	51
4.1.3	Tujuan Komunikasi.....	52
4.1.4	Strategi Komunikasi.....	53
4.2	Konsep Kreatif	55
4.3	Konsep Visual	56
4.3.1	Moodboard.....	56

4.3.2	Warna.....	56
4.3.3	Tipografi	57
4.3.4	Layout	58
4.3.5	Gambar.....	59
4.4	Konsep Media.....	61
4.4	Hasil Perancangan	63
4.4.1	Logo	63
	66
4.5.2	Supergrafis.....	67
4.5.3	Sign System.....	68
4.5.4	Stationery	70
4.5.5	Graphic Standard Manual.....	74
4.5.6	<i>Merchandise</i>	78
4.5.7	Banner.....	82
4.5.8.	Poster.....	86
4.5.9	Brosur <i>Trifold</i>	88
4.5.10	Konten Instagram.....	89
	BAB V	93
	KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.2	Kesimpulan	93
5.3	Saran	93
	DAFTAR PUSTAKA	95
	LAMPIRAN	99