

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	2
1.4 Ruang Lingkup	3
1.5 Tujuan Perancangan	3
1.6 Manfaat Perancangan	3
1.7 Metode Perancangan	4
1.7.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.7.2 Metode Analisis Data	5
1.8 Kerangka Perancangan	6
1.9 Pembabakan	7
BAB II	8
2.1 Pariwisata	8
2.1.1 Bauran Pemasaran Pariwisata	8
2.2 Promosi	9
2.2.1 Pengertian Promosi	9
2.2.2 Bauran Promosi	9
2.2.3 Tujuan Promosi	10
2.3 Perilaku Konsumen	11
2.4 Periklanan	11
2.4.1 Strategi Kreatif	12
2.5 Media	12
2.6 Desain Komunikasi Visual	13
2.6.1 Prinsip Dasar Desain Komunikasi Visual	13
2.7 Ilustrasi	14
2.8 Tipografi	14

2.9 Bagan Teori	16
BAB III	17
3.1 Data Perusahaan	17
3.1.1 Taman Lembah Dewata	17
3.2 Data Empirik	23
3.2.1 Data Observasi	23
3.2.2 Data Wawancara	24
3.2.3 Data Kuesioner	25
3.3 Data Khalayak Sasaran	28
3.3.1 AOI	29
3.4 Data Promosi Sebelumnya	29
3.4.1 Konten Instagram	29
3.4.3 Promosi “ <i>Photo Contest</i> ”	30
3.4.3 Promosi “ <i>Event Food Bazaar</i> ”	30
3.5 Data Promosi Sejenis	31
3.5.1 Floating Market Lembang	31
3.5.2 Area Floating Market	33
3.5.3 Promosi Kompetitor	35
3.6 Analisis Perbandingan	36
3.6.1 Analisis SWOT	36
3.7 Kesimpulan	37
BAB IV	39
4.1 Konsep Perancangan	39
4.1.1 Konsep Pesan	39
4.1.2 Konsep Kreatif	41
4.2 Konsep Media	43
4.2.1 Media Promosi	43
4.3 Konsep Visual	47
4.3.1 <i>Moodboard</i>	47
4.3.2 Layout	47
4.3.3 Referensi Visual	48
4.3.2 Penggunaan Warna	48
4.3.2 Penggunaan Font	49
4.3.3 Logo <i>Event</i>	49
4.4 Hasil Perancangan	50
4.4.1. Logo <i>Event</i>	50

4.4.2 Poster Attention.....	51
4.4.3 Billboard.....	51
4.4.4 <i>Signage</i>	52
4.4.5 Brosur.....	52
4.4.6 Media Sosial Instagram.....	53
4.4.7 Poster <i>Action</i>	55
4.4.8 <i>Booth</i>	56
4.4.9 <i>Entertainment Map</i>	57
4.4.10 Merchandise	57
4.4.11 Media Pendukung	58
BAB V.....	59
KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	59