

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
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 Perancangan	3
1.6 Manfaat Perancangan	4
1.7 Metode Perancangan	4
1.7.1 Teknik Pengumpulan Data	4
1.7.2 Metode Analisis Data	5
1.8 Kerangka Perancangan	7
1.9 Pembabakan	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Promosi	9
2.1.1 Bauran Promosi	9
2.1.2 Tujuan Promosi	9
2.1.3 Strategi Promosi	10
2.2 Periklanan	11
2.2.1 Tujuan Periklanan	11
2.2.2 Fungsi Periklanan	12
2.3. Media Promosi	12
2.4 Desain Komunikasi Visual	13
2.4.1 Unsur Desain Komunikasi Visual	13
2.4.2 Prinsip Desain	14
2.5. Pariwisata	15
2.5.1 Pengertian Destinasi Pariwisata	15

2.5.2 Ciri-Ciri Destinasi Pariwisata	15
2.5.3 Daya Tarik Wisata.....	16
2.6 Analisis Target Audiens (Konsumen).....	16
2.7 Tipografi.....	17
2.8 Bagan Teori.....	17
BAB III.....	19
3.1 Data Objek Wisata Rumah Belanda Lembang Bandung	19
3.1.1 Pengenalan Rumah Belanda.....	19
3.1.2 Sarana dan Fasilitas.....	20
3.1.3 Spot Foto	24
3.1.4 Media Promosi Sebelumnya	31
3.2 Data Khalayak Sasaran	33
3.2.1. Data Hasil Observasi.....	34
3.2.2. Data Hasil Wawancara.....	35
3.2.3. Data Hasil Kuesioner	36
3.3 Data Promosi Sejenis Farmhouse Susu Lembang.....	38
3.3.1 Perbandingan Kompetitor	40
3.4 Analisis SWOT	41
BAB IV	45
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	45
4.1 Konsep Perancangan	45
4.1.1 Strategi Pesan.....	45
4.1.2 Strategi Kreatif.....	46
4.1.3 5W+1H.....	46
4.1.4 Strategi Media	47
4.1.5 Strategi Visual.....	50
4.2 Hasil Perancangan.....	54
BAB V.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	69