

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	2
1.4 Ruang Lingkup	2
1.5 Tujuan Penelitian.....	2
1.6 Manfaat Penelitian.....	3
1.6.1 Metode Analisis Data.....	3
1.7 Cara Pengumpulan Data dan Analisis Data	5
1.7.1 Pengumpulan Data	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Promosi.....	6
2.1.1 Tujuan Promosi	6
2.1.2 Strategi Promosi.....	6
2.1.3 Bauran Promosi.....	7
2.2 Media Promosi	8
2.3 AISAS	8
2.4 Analisis SWOT.....	8
2.5 AIO (activity, interest. Opinion)	9
2.6 Desain Komunikasi Visual (DKV).....	9
2.7 Elemen Desain Grafis.....	9
2.7.1 Warna	9
2.7.2 Tipografi.....	9

2.7.3	Ilustrasi	10
2.7.4	Layout	10
2.8	Kerangka Teori.....	11
2.9	Asumsi.....	11
	BAB III DATA DAN ANALISIS.....	13
3.1	Data	13
3.1.1	Data Institusi	13
3.1.2	Profil Perusahaan	13
3.1.3	Tujuan usaha	14
3.1.4	Data Produk dan Jasa	14
3.1.5	Data Media Promosi Terdahulu	16
3.1.6	Data khalayak sasaran	16
3.1.7	Data Hasil Observasi.....	18
3.1.8	Data Hasil Wawancara.....	18
3.1.9	Data Hasil Kuesioner	23
3.1.10	Data Wisata Sejenis.....	27
3.2	Analisis Data	30
3.2.1	Analisis Data Wawancara	30
3.2.2	Analisis SWOT	31
3.2.3	Analisis Matriks Perbandingan	35
3.2.4	Kesimpulan Hasil Data Analisis	39
	BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	43
4.1	Konsep Pesan	43
4.1.1	<i>Big Idea</i>	43
4.1.2	Tujuan Pesan	43
4.1.3	Tagline.....	44
4.2	Konsep Kreatif	44
4.2.1	<i>Moodboard</i>	44
4.3	Konsep Visual	45
4.3.1	Ilustrasi.....	45
4.3.2	Tipografi.....	46
4.3.3	Warna	47

4.3.4	<i>Layout</i>	47
4.4	Konsep Media.....	49
4.4.1	Jenis Media	49
4.4.2	<i>Content schedule</i>	50
4.5	Sketsa perancangan	51
4.5.1	Sketsa Ilustrasi	51
4.5.2	Sketsa Instagram Stories Twibon.....	51
4.6	Hasil perancangan	53
	BAB V PENUTUP.....	61
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran	62
	DAFTAR PUSTAKA	63