

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Abstrak	v
Abstract	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.5.1 Pengumpulan Data	4
1.5.2 Metode Analisis	5
1.6 Kerangka Konsep	6
1.7 Pembabakan	7
Bab II Landasan Teori	8
2.1 Perancangan (<i>Design</i>)	8
2.2 Pariwisata	8
2.3 <i>Destination Branding</i> (Branding Destinasi)	9
2.4 <i>Branding</i> (pemerekan)	9
2.5 <i>Brand Identity</i> (Identitas Merek)	10
2.5.1 Identitas Visual	10
2.6 Promosi	12
2.6.1 Tujuan Promosi	12
2.7 Desain Komunikasi Visual	13
2.7.1 Unsur-unsur Desain	13
2.7.2 Prinsip-prinsip Desain	14
2.7.3 Layout	15
2.7.4 Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual	15
2.8 AISAS	17

Bab III Data dan Analisis	18
3.1 Data Pemberi Proyek	18
3.2 Data Objek	19
3.3 Data Khalayak Sasaran	21
3.3.1 Demografis	21
3.3.2 Geografis	22
3.3.3 Psikografis	22
3.4 Data Hasil Survey	22
3.4.1 Data Produk	22
3.4.2 Data Observasi	28
3.4.3 Data Kuesioner	30
3.4.3 Data Wawancara	35
3.5 Analisis Proyek Sejenis	38
3.6 Analisis	41
3.6.1 Analisa Matriks Perbandingan	41
3.6.2 SWOT	44
3.7 Kesimpulan Analisis Data	45
BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan	47
4.1 Konsep Pesan	47
4.2 Konsep Kreatif	47
4.3 Konsep Komunikasi	48
4.3.1 AISAS	48
4.4 Konsep Media	49
4.4.1 Media Utama	50
4.4.2 Media Pendukung	50
4.5 Konsep Bisnis	51
4.6 Konsep Visual	53
4.6.1 Moodboard	53
4.6.2 Konsep Logo	53
4.6.3 Tipografi	53
4.6.4 Warna	54
4.7 Hasil Perancangan	55
4.7.1 Media Utama	55
4.7.2 Media Pendukung	57

BAB V Penutup	61
Daftar Pustaka	62