

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Permasalahan	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
a) Apa	3
b) Siapa	3
c) Dimana	3
d) Kapan	3
e) Mengapa	3
f) Bagaimana	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.5.1 Metode pengumpulan data	4
a. Observasi	4
b. Wawancara	5
c. Kuisisioner	5
d. Studi pustaka	5
1.5.2 Metode Analisis Data	6
1.6 Kerangka Perancangan	7
1.7 Pembabakan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Teori Desain Komunikasi Visual	9
2.1.1 Definisi DKV	9
2.1.2 Unsur desain	9
2.1.3 Lay Out	13
2.1.4 Tipografi	13
2.1.5 Ilustrasi	15
2.1.6 Prinsip Desain	16
2.2 Teori Brand	17
2.2.1 Definisi brand	17
2.3.2 Brand identity	18
2.3 Teori Pariwisata	21
2.3.1 Definisi pariwisata	21
2.3.2 Unsur - unsur pariwisata	23

2.3.3 Jenis pariwisata	24
2.5 Kerangka Teori dan Asumsi	26
2.5.1 Kerangka Teori	26
2.5.2 Asumsi	26
BAB III DATA DAN ANALISIS DATA	27
3.1 Data	27
3.1.1 Data Mitra	27
3.1.2 Data Produk	30
3.1.3 Data Khalayak sasaran	41
3.1.4 Data Media Sejenis	41
3.1.5 Data Observasi	43
3.1.6 Data wawancara	46
3.1.7 Data Kuesioner	49
3.2 Analisi Data	56
3.2.1 Analisis data mitra dan objek penelitian	56
3.2.2 Analisis data produk sejenis	59
3.2.3 Analisis data Observasi	60
3.2.4 Analisis data wawancara	61
3.2.5 Analisis data kuesioner	61
3.3 Penarikan Kesimpulan	63
BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan	64
4.1 Konsep Pesan	64
4.2 Konsep Kreatif	65
4.3 Konsep Media	65
4.3.1 Media Utama	65
4.3.2 Media Pendukung	65
4.4 Konsep Visual	67
4.4.1 Konsep Visual Logo	67
4.4.2 Tipografi	69
4.4.3 Warna	70
4.4.4 Lay Out	70
4.5 Strategi Komunikasi dan Budgeting Media	71
4.5.1 Strategi Komunikasi	71
4.5.2 Budgeting Media	70
4.6 Hasil Perancangan	74
BAB V PENUTUP	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	83