

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “PROMOSI BANDAR WISATA ISLAMI” ini. Maksud dari penulisan laporan ini dibuat untuk memenuhi syarat ujian siding sarjana desain pada program studi desain komunikasi visual dan juga sebagai syarat kelulusan.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa selama pembuatan laporan tugas akhir ini penulis memiliki banyak kekurangan, sehingga dengan segala rasa hormat penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak kepada penulis dalam proses pengerjaan tugas akhir hingga pembuatan laporan tugas akhir ini selesai. Adapun rasa terima kasih yang penulis ingin ucapkan kepada :

1. Kepada Allah S.W.T. atas segala rahmat, nikmat dan ridhonya sehingga penulis diberi kesempatan dan dimudahkan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
2. Kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang selalu menjadi panutan penulis.
3. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, semangat dan motivasi.
4. Bapak Sonson Nurusholih, S.Sn selaku pembimbing.
5. Segenap dosen DKV *Telkom Creative Industries School* (STISI TELKOM) yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama dibangku kuliah.
6. Kepada para sahabat-sahabat saya yang selalu membantu dan memberikan masukan kepada penulis.
7. Kepada teman-teman *the bikers* yang selalu memotifasi penulis.
8. Kepada semua teman-teman DKV STISI angkatan 2010 khususnya jurusan *Advertising*.

Akhir kata penulis ingin mengucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya karena penulis menyadari terdapat banyak kekurangan dalam penulisan laporan ini serta atas kata-kata yang kurang berkenan dihati. Namun penulis berharap semoga laporan sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak terutama kepada mahasiswa/i Fakultas Kreatif Industri Universitas Telkom.

Bandung, Juli 2014

Dani Aulia Putra

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan	3
1.2.1. Identifikasi Masalah	3
1.2.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Ruang Lingkup	4
1.4. Tujuan Perancangan	4
1.5. Manfaat.....	5
1.6. Metode Penelitian.....	5
1.6.1. Metode Pengumpulan Kata	6
1.7. Kerangka Perancangan	7
1.8. Pembabakan.....	9
BAB II. DASAR PEMIKIRAN	
2.1 Tinjauan pustaka (Teoritis)	10
2.1.1 Komunikasi.....	10
2.1.1.1. Pengertian Komunikasi.....	10
2.1.1.2. Komunikasi Persuasi	11
2.1.1.3. Tujuan Komunikasi	13

2.1.2. Promosi	14
2.1.2.1. Pengertian Promosi	14
2.1.2.2. Fungsi Promosi	14
2.1.2.3. Tujuan Promosi.....	15
2.1.2.4. Bauran Promosi	16
2.1.2.5. Tahapan Pelaksanaan Promosi	19
2.1.3. Desain Komunikasi Visual	21
2.1.3.1. <i>Layout</i>	21
2.1.3.2. Garis dan Titik	24
2.1.3.3. Bidang.....	24
2.1.3.4. Warna.....	25
2.1.3.5. Tekstur	27
2.1.3.6. Tipografi	27
2.1.3.7. Ilustrasi	31
2.1.4. Media	32
2.1.5. AISA.....	33
2.1.6. AIO	34
2.1.7. Pariwisata	34

BAB III. DATA DAN ANALISIS

3.1. Data Perusahaan	39
3.2. Data Produk Atau Jasa.....	42
3.2.1 Tinjauan Umum Provinsi Aceh	42
3.2.2 Data Pariwisata Kota Banda Aceh	45
3.3 Data Khalayak Sasaran.....	46
3.4 Data Proyek Sejenis.....	47
3.4.1. Wisata Budaya Islami Pariaman (Sumatera Barat)	47
3.5. Data Hasil Observasi, Wawancara dan Kuesioner.....	49
3.5.1. Observasi	49
3.5.2. Wawancara	49
3.5.3. Kuesioner.....	51

3.5.3.1	Kuesioner Pada Masyarakat Yang Ada di Aceh	51
3.5.3.2	Kuesioner Pada Masyarakat diluar Aceh.....	54
3.6.	Analisis	57
3.6.1.	Metode Analisis SWOT	57
3.6.2.	Formulasi Strategi Menggunakan SWOT	58
3.6.3.	Analisis Perbandingan	59
3.6.4.	AIO	60
3.7.	Gagasan Awal	60
3.7.1.	Tema	60
3.7.2.	Rumusan Desain	61
3.8.	Skema Analisis.....	62
BAB IV. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		
4.1	Konsep Perancangan.....	64
4.1.1	Strategi Komunikasi (Ide Besar)	64
4.2	Strategi Kreatif	65
4.2.1	Metode AISAS	65
4.2.2	Time Line	66
4.3	Strategi Media	66
4.3.1.	Media Yang Digunakan.....	66
4.3.2.	Perancangan Media.....	67
4.4.	Strategi Visual	69
4.4.1	Konsep Jenis Huruf	69
4.4.2	Konsep Bentuk	72
4.4.2.1	Logo.....	72
4.4.2.2	Motif	75
4.4.2.3	Maskot	76
4.4.3.	Konsep Warna	77
4.4.4.	Konsep Gaya Visual	78
4.5.	Spesifikasi Media	79

BAB V. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92

