

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv

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
1.3.1 Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Manfaat Perancangan.....	5
1.5.1 Manfaat Bagi Penulis	5
1.5.2 Manfaat Bagi Institusi.....	5
1.5.3 Manfaat Bagi Pembaca.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.7 Kerangka Perancangan.....	7
1.8 Pembabakan.....	8

BAB II.

Dasar Pemikiran

2.1	Tinjauan Teoritik.....	9
	2.1.1 Pengertian Pariwisata.....	9
	2.1.2 Jenis Pariwisata.....	10
2.2	Definisi Marketing.....	12
	2.2.1 Pemasaran viral.....	13
	2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	13
	2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	14
	2.2.4 Bauran Pemasaran.....	14
2.3	Definisi Promosi.....	15
	2.3.1 Fungsi Promosi.....	16
	2.3.2 Tujuan Promosi.....	17
	2.3.3 Program Promosi.....	17
	2.3.4 Jenis Promosi.....	18
	2.3.5 Promosi Penjualan.....	20
	2.3.6 Tahapan Pelaksanaan Promosi.....	21
2.4	Iklan.....	22
	2.4.1 Program Periklanan.....	22
2.5	Media.....	23
	2.5.1 Internet dan website.....	24
	2.5.2 Merchandise.....	30
2.6	Desain Komunikasi Visual.....	30
	2.6.1 Tata Letak.....	30
	2.6.2 Garis Dan Titik.....	32
	2.6.3 Bidang.....	32
	2.6.4 Warna.....	33
	2.6.5 Tekstur.....	33
	2.6.6 Tipografi.....	34
	2.6.7 Fotografi.....	36

	2.6.8 Logotype.....	36
2.7	AISAS.....	36
2.8	AIO.....	37
2.9	Teori Psikologi.....	38
	2.9.1 Dewasa Awal.....	38
BAB III	DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1	Tinjauan Empirik.....	40
	3.1.1 Kota Tangerang.....	40
	3.1.2 Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat Kota Tangerang.....	40
	3.1.3 Sejarah Festival Cisadane.....	41
	3.1.4 Gambaran umum Festival Cisadane.....	42
	3.1.5 Wisata Sejarah.....	42
	3.1.6 Wisata Kuliner.....	43
3.2	Data Khalayak Sasaran.....	43
3.3	Data Proyek Sejenis.....	44
3.4	Analisis.....	47
	3.4.1 Analisis Kompetitor.....	47
	3.4.2 Analisis SWOT Kompetitor.....	48
	3.4.3 Matrix SWOT.....	50
BAB IV	KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	
4.1	Konsep Perancangan.....	52
4.2	Konsep Pesan.....	53
	4.2.1 Strategi Pesan.....	55
	4.2.2 Konsep Kreatif.....	55
	4.2.3 Strategi Pendekatan.....	56
	4.2.4 Strategi Komunikasi.....	57
4.3	Strategi Media.....	58
	4.3.1 Media yang digunakan.....	58
	4.3.2 Perencanaan Media.....	59

4.4	Konsep Visual.....	60
4.5	Studi Visual.....	63
	4.5.1 Karakter.....	63
	4.5.2 Latar.....	65
4.6	Proses Perancangan.....	65
	4.6.1 Logo.....	66
	4.6.2 Karakter.....	67
4.7	Media Utama.....	68
	4.7.1 Website.....	68
4.8	Media Penukung.....	70
BAB V	PENUTUP	
	5.1 Kesimpulan.....	74
	5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....		76
LAMPIRAN.....		78

