

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	4
1.3. Batasan Masalah .....	4
1.4. Rumusan Masalah .....	4
1.5. Tujuan Penelitian .....	5
1.6. Manfaat Penelitian .....	5
1.7. Metode Penelitian .....	5
1.8. Teknik Pengumpulan Data .....	6
1.9. Kerangka Berfikir .....	7
1.10. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN</b>	
2.1. Promosi .....	9
2.1.1. Tujuan Promosi .....	9
2.1.2. Program Promosi .....	10
2.1.3. Jenis Promosi .....	10
2.1.4. Promosi Penjualan .....	11

2.2. Pariwisata .....	11
2.2.1. Jenis dan Macam Pariwisata .....	12
2.3. Psikologi Dewasa Dini .....	17
2.3.1. Ciri-ciri Masa Dewasa Dini .....	18
2.3.2. Kondisi Yang Mempengaruhi Perubahan Minat Masa Dewasa Dini .....	18
2.4. Media	
2.4.1. Pengertian Media .....	19
2.4.2. Strategi Media .....	20
2.4.3. Media dan Teknologi .....	20
2.5. Internet .....	21
2.5.1. Keunggulan Internet .....	22
2.5.2. Kelemahan Internet .....	23
2.6. Internet Advertising .....	25
2.6.1. Pengertian Internet <i>Advertising</i> .....	25
2.6.2. Jenis Internet <i>Advertising</i> .....	26
2.6.3. <i>Mobile Phone</i> .....	26
2.6.4. <i>User Interface</i> .....	26

### **BAB III DATA dan ANALISIS**

3.1. Data .....	28
3.1.1. Sumatera Barat .....	28
3.1.2. Sejarah Minangkabau .....	30
3.1.3. Rumah Gadang .....	31
3.1.3.1. Ragam Rumah Gadang .....	33
3.1.3.2. Fungsi Rumah Gadang .....	35
3.1.3.3. Fungsi Bagian Rumah Gadang .....	37
3.1.3.4. Ukiran .....	37
3.1.3.5. Rangkang .....	38
3.1.4. Kampung 1000 Rumah Gadang .....	39
3.1.4.1. Tipe Rumah Gadang .....	43
3.1.4.2. Suku .....	45

3.1.4.3. Pekerjaan .....	45
3.1.5. Target Audiens .....	46
3.1.5.1. Geo-demografis .....	46
3.1.5.2. Psikografis .....	46
3.1.5.3. Teknografis .....	47
3.1.6. Data Hasil Observasi dan Wawancara .....	47
3.1.7. Analisa .....	49
3.1.7.1. Analisa SWOT .....	49

#### **BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

4.1. Konsep perancangan .....	52
4.2. Konsep Komunikasi .....	52
4.3. Strategi Pesan .....	53
4.4. Strategi Kreatif .....	54
4.5. Konsep Visual .....	54
4.6. Strategi Media .....	57
4.7. Hasil Perancangan .....	59
4.7.1. Display Booth (Media Utama) .....	59
4.7.2. Print Ads .....	60
4.7.3. Merchandise .....	64

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	67
5.2. Saran .....	67