

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Perancangan	5
1.5 Mamfaat Rancangan	5
1.5.1 Bagi Masyarakat Umum	5
1.5.2 Bagi Akademis	5
1.5.3 Bagi Penulis dan Rekan-rekan Seprofesi	5
1.6 Metode Penelitian	5
1.6.1 Metode yang Digunakan	5
1.6.2 Cara Pengumpulan Data	6
1.7 Skema Perancangan	7
1.8 Pembabakan	8
BAB II KAJIAN TEORI	
2.1 Promosi	9
2.1.1 Pengertian Promosi	9

2.1.2 Tujuan Promosi	9
2.2 Iklan.....	11
2.2.1 Pengertian Iklan.....	11
2.2.2 Iklan Berdasarkan Media.....	11
2.2.3 Jenis-Jenis Iklan	12
2.2.4 Teori AISAS.....	12
2.3 Desain Komunikasi Visual.....	13
2.3.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	14
2.3.2 Unsur-Unsur Visual.....	17
2.3.3 Prinsip Komposisi	18
2.3.4 Ilustrasi	19
2.3.5 Tipografi.....	19
2.3.6 Logo	21
2.3.7 Layout.....	22
2.3.8 Poster	22
2.3 Pariwisata	22
2.3.1 Pengertian Pariwisata	22
2.3.2 Obyek dan Daya Tarik Wisata	23
2.3.3 Pariwisata Berbasis Masyarakat.....	24
2.3.4 Jenis Wisatawan <i>Community Based Tourism</i>	25
2.5 Perilaku Konsumen	26
2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen	26
2.5.2 Faktor Utama Penentu Keputusan Pembelian Konsumen.....	26
2.5.3 Klasifikasi Konsumen	27
2.5.4 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	28
2.6 Psikologi Remaja.....	29
2.6.1 Pengertian Remaja.....	29
2.6.2 Perkembangan Remaja.....	30

BAB III DATA DAN ANALISIS

3.1 Data Pemberi Proyek.....	31
3.1.1 Profil Dinas Budaya dan Pariwisata.....	31

3.1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan.....	32
3.2. Wisata Kampung Kreatif.....	33
3.3. Kampung Kreatif Dago Pojok.....	34
3.3.1 Bentuk Wisata dan Fasilitas	36
3.4. Kampung Kreatif ECO Bambu	41
3.4.1 Bentuk Wisata dan Fasilitas	42
3.5. Data Proyek Sejenis	47
3.5.1Kampung <i>Cyber</i>	47
3.5.2Kampung Warna-Warni Jodipan.....	49
3.6. Data Khayalak Sasaran.....	52
3.6.1Target <i>Audience</i>	52
3.6.2AOI (<i>Activity, Opini, Interest</i>).....	53
3.7. Hasil Observasi dan Wawancara.....	54
3.7.1Data Observasi	54
3.7.2Data Wawancara.....	54
3.7.2.1 Pengagas Kampung Kreatif	54
3.7.2.2 Pengurus Kampung Kreatif Dago Pojok.....	55
3.7.2.3 Warga Kampung Kreatif Dago Pojok	56
3.7.2.4 Kampung Kreatif ECO Bambu	57
3.7.2.5 Wisatawan Kampung Kreatif.....	57
3.8. Analisis	
3.8.1 Metode Analisis SWOT	58
3.8.2 Matriks SWOT	61
3.8.3 Analisis Perbandingan.....	63
3.8.4 <i>Unique Selling Point</i>	65
3.8.5 Kesimpula Hasil Analisis	65

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1. Konsep Perancangan	66
4.1.1 Konsep Pesan	67
4.1.2 Strategi Komunikasi.....	68
4.2. Strategi Kreatif.....	70

4.2.1 Metode AISAS	70
4.3 Konsep Media	71
4.3.1 Media Utama	71
4.3.2 Media Pendukung.....	74
4.4 Konsep Visual	76
4.4.1 Typography	78
4.4.2 Warna	79
4.5 Proses Perancangan	79
4.5.1 Studi Visual Video	79
4.5.2 Konsep Logo	82
4.5.3 Konsep Poster.....	84
4.6 Hasil Perancangan	86
4.6.1 Media Utama	86
4.6.2 Media Pendukung.....	89
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN	97