

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan dan Manfaat	5
1.4.1. Tujuan Perancangan	5
1.4.2. Manfaat Perancangan	6
1.5. Metode Penelitian.....	7
1.5.1 Teknik Pengumpulan Data Analisi	7
1.5.2 Metode Analisis Data	8
1.6. Kerangka Penelitian	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	11
2.1 Promosi	11
2.1.1. Kegiatan Promosi	11
2.1.2 Tujuan Promosi	12
2.1.3 Promosi Pariwisata.....	13
2.3 Pariwisata	13
2.3.1 Produk Pariwisata.....	14
2.3.2 Jenis Produk Pariwisata.....	15
2.4 City Branding	16

2.5	Destination Branding	16
2.6	Segmenting dan Targeting	18
2.6.1	Segmentasi Pasar	18
2.6.2	Tipe-Tipe Segmentasi	19
2.7	Model A.I.S.A.S	20
2.8	Desain Komunikasi Visual.....	20
2.8.1	Komposisi	21
2.8.2	Warna	21
2.8.3	Tipografi.....	23
2.8.4	Logo	26
2.9	Strategi Kreatif	26
BAB III DATA DAN PEMBAHASAN		29
3.1	Data	29
3.1.1	Gambaran Kabupaten Garut.....	29
3.1.2	Sejarah Kabupaten Garut	30
3.1.3	Geografis Kabupaten Garut.....	31
3.1.3.1	Letak.....	31
3.1.3.2	Batas Wilayah	32
3.1.4	Fisiografi	32
3.1.5	Iklim	32
3.2	Gambaran Umum Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kab. Garut....	33
3.3	Objek Dan Daya Tarik Wisata Kabupaten garut.....	35
3.4	Data Khalayak Sasaran	41
3.5	Analisis Data Hasil Observasi, Wawancara Dan Kuesioner.....	43
3.5.1	Data Hasil Observasi.....	43
3.5.2	Data Hasil Wawancara	45
3.5.3	Data Hasil Kuesioner	49
3.6	Tinjauan Terhadap Program Sejenis	52
3.6.1	Gambaran Umum	52
3.6.2	Analisis Logo. Tipografi dan Warna Pada Program Sejenis.....	55
3.6.3	Matriks Program Sejenis	56
3.6.4	Kesimpulan Hasil Analisis Tinjauan Sejenis	58

3.7	Analisis S.W.O.T Kepariwisata Kabupaten Garut	59
3.8	Analisis Matriks Berdasarkan Pemetaan Analisis S.W.O.T	60
3.9	Kesimpulan Hasil Analisis	61
3.10	Pesan	62
3.11	Skema Analisis	63
BAB IV KONSEP PERANCANGAN		64
4.1	Konsep Perancangan	64
4.2	Strategi Pesan	65
4.3	Strategi Promosi	68
4.4	Strategi Kreatif	70
4.5	Konsep Visual	71
4.5.1	Indikator Visual	71
4.5.2	Studi Visual Pada Logo	73
4.6	Strategi Media	79
4.6.1	Media Utama	79
4.6.2	Media Pendukung	79
4.7	Proses Perancangan	82
4.7.1	Media Utama	82
4.7.2	Ide Cerita	82
4.7.3	Storyline	83
4.7.4	Storyboard	83
4.7.5	Studi Visual Video	84
4.7.6	Layout Pada Poster	85
4.8	Proses Perancangan	86
4.8.1	Media Utama	86
4.8.2	Media Pendukung	89
4.9	Timeline Promosi	93
BAB V PENUTUP		94
5.1	Simpulan	94
5.2	Saran	94
Daftar Pustaka		95
Lampiran		97