

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Perancangan Identitas Pariwisata Kabupaten Ende dan Penerapannya pada Media Promosi”** tepat pada waktunya. Tugas Akhir ini disusun sebagai prasyarat untuk mencapai gelar Sarjana Desain Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom. Pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, terutama kepada :

1. Bapak Dr. Didit Widiatmoko Suwardikun, M.Sn, selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, arahan dan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir ini
2. Ibu Ati Mustikasari, SE., MM selaku dosen pembimbing 2 yang juga telah memberikan bimbingan, arahan dan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Bijaksana Prabawa S.Ds., MM. dan Bapak Dicky Hidayat S.Sn., M.Ds selaku dosen penguji yang telah menguji dan memberikan masukan serta saran dalam Tugas Akhir ini.
4. Pemerintah Kabupaten Ende, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab.Ende atas izin dan bantuan dalam proses pengumpulan data.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini. Penulis mengharapkan Tugas Akhir ini bias bermanfaat untuk banyak orang. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Bandung, Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Lembar Kata Pengantar.....	iv
Lembar Abstrak.....	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Bagan	xiii
Daftar Lampiran	xvi

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Permasalahan	2
I.2.1 Identifikasi Masalah.....	2
I.2.2 Rumusan Masalah.....	2
I.3 Fokus Permasalahan	3
I.4 Tujuan Permasalahan.....	3
I.5 Cara Pengumpulan Data	3
I.6 Cara Analisis Data	4
I.6 Kerangka Perancangan	5
I.7 Pembabakan	6

BAB II DASAR PEMIKIRAN

II.1 Tinjauan Teoritis	8
II.1.1 Teori Pariwisata.....	8
II.1.2 Teori Branding.....	9
II.1.3 Teori Media Promosi.....	10
II.1.4 Teori AIDA	12

II.2 Tinjauan Teori Perancangan.....	13
II.2.1 Teori Logo	13
II.2.2 Teori Tipografi	15
II.2.3 Teori Layout	15
II.2.4 Teori Warna.....	17
II.3 Tinjauan Teori Analisis	20
II.3.1 Teori Analisis SWOT	20
II.3.2 Teori Perbandingan Matriks	22
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	
III.1 Data	23
III.1.1 Gambaran Umum Kabupaten Ende	23
III.1.2 Gambaran Umum Dinas Pariwisata	28
III.1.3 Destinasi Wisata Kabupaten Ende	33
III.1.4 Corak Motif Tenun Ikat	48
III.1.5 Data Kunjungan Wisata	52
III.1.6 Data Target Sasaran	52
III.2 Hasil Survey dan Analisis	54
III.2.1 Data Wawancara	54
III.2.2 Tinjauan Terhadap Program Sejenis	58
III.2.3 Analisa SWOT	68
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	
IV.1 Konsep Pesan	71
IV.1.1 Strategi	71
IV.1.2 Pesan Yang Dikomunikasikan	72
IV.2 Konsep Kreatif	73
IV.3 Konsep Visual	73
IV.3.1 Gaya Gambar	73
IV.3.2 Verbal.....	74
IV.3.3 Layout	74
IV.3.4 Warna.....	75

IV.3.4 Tipografi	76
IV.4 Hasil Perancangan.....	77
IV.4.1 Logo Pariwisata Kabupaten Ende.....	77
IV.4.2 Graphic Standard Manual	78
IV. 5 Penerapan Pada Media Promosi.....	80
IV. 6 Budgeting.....	89
IV. 7 Penjadwalan Media.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
IV.1 Kesimpulan	92
IV.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	95