

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Abstrak.....	iii
Abstract.....	iv
Daftar Isi	v
Daftar Gambar	ix
Daftar Bagan.....	x
Daftar Tabel.....	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Isentifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Perancangan	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Bagi Mahasiswa	5
1.5.2 Bagi Pemerintah Kabupaten Simalungun	6
1.5.3 Bagi Masyarakat Kabupaten Simalungun.....	6
1.5.4 Bagi Telkom Univesity	6
1.6 Metode Penelitian.....	7
1.6.1 Metode Yang Didunakan	7
1.6.2 Metode Pengumpulan Data	7
1.7 Kerangka Berpikir	9
1.8 Teori Yang Digunakan.....	10
1.9 Sistematika Penulisan.....	10

BAB II DASAR PEMIKIRAN

2.1 Teori Promosi.....	12
2.1.1 Pengertian Promosi	12
2.1.2 Fungsi Promosi.....	12
2.1.3 Tujuan Promosi	12

2.1.3 Tujuan Promosi	12
2.1.4 Strategi Promosi	13
2.2 Proses Dalam Advertising.....	14
2.2.1 Analisis Matriks	14
2.2.2 Analisis SWOT	14
2.2.3 Strategi Pesan (<i>What to Say</i>).....	15
2.2.4 Analisis <i>Target Audience</i>	18
2.2.5 Strategi AISAS.....	18
2.2.6 Eksekusi (<i>How to Say</i>)	19
2.2.7 Strategi Media	20
2.3 Media.....	20
2.3.1 Media Cetak	20
2.3.2 Media Televisi.....	21
2.3.2 Media Radio	22
2.3.4 Media Internet.....	22
2.3.4 Media Luar Ruangan.....	22
2.3.6 Media Alternatif.....	23
2.3.7 Media Video Tourism	23
2.4 Pariwisata	23
2.4.1 Komunikasi pariwisata.....	23
2.4.2 <i>City Branding</i>	25
2.4.3 Identitas dan Citra Tempat	25
2.4.4 Pemasaran Tempat	26
2.4.5 Daya Tarik Wisata	26
2.5 Desain Komunikasi Visual.....	28
2.5.1 Unsur-Unsur Pada Desain	29
2.5.2 Prinsip-Prinsip Desain.....	36
2.5.3 <i>Tipografi</i>	37
2.5.4 <i>Copywriting</i>	39
2.5.5 <i>Layout</i>	40

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta.....	41
3.1.1 Lembaga Pendukung.....	41
3.1.2 Dinas Pariwisata Kabupaten Simalungun	52
3.2 Khalayak Sasaran	56
3.3 Data Program Sejenis	57
3.3.1 Gambaran Umum	57
3.3.2 Matriks Tinjauan Sejenis	58
3.3.3 Analisis Program Sejenis	62
3.3.4 Matriks Perbandingan Tempat Wisata	63
3.4 Hasil Pengumpulan Data.....	67
3.4.1 Data Hasil Wawancara Pemerinatah, Pengelola, dan Pengunjung	67
3.4.2 Data Hasil Wawancara <i>Target Audience</i>	72
3.4.3 Observasi Lapangan.....	73
3.5 Analisis SWOT	74
3.6 Analisis Matriks SWOT	75
3.7 Analisis Khalayak Sasaran.....	77
3.8 Simpulan	78

BAB IV Konsep Perancangan

4.1 Konsep Perancangan	80
4.1.1 Konsep Komunikasi.....	81
4.1.2 Fungsi Komunikasi	82
4.2 Strategi Kreatif.....	82
4.3 Strategi Media	83
4.3.1 Media Utama.....	83
4.3.2 Media Pendukung	85
4.4 Strategi Visual.....	87
4.4.1 Studi Visual Video	87
4.4.2 Studi Elemen Visual.....	88
4.4.3 Studi Visual Logo	89
4.4.4 <i>Tipografi</i>	93

4.5 Hasil Perancangan	94
4.5.1 Media Utama	94
4.5.2 Media Pendukung	98
4.5.3 Timeline Media	102
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran.....	104
 Daftar Pustaka.....	 105
Sumber Lainnya	106
Lampiran	107