

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR DIAGRAM	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Manfaat Perancangan	5
1.7 Metode Penelitian	6
1.7.1 Cara Pengumpulan Data	6
1.7.2 Metode Analisis	7
1.8 Bagan Penelitian	8
1.9 Sistematika Penulisan	9
BAB II	10
DASAR PEMIKIRAN	10
2.1 Promosi	10
2.1.1 Pengertian Promosi	10
2.1.2 Tujuan Promosi	10
2.1.3 Strategi Promosi	11
2.2 Periklanan	11
2.2.1 Pengertian Periklanan	11

2.3 Tinjauan Media	12
2.3.1 Pengertian Media	12
2.3.2 Jenis-jenis Media	13
2.3.3 Kelompok Media Periklanan	14
2.4 Komunikasi	15
2.4.1 Pengertian Komunikasi	15
2.4.2 Jenis-jenis Komunikasi	15
2.5 Tinjauan Desain Komunikasi Visual	16
2.5.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	16
2.5.2 Elemen Desain Komunikasi Visual	17
2.5.3 Prinsip Komposisi dalam Desain	20
2.5.4 Ilustrasi.....	21
2.5.5 Tipografi	22
2.5.6 Copywriting	25
2.5.6 Warna	25
2.5.7 Layout	27
2.6 Analisis SWOT.....	28
2.7 Analisis AOI.....	28
2.8 Tinjauan Perilaku Konsumen	29
2.8.1 Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan	29
2.8.2 Pengertian Perilaku Konsumen.....	30
2.8.3 Tahapan Perilaku Konsumen	30
2.9 Tinjauan Pariwisata, Wisata, dan Wisatawan.....	30
2.9.1 Pariwisata.....	30
2.9.2 Wisata	31
2.9.3 Wisatawan.....	31
2.9.4 Promosi Wisata	31
2.10 Agrowisata Sebagai Objek Pariwisata.....	32
2.10.1 Pengertian Agrowisata.....	32
2.10.2 Manfaat Agrowisata.....	32
BAB III.....	34
DATA DAN ANALISIS	34
3.1 Profil Instansi Terkait.....	34
3.1.1 Visi dan Misi Instansi Terkait.....	36

3.1.2	Sejarah Perkembangan Kebun dan Teh Gambung	36
3.1.3	Data Produk.....	38
3.1.4	Keadaan Umum	39
3.2	Data Khalayak Sasaran	41
3.2.1	Demografis.....	41
3.2.2	Psikografis.....	41
3.2.3	Geografis	43
3.2	Data Wawancara.....	45
3.2.1	Data Wawancara Pengelola	45
3.3	Data Observasi.....	46
3.4	Data Produk Sejenis	50
BAB IV		56
KONSEP DAN HASIL RANCANGAN		56
4.1	Konsep Perancangan	56
4.1.1	Konsep Pesan.....	56
4.1.2	Strategi Kreatif.....	58
4.2	Strategi Komunikasi	60
4.2.1	Konsep Visual.....	61
4.2.2	Jenis Huruf.....	62
4.2.3	Palet Warna.....	62
4.2.4	Referensi Logo.....	63
4.3	Strategi Media	64
4.3.1	Media Utama.....	64
4.3.2	Media Pendukung	65
4.4	Hasil Perancangan	66
4.4.1	Logo Promosi dan Logo Event	66
4.4.2	Poster Promosi	68
4.4.3	Video penarik perhatian.....	68
4.4.4	Video promosi.....	69
4.4.5	Website	69
4.4.6	Aktivasi Sosial Media.....	70
4.4.7	Acara Tea Picnic.....	71
4.4.7.1	Poster Event	71
4.4.7.2	3D Maket Acara Tea Picnic	72

4.4.7.3	Media Pendukung Acara Tea Picnic	73
4.4.7.4	Merchandise	74
4.4.8	Social Media challenge	75
BAB V	76
PENUTUP	76
5.1	Simpulan.....	76
5.2	Saran atau Rekomendasi.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	80