

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	2
1.4 Ruang Lingkup.....	2
1.5 Tujuan Perancangan	3
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	3
1.7 Metode Analisis	5
1.8 Kerangka Penelitian	6
1.9 Pembabakan	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN.....	9
2.1. Teori Pemasaran.....	9
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	9
2.1.2 Strategi Pemasaran	9
2.2 Teori Periklanan	13

2.2.1 Definisi Periklanan dan Iklan	13
2.2.2 Tujuan.....	13
2.3 Teori Promosi.....	14
2.3.1 Proses perencanaan promosi.....	14
2.3.2 Bauran Promosi	14
2.3.3 Tujuan Promosi	15
2.3.4 Teori media promosi.....	16
2.4 Jenis Media Promosi	20
2.4.1 Event.....	20
2.4.2 Tahap Perancangan Sebuah Event.....	21
2.4.3 Poster	21
2.4.4 Brosur	22
2.4.5 Katalog Desain	23
2.5 Teori Perilaku Konsumen	23
2.5.1 Gaya Hidup AIO (Activities, Interest & Opinion)	24
2.5.2 Consumer Journey	24
2.6 Teori Analisis Industri (Porter 5 Forces)	25
2.7 Prinsip Desain	27
2.8 Teori Elemen Visual	28
2.9 Kerangka Teori.....	31
2.11 Asumsi.....	31
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	32
3.1 Data Pemberi Proyek.....	32
3.1.1 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Nganjuk	32
3.2 Pengantar Pariwisata	40
3.2.1 Pengertian Pariwisata	40
3.2.2 Wisata Alam (Ekowisata).....	40
3.2.3 Ruang Lingkup Pariwisata	40
3.2.4 Faktor Penarik Minat Pariwisata	41

3.3 Data Produk.....	42
3.3.1 Air Terjun Sedudo	42
3.3 Khalayak Sasaran.	48
3.4 Data Hasil Observasi.....	49
3.4.1 Data Pengunjung Sedudo	49
3.4.2 Data Pendapatan Daerah Objek Wisata Sedudo.....	51
3.5 Data Hasil Wawancara.....	51
3.6 Data Hasil Kuisisioner	56
3.6.1 Kesimpulan kuisisioner	72
3.7 Data Hasil Survey Lapangan.....	73
3.8 Event Tahunan dan Perencanaan Kabupaten Nganjuk	74
3.8.1 Event besar kabupaten Nganjuk	74
3.8.2 Perencanaan Event Baru.....	75
3.9 Data Proyek Sejenis	75
3.9.1 Perancangan Media Promosi Wisata Air Terjun Madakaripura.....	75
3.9.2 Perancangan Media Promosi Wisata Air terjun Jumog.....	76
3.10 Analisis Proyek Sejenis.....	77
3.10.1 Analisis Matriks Proyek Sejenis.....	78
3.10.2 Analisis Media Promosi	85
3.10.3 Kesimpulan Matriks Analisis	94
3.10.4 Rekomendasi	96
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	98
4.1 Konsep Pesan	98
4.1.1 Big Idea	98
4.1.2 Tujuan Pesan	99
4.1.3 Strategi Pesan	99
4.1.4 Tagline / Headline / Judul.....	100
4.2 Konsep Kreatif	100
4.3 Konsep Visual	102

4.3.1 Photography.....	103
4.3.2 Typography.....	105
4.3.3 Warna	106
4.3.4 Layout.....	109
4.4 Konsep Media	109
4.4.1 Jenis Media.....	110
4.4.2 Strategi Media (Informing, Persuading).....	110
4.6 Konsep Bisnis.....	112
4.6.1 Biaya Media.....	112
4.7 Hasil Perancangan.....	113
4.7.1 Logo	113
4.7.2 Poster Event	113
4.7.3 Konten Instagram	114
4.7.4 Video	117
4.7.5 Perlengkapan Event.....	119
BAB V PENUTUP	125
5.1 Kesimpulan	125
5.2 Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	127