

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Perancangan	6
1.5 Manfaat Perancangan	6
1.6 Metode Penelitian	6
1.6.1 Teknik Pengumpulan Data	7
1.6.2 Metode Analisis	8
1.6.2.1 Analisis SWOT	8
1.6.2.2 Analisis Perilaku Konsumen	8
1.7 Kerangka Perancangan	9
1.8 Pembabakan	10
1.8.1 BAB I Pendahuluan	10
1.8.2 BAB II Dasar Pemikiran	10
1.8.3 BAB III Data & Analisis Masalah	10
1.8.4 BAB IV Konsep & Hasil Penelitian	10
1.8.5 BAB V Penutup	10
BAB II DASAR PEMIKIRAN	

2.1 Promosi	11
2.1.1 Pengertian Promosi	11
2.1.2 Tujuan Promosi	11
2.1.3 Strategi Promosi	12
2.2 Periklanan (<i>Advertising</i>)	13
2.2.1 Pengertian Periklanan	13
2.2.2 Tujuan Periklanan	13
2.2.3 Strategi Periklanan	13
2.3 <i>Direct Marketing</i>	18
2.4 <i>Digital/Internet Marketing</i>	19
2.5 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	19
2.5.1 Pengertian Promosi Penjualan	19
2.5.2 <i>Event Marketing</i>	20
2.6 <i>Publicity/Public Relation</i>	23
2.7 <i>Personal Selling</i>	23
2.8 <i>Integrated Marketing Communication</i>	23
2.9 Tinjauan Media	23
2.9.1 Pengertian Media	23
2.9.2 Jenis-jenis Media	24
2.9.3 Strategi Media	26
2.10 Desain Komunikasi Visual	27
2.10.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual	27
2.10.2 Unsur-unsur pada Desain	27
2.10.3 Prinsip-prinsip Kerja Desain.....	33
2.10.4 Tipografi	37
2.10.5 <i>Layout</i>	40
2.10.6 <i>Copywriting</i>	43
2.11 Perilaku Konsumen.....	45
2.11.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	45
2.11.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	45
2.11.3 AOI (<i>Activities, Opinion, Interest</i>).....	46
2.11.4 AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>).....	47

2.12 Wisata	47
2.12.1 Pengertian Wisata	47
2.12.2 Macam-macam Wisata.....	48
BAB III DATA DAN ANALISIS	
3.1 Produk.....	50
3.1.1 Profil	51
3.1.2 Data Penjualan	51
3.1.3 Data Observasi.....	52
3.1.4 Data Wawancara	58
3.1.5 Kompetitor	59
3.2 Target Audiens.....	61
3.3 Data Target Audiens	62
3.4 Analisis SWOT	65
3.5 Insight	65
3.5.1 Rekomendasi Visual	65
3.5.2 Moodboard.....	65
BAB IV	
4.1 Konsep Perancangan.....	67
4.1.1 Strategi Promosi.....	67
4.1.2 Strategi Komunikasi.....	68
4.1.3 Strategi Kreatif.....	68
4.1.4 Strategi Media	71
4.1.4.1 Cerita dalam <i>Games</i>	74
4.1.5 Strategi Visual.....	75
4.2 Hasil Perancangan.....	77
4.2.1 Perancangan Logo <i>Event</i>	77
4.2.2 Rancangan <i>Print Ads</i>	78
4.2.3 Rancangan <i>Digital Poster</i>	82
4.2.4 Rancangan <i>Banner Horizontal</i>	85
4.2.5 Rancangan <i>Ambient Media</i>	86
4.2.6 Rancangan <i>Event The Chateau Garden</i>	87
4.2.6.1 <i>Infotainment Map</i>	89

4.2.6.2 <i>Booklet</i>	89
4.2.6.3 Rancangan Maket.....	90
4.2.6.4 Rancangan <i>Merchandise</i>	92
4.2.6.5 Rancangan <i>Twibbon</i>	92
BAB V	
5.1 Simpulan	93
5.2 Saran atau Rekomendasi	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	95