

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	2
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Perancangan .....	3
1.5 Manfaat Perancangan .....	3
1.6 Metodologi Penelitian .....	4
1.6.1 Teknik Pengumpuln Data .....	4
1.6.1.1 Observasi .....	4
1.6.1.2 Wawancara .....	4
1.6.1.3 Dokumentasi .....	4
1.6.1.4 Kuisisioner.....	5
1.6.1.5 Studi Pustaka.....	5
1.6.2 Metode Analisis .....	5
1.7 Kerangka Perancangan .....	6
1.8 Pembabakan.....	7
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Teori Komunikasi .....	8
2.1.1 Definisi, Fungsi dan Tujuan Komunikasi .....	8
2.1.2 Tahap dan Peran Komunikasi .....	8
2.1.3 Level Komunikasi.....	8
2.1.4 Srategi Komunikasi.....	9

2.2 Teori Promosi.....	9
2.2.1 Definisi Promosi .....	9
2.2.2 Tujuan Promosi .....	9
2.2.3 Bauran Promosi.....	10
2.3 Teori Strategi Kreatif .....	11
2.3.1 Definisi Strategi Kreatif .....	11
2.3.2 Tujuan Strategi Kreatif.....	11
2.3.3 Strategi Pesan.....	11
2.3.3.1 What to Say dan How to Say .....	11
2.3.3.2 Hardsell dan Softsell .....	11
2.3.4 Konsep Kreatif .....	12
2.3.4.1 Ide dan Proses Kreatif .....	12
2.3.4.2 Bagaimana Cara Mendapatkan Ide .....	12
2.3.5 Consumer Insight .....	12
2.3.6 Teori Analisis SWOT .....	12
2.4 Media dan Strategi Media .....	13
2.4.1 Definisi Media dan Strategi Media .....	13
2.4.2 Media Sosial.....	14
2.5 Teori Desain Komunikasi Visual.....	14
2.5.1 Definisi Desain Komunikasi Visual.....	14
2.5.2 Unsur-unsur pada Desain .....	14
2.5.3 Prinsip-prinsip Kerja Desain.....	16
2.5.4 Tipografi .....	18
2.5.5 Layout .....	19
2.5.6 Ilustrasi.....	21
2.5.7 Copywriting .....	21
2.5.7.1 Definisi Copywriting .....	21
2.5.7.2 Cara Menulis Teks Iklan yang Efektif .....	22
2.5.7.3 Copywriter .....	22
2.5.8 Logo & Maskot.....	22
2.5.8.1 Definisi, Fungsi & Jenis Logo .....	22
2.5.8.2 Maskot.....	23
2.6 Konsumen .....	23
2.6.1 Penjelasan Konsumen .....	23
2.6.2 Perilaku Konsumen.....	23

2.6.3 Proses Keputusan Konsumen.....	23
2.6.4 Faktor yang Dapat Mempengaruhi Keputusan Konsumen .....	24
2.6.5 Analisis AOI .....	25
2.7 Teori Pariwisata, Jenis Pariwisata dan Wisatawan .....	26
2.7.1 Definisi Pariwisata .....	26
2.7.2 Jenis Pariwisata Berdasarkan Tujuannya .....	26
2.7.3 Daya Tarik Wisata .....	26
2.7.4 Definisi Wisatawan.....	27
<b>BAB III .....</b>	<b>28</b>
3.1 Data Wisata Ilmu Sutera .....	28
3.1.1 Sejarah Wisata Ilmu Sutera.....	28
3.1.2 Sarana dan Prasarana Wisata Ilmu Sutera.....	28
3.1.3 Promosi yang Sudah di Lakukan .....	35
3.1.4 Alamat & Kontak.....	37
3.2 Target Khalayak.....	38
3.2.1 Geografis.....	38
3.2.2 Demografis.....	38
3.2.3 Psikografis.....	38
3.2.4 AOI .....	38
3.3 Analisis SWOT dan Matriks Pesaing.....	39
3.3.1 Analisis SWOT .....	39
3.3.2 Matriks Pesaing.....	40
3.4 Moodboard.....	42
3.4.1 Visualisasi Target Audiens .....	42
3.4.2 Moodboard Warna .....	42
3.4.3 Moodboard.....	43
<b>BAB IV .....</b>	<b>44</b>
4.1 Konsep Perancangan .....	44
4.1.1 Konsep Promosi Wisata Ilmu Sutera .....	44
4.1.2 Konsep Kreatif .....	45
4.1.3 Konsep Komunikasi.....	47
4.1.4 Konsep Media .....	47
4.1.4.1 Cerita dalam Pertunjukan.....	48
4.1.5 Konsep Visual.....	51
4.1.5.1 Gaya Visual.....	51

4.1.5.2 Warna.....	52
4.1.5.3 Tipografi .....	52
4.2 Hasil Perancangan.....	53
4.2.1 Maskot Acara .....	53
4.2.2 Poster.....	54
4.2.3 Instagram Story .....	56
4.2.4 Instagram Feed.....	56
4.2.5 Facebook .....	57
4.2.6 Merchandise .....	58
4.2.7 X-Banner.....	60
4.2.8 Rancangan Maket Event Pertunjukan .....	60
BAB V .....	61
Kesimpulan .....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	62
LAMPIRAN.....	63