

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	3
1.3. Rumusan Masalah .....	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	3
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
1.6. Ruang Lingkup .....	4
1.7. Metodologi Penelitian .....	4
1.7.1. Metode Pengumpulan Data.....	4
1.7.2. Metode Analisis .....	5
1.8. Kerangka Berfikir.....	6
1.9. Susunan Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI .....	8
2.1. Komunikasi.....	8
2.1.1. Fungsi Komunikasi .....	8
2.1.2. Tujuan Komunikasi.....	8
2.1.3. Unsur-Unsur Komunikasi .....	9
2.1.4. Strategi Komunikasi.....	10
2.1.5. AISAS .....	10
2.2. Pemasaran.....	10
2.2.1. Strategi Pemasaran.....	11

2.2.2. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	11
2.2.3. Segmenting, Targeting, dan Positioning .....	11
2.3. Promosi .....	12
2.3.1. Tujuan Promosi .....	12
2.3.2. Bauran Promosi .....	13
2.3.3. Promosi Penjualan, <i>Event</i> , dan <i>Sponsorship</i> .....	13
2.3.4. Program Tematik .....	14
2.4. Periklanan ( <i>Advertising</i> ) .....	14
2.4.1. Komponen <i>Advertising</i> .....	15
2.4.2. Peran <i>Advertising</i> .....	15
2.4.3. Tipe <i>Advertising</i> .....	16
2.5. Pariwisata .....	17
2.5.1. Jenis dan Macam Pariwisata .....	18
2.5.2. Sistem Pariwisata .....	20
5.1. Desain Komunikasi Visual (DKV) .....	20
5.1.1. Fungsi Desain Komunikasi Visual .....	20
5.1.2. Unsur-Unsur dalam Desain .....	21
5.1.3. Prinsip-Prinsip Kerja Desain .....	24
5.2. Media .....	25
2.7.1. Bauran Media ( <i>Media Mix</i> ) .....	26
2.7.2. Strategi Pemilihan Media .....	27
2.8. Perilaku Konsumen .....	27
2.8.1. Model Perilaku Konsumen .....	28
<b>BAB III DATA OBJEK PENELITIAN</b> .....	<b>29</b>
3.1. Data Institusi .....	29
3.1.1. Profil Museum Gedung Sate .....	29
3.1.2. Visi dan Misi Museum Gedung Sate .....	31
3.1.3. SWOT Museum Gedung Sate .....	32
3.2. Permasalahan .....	33
3.3. Data Khalayak Sasaran .....	34
3.4. Tinjauan Terhadap Data Sejenis .....	36
3.4.1. Profil Museum Geologi .....	36

3.4.2. Visi dan Misi Museum Geologi .....	37
3.4.3. SWOT Museum Geologi .....	38
3.4.4. Analisis Matriks .....	38
3.5. Data Empirik .....	40
3.5.1. Data Hasil Wawancara.....	40
3.5.2. Data Hasil Kuisisioner.....	43
3.5.3. Data Hasil Observasi.....	48
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>50</b>
4.1. Konsep Perancangan .....	50
4.1.1. Konsep Pesan .....	50
4.1.2. Strategi Komunikasi.....	52
4.1.3. Konsep Kreatif .....	53
4.2. Konsep Media.....	54
4.2.1. Media Promosi .....	54
4.2.2. Merchandise .....	58
4.3. Konsep Visual .....	58
4.3.1. Moodboard.....	58
4.3.2. Studi Penggunaan Gaya Visual.....	59
4.3.3. Studi Penggunaan Font .....	60
4.3.4. Studi Penggunaan Warna .....	60
4.3.5. Studi Visual Logo .....	61
4.4. Hasil Rancangan.....	62
4.4.1. Pra Produksi / Sketsa .....	62
4.4.2. Logo .....	62
4.4.3. Maskot.....	64
4.4.4. Media Utama.....	65
4.4.5. Media Pendukung .....	68
4.4.6. Media Pendukung “Merchandise” .....	76
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>78</b>
5.1. Kesimpulan.....	78
5.2. Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>

LAMPIRAN .....	81
----------------	----