

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan Perancangan	5
1.5 Manfaat Perancangan	4
1.5.1 Bagi Akademis	4
1.5.2 Bagi Penulis dan Rekan-rekan Seprofesi	4
1.6 Metode Penelitian	4
1.6.1 Metode yang Digunakan	4
1.6.2 Cara Pengumpulan Data	4
1.6.3 Metode Analisis Data	5
1.7 Skema Perancangan.....	6

1.8 Sistematika Penelitian	7
----------------------------------	---

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Promosi	8
2.1.1 Strategi Promosi	8
2.1.2 Tujuan Promosi	9
2.2 Komunikasi	9
2.2.1 Psikologi Komunikasi	10
2.3 Pemasaran	11
2.3.1 Strategi Pemasaran	11
2.4 Desain Komunikasi Visual	12
2.4.1 Unsur Desain Komunikasi Visual.....	13
2.5. Media.....	18
2.6. Pariwisata.....	21
2.7. Keluarga.....	22

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data Institusi	23
3.1.1 Profil Warso Farm	23
3.1.2 Visi dan Misi	24
3.1.3 SWOT	24
3.2 Permasalahan.....	25
3.3 Data Khalayak Sasaran	26
3.4 Data Sejenis	28
3.4.1 Profil Kebun Teh Gunung Mas	29
3.4.2 Visi dan Misi	30
3.4.3 SWOT	30
3.5 Analisis Matriks	30
3.6. Data Empirik.....	30

3.6.1 Wawancara	31
3.6.2 Kuisisioner	32
3.6.3 Observasi	34

BAB IV

4.1 Konsep Perancangan	35
4.1.1 Strategi Promosi	36
4.1.2 Strategi Komunikasi	38
4.1.3 Strategi Kreatif	40
4.1.4 Strategi Media	40
4.1.5 Strategi Visual	41
4.2 Hasil Perancangan	42
4.2.1 Rancangan Logo	43
4.2.2 Rancangan Poster	44
4.2.3 Rancangan Konten Sosial Media	45
4.2.4 Rancangan X-Banner	46
4.2.5 Rancangan 3D <i>Maquette Event</i>	47

BAB V

5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51