

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR BAGAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	4
1.2.1 Identifikasi Permasalahan .....	4
1.2.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Ruang Lingkup .....	4
1.4 Tujuan Perancangan .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.6 Metodologi Penelitian .....	6
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	6
1.6.2 Metode Analisis .....	7
1.7 Kerangka Penelitian .....	8
1.8 Pembabakan Penelitian .....	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN .....	10
2.1 Promosi .....	10
2.1.1 Pengertian Promosi .....	10
2.1.2 Bauran Promosi .....	10
2.2 Komunikasi .....	12
2.2.1 Komunikasi Persuasif .....	12
2.2.2 Strategi Komunikasi .....	13
2.3 Iklan .....	14

2.3.1 Pengertian Iklan .....	14
2.3.2 Komponen Iklan .....	14
2.3.3 Peran Iklan .....	15
2.3.4 Strategi Kreatif.....	16
2.3.5 Strategi Pesan.....	16
2.4 Media .....	17
2.4.1 Perencanaan Media .....	17
2.4.2 Target Audience Media .....	18
2.4.3 Bauran Media.....	18
2.5 Desain Komunikasi Visual .....	19
2.5.1 Unsur Desain Komunikasi Visual .....	19
2.5.2 Prinsip Desain .....	20
2.6 Tinjauan Brand Destinasi.....	21
2.6.1 Branding Destinasi .....	21
2.6.2 Proses Branding Destinasi .....	22
2.7 Museum .....	23
2.7.1 <i>Museum In Action</i> .....	23
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>	<b>24</b>
3.1 Data Pemberian Perusahaan .....	24
3.1.1 Profil NuArt Sculpture Park.....	24
3.1.2 Visi dan Misi <i>NuArt Sculpture Park</i> .....	26
3.2 Data Permasalahan.....	27
3.3 Data Empirik.....	28
3.3.1 Data Wawancara .....	28
3.3.2 Data Kuesioner.....	30
3.3.3 Data Observasi .....	33
3.3.4 Data Khayalak Sasaran .....	36
3.5 Data Sejenis .....	38
3.5.1 Profil Sunaryo Art Space .....	38
3.5.2 Visi dan Misi <i>Sunaryo Art Space</i> .....	39
3.6 Analisis Data Sejenis .....	40
3.6.1 SWOT Sunaryo Art Space .....	40

3.6.2 Analisis Matriks .....	41
3.7 What To Say .....	42
3.8 AISAS .....	43
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Konsep Perancangan .....	44
4.1.1 Konsep Pesan .....	45
4.1.2 Strategi Komunikasi.....	46
4.1.3 Konsep Kreatif .....	47
4.2 Konsep Media .....	49
4.2.1 Media Promosi .....	49
4.2.2 Merchandise .....	53
4.3 Konsep Visual .....	53
4.3.1 Moodboard .....	54
4.3.2 Studi Penggunaan Gaya Visual.....	54
4.3.3 Studi Penggunaan Font .....	55
4.3.4 Studi Penggunaan Warna .....	55
4.4 Hasil Rancangan .....	57
4.4.1 Media Utama.....	57
4.4.2 Media Pendukung .....	61
4.4.3 Media Pendukung Utama.....	61
4.4.4 Media Pendukung Merchandise.....	68
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>