DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR ix

DAFTAR TABEL x

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Permasalahan 4

1.2.1 Identifikasi Masalah 4

1.2.2 Rumusan Masalah 4

1.3 Ruang Lingkup 5

1.4 Tujuan Perancangan 6

1.5 Manfaat Perancangan 6

1.6 Metode Penelitian 7

1.6.1 Metode yang Digunakan 7

1.6.2 Metode Pengumpulan Data 7

1.6.3 Metode Analisis 8

1.7 Sistematika Penulisan 8

1.8 Kerangka Perancangan 9

BAB II 11

DASAR PEMIKIRAN 11

2.1 Promosi 11

2.2 Periklanan 12

2.2.1 Strategi Kreatif 13

2.2.2 Strategi Pesan 14

2.2.3 Branding 18

2.2.4 Branding Image 18

2.2.5 Branding Activation 19

2.2.6 Branding Destinasi 20

2.2.7 Manfaat Branding Destinasi 22

2.3 Desain Komunikasi Visual 22

2.3.1 Unsur-unsur Desain 25

2.3.2 Prinsip Desain 26

2.3.3 Warna 27

2.3.4 Tipografi 29
2.3.5 Layout 34
2.4 Perilaku Konsumen 37
2.5 Media 40
2.5.1 Pengertian Media 42
2.5.2 Jenis-jenis Media 42
2.5.3 Strategi Media 42
2.5.4 Logo 43
2.5.5 Maskot 44
***2.5.6* New Media** 44
2.5.7 Website 46
2.6 Event 46
2.7 Festival 47
2.8 Pariwisata 48
2.8.1 Jenis-jenis Pariwisata 49
2.8.2 Promosi Pariwisata 51
BAB III 51
DATA DAN ANALISIS DATA 51
3.1 Subjek/Objek Penelitian 51
3.2 Hasil Analisis 53
3.3 Analisa Target Audience 55
3.4 Analisa 5w+1H 57
3.5 What to say 57
3.6 Aplikasi Sejenis 57
3.6.1 Matrix Analisis Aplikasi Sejenis 58
3.6.2 Kesimpulan Analisis 59
3.6.3 Analisa S.W.O.T Aplikasi *Halodoc* 60
BAB IV 61
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN 61
4.1 Konsep Perancangan 61
4.1.1 Tujuan Komunikasi 61
4.1.2 Pendekatan Komunikasi 61
4.1.3 Strategi Pesan 62
4.1.4 Strategi Kreatif 63

4.1.5 Strategi Media 70
4.1.6 Strategi Visual 71
4.2 Hasil Perancangan 73
4.2.1 Motion Grafis Interaktif 74
4.2.2 Web Banner 76
4.2.3 Konten Instagram Story (Sosial Media) 76
4.2.4 Billboard 78
BAB V 79
KESIMPULAN DAN SARAN 79
5.1 Kesimpulan 79
5.2 Saran dan Rekomendasi 79
REFRENSI 80