

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Permasalahan.....	6
1.2.1    Identifikasi Masalah .....	6
1.2.2    Rumusan Masalah.....	6
1.3    Ruang Lingkup.....	6
1.4    Tujuan Perancangan .....	7
1.5    Cara Pengumpulan Data dan Analisis .....	7
1.5.1    Pengumpulan Data.....	7
1.5.2    Analisis Data.....	8
1.6    Kerangka Perancangan.....	9
1.7    Sistematika Penulisan .....	10
BAB II.....	11
TEORI RELEVAN.....	11
2.1    Corporate Identity.....	11
2.2    Brand.....	12
2.3    Element Merek.....	13
2.4    Desain.....	15
2.4.1    Warna.....	15
2.4.2    Tipografi .....	17
2.4.3    Tata letak ( <i>Layout</i> ) .....	20
2.4.4    Element Gambar .....	21
2.5    Pemasaran .....	22
2.5.1    Strategy Pemasaran .....	22

2.6	Promotion .....	24
2.6.1	Tujuan Promosi .....	25
2.6.2	Bentuk-bentuk Promosi .....	26
2.6.3	Media Promosi .....	27
2.7	Konsep Bisnis .....	28
2.7.1	<i>Co-Marketing Promotion</i> .....	28
2.8	Pariwisata.....	29
2.8.1	Bauran Produk Pariwisata.....	29
2.9	Kerangka Teori .....	30
2.10	Asumsi.....	30
BAB III.....		31
URAIAN DAN ANALISIS DATA .....		31
3.1	Data .....	31
3.1.1	Data Pemberi Proyek .....	31
3.1.2	Data Objek Penelitian .....	32
3.1.3	Data Khalayak Sasaran .....	34
3.1.4	Data Observasi .....	36
3.1.5	Data Wawancara .....	37
3.1.6	Data Proyek Sejenis.....	40
3.1.7	Data Kuesioner .....	44
3.1.8	Data SWOT .....	49
3.2	Analisis Data.....	50
3.2.1	Analisis Data Pemberi Proyek .....	50
3.2.2	Analisis Data Objek Penelitian .....	51
3.2.3	Analisis Data Khalayak.....	52
3.2.4	Analisis Data Observasi .....	53
3.2.5	Analisis Data Wawancara .....	53
3.2.6	Analisis Data Proyek iSejenis.....	54
3.2.7	Analisis Data Kuesioner.....	57
3.2.8	Analisis SWOT .....	57
3.3	Kesimpulan.....	60
BAB IV.....		61
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....		61
4.1	Konsep Pesan .....	61

4.2	Konsep Kreatif.....	61
4.3	Konsep Media .....	62
4.3.1	Jenis Media .....	62
4.3.2	Media Strategy .....	64
4.4	Konsep Visual .....	65
4.5	Konsep Bisnis .....	68
4.5.1	<i>Co-Marketing Promotion</i> .....	68
4.5.2	Biaya Media.....	70
4.6	Hasil Perancangan.....	71
4.6.1	Logo dan <i>Graphic Standart Manual</i> .....	71
4.6.2	Stationary set .....	74
4.6.3	Baju Kaos.....	75
4.6.4	<i>Merchandise</i> .....	76
4.6.5	Media Sosial .....	77
4.6.6	Baliho .....	78
4.6.7	Brosur .....	79
4.6.8	Papan Peunjuk Jarak .....	80
BAB V.....		81
PENUTUP.....		81
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran .....	81
DAFTAR PUSTAKA .....		82
LAMPIRAN .....		84
UCAPAN TERIMA KASIH .....		85