

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Manfaat Perancangan	4
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.6.2 Metode Analisis Data	6
1.7 Kerangka Perancangan	7
1.8 Pembabkan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Promosi	9
2.1.1 Strategi Promosi	9
2.2 Periklanan	10
2.3 Brand Destinasi	11
2.4 Desain Komunikasi Visual	13
2.4.1 Unsur – unsur Pada Desain	13
2.4.2 Prinsip Desain	15
2.5 Event	16
2.6 Bagan Teori	17
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	18
3.1 Data Pantai Lamaru	18
3.1.1 Produk dan Sarana Pantai Lamaru	18
3.1.2 Data Promosi Terdahulu	23

3.2 Data Khalayak Sasaran	24
3.2.1 Demografis	25
3.2.2 Geografis	26
3.2.3 Psikografis	26
3.2.4 Perilaku Konsumen	26
3.3 Data Hasil Observasi dan Kuesioner	28
3.3.1 Data Hasil Observasi	28
3.3.2 Data Hasil Kuesioner	29
3.3.3 Data Hasil Wawancara	31
3.4 Data Analisis	32
3.4.1 Data Analisis Sejenis	32
3.4.2 Analisis SWOT Pantai Lamaru	33
3.4.3 Analisis Matriks SWOT	34
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	37
4.1 Konsep	37
4.1.1 Konsep Perancangan	37
4.1.2 Konsep Komunikasi	37
4.1.3 Pesan	38
4.2 Strategi Kreatif	39
4.3 Media dan Visual	39
4.3.1 Kreatif Brief	40
4.3.2 Media	41
4.3.3 Visual	43
4.4 Hasil Perancangan	46
4.4.1 Key Visual	46
4.4.2 Media Utama	47
4.4.3 Media Pendukung	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54