

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup Permasalahan	5
1.4 Tujuan Perancangan	6
1.5 Metode Penelitian.....	7
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	7
1.5.2 Metode Analisis.....	8
1.6 Kerangka Penelitian.....	8
1.7 Pembabakan.....	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN	11
2.1 Desain Komunikasi Visual	11
2.1.1 Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual	11
2.2 Media	15
2.3 Identitas Visual.....	16

2.4 Buku	16
2.5 Promosi.....	17
2.5.1 Tujuan Promosi	17
2.5.2 Strategi Promosi	18
2.6 SWOT.....	19
2.7 AOI.....	19
2.8 AISAS.....	20
2.9 Destinasi Wisata	21
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	22
3.1 Data Lembaga.....	22
3.1.1 Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang	22
3.1.2 Visi dan Misi	23
3.1.3 Tugas Pokok dan Fungsi	23
3.1.4 Struktur Organisasi	24
3.2 Data Objek.....	25
3.2.1 Kawasan Pasar Lama.....	25
3.2.2 Objek Wisata	26
3.2.3 Karakteristik Perancangan Kota	31
3.3 Data Khalayak Sasaran.....	36
3.4 Data Proyek Sejenis.....	38
3.5 Hasil Wawancara.....	39
3.5.1 Hasil Wawancara Disbudpar	39
3.5.2 Hasil Wawancara PT. Tangerang Nusantara Global.....	40
3.5.3 Hasil Wawancara Pengunjung/Masyarakat Tangerang.....	41
3.6 Analisis Data	42
3.6.1 Analisis Data Produk Sejenis	42
3.6.2 Analisis SWOT.....	47
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	49
4.1 Konsep Pesan.....	49

4.2 Konsep Kreatif.....	50
4.3 Konsep Visual	50
4.4 Konsep Media.....	53
4.4.1 Media Utama	53
4.4.2 Media Pendukung	54
4.5 Konsep Bisnis	56
4.6 Hasil Perancangan	57
4.6.1 Logo.....	59
4.6.2 Buku Destinasi.....	60
4.6.3 Media Pendukung.....	62
BAB V_PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	70