

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Permasalahan	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Manfaat	4
1.5.1 Bagi Masyarakat.....	4
1.5.2 Bagi Akademis	4
1.5.3 Bagi Penulis dan rekan-rekan seprofesi	4
1.6 Metode Penelitian	5
1.6.1 Metode yang digunakan	5
1.6.2 Cara Pengumpulan Data.....	5
1.7 Skema Perancangan	7
1.8 Pembabakan.....	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN	10
2.1 Komunikasi Pemasaran	10
2.2.1 Dasar Pemasaran	10
2.2.2 Pengetahuan Tentang Produk.....	10
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	11

2.2 Promosi.....	12
2.2.1 Tujuan Promosi	14
2.2.2 Jenis Promosi	15
2.2.3 Integrasi Promosi	15
2.2.4 Strategi Promosi Kreatif.....	16
2.3 Media Promosi.....	17
2.3.1Media Cetak	17
2.3.2 Media Siaran	21
2.3.3 Promosi Online	22
2.3.4 Promosi Offline.....	26
2.4 Strategi Kreatif dan Strategi Pesan.....	27
2.4.1Perencanaan Pesan	27
2.4.2 Tujuan Pesan	27
2.4.3 Strategi Pesan.....	27
2.4.4 Format dan Formulasi Strategi.....	29
2.4.5 Penyesuaian Pesan dan Tujuan Pesan.....	32
2.5 Persuasi.....	34
2.5.1Faktor Mendorong Persuasi	34
2.6 Psikologi Remaja.....	36
2.6.1Perkembangan Remaja.....	36
2.6.2 Aspek-aspek Perkembangan	39
2.6.3 Fase Remaja	43
2.6.4 Gaya Hidup Remaja.....	44
2.7 Desain Komunikasi Visual	46
2.7.1 Unsur-unsur Pada Desain.....	47
2.7.2 Tipografi.....	51
2.7.3 Layout	53
2.7.4 Ilustrasi.....	54
2.7.5 Logo	58
2.8 Target Audiens	58
2.8.1 Personifikasi Target Audiens	60
2.8.2 Consumer Insight	61

2.8.3 Perbedaan Target Audiens dan Target Marketing	62
BAB III DATA DAN ANALISIS.....	64
3.1 Data Pemberi Proyek	64
3.2 Profil Kampung Seni dan Budaya Jelekong	65
3.2.1 Kondisi Geografis	65
3.2.2 Demografis	66
3.2.3 Sejarah Singkat.....	67
3.2.4 Bentuk Wisata dan Fasilitas	67
3.2.5 Jenis-jenis Wisata Unggulan	68
3.2.6 Bentuk Kegiatan Pengunjung.....	72
3.3 Data Khalayak Sasaran	75
3.3.1 Target Audiens	75
3.3.2 AOI (Activity, Opini, Interest).....	76
3.4 Data Proyek Sejenis	77
3.4.1 Analisis Kompetitor	77
3.5 Data Hasil Observasi dan Wawancara.....	80
3.5.1 Data Observasi	80
3.5.2 Data Wawancara	81
3.6 Analisis SWOT.....	90
3.6.1 Matrik SWOT	93
3.7 Gagasan Awal.....	96
3.7.1 Tema.....	96
3.7.2 Rumusan Desain	97
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	98
4.1 Konsep Perancangan.....	98
4.1.1 Konsep Pesan	98
4.1.2 Strategi Komunikasi.....	100
4.1.3 Strategi Kreatif	101
4.2 Konsep Media.....	104
4.2.1 Media Promosi	104
4.2.2 Merchandise	106
4.3 Konsep Visual.....	107

4.3.1 Studi Penggunaan Font/Tipografi	107
4.3.2 Studi Visual Logo	109
4.3.3 Studi Penggunaan Warna	111
4.4 Hasil Perancangan	112
4.4.1 Pra Produksi / Sketsa.....	112
4.4.2 Logo	112
4.4.3 Media Utama	113
4.4.4 Media Pendukung	115
BAB V KESIMPULAN	127
5.1 Kesimpulan	127
5.2 Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA.....	129
LAMPIRAN.....	130