

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR GRAFIK	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Metode Pengumpulan dan Analisis Data	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.5.2 Metode Analisis	6
1.6 Kerangka Perancangan	8
1.7 Pembabakan	9
BAB II	10
LANDASAN TEORI	10
2.1 Definisi Pariwisata	10
2.2 Promosi.....	11
2.2.1 Promosi Pariwisata	11

2.2.2 Tujuan Promosi	12
2.2.3 Bauran Promosi	13
2.3 Perencanaan Media (Media Planning)	14
2.4 Klasifikasi Media	14
2.5 Perilaku Konsumen	21
2.6 Teori AISAS.....	22
2.7 Teori Desain	23
2.7.1 Layout.....	23
2.7.2 Ilustrasi	25
2.7.3 Warna.....	27
2.7.4 Tipografi	28
BAB III.....	32
DATA DAN ANALISIS MASALAH	32
3.1 Data	32
3.1.1 Data Pemberi Proyek	32
3.1.2 Data Produk Objek Wisata	36
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	48
3.1.4 Data Wawancara.....	48
3.1.5 Data Kuesioner	50
3.1.6 Data Media Promosi Terdahulu.....	60
3.1.7 Data Media Promosi Pesaing Sejenis	61
3.2 Analisis.....	69
3.2.1 Analisis Hasil Wawancara.....	69
3.2.2 Analisis Hasil Kuesioner	70
3.2.3 Analisis Matriks Perbandingan.....	71
3.2.4 Analisis SWOT.....	73

3.3 Kesimpulan Hasil Analisis Data	75
BAB IV	76
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	76
4.1 Konsep Pesan	76
4.2 Konsep Kreatif	76
4.3 Konsep Visual	76
4.4 Konsep Media	81
4.5 Hasil Perancangan	83
BAB V	94
PENUTUP	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96