

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Umum	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Bagi Institusi	6
1.5.2 Bagi Penulis	6
1.5.3 Bagi Masyarakat	6
1.6 Metode Penelitian	7
1.6.1 Metode Yang Digunakan	7
1.6.2 Metode Pengumpulan Data	7
1.6.3 Metode Analisis	8
1.7 Kerangka Penelitian	9
1.8 Pembabakan	10

BAB II DASAR PEMIKIRAN

2.1 Periklanan	11
2.1.1 Fungsi Periklanan	12

2.2 Promosi	13
2.2.1 Jenis – Jenis Promosi	13
2.2.2 Promosi Pariwisata.....	14
2.3 Pariwisata	15
2.3.1 Jenis-Jenis Pariwisata.....	15
2.3.2 Komponen dan Elemen Pariwisata	16
2.4 Desain Komunikasi Visual.....	18
2.4.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual	18
2.4.2 Unsur-Unsur Pada Desain	18
2.4.3 Warna	24
2.4.4 Psikologi Warna.....	27
2.4.5 Tipografi	29
2.4.6 Anatomi Huruf	29
2.4.7 Klasifikasi Huruf.....	30
2.4.8 Layout	32
2.4.8.1 Format Layout.....	35
2.5 AISAS	36
2.6 Media	36
2.6.1 Perencanaan Media	37
2.6.2 Media Sosial.....	37
2.7 <i>Copywriting</i>	37

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data Penyelenggara.....	39
3.1.1 Kabupaten Bandung Barat	39
3.1.2 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata KBB.....	40
3.2 Data Objek	41
3.2.1 Daerah Wisata Sanghyang	41
3.2.2 Sanghyang Heuleut	43
3.2.3 Sanghyang tikoro	45
3.2.4 Sanghyang Poek.....	46
3.3 Data Khalayak.....	47

3.3.1 Analisis AOI	49
3.4 Data Hasil Observasi, Wawancara, dan Kuesioner.....	50
3.4.1 Data hasil Observasi	50
3.4.2 Data Hasil Wawancara.....	52
3.4.3 Data Hasil Kuesioner	55
3.5 Analisis Kompetitor	63
3.6 Analisis SWOT	66
3.7 Gagasan Awal Perancangan.....	67

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1 Konsep Perancangan	69
4.2 Konsep Kreatif	69
4.2.1 Konsep Pesan	71
4.2.2 Strategi Pesan.....	72
4.2.2.1 <i>Consumer Insight</i>	73
4.3 Konsep Media	74
4.4 Strategi Kreatif.....	77
4.5 Konsep Visual	77
4.5.1 Studi Visual.....	74
4.5.2 Gaya Visual.....	76
4.5.3 Tipografi	76
4.6 Hasil Perancangan.....	80
4.6.1 Logo	80
4.6.2 <i>Print Ad</i>	82
4.6.3 <i>Ambiend Ad</i>	88
4.6.4 <i>Website</i>	91
4.6.5 Media Sosial.....	92
4.6.6 <i>Merchandise</i>	95

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	98
5.2 Saran.....	98

DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	101