

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Manfaat Perancangan	4
1.5.1 Bagi Akademis	4
1.5.2 Bagi Peneliti	4
1.6 Ruang Lingkup	4
1.7 Metode Penelitian	5
1.7.1 Teknik Pengumpulan Data	5
1.7.2 Metode Analisis	6
1.8 Kerangka Perancangan	7
1.9 Pembabakan	8
1.9.1 BAB I Pendahuluan	8
1.9.2 BAB II Landasan Teori	8

1.9.3	BAB III Data dan Analisis Masalah	8
1.9.4	BAB VI Konsep dan Perancangan	8
1.9.5	BAB V Kesimpulan	8
	BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1	Promosi	9
2.1.1	Definisi Promosi	9
2.1.2	Tujuan Promosi	9
2.1.3	Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	9
2.1.4	Strategi Promosi	10
2.1.5	Pemasaran	11
2.2	Periklanan	11
2.2.1	Definisi Periklanan	11
2.2.2	Tujuan Periklanan	11
2.2.3	Komponen Periklanan	12
2.2.4	Strategi Kreatif	12
2.2.5	Proses Kreatif	15
2.2.6	Strategi Pesan	15
2.2.7	<i>Brand</i>	16
2.3	Media	16
2.3.1	Strategi Media	16
2.4	Desain Komunikasi Visual	19
2.4.1	Definisi Desain Komunikasi Visual	19
2.4.2	Unsur-unsur Visual	19
2.4.3	Prinsip-prinsip Visual	22
2.4.4	Tipografi	24
2.5	<i>Copywriting</i>	25
2.5.1	Strategi <i>Copywriting</i>	25
2.6	Pariwisata	26
2.6.1	Definisi Pariwisata	26
2.6.2	Daya Tarik Pariwisata	26
2.6.3	Jenis-jenis Pariwisata	27

2.6.4	Wisatawan	28
2.6.5	Loyalitas Wisatawan	28
BAB III Data dan Analisis Masalah		29
3.1	Data Little Farmers	29
3.1.1	Little Farmers	29
3.1.2	Sejarah Little Farmers	30
3.1.3	Sarana dan Prasarana Little Farmers	31
3.1.4	Media Promosi	35
3.2	Data Khalayak	38
3.3	Data Hasil Observasi, Wawancara, dan Kuesioner	41
3.3.1	Data Observasi	41
3.3.2	Data Wawancara	42
3.3.3	Data Kuesioner	44
3.4	Data Analisis	47
3.4.1	Data Destinasi Sejenis	47
3.4.2	Media Promosi Jendela Alam	49
3.4.3	Analisis SWOT	51
BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan		52
4.1	Perancangan Strategi Kreatif	52
4.1.1	Strategi Promosi	52
4.1.2	Strategi Kreatif	52
4.1.3	Strategi Komunikasi	55
4.2	Strategi Media Visual	56
4.2.1	Media Pendukung	56
4.2.2	Media Utama	58
4.2.3	Konsep Visual	59
4.2.4	Hasil Perancangan	62
BAB V PENUTUPAN		75
5.1	Simpulan	75
5.2	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA		76

LAMPIRAN	79
----------------	----