

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Ruang Lingkup Permasalahan	4
1.5 Manfaat Perancangan	4
1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.6.1 Cara Pengumpulan Data	4
1.6.2 Cara Analisis Data	5
1.7 Kerangka Pemikiran	6
1.8 Pembabakan	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN	9
2.1 Tinjauan Teoretis	9
2.1.1 Pemahaman <i>City Branding</i>	9
2.1.2 Pemahaman <i>Brand</i>	11
2.1.3 Media Promosi	12
2.2 Tinjauan Teori Perancangan	13
2.2.1 Pemahaman Logo	13
2.2.2 Teori Tipografi	13
2.2.3 Teori Tagline	14
2.2.4 Teori Layout	15
2.2.5 Teori Warna	15
2.3 Tinjauan Teori Analisis	17

2.3.1 Teori Analisis SWOT	17
2.3.2 Teori Model AISAS	18
2.4 Kerangka Teoretik	19
2.5 Asumsi	19
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	20
3.1 Data	20
3.1.1 Data Daerah	20
3.1.2 Sejarah Kota Manado	25
3.1.3 Geografis Kota Manado	26
3.1.4 Potensi Wisata Kota Manado	27
3.1.5 Motif Kain Manado	39
3.1.6 Kalender Wisata Kota Manado	40
3.1.7 Khalayak Sasaran	43
3.2 Hasil Pengumpulan Data	43
3.3 Data Program Sejenis	47
3.4 Data City Brand Sejenis	48
3.5 Analisis Data	50
3.5.1 Matriks Perbandingan City Brand Sejenis	50
3.5.2 Analisis SWOT	52
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	57
4.1 Konsep Pesan	57
4.1.1 Hasil Analisis	57
4.1.2 Pesan yang ingin dikomunikasikan	58
4.2 Konsep Kreatif	58
4.2.1 Unsur-unsur Lokal	58
4.2.2 Pendekatan	61
4.3 Konsep Visual	61
4.3.1 Logo	61
4.3.2 Tagline	62
4.3.3 Warna	63
4.3.4 Tipografi	64
4.4 Konsep Media	65
4.5 Konsep Bisnis	66
4.6 Hasil Perancangan	68
4.6.1 Kriteria <i>City Branding</i> Pariwisata Kota Manado	68

4.6.2 <i>City Brand</i> Kota Manado	69
4.6.3 Filosofi Logo	70
4.7 Graphic Standard Manual Logo	71
4.8 Penerapan Pada Media	76
BAB V PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85