

Daftar Isi

BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi masalah	3
1.2.2 Rumusan masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Perancangan	4
1.5.1 Bagi Penulis	4
1.5.2 Bagi Wisatawan	4
1.5.3 Bagi Akademisi	5
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.6.2 Metode Analisis	7
1.7 Kerangka Penelitian	9
1.8 Pembabakan	10
BAB II	11
2.1 Pariwisata	11
2.1.1 Jenis-Jenis Pariwisata	12
2.2 Promosi	12
2.2.1 Bauran Promosi	12
2.3 Periklanan	13
2.3.1 Tujuan Periklanan	14
2.3.2 Media	14
2.3.3 Strategi Kreatif	15
2.4 Perilaku Konsumen	16
2.4.1 AOI	16
2.5 Desain Komunikasi Visual	16
2.5.1 Unsur Desain Komunikasi Visual	16
A. Ilustrasi	16
B. Layout	17

C. Tipografi	17
D. Fotografi	17
2.6 Kerangka Teori	18
BAB III	19
3.1 Data	19
3.1.1 Desa Pringgasela	19
A. STP	20
3.1.2 Data Empirik	20
A. Observasi	20
B. Wawancara	24
C. Kuisisioner	25
3.1.3 Kompetitor	26
3.1.4 Data Khalayak Sasaran	28
3.2 Analisis	32
3.2.1 SWOT	32
3.2.2 Matriks perbandingan	33
BAB IV	35
4.1. Konsep Perancangan	35
4.1.1. Tujuan komunikasi	35
4.1.2. Pendekatan Komunikasi	35
4.1.3. Gaya Bahasa	35
4.2. Strategi Pesan	36
4.3. Strategi Kreatif	37
4.3.1. Creative Brief	37
1. Why we do promotion?	37
2. Who are we talking to?	38
4.4. Konsep Visual	38
4.4.1. Visual khalayak sasaran dan Indikator	38
4.4.2. Referensi Visual	39
4.4.3. Gaya Visual	39
4.4.4. Tipografi	39
4.4.5. Warna	41
4.5. Konsep Media	41

A. Attention	41
B. Interest	41
C. Search	42
D. Action	42
E. Share	42
4.5.1. Media Utama	44
4.5.2. Media Pendukung	44
4.6. Hasil Perancangan	45
4.7. Konsep Bisnis dan Marketing Communication	54
BAB V	55
PENUTUP	55
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Saran	56
Daftar Pustaka	57