

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
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 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Metode Penelitian	4
1.5.1 Pengumpulan Data	4
1.5.2 Analisis Data	5
1.6 Kerangka Pemikiran.....	7
1.7 Pembabakan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Perancangan (<i>Design</i>)	9
2.2 <i>Destination Branding</i>	9
2.3 <i>Brand</i>.....	10
2.4 <i>Branding</i>	10
2.5 <i>Brand Identity</i>.....	11
2.6 Identitas Visual	11
2.6.1. Logo	12
2.6.2. <i>Tagline</i>	13
2.6.3. Warna	13
2.7 Tipografi.....	15
2.8 Desain Komunikasi Visual.....	16
2.8.1 Unsur-Unsur Desain	17

2.8.2	Prinsip-prinsip desain	18
2.9	Layout	18
2.10	Pemasaran	19
2.10.1	Bauran Pemasaran	19
2.11	Promosi	20
2.11.1.	Tujuan Promosi	20
2.12	AISAS	21
2.13	Kerangka Teori	22
2.14	Asumsi	22
Bab III	DATA DAN ANALISIS	23
3.1.	Data Pemberi Proyek	23
3.2.	Data Produk	26
3.3.	Data Khalayak Sasaran	28
3.4.	Data Proyek Sejenis	29
3.5.	Data Observasi	31
3.6.	Data Wawancara	35
3.7.	Analisis	37
3.7.1.	Analisis SWOT	37
3.7.2.	Analisis Visual	38
3.7.3.	Analisis Matriks Perbandingan	40
3.8.	Kesimpulan Hasil Analisis Data	41
BAB IV	KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	43
4.1	Konsep Pesan	43
4.2	Konsep Kreatif	43
4.3	Konsep Media	44
4.3.1	Media Utama	44
4.3.2	Media Pendukung	44
4.4	Konsep Komunikasi	46
4.4.1	AISAS	46
4.5	Konsep Visual	48
4.5.1	Sketsa logo	48
4.5.2	Tipografi	49
4.5.3	Warna	50
4.6	Konsep Bisnis	51
4.6.1.	Media Utama	51
4.6.2.	Media Pendukung	52
4.6.3.	<i>Merchandise</i>	52

4.6.4. <i>Website</i>	53
4.7 Hasil Perancangan.....	53
4.7.1 Media Utama	53
4.7.2 Media Pendukung.....	57
BAB V PENUTUP.....	68
5.1. Kesimpulan	68
5.2. Saran.....	68
Daftar Pustaka.....	69
LAMPIRAN.....	72