

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORSINILITAS KARYA TUGAS AKHIR .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii

## BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah .....	1
I.2 Identifikasi Masalah .....	3
I.3 Rumusan Masalah .....	3
I.4 Batasan Masalah .....	3
I.5 Tujuan Dan Manfaat .....	4
I.5.1 Tujuan Perancangan .....	4
I.5.2 Manfaat Perancangan .....	4

## BAB II. PEMBAHASAN MASALAH DAN SOLUSI MASALAH

II.1 Landasan Teori .....	5
II.1.1 Pengertian Wisata .....	5
II.1.2 Jenis Wisata .....	5
II.1.3 Karakteristik Wisatawan .....	8
II.2 Objek Penelitian .....	10
II.2.1 Kampung Singkur .....	10
II.3 Analisis .....	13
II.3.1 Profile Perusahaan .....	14
II.3.2 Analisis Marketing Mix .....	14
II.3.2.1 Produk ( <i>Product</i> ) .....	14
II.3.2.2 Tempat ( <i>Place</i> ) .....	19

II.3.2.3 Harga ( <i>Price</i> ).....	20
II.3.2.4 Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	20
II.3.2.5 Sumber Daya Manusia ( <i>People</i> ).....	22
II.3.2.6 Proses ( <i>Process</i> ).....	22
II.3.2.7 Bukti Fisik Perusahaan ( <i>Phisycal evidence</i> ).....	22
II.3.3 Analisis S.W.O.T.....	23
II.3.4 Persepsi Masyarakat dan Pengguna.....	24
II.4 Resume .....	28
II.5 Solusi Perancangan.....	29

### BAB III. STRATEGI PERANCANGAN

III.1 Khalayak Sasaran .....	30
III.1.1 Segmentasi Pasar.....	30
III.2 Strategi Perancangan.....	34
III.2.1 Identitas/Logo .....	34
III.2.2 Jenis Logo .....	35
III.3 Strategi Komunikasi.....	38
III.3.1 Tujuan Komunikasi.....	38
III.3.2 Pendekatan Komunikasi.....	38
III.3.2.1 Pendekatan Verbal .....	38
III.3.2.2 Pendekatan Visual.....	39
III.4 Strategi Kreatif .....	39
III.4.1 Sifat Pesan.....	40
III.4.2 Gaya Bahasa.....	40
III.4.3 Materi Pesan.....	40
III.4.4 <i>Brief Question</i> .....	41
III.4.5 Statement Positioning.....	42
III.4.5.1 <i>Differensiasi</i> .....	42
III.4.5.2 <i>What To Say</i> .....	42
III.4.5.3 <i>Copywrinting</i> .....	43
III.5 Mandatory .....	46
III.6 Strategi Media .....	47

III.6.1 Media Utama.....	47
III.6.2 Media Pendukung.....	48
III.6.3 <i>Brand Communication</i> .....	49
III.7 Konsep Visual .....	50
III.7.1 Format Desain .....	51
III.7.2 Ilustrasi .....	51
III.7.3 Tipografi.....	54
III.7.4 Warna .....	55
<b>BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI</b>	
IV.1 Teknis Produksi .....	57
IV.1.1 Pra Produksi .....	57
IV.1.2 Produksi .....	59
IV.1.3 Paska Produksi .....	62
IV.2 Konsep Media dan Desain .....	62
IV.2.1 Media Utama.....	62
IV.2.2 Panduan Identitas Logo.....	64
IV.2.3 Media Aplikasi Logo .....	67
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
V.1 Kesimpulan.....	81
V.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN .....	84