

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	3
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Rumusan Masalah	3
1.4. Batasan Masalah	4
1.5. Tujuan & Manfaat Perancangan	4
1.5.1. Tujuan Perancangan	4
1.5.2. Manfaat Perancangan	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5
II.1. Landasan Teori	5
II.1.1. Pariwisata & Wisata	5
II.1.2. Jenis Pariwisata	6
II.1.3. Agen Perjalanan	9
II.1.4. Haji & Umroh	10
II.1.4.1. Ibadah Haji	10
II.1.4.2. Ibadah Umrah	11
II.1.5. <i>Brand</i>	12
II.1.6. Logo	12
II.1.6.1. Jenis-Jenis Logo	14
II.2. JAM WISATA	17

II.2.1. Paket Perjalanan JAM WISATA	19
II.3. Analisis Permasalahan	20
II.3.1. Observasi	20
II.3.2. Kuesioner	31
II.3.3. Wawancara	36
II.3.4. Analisis Permasalahan Berdasarkan Teori	38
II.4. <i>Resume</i>	42
II.5. Solusi Perancangan	43
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	44
III.1. Khalayak Sasaran JAM WISATA	44
III.1.1. Demografis Jamaah JAM WISATA	44
III.1.2. Geografis JAM WISATA	45
III.1.3. Psikografis Jamaah JAM WISATA	45
III.2. Strategi Perancangan Logo JAM WISATA	45
III.2.1. Tujuan Komunikasi	46
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	46
III.2.2.1. Pendekatan Visual	46
III.2.2.2. Pendekatan Verbal	49
III.2.3. <i>Mandatory</i> JAM WISATA	50
III.2.4. Materi Pesan Logo JAM WISATA	50
III.2.5. Gaya Bahasa	51
III.2.6. Strategi Kreatif	51
III.2.7. Strategi Media	52
III.2.7.1. Media Utama	53
III.2.7.2. Media Pendukung	54
III.2.8. Strategi Distribusi & Waktu Penyebaran JAM WISATA	56
III.3. Konsep Logo	58
III.3.1. Format Desain	58
III.3.2. Tata Letak	58
III.3.3. Tipografi	59
III.3.4. Studi Logogram	59
III.3.5. Warna	60

BAB IV MEDIA & TEKNIS PRODUKSI	62
IV.1. Teknis Produksi	62
IV.1.1. Pra Produksi	62
IV.1.2. Produksi	66
IV.1.3. Paska Produksi	68
IV.2. Media Utama	68
IV.2.1. Panduan Identitas Logo	70
IV.3. Media Pendukung	79
BAB V KESIMPULAN	95
V.1. Kesimpulan	95
V.2. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	99