**DAFTAR ISI**

LEMBAR PENGESAHAAN ..... i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ..... ii
KATA PENGANTAR ..... iii
ABSTRAK ..... iv
*ABSTRACT* ..... v
DAFTAR ISI ..... vi
DAFTAR GAMBAR ..... viii
DAFTAR TABEL ..... x
DAFTAR GRAFIK ..... xi
DAFTAR LAMPIRAN ..... xii

BAB I. PENDAHULUAN ..... 1
I.1 Latar Belakang ..... 1
I.2 Identifikasi Masalah ..... 3
I.3 Rumusan Masalah ..... 3
I.4 Batasan Masalah ..... 3
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan ..... 4

BAB II. WISATA CHINATOWN BANDUNG ..... 5
II.1 Wisata Budaya ..... 5
II.1.1 Kepariwisataan ..... 5
II.1.2 Pengertian Pariwisata ..... 6
II.1.3 Pengertian Wisata ..... 6
II.1.4 Jenis-jenis Wisata ..... 7
II.2 Kampung China Bandung ..... 8
II.2.1 Sejarah Kampung China dan Chinatown Bandung ..... 10
II.3 Fasilitas Chinatown Bandung ..... 13
II.3.1 Bangunan ..... 13
II.3.2 Area Tempat Wisata ..... 20
II.3.3 Atraksi ..... 30

II.3.4 *Event* ..... 32
II.3.5 Pelayanan ..... 33
II.3.6 Profil Wisata Chinatown Bandung ..... 34
II.3.7 Strategi Promosi Chinatown Bandung ..... 35
II.3.8 Harga dan Pendapatan ..... 37
II.3.9 Pendapatan Objek Wisata Chinatown Bandung ..... 38
II.4 Analisa Permasalahan ..... 39
II.4.1 Analisis SWOT Chinatown Bandung ..... 39
II.4.2 Analisis SWOT Kompetitor Chingu Korean Town ..... 42
II.4.3 Analisis Pengunjung ..... 45
II.5 Resume ..... 45
II.5 Solusi Perancangan ..... 46

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN ..... 47
III.1 Khalayak Sasaran ..... 47
III.1.1 *Target Audience* ..... 47
III.1.2 *Consumer Insight* ..... 49
III.1.3 *Consumer Journey* ..... 51
III.2 Strategi Perancangan ..... 55
III.2.1 Tujuan Komunikasi ..... 56
III.2.1.1 Promosi ..... 56
III.2.2 Pendekatan Komunikasi ..... 57
III.2.3 *Mandatory* Chinatown Bandung ..... 58
III.2.4 Materi Pesan ..... 59
III.2.5 Gaya Bahasa ..... 59
III.2.6 Strategi Kreatif ..... 60
III.2.6.1 Metode AISAS ..... 61
III.2.6.2 *Copywriting* ..... 63
III.2.6.3 *Storyline* ..... 64
III.2.6.4 *Storyboard* ..... 65
III.2.7 Strategi Media ..... 68
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media ..... 70

III.3 Konsep Visual ..... 72
III.3.1 Format Desain ..... 72
III.3.2 Tata Letak ..... 75
III.3.2.1 *Grid System* ..... 78
III.3.3 Tipografi ..... 80
III.3.3.1 *Font* ..... 80
III.3.3.2 *Custom Font* ..... 83
III.3.4 Ilustrasi ..... 83
III.3.5 Warna ..... 86
III.3.6 *Tone Color* ..... 87
III.3.7 Audio ..... 88

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI ..... 89
IV.1 Media Utama ..... 89
IV.1.1 Video ..... 89
IV.1.2 Teknis Produksi ..... 100
IV.2 *Billboard* ..... 108
IV.3 Poster ..... 109
IV.3.1 Poster Digital ..... 109
IV.4 *X Banner* ..... 110
IV.5 *Merchandise* ..... 111
IV.6 Aplikasi Media ..... 131
DAFTAR PUSTAKA ..... 135
LAMPIRAN ..... 140