

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN TANDA KELULUSAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR BAGAN.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan.....	3
1.4.1 Maksud.....	3

1.4.2 Tujuan .....	3
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6 Kerangka Pemikiran .....	5
1.7 Skematika Perancangan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI dan ANALISA DATA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Teori Komunikasi.....	7
2.1.2 Strategi Publikasi.....	9
2.1.3 Psikologi Warna.....	10
2.1.4 Semiotika.....	11
2.1.5 Aspek Kultural .....	12
2.1.6 Gaya Desain.....	14
2.1.6.1 Gaya Desain Art Deco .....	15
2.1.6.2 Gaya Desain Swiss International .....	16
2.1.6.3 Gaya Desain Post Modern .....	18
2.1.7 Unsur dan Prinsip Desain.....	20
2.1.7.1 Unsur Desain .....	20
2.1.7.2 Prinsip Desain .....	26
2.1.8 Ilustrasi Pada Media Publikasi.....	30
2.1.9 Tipografi Pada Media Publikasi .....	31

2.2 Analisa Data.....	35
2.2.1 Gambaran Institusi .....	35
2.2.1.1 Sejarah Obyek Wisata .....	36
2.2.1.2 Visi dan Misi.....	37
2.2.1.3 Pemilik Obyek Wisata .....	38
2.2.1.4 Struktur Organisasi .....	39
2.2.1.5 Lokasi Obyek Wisata .....	39
2.2.1.6 Segmentasi Pasar .....	39
2.2.1.7 Positioning.....	40
2.2.1.8 Target Audience .....	40
2.2.2 Kondisi Media Komunikasi Visual.....	40
2.2.3 Data Kompetitor.....	42
2.2.3.1 Gambaran Institusi .....	42
2.2.3.2 Sejarah Obyek Wisata Guci Indah .....	42
2.2.3.3 Visi dan Misi .....	44
2.2.3.4 Pemilik Obyek Wisata .....	44
2.2.3.5 Struktur Organisasi .....	45
2.2.3.6 Lokasi Obyek Wisata .....	46
2.2.3.7 Segmentasi Pasar.....	47
2.2.3.8 Positioning.....	47

2.2.3.9 Target Audience .....	47
2.2.4 SWOT.....	48
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN MEDIA CETAK LOKAWISATA</b>	
<b>BATURRADEN SEBAGAI KAMPANYE KOMERSIAL .....</b>	<b>50</b>
3.1 Konsep Media .....	50
3.1.1 Tujuan Media.....	50
3.1.2 Strategi Media .....	50
3.1.3 Pemilihan Media.....	52
3.1.3.1 Target Media.....	52
3.1.3.2 Panduan Media .....	53
3.1.3.3 Program Media.....	53
3.2 Konsep Kreatif.....	53
3.2.1 Keyword .....	54
3.2.2 Strategi Kreatif.....	54
3.2.2.1 Warna .....	54
3.2.2.2 Tipografi .....	56
3.2.2.3 Image .....	57
3.2.2.4 Logo .....	58
3.2.2.5 Identitas Visual.....	59
3.2.2.6 Gaya Desain .....	59

3.2.2.7 Layout .....	60
3.2.3 Program Kreatif .....	60
3.2.3.1 Proses Cetak.....	60
3.2.3.2 Pra-Produksi .....	60
3.2.3.3 Produksi .....	61
3.2.3.4 Pasca Produksi .....	61
3.3 Konsep Komunikasi .....	61
3.3.1 Tujuan Komunikasi .....	61
3.3.2 Strategi Komunikasi.....	62
3.4 Perencanaan Biaya.....	62
3.4.1 Produksi .....	62
3.4.2 Promosi .....	65
<b>BAB IV DESAIN dan APLIKASI .....</b>	<b>68</b>
4.1 Logo .....	68
4.1.1 Logo .....	68
4.1.2 Slogan .....	69
4.1.3 Penetapan Identitas Visual.....	70
4.1.3.1 Penerapan Logo dan Warna .....	70
4.2 Stationary .....	71
4.2.1 Kartu Nama, Kop Surat, Amplop .....	71

4.2.2 Form Faksimili .....	72
4.2.3 Map .....	73
4.3 Media Publikasi .....	74
4.3.1 Company Profile .....	74
4.3.2 Poster .....	75
4.3.3 Brosur .....	76
4.3.4 Flyer .....	77
4.3.5 Spanduk .....	78
4.3.6 Billboard .....	79
4.3.7 Iklan Majalah .....	80
4.3.8 Iklan Koran .....	81
4.3.9 X-Banner .....	82
4.3.10 Peta Wisata .....	83
4.3.11 Tiket.....	84
4.3.12 Topi .....	85
4.3.13 ID Card / Kartu Identitas .....	86
4.4 Merchandise.....	86
4.4.1 Kalender .....	87
4.4.2 Tas .....	88
4.4.3 Agenda .....	88

4.4.4 Pin, Pen, Stiker, Mug.....	89
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>90</b>
5.1 Simpulan dan Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>94</b>