

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| HALAMAN JUDUL | |
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Tujuan Perancangan | 3 |
| 1.4 Manfaat Perancangan | 3 |
| 1.5 Batasan Perancangan | 3 |
| 1.6 Metode dan Sistematika Perancangan | 4 |
| 1.7 Metode Analisis Data | 5 |
| 1.8 Tinjauan Teori | 6 |
| 1.8.1 Tinjauan Sekilas Wisata Petungkriyono | 6 |
| 1.8.2 Definisi Pariwisata | 7 |
| 1.8.3 Tinjauan Pemasaran | 8 |
| 1.8.4 Perilaku Pasar Konsumen | 9 |
| 1.8.5 Promosi | 9 |
| 1.8.6 <i>Brand Image</i> | 11 |
| 1.8.7 Segmentasi Pasar | 13 |
| 1.8.8 Tinjauan Desain Komunikasi Visual | 14 |
| 1.8.9 Unsur Desain | 16 |
| 1.8.10 Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual | 19 |
| BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS MASALAH | |
| 2.1 Tinjauan Tentang Perusahaan | 23 |
| 2.1.1 Nama Obyek Wisata Wisata Petungkriyono | 23 |
| 2.1.2 Latar Belakang Perusahaan | 23 |
| 2.1.3 Lokasi | 24 |

| | | |
|--------|--|----|
| 2.1.4 | Pengelola | 25 |
| 2.1.5 | Struktur Organisasi | 25 |
| 2.2 | Data Produk | 26 |
| 2.2.1 | Jenis Produk | 26 |
| 2.2.2 | Spesifikasi Produk..... | 27 |
| 2.2.3 | Data Visual..... | 28 |
| 2.2.4 | USP (<i>Unique Selling Proposition</i>)..... | 31 |
| 2.2.5 | Produk <i>Positioning</i> | 31 |
| 2.2.6 | Data Pemasaran | 32 |
| 2.2.7 | Jangkauan Promosi Saat ini | 32 |
| 2.2.8 | <i>Advertisement</i> yang ada..... | 33 |
| 2.2.9 | Hambatan Kegiatan Promosi..... | 34 |
| 2.2.10 | Potensi Market | 34 |
| 2.3 | Data Kompetitor | 36 |
| 2.3.1 | Data Visual Perusahaan | 36 |
| 2.3.2 | Latar Belakang Perusahaan | 36 |
| 2.3.3 | Data Produk..... | 37 |
| 2.3.4 | <i>Market Share</i> atau <i>Omzet</i> Pendapatan Obyek Wisata..... | 39 |
| 2.3.5 | Konsumen | 39 |
| 2.3.6 | Promosi Saat ini | 39 |
| 2.4 | Analisis Data | 39 |
| 2.4.1 | Kelemahan dan Kelebihan Produk | 39 |
| 2.4.2 | SWOT | 41 |
| 2.4.3 | Matriks SWOT..... | 42 |
| 2.4.4 | Kesimpulan Analisis SWOT | 44 |

BAB III KONSEP PERANCANGAN

| | | |
|-------|--|----|
| 3.1 | Konsep Pemasaran | 45 |
| 3.1.1 | Tujuan Pemasaran Petungkriyono | 45 |
| 3.1.2 | Strategi Pemasaran Petungkriyono | 45 |
| 3.2 | Konsep Media | 46 |
| 3.2.1 | Tujuan Media Petungkriyono | 46 |
| 3.2.2 | Strategi Media Petungkriyono..... | 46 |

| | | |
|-------|------------------------|----|
| 3.2.3 | Pemilihan Media | 48 |
| 3.3 | Konsep Kreatif | 51 |
| 3.3.1 | Tujuan Kreatif | 51 |
| 3.3.2 | Strategi Kreatif | 51 |
| 3.3.3 | Pesan Verbal | 51 |
| 3.3.4 | Isi Pesan | 52 |
| 3.3.5 | Pesan Visual | 52 |
| 3.3.6 | Strategi Visual | 52 |
| 3.4 | Program Kreatif | 55 |
| 3.4.1 | Biaya Media | 56 |
| 3.4.2 | Rekapitulasi..... | 59 |

BAB IV VISUALISASI

| | | |
|-------|--------------------------------------|----|
| 4.1 | Tujuan Desain | 60 |
| 4.2 | Ide Awal | 60 |
| 4.3 | Proses Pengembangan Ide Visual | 61 |
| 4.3.1 | Sketsa Iklan Surat Kabar | 62 |
| 4.3.2 | Sketsa <i>Billboard</i> | 63 |
| 4.3.3 | Sketsa Spanduk | 64 |
| 4.3.4 | Sketsa <i>X-Banner</i> | 64 |
| 4.3.5 | Sketsa <i>Flyer</i> | 65 |
| 4.3.6 | Sketsa Kaos | 65 |
| 4.3.7 | Sketsa <i>Voucher</i> | 66 |
| 4.3.8 | Sketsa Gantungan Kunci | 66 |
| 4.3.9 | Sketsa Poster | 67 |
| 4.4 | <i>Final Design</i> | 68 |
| 4.4.1 | Iklan Surat Kabar | 68 |
| 4.4.2 | <i>Billboard</i> | 69 |
| 4.4.3 | Spanduk..... | 70 |
| 4.4.4 | <i>X-Banner</i> | 71 |
| 4.4.5 | <i>Flyer</i> | 72 |
| 4.4.6 | Kaos | 73 |
| 4.4.7 | <i>Voucher</i> | 74 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| 4.4.8 Gantugan Kunci | 74 |
| 4.4.9 Poster..... | 75 |
| BAB V PENUTUP | |
| 5.1 Kesimpulan | 76 |
| 5.2 Saran | 77 |
| DAFTAR PUSTAKA | 78 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Jadian Lingkaran Warna oleh Titoes Libert | 18 |
| Gambar 2.1 Gerbang Petungkriyono..... | 23 |
| Gambar 2.2 Peta Lokasi | 24 |
| Gambar 2.3 <i>Camping Ground</i> | 28 |
| Gambar 2.4 Gardu pandang | 28 |
| Gambar 2.5 Curug Air Panas | 29 |
| Gambar 2.6 Kawasan Satwa Langka | 29 |
| Gambar 2.7 Kawasan <i>War Game</i> | 30 |
| Gambar 2.8 Kawasan Batu Apung | 30 |
| Gambar 2.9 <i>Jungle House</i> | 31 |
| Gambar 2.10 Tiket Masuk | 32 |
| Gambar 2.11 <i>Flyer</i> Cetakan 2012 | 33 |
| Gambar 2.12 Spanduk Cetakan 2012..... | 34 |
| Gambar 2.13 Pintu Gerbang Linggoasri | 36 |
| Gambar 2.14 Kolam Renang Linggoasri | 37 |
| Gambar 2.15 Artefak Ganesha | 37 |
| Gambar 2.16 Artefak Candi | 38 |
| Gambar 3.1 Pemilihan Warna dalam Percangan..... | 54 |
| Gambar 4.1 Logo Wisata | 61 |
| Gambar 4.2 Sarang Lebah | 61 |
| Gambar 4.3 <i>Layout</i> oleh Alan Swann | 62 |
| Gambar 4.4 Sketsa Iklan Surat Kabar | 62 |
| Gambar 4.5 Sketsa <i>Billboard</i> | 63 |
| Gambar 4.6 Sketsa Spanduk | 64 |
| Gambar 4.7 Sketsa <i>X- Banner</i> | 64 |
| Gambar 4.8 Sketsa <i>Flyer</i> | 65 |
| Gambar 4.9 Sketsa Kaos | 65 |
| Gambar 4.10 Sketsa <i>Voucher</i> | 66 |
| Gambar 4.11 Sketsa Gantungan Kunci | 66 |
| Gambar 4.12 Sketsa Poster | 67 |

| | |
|--|----|
| Gambar 4.13 Desain Iklan Surat Kabar | 68 |
| Gambar 4.14 Desain <i>Billboard</i> | 69 |
| Gambar 4.15 Desain Spanduk..... | 70 |
| Gambar 4.16 Desain <i>X- Banner</i> | 71 |
| Gambar 4.17 Desain <i>Flyer</i> | 72 |
| Gambar 4.18 Desain Kaos..... | 73 |
| Gambar 4.19 Desain <i>Voucher</i> | 74 |
| Gambar 4.20 Desain Gantungan Kunci | 74 |
| Gambar 4.21 Desain Poster..... | 75 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Struktur Kepengurusan Petungkriyono | 25 |
| Tabel 2.2 Kontribusi pada Kawasan Wisata | 27 |
| Tabel 2.4 Matriks SWOT | 42 |
| Tabel 3.1 Program Media Januari – Maret 2016..... | 47 |
| Tabel 3.2 Program Media September – Desember 2016 | 48 |
| Tabel 3.3 Biaya Media | 59 |