

DAFTAR ISI

ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xix

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Brand Awareness	7
2.1.1 How to Achieve Awareness	11
2.2 Media Promosi	13
2.3 Efektivitas Media Promosi Terhadap Brand Awareness.....	16
2.4 Pariwisata.....	21
2.5 Komunikasi Pemasaran	24
2.6 Desain	29
2.7 Visual.....	30
2.7.1 Layout.....	30
2.7.2 Warna	36
2.7.3 Harmoni Warna	38
2.7.4 Tipografi.....	42

2.8 Data Wisata Tanjung Papuma	44
2.8.1 Sejarah Wisata Tanjung Papuma	45
2.8.2 Visi Perhutani sebagai pengelola	47
2.8.3 Misi Perhutani sebagai pengelola	47
2.8.4 Lokasi	48
2.9 Data Komunikasi Visual yang ada	49
2.9.1 Sarana Komunikasi Visual Eksternal	49
2.9.2 Sarana Komunikasi Visual Internal	51
2.10 Data Kompetitor	51
2.10.1 Wisata Pantai Watu Ulo	51
2.10.2 Wisata Pantai Pulau Merah	52
2.11 Kerangka Teori	53
2.12 Kerangka Berpikir	54
BAB III METODOLOGI & PERANCANGAN KARYA	55
3.1 Metodologi Penelitian	55
3.2 Prosedur Perancangan	56
3.3 Teknik Pengumpulan Data	59
3.4 Teknik Analisis Data	60
3.5 Analisis Data	61
3.5.1 Hasil Wawancara	61
3.5.2 Hasil Dokumentasi	62
3.5.3 Analisis Studi Eksisting	63
3.5.4 Analisis SWOT	67
3.6 Keyword	69
3.7 Metode Perancangan Karya	72
3.8 Konsep Kreatif	73
3.9 Strategi Komunikasi	75
3.10 Strategi Media	75
3.11 Perancangan Karya	78

BAB IV IMPLEMENTASI KARYA	89
4.1 Implementasi Desain	89
4.2 Evaluasi	98
4.2.1 Metode Evaluasi	98
4.2.2 Instrumen Evaluasi	98
 BAB V PENUTUP	 100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	101
 DAFTAR PUSTAKA	 102
BIODATA PENULIS	105
LAMPIRAN	106



INSTITUT BISNIS
& INFORMATIKA
stikom
SURABAYA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Piramida Brand Awareness	8
Gambar 2.2	Bagan Brand Awareness	9
Gambar 2.3	Logo Wisata Tanjung Papuma	47
Gambar 2.4	Peta Lokasi Tanjung Papuma	49
Gambar 2.5	Tampilan Website Tanjung Papuma	50
Gambar 2.6	Billboard Tanjung Papuma	50
Gambar 2.7	Papan Petunjuk.....	51
Gambar 2.8	Kerangka Teori.....	53
Gambar 2.9	Kerangka Berpikir.....	54
Gambar 3.1	Prosedur Perancangan	58
Gambar 3.2	Foto Wisata Tanjung Papuma	62
Gambar 3.3	Analisis Kompetitor	66
Gambar 3.4	Analisis SWOT	69
Gambar 3.5	Keyword.....	70
Gambar 3.6	Metode Perancangan Karya	72
Gambar 3.7	Sketsa Alternatif Billboard.....	79
Gambar 3.8	Sketsa Terpilih Billboard	79
Gambar 3.9	Sketsa Alternatif Iklan Majalah	80
Gambar 3.10	Sketsa Terpilih Iklan Majalah	80
Gambar 3.11	Sketsa Alternatif Brosur.....	82
Gambar 3.12	Sketsa Terpilih Brosur.....	82
Gambar 3.13	Sketsa Alternatif Storyboard Televisi	83
Gambar 3.14	Sketsa Terpilih Storyboard Televisi.....	83
Gambar 3.15	Sketsa Alternatif Website.....	84
Gambar 3.16	Sketsa Terpilih Website	85
Gambar 3.17	Sketsa Alternatif X-Banner	86
Gambar 3.18	Sketsa Terpilih X-Banner.....	86
Gambar 3.19	Sketsa Alternatif Poster.....	87

Gambar 3.20	Sketsa Terpilih Poster	88
Gambar 3.21	Sketsa Merchandise.....	88
Gambar 4.1	Implementasi Iklan Billboard.....	89
Gambar 4.2	Ilustrasi Penempatan Billboard	90
Gambar 4.3	Desain Iklan Majalah	91
Gambar 4.4	Ilustrasi Penempatan Iklan Majalah	91
Gambar 4.5	Brosur Sisi Luar	92
Gambar 4.6	Brosur Sisi Dalam	92
Gambar 4.7	Storyboard Iklan Televisi.....	93
Gambar 4.8	Website Wisata Tanjung Papuma	94
Gambar 4.9	Desain X-Banner	95
Gambar 4.10	Implementasi Iklan Poster.....	96
Gambar 4.11	Desain Sticker	97
Gambar 4.12	Implementasi Desain T-Shirt dan Mug.....	97



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pengunjung Tanjung Papuma 2005-2009	3
-----------	------------------------------------------------	---

