

DAFTAR ISI

COVER DALAM.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR ORISINALITAS KARYA.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	4
1.3 Tujuan Penelitian/Perancangan.....	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema perancangan.....	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pariwisata.....	6
2.2 Bentuk Pariwisata.....	7
2.3 Upaya Pengembangan Pariwisata.....	8

2.4 Daerah Tujuan Wisata.....	8
2.5 Definisi Desain Komunikasi Visual.....	16
2.6 Promosi.....	17
2.6.1 Jenis Promosi.....	18
2.6.2 Tujuan Promosi.....	19
2.7 Komunikasi.....	21
2.8 Teori Awaraness, Interest, Desire, and Action (AIDA).....	22
2.9 Pengertian Branding.....	23
2.10 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	25
2.11 Karakteristik turis Malaysia.....	28

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Lembaga Terkait.....	29
3.2 Definisi Wisatawan.....	31
3.3 Definisi Bangunan Cagar Budaya.....	33
3.3.1 Benda Cagar Budaya.....	33
3.3.2 Bangunan Cagar Budaya.....	35
3.3.3 Penggolongan Bangunan Cagar Budaya.....	37

3.3.4 Kriteria dan Tolak Ukur Bangunan Pemugaran.....	38
3.4 Data dan Fakta.....	38
3.4.1 Peringkat 10 Besar Wisatawan Mancanegara yang datang ke Kota Bandung.....	39
3.4.2 Data Wisatawan Di Lokasi Wisata.....	39
3.4.2.1 Taman Hutan Raya Juanda.....	39
3.4.2.2 Kawasan Dago.....	41
3.4.2.3 Kawasan Jalan Riau.....	42
3.4.2.4 Jalan Cihampelas.....	44
3.4.2.5 Jalan Setiabudhi.....	45
3.5 Hasil Wawancara.....	47
3.5.1 Kepala Seksi Kerjasama.....	47
3.5.2 Kepala Seksi Kebudayaan.....	48
3.6 Data dan Analisis.....	49
3.6.1 Segmentasi, Targeting, dan Positioning.....	49
3.6.2 Analisa SWOT.....	51

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi.....	53
4.2 Konsep Verbal.....	54
4.3 Konsep Visual.....	54
4.4 Konsep Kreatif.....	55
4.5 Konsep Media.....	55
4.5.1 Poster.....	56
4.5.2 Website.....	56
4.5.3 Web Banner.....	56
4.5.4 Jejaring Sosial.....	56
4.5.5 Ambient.....	56
4.5.6 Peta Wisata.....	57
4.5.7 Gimmicks.....	57
4.5.8 Booth Event.....	57
4.6 Timeline Media.....	57
4.7 Hasil Karya	
4.7.1 Logo.....	58
4.7.2 Maskot.....	63

4.7.3 Sistem Layout.....	64
4.7.4 Poster.....	65
4.7.5 Peta Wisata.....	66
4.7.6 Magazine Advetorial.....	67
4.7.7 Web Banner.....	68
4.7.8 Website.....	69
4.7.9 Ambient Media.....	70
4.7.10 Stand Pameran.....	76
4.7.11 X-Banner.....	77
4.7.12 Gimmick.....	78
4.8 Budgeting.....	80
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran Penulis.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	xvi
DAFTAR ISTILAH.....	xix
LAMPIRAN.....	xxii

DAFTAR GAMBAR

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Gambar 3.1 10 Besar Data Wisatawan Mancanegara 2011.....	39
Gambar 3.2 Data Wisatawan TAHURA Juanda.....	39
Gambar 3.3 Data Wisatawan TAHURA Juanda	40
Gambar 3.4 Data Wisatawan TAHURA Juanda	40
Gambar 3.5 Data Wisatawan di Kawasan dago.....	41
Gambar 3.6 Data Wisatawan di Kawasan dago.....	41
Gambar 3.7 Data Wisatawan di Kawasan dago.....	42
Gambar 3.8 Data Wisatawan di Kawasan Jalan Riau.....	42
Gambar 3.9 Data Wisatawan di Kawasan Jalan Riau.....	43
Gambar 3.10 Data Wisatawan di Kawasan Jalan Riau.....	43
Gambar 3.11 Data Wisatawan di Jalan Cihampelas.....	44
Gambar 3.12 Data Wisatawan di Jalan Cihampelas.....	44
Gambar 3.13 Data Wisatawan di Jalan Cihampelas.....	45
Gambar 3.14 Data Wisatawan di Jalan Setiabudhi.....	45

Gambar 3.15 Data Wisatawan di Jalan Setiabudhi.....	46
Gambar 3.16 Data Wisatawan di Jalan Setiabudhi.....	46
Gambar 3.17 Dra. Hj. Yetty hataty Kepala Seksi Kerjasama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.....	47
Gambar 3.18 Etti RS. Kepala Seksi Kebudayaan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.....	48

Bab IV Pemecahan Masalah

Gambar 4.1 Timeline Media.....	57
Gambar 4.2 Logo Badung Historical Tour.....	58
Gambar 4.3 Logo Grid Bandung Historical Tour.....	59
Gambar 4.4 Talldeco Normal.....	59
Gambar 4.5 Warna Logo.....	60
Gambar 4.6 Logo Grayscale.....	60
Gambar 4.7 Logo Black&White.....	60
Gambar 4.8 Ukuran Logo.....	61
Gambar 4.9 Logo Restriction 1.....	62
Gambar 4.10 Logo Restriction 2.....	62

Gambar 4.11 Maskot “Van Jadoel”.....	63
Gambar 4.12 Sistem Layout Visual.....	64
Gambar 4.13 Poster Promosi.....	65
Gambar 4.14 Peta Wisata.....	66
Gambar 4.15 Logo Magazine Advetorial.....	67
Gambar 4.16 Internet Banner.....	68
Gambar 4.17 Website.....	69
Gambar 4.18 Ambient 1.....	70
Gambar 4.19 Ambient 2.....	70
Gambar 4.20 Ambient 3.....	71
Gambar 4.21 Ambient 4.....	71
Gambar 4.22 Ambient 5.....	72
Gambar 4.23 Ambient 6.....	72
Gambar 4.24 Ambient 7.....	73
Gambar 4.25 Ambient 8.....	73
Gambar 4.26 Ambient 9.....	74
Gambar 4.27 Ambient 10.....	74

Gambar 4.28 Ambient 11.....	75
Gambar 4.29 Stand Promosi.....	76
Gambar 4.30 X-Banner.....	77
Gambar 4.31 Gimmick 1.....	78
Gambar 4.32 Gimmick 2.....	78
Gambar 4.33 Tempat Peta.....	79
Gambar 4.34 Kartu Pos.....	79

DAFTAR ISTILAH

Pariwisata : Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha yang terkait dengan bidang tersebut.

Pilot-Project : Proyek Percontohan.

Data Base : Pusat Data.

Audiens : Pendengar, Penyimak

Image : Gambar dalam istilah komputer.

Elemen Desain : Bagian-bagian dari suatu desain.

Gaya Hidup : pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat.

Mall : Plaza umum, jalan-jalan umum, atau sekumpulan sisitem dengan belokan-belokan dan dirancang khusus untuk pejalan kaki.

Wisatawan : Orang yang menikmati kegiatan wisata.

Wisata : Kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

.Populer : Terkenal.

Promosi : Suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.

Iklan : Penyajian informasi non-personal mengenai produk, merek, perusahaan atau toko yang dilakukan dengan bayaran tertentu.

Publisitas : Bentuk-bentuk komunikasi tentang perusahaan, produk, atau merek si pemasar yang tidak membutuhkan pembayaran.

Komunikasi : Berasal dari bahasa Inggris *communication*, dari bahasa latin *communicatus* yang mempunyai arti berbagi atau menjadi milik bersama, komunikasi diartikan sebagai proses sharing diantara pihak-pihak yang melakukan aktifitas komunikasi tersebut.

Branding : Merupakan pernyataan diri, mencerminkan karakteristik pemiliknya.

Bangunan Cagar Budaya : Suatu bangunan yang memiliki nilai sejarah, nilai arsitektur, nilai ilmu pengetahuan, nilai sosial budaya, serta usia sekurang-kurangnya 50 tahun.

Jadul : Jaman dulu.

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A : Sketsa Logo
- Lampiran B : Sketsa Maskot
- Lampiran C : Sketsa Layout
- Lampiran D : Contoh Poster