

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN</b> .....	v
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR DIAGRAM</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.2.1 Rumusan Masalah.....	2
1.2.2 Ruang Lingkup Kajian.....	2
1.3 Tujuan Perancangan .....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan.....	3

### **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1 Ruang Lingkup Desain Komunikasi Visual.....	5
2.1.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	5

2.1.2	Komunikasi Visual.....	6
2.2	Promosi.....	6
2.2.1	Pengertian Promosi.....	6
2.2.2	Tujuan Promosi.....	7
2.2.3	Bauran Promosi.....	7
2.2.4	Sifat Dasar Promosi.....	8
2.2.5	Motif Pembelian.....	9
2.3	<i>Brand</i> .....	9
2.3.1	Pengertian <i>Brand</i> .....	9
2.3.2	Fungsi <i>Brand</i> .....	10
2.3.3	Logo .....	11
2.4	Pemasaran.....	12
2.4.1	Pengertian Pemasaran.....	12
2.4.2	Strategi Pemasaran.....	12
2.5	SWOT.....	13
2.6	Segmentasi <i>Targeting Positioning</i> .....	15
2.6.1	Segmentasi.....	15
2.6.2	<i>Targeting</i> .....	15
2.6.3	<i>Positioning</i> .....	16
2.7	Pariwisata.....	16
2.7.1	Pengertian Wisata.....	16
2.7.2	Penggolongan Wisata.....	17
2.7.3	Keuntungan Industri Pariwisata.....	17

## **BAB III DATA DAN ANALISIS DATA**

3.1	Data dan Fakta.....	18
3.1.1	Jabar <i>Tour</i> .....	18
3.1.2	Promosi Jabar <i>Tour</i> .....	20
3.1.3	Artikel Jasa Perjalanan Wisata Sangat Diperlukan.....	21
3.1.4	Hasil Observasi.....	22
3.1.5	Hasil Kuisisioner I.....	22
3.1.6	Hasil Kuisisioner II.....	27
3.1.7	Hasil Wawancara.....	31
3.1.8	Tinjauan Terhadap Proyek/Persoalan Sejenis.....	32
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	35
3.2.1	Analisis Promosi.....	35
3.2.2	Analisis Tujuan Promosi.....	36
3.2.3	Analisis Bauran Promosi.....	36
3.2.4	Analisis Motif Pembelian.....	36
3.2.5	Analisis <i>Brand</i> .....	36
3.2.6	Analisis Strategi Pemasaran.....	36
3.2.7	Analisis SWOT.....	37
3.2.8	Analisis STP.....	38
3.2.9	Analisis Jenis Wisata.....	39

## **BAB IV PEMECAHAN MASALAH**

4.1	Konsep Komunikasi.....	40
-----	------------------------	----

4.2	Konsep Kreatif.....	41
4.2.1	Warna.....	41
4.2.2	<i>Layout</i> .....	41
4.2.3	Tipografi.....	41
4.2.4	<i>Tagline</i> .....	41
4.3	Konsep Media.....	42
4.4	Hasil Karya.....	43
4.4.1	Logo.....	43
4.4.2	<i>Business Suite</i> .....	45
4.4.2.1	Kartu Nama.....	45
4.4.2.2	Kertas Surat.....	46
4.4.2.3	Amplop.....	47
4.4.3	<i>Stand Event</i> .....	47
4.4.4	Brosur.....	48
4.4.5	Poster.....	49
4.4.6	X-Banner.....	51
4.4.7	Seragam.....	52
4.4.8	<i>Gimmic</i> .....	52
4.4.9	Iklan Majalah.....	55
4.4.10	Website.....	55
4.4.11	Media Sosial.....	57
4.5	Timeline.....	58
4.6	Rencana Anggaran Biaya.....	59

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran.....	61
5.2.1	Saran bagi Masyarakat.....	61
5.2.2	Saran bagi Pemilik Jabar <i>Tour</i> .....	62

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DATA PENULIS**

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Jabar <i>Tour</i> .....	18
Gambar 3.2	Kartu nama Jabar <i>Tour</i> .....	20
Gambar 3.3	Kartu member Jabar <i>Tour</i> .....	20
Gambar 3.4	Brosur Jabar <i>Tour</i> .....	21
Gambar 3.5	Logo Tudung <i>Group</i> .....	34
Gambar 3.6	Logo Garuda Food.....	34
Gambar 3.7	Produk Makanan Garuda Food.....	35
Gambar 3.8	Produk Minuman Garuda Food.....	35
Gambar 4.9	Logo Bloom .....	44
Gambar 4.10	Logo grid .....	44
Gambar 4.11	Warna logo .....	45
Gambar 4.12	<i>Do and Dont's</i> .....	45
Gambar 4.13	Kartu Nama.....	45
Gambar 4.14	Kertas Surat .....	46
Gambar 4.15	Amplop.....	47
Gambar 4.16	Stand <i>Event</i> .....	48
Gambar 4.17	Brosur .....	49
Gambar 4.18	Poster Seri 1.....	50

Gambar 4.19	Poster Seri 2.....	50
Gambar 4.20	Poster Seri 3 .....	51
Gambar 4.21	X-Banner.....	51
Gambar 4.22	Seragam SPG .....	52
Gambar 4.23	Seragam SPB.....	52
Gambar 4.24	Jam Dinding.....	53
Gambar 4.25	Pin.....	53
Gambar 4.26	Mug.....	54
Gambar 4.27	<i>Tumbler</i> .....	54
Gambar 4.28	<i>Binder</i> .....	54
Gambar 4.29	Iklan Malajah.....	55
Gambar 4.30	Website 1.....	56
Gambar 4.31	Website 2.....	56
Gambar 4.32	Website 3.....	56
Gambar 4.33	<i>Twitter</i> .....	57
Gambar 4.34	<i>Facebook</i> .....	57

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Skema Perancangan.....	4
Tabel 3.2	Perbandingan Jabar <i>Tour</i> dengan jasa lain.....	34
Tabel 4.3	<i>Timeline</i> .....	58
Tabel 4.4	Rencana Anggaran Biaya.....	60



## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1	Wisata menjadi kebutuhan penting.....	23
Diagram 3.2	Jenis wisata yang dipilih.....	23
Diagram 3.3	Wisata yang disukai.....	24
Diagram 3.4	Kendaraan untuk berwisata di Bandung.....	24
Diagram 3.5	Jasa <i>tour</i> diperlukan bagi yang belum pernah ke Bandung.....	25
Diagram 3.6	Alasan untuk menggunakan jasa <i>tour</i> .....	25
Diagram 3.7	Menggunakan jasa <i>tour</i> lebih murah.....	26
Diagram 3.8	Wisata murah yang diinginkan.....	26
Diagram 3.9	Pernahkan melakukan wisata di kota Bandung.....	27
Diagram 3.10	Alat transportasi untuk berwisata di Bandung.....	28
Diagram 3.11	Bersama siapa berwisata.....	28
Diagram 3.12	Kemampuan mengendarai mobil.....	29
Diagram 3.13	Kemauan menggunakan jasa <i>tour</i> yang menyediakan paket wisata...29	
Diagram 3.14	Alasan menggunakan jasa <i>tour</i> yang menyediakan paket wisata.....	30
Diagram 3.15	Pengetahuan mengenai Jabar <i>Tour</i> .....	30
Diagram 3.16	Pengetahuan mengenal Jabar <i>Tour</i> .....	31

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN A Artikel “Bisnis Rental Mobil di Bandung Sangat Prospektif

LAMPIRAN B Pertanyaan Kuisisioner I

LAMPIRAN C Pertanyaan Kuisisioner II

LAMPIRAN D Perbandingan Karya Sejenis

LAMPIRAN E Sketsa