

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan	3
1.2.1. Identifikasi Masalah	3
1.2.1. Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Untuk Objek Wisata Batudua.....	6
1.5.2 Manfaat Untuk Akademis	6
1.5.3 Manfaat Untuk Penulis.....	6
1.6. Metode Penelitian.....	6
1.6.1. Cara Pengumpulan Data	7
1.6.2 Metode Analisis Data	7
1.8. Pembabakan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Branding Tempat.....	12
2.1.1 Pengertian Branding Tempat	12

2.2 Pemasaran	12
2.2.1 Bauran Pemasaran	12
2.3 Promosi	13
2.3.1 Pengertian Promosi	13
2.3.2 Bauran Promosi	13
2.3.3 Tujuan Promosi	16
2.3.4 Proses Perencanaan Promosi	16
2.4 Pariwisata	17
2.4.1 Pengertian Pariwisata	17
2.4.2 Jenis-Jenis Wisata	17
2.4.3 Produk Wisata	18
2.4.4 Komponen Produk Pariwisata	18
2.4.5 Karakteristik Produk Pariwisata	20
2.4.6 Destinasi Pariwisata	20
2.4.7 Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Wisata	22
2.5 Karakteristik dan Segmentasi Pasar Pariwisata	23
2.5.1 Jenis dan Macam Wisatawan	25
2.5.2 Kebutuhan dan Keinginan Wisatawan	27
2.5.3 Proses Keputusan Berkunjung Wisatawan	27
2.6 Perencanaan Kegiatan Pemasaran Pariwisata	29
2.6.1 Pengertian Perencanaan Kegiatan Pemasaran Pariwisata	29
2.6.2 Proses Perencanaan Kegiatan Promosi Pariwisata	30
2.6.3 Bauran Pemasaran Pariwisata	31
2.6.4. Komunikasi dan Promosi Produk Wisata	32
2.7 Perencanaan Media	36
2.7.1 Pengertian Media	36
2.7.2 Menentukan Target Audiens	37
2.7.3 Menentukan Tujuan Media	37
2.7.4 Menetapkan Strategi Media	37
2.8 Desain Komunikasi Visual	39
2.8.1 Unsur-Unsur Pada Desain	39
2.8.2 Prinsip-Prinsip Kerja Desain	41

2.8.3	Tipografi	42
2.8.4	Layout	44
2.8.5	Copywriting	45
2.9	Olahraga Dirgantara	46
2.9.1	Paralayang dan Gantole	46
2.10	<i>Event</i>	48
BAB III URAIAN HASIL SURVEI DAN ANALISIS		50
3.1	Data Perusahaan	50
3.1.1	Profil Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Sumedang	50
3.2	Sejarah Batudua	53
3.3	Tentang Batudua	54
3.4	Analisa Promosi Pariwisata Sumedang	56
3.5	Data Observasi dan Wawancara	56
3.5.1	Hasil Observasi	56
3.5.2	Data Hasil Wawancara	58
3.6	Data Analisis SWOT	60
3.7	Data Khalayak Sasaran	65
3.7.1	Demografis	66
3.7.2	Psikografis	66
3.7.3	Geografis	67
3.7.4	Analisis Khalayak Sasaran	67
1.7.5.	Gagasan Awal Perancangan	67
BAB IV KONSEP & HASIL KARYA		69
1.1	Konsep Perancangan	69
4.1.1	Tujuan Perancangan	69
4.1.2	Strategi Pendekatan Komunikasi	69
4.1.3	Konsep Pesan	70
4.1.4	Konsep Kreatif	72
4.1.5	Strategi Media	75
4.1.6	Konsep Visual	76
4.2	Hasil Perancangan	80

4.2.1 Logo.....	80
4.2.2 <i>Event</i>	83
4.2.3 Poster Teaser	85
4.2.4 Poster <i>Event 1</i>	85
4.2.5 Poster <i>Event 2</i>	86
4.2.6 Video.....	87
4.2.7 Sosial Media.....	91
4.2.8 Website.....	93
4.3.9 <i>Merchandise</i>	95
4.3.10 Media Pendukung Lainnya	95
BAB V Penutup	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98