

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR BAGAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Manfaat Perancangan	5
1.7 Metode Penelitian	6
1.7.1 Metode Pengumpulan data.....	6

1.7.2 Metode Analisis	8
1.8 Skema Kerangka Penelitian	9
1.9 Pembabakan	10
BAB II	12
DASAR PEMIKIRAN	12
2.1 Promosi	12
2.1.1 Pengertian Promosi	12
2.1.2 Tujuan Promosi	12
2.1.3 Bauran Promosi.....	13
2.1.4 Strategi Promosi.....	15
2.2 Komunikasi.....	15
2.2.1 Pengertian Komunikasi	15
2.2.2 Komunikasi persuasif.....	16
2.3 Periklanan (<i>Advertising</i>)	17
2.3.1 Strategi Kreatif.....	18
2.3.2 Strategi Pesan.....	19
2.3.3 Pengertian Perilaku Konsumen.....	20
2.3.4 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	21
2.3.5 Strategi Menentukan Target Audiens	22
2.4 Media dalam periklanan.....	24
2.4.1 Pengertian Media	24

2.5 Desain Komunikasi Visual	25
2.5.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual	25
2.5.2 Unsur-Unsur Desain.....	25
2.5.3 Prinsip Desain	26
2.6 <i>Event</i>	27
2.6.1 Pengertian <i>Event</i>	27
2.6.2 Tujuan <i>Event</i>	28
2.7 Budaya	29
2.7.1 Pengertian Budaya	29
2.7.2 Upacara Adat	29
BAB III.....	31
DATA DAN ANALISIS.....	31
3.1 Profil	31
3.1.1 Profil Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak	31
3.1.2 Profil Event Budaya Seba Baduy.....	33
3.1.3 Waktu dan Tempat Kegiatan.....	35
3.1.4 Rangkaian Kegiatan.....	35
3.1.5 Media Promosi	39
3.2 Data Permasalahan.....	40
3.3 Data Empirik.....	41
3.3.1 Data Wawancara	41

3.3.2 Data Kuesioner.....	44
3.3.3 Data Observasi.....	47
3.3.4 Data Khalayak Sasaran	48
3.3.5 Analisis 5W+1H.....	51
3.3.6 Analisis SWOT	52
3.3.7 Tabel matriks S.W.O.T	53
3.4 Data Sejenis	55
3.4.1 Festival Seni Multatuli.....	55
3.4.2 Seren Taun Cigugur	56
3.5 Analisis Data Sejenis	57
3.5.1 Analisis Matriks SWOT.....	57
3.5.2 Analisis Matriks Kompetitor.....	58
3.5.3 Analisis Matriks Kegiatan Promosi	60
3.6 What To Say / Pesan.....	61
3.7 Analisis Metode Kreatif (AISAS).....	62
BAB IV	63
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	63
4.1 Konsep Perancangan	63
4.1.1 Tujuan Komunikasi.....	63
4.1.2 Pendekatan Komunikasi.....	64
4.1.3 Gaya Bahasa.....	64

4.2 Strategi Kreatif	64
4.3 Konsep Visual	65
4.3.1 Visual Target audience dan Indikator	65
4.3.2 Gaya Visual	65
4.3.3 Tipografi	66
4.3.4 Warna	66
4.4 Konsep Media	67
4.4.1 Media Utama	70
4.4.2 Media Pendukung	71
4.5 Hasil Rancangan	72
4.5.1 Logo	72
4.5.2 Ambient Media	73
4.5.3 Poster Cetak	73
4.5.4 Billboard	74
4.5.5 X-Banner	74
4.5.6 Instagram Ads	75
4.5.7 Video (TVC)	75
4.5.8 Instagram Post	76
4.5.9 Website	76
4.5.10 Booth	77
4.5.11 Brosur	78

4.5.12 Voucher Diskon	78
4.5.13 Merchandise	78
BAB V	79
SIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Simpulan	79
5.2 Saran	79
Daftar Pustaka.....	80
Lampiran	82