

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Permasalahan .....	4
2.2.1 Identifikasi Masalah .....	4
2.2.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Ruang Lingkup .....	4
1.4 Tujuan Perancangan .....	5
1.5 Manfaat Perancangan .....	6
1.6 Metode Penelitian .....	6
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	7
1.6.2 Analisis .....	8
1.7 Kerangka Pemikiran .....	11
1.8 Pembabakan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
2.1 UU Pemajuan Kebudayaan .....	13
2.2 Kampanye.....	13
2.3.1 Pengertian Kampanye .....	13
2.3.2 Tujuan Kampanye .....	14
2.3.3 Jenis-jenis Kampanye .....	14
2.3.4 Model Kampanye : <i>The Diffusion of Innovations Model</i> .....	15

2.3	<i>Advertising</i> .....	16
2.3.1	Komponen <i>Advertising</i> .....	17
2.3.2	Komunikasi Marketing Terintegrasi.....	18
2.4	Komunikasi .....	18
2.4.1	Model Komunikasi .....	19
2.4.2	Strategi Komunikasi.....	19
2.5	Activity, Opinion, Interest (AOI) .....	20
2.6	<i>Brand Activation</i> .....	21
2.7	Pengertian Promosi .....	22
2.7.1	Tujuan Promosi .....	22
2.7.2	Media Promosi.....	23
2.7.3	Strategi Media.....	23
2.7.4	Efektivitas Promosi .....	24
2.7.5	Promosi Lintas Batas: <i>Event Marketing</i> .....	25
2.8	Pesan dan Strategi Pesan .....	25
2.9	Desain Komunikasi Visual .....	26
2.9.1	Prinsip Desain .....	26
2.9.2	Teori Elemen Visual .....	27
	<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1	Profil Dinas Pariwisata Subang .....	30
3.1.1	Sejarah .....	30
3.1.2	Visi dan Misi.....	31
3.1.3	Tugas Pokok .....	31
3.1.4	Fungsi .....	31
3.2	Profil Budaya Ruatan .....	32
3.4.1	Data Budaya : Ruatan Bumi .....	32
3.4.2	Rangkaian Acara .....	34
3.3	Data Permasalahan .....	35
3.4	Data Empirik .....	36
3.4.1	Data Wawancara .....	36
3.4.2	Data Observasi .....	39
3.4.3	Data Khalayak Sasaran .....	43

3.5 Data Sejenis .....	44
3.5.1 Ruwatan Laut Blanakan .....	44
3.5.2 Analisis SWOT .....	46
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL RANCANGAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Konsep Perancangan .....	52
4.1.1 Strategi Kampanye : <i>The Diffusion of Innovations Model</i> .....	52
4.1.2 Pendekatan Komunikasi .....	52
4.1.3 Nama Kampanye .....	53
4.1.4 Gaya Bahasa .....	53
4.1.5 Strategi Pesan .....	53
4.1.6 Strategi Kreatif .....	54
4.1.7 Tagline .....	54
4.2 Konsep Visual .....	55
4.2.1 Visual Khalayak Sasaran .....	55
4.2.2 Gaya Visual .....	55
4.2.3 Warna .....	55
4.2.4 Tipografi .....	56
4.3 Konsep Kreatif .....	56
4.4 Hasil Rancangan .....	58
4.4.1 Logo .....	58
4.4.2 Rancangan Poster .....	58
4.4.3 Media Utama ( <i>Event</i> ) .....	59
4.4.4 Media Sosial .....	62
4.4.5 Video Trailer .....	64
4.4.6 Merchandise .....	65
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran & Rekomendasi .....	67