

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
LAMPIRAN.....	x
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Tujuan Perancangan.....	4
1.6 Manfaat Perancangan.....	5
1.7 Metodologi Penelitian.....	5
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.7.2 Metode Analisis	7
1.8 Kerangka Berpikir.....	8
1.9 Pembabakan	9
BAB II	10
2.1 Destinasi.....	10
2.2 <i>Branding</i>	10
2.2.1 Pengertian <i>Branding</i>	10
2.2.2 <i>Tagline</i>	11
2.2.4 Logo	11
2.2.5 Fleksibilitas Logo.....	11
2.2.6 Brand Sebagai Simbol.....	12
2.2.7 Maskot.....	12
2.3 Teori Komunikasi	13
2.3.1 Komunikasi pemasaran	13
2.3.2 Komunikasi Massa.....	13
2.3.3 Tujuan-tujuan Komunikasi	13
2.4 Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT).....	13
2.5 Media	14
2.5.1 Instagram.....	15
2.6 Desain Komunikasi Visual.....	16

2.6.1	Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	16
2.6.2	Unsur – unsur dalam desain	17
2.7	Metode Penelitian	20
2.7.1	Metode Kualitatif	21
2.8	Teknik Pengumpulan Data.....	21
2.8.1	Observasi.....	21
2.8.2	Wawancara.....	21
2.8.3	Studi Pustaka.....	22
2.9	Activity, Opinion, Interest (AOI).....	22
2.10	Asumsi	22
BAB III	24
3.1	Data Rancabali Tea Valley	24
3.1.1	Rancabali Tea Valley	24
3.1.2	Sarana dan Prasarana	25
3.1.3	Media Promosi	26
3.2	Wawancara.....	28
3.3	Data Permasalahan.....	29
3.4	Data Empirik.....	32
3.4.1	Data Observasi	32
3.4.2	Data Khalayak Sasaran	33
3.4.3	Kesimpulan Khalayak Sasaran.....	34
3.5	Data Sejenis	35
3.5.1	Kompetitor	35
3.6	Analisis Masalah.....	36
3.6.1	Analisis SWOT	36
3.7	Kesimpulan	37
BAB IV	39
4.1	Konsep Perancangan Strategi Periklanan.....	39
4.1.1	Tujuan Komunikasi.....	39
4.1.2	Pendekatan Komunikasi.....	40
4.1.3	Gaya Bahasa.....	40
4.2	Strategi Kreatif.....	40
4.2.1	Visual Target Audiens dan Indikator	41
4.3	Hasil Perancangan.....	41
4.3.1	Branding.....	41
4.3.1.1	Tagline	42

4.3.1.2	Logo	43
4.3.1.3	Maskot.....	44
4.3.1.4	<i>Brand Launching</i>	46
4.3.2	Ide Kreatif	46
4.3.3	Promosi	47
4.3.4	Iklan Aktual	48
4.3.4.1	Gaya Visual.....	48
4.3.4.2	Tipografi	48
4.3.4.3	Warna.....	49
4.3.4.4	Perancangan Poster	50
4.3.4.4	Perancangan Video TVC	52
4.4	Konsep Media	54
4.4.1	Skema AISAS	56
4.4.2	Media Utama.....	56
4.4.3	Media Pendukung	57
4.4.4	Perancangan Media Dalam AISAS	59
4.4.4.1	<i>Attention</i>	59
4.4.4.2	<i>Interest</i>	61
4.4.4.3	<i>Action</i>	65
4.4.4.4	<i>Search</i>	68
4.4.4.5	<i>Share</i>	69
4.4.5	<i>Merchandise</i>	71
BAB V	72
5.1	Kesimpulan	72
5.2	Saran dan Rekomendasi	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	74