

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR BAGAN .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	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 DASAR PEMIKIRAN.....	10
2.1 Teori Pariwisata.....	11
2.1.1 Pariwisata .....	11
2.1.2 Destinasi dan Pelancongan .....	11
2.1.3 Wisatawan.....	11
2.2 Teori Iklan .....	11
2.2.1 Daya Tarik Iklan .....	13
2.3 Teori Branding.....	13
2.3.1 Brand .....	13
2.3.2 Branding .....	13

2.3.3	Logo .....	14
2.3.4	Tagline.....	15
2.3.5	Maskot.....	15
2.3.6	Fungsi <i>Branding</i> .....	15
2.3.7	Brand Communication .....	16
2.3.8	Brand Awareness .....	16
2.4	Teori Komunikasi .....	16
2.4.1	Pengertian Komunikasi .....	16
2.4.2	Fungsi Komunikasi .....	17
2.4.3	Tujuan Komunikasi.....	17
2.4.4	Komunikasi Pemasaran .....	18
2.4.5	<i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> .....	19
2.4.6	Komunikasi Visual Pariwisata.....	19
2.5	Media .....	20
2.5.1	Tujuan Media .....	21
2.5.2	Jenis-jenis Media.....	21
2.5.3	Perencanaan Media .....	22
2.5.4	Media Sosial .....	22
2.5.4.1	Instagram.....	23
2.6	Teori Desain Komunikasi Visual .....	24
2.6.1	Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	25
2.6.2	Unsur-unsur Desain .....	25
2.6.3	Prinsip Kerja Desain.....	28
2.7	Tipografi.....	28
2.8	<i>Layout</i> .....	29
2.9	Motion Graphic .....	29
2.10	Ilustrasi.....	30
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>		<b>31</b>
3.1	Data Agrowisata Gunung Mas <i>Tea Hills</i> .....	31
3.1.1	Agrowisata Gunung Mas <i>Tea Hills</i> .....	31
3.2	Sarana dan Prasarana .....	33
3.2.1	Media Promosi .....	34
3.3	Data Permasalahan.....	36
3.4	Data Empirik .....	37

3.4.1	Data Observasi .....	37
3.4.2	Data Wawancara .....	38
3.4.3	Data Khalayak Sasaran.....	38
3.5	Data Destinasi Sejenis.....	40
3.5.1	Kompetitor .....	40
3.6	Analisis Masalah.....	42
3.6.1	Analisis SWOT Objek Wisata Sejenis .....	42
3.6.2	Hasil Analisis .....	43
3.7	Kesimpulan.....	44
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....</b>		<b>45</b>
4.1	Konsep Perancangan Strategi Periklanan .....	45
4.1.1	Tujuan Komunikasi .....	45
4.1.2	Pendekatan Komunikasi .....	46
4.2	Strategi Pesan .....	46
4.3	Strategi Kreatif .....	48
4.3.1	Creative Brief.....	48
4.4	Konsep Visual .....	50
4.4.1	Visual Target Audiens dan Indikator .....	50
4.4.2	Consumer Journey.....	51
4.3.2	Gaya Visual.....	52
4.3.3	Tipografi .....	52
4.3.4	Warna .....	53
4.4	Skema AISAS.....	54
4.4.1	Media Utama.....	56
4.4.2	Media Pendukung.....	56
4.5	Hasil Perancangan .....	58
4.5.1	Branding .....	58
4.5.1.1	Logo.....	59
4.5.1.2	Tagline .....	60
4.5.1.3	Maskot.....	60
4.5.1.4	Kemasan.....	61
4.5.2	Promosi.....	62
4.5.2.1	Billboard.....	62
4.5.2.2	Perancangan Video TVC .....	63

4.5.2.3	Media Sosial Konten.....	63
4.5.2.4	Website .....	64
4.5.2.5	Tiket.....	65
4.5.2.6	Merchandise .....	65
BAB V PENUTUP .....		67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran atau Rekomendasi .....	67
DAFTAR PUSTAKA .....		68
LAMPIRAN .....		70