

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5
1.7 Metode Penelitian	6
1.7.1 Metode Pengumpulan Data	6
1.7.2 Metode Analisis	7
1.8 Kerangka Berpikir	9
1.9 Pembabakan	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Pariwisata	11
2.1.1 Pengertian Pariwisata	11
2.1.2 Destinasi dan Pelancong	11
2.2 Wisatawan	11
2.2.1 Pengertian Wisatawan	11
2.3 Branding	12

2.3.1 Pengertian <i>Branding</i>	12
2.3.2 Tagline	12
2.3.3 Logo	12
2.3.4 Fleksibilitas Logo	13
2.3.5 <i>Brand</i> Sebagai Logo	13
2.3.6 Maskot	14
2.4 Teori Komunikasi.....	14
2.4.1 Pengertian Komunikasi.....	14
2.4.2 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.4.3 Komunikasi Massa.....	15
2.4.4 Tujuan Komunikasi.....	16
2.4.5 IMC (Integrated Marketing Communication).....	16
2.5 Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT).....	17
2.6 Media.....	18
2.6.1 Media Sosial	19
2.6.2 Instagram	20
2.7 Desain Komunikasi Visual.....	21
2.7.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual	22
2.7.2 Unsur-Unsur dalam Desain.....	23
2.7.3 <i>Layout</i>	26
2.7.4 Tipografi	27
2.8 Metode Penelitian.....	28
2.8.1 Metode Kualitatif.....	28
2.8.2 Kegunaan Metode Kualitatif.....	28
2.9 Teknik Pengumpulan Data	29
2.10 Activity, Opinion, Interest (AOI)	30
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	31
3.1 Data Malabar <i>Tea Village</i>	31
3.1.1 Malabar <i>Tea Village</i>	31
3.1.2 Sarana dan Prasarana	32
3.1.3 Media Promosi.....	33

3.2 Data Permasalahan	36
3.3 Data Empirik	37
3.3.1 Data Observasi.....	37
3.3.2 Data Wawancara.....	37
3.3.3 Data Khalayak Sasaran.....	38
3.4 Data Sejenis.....	40
3.4.1 Kompetitor.....	40
3.4.2 Analisis SWOT.....	42
3.5 Hasil Kesimpulan	43
BAB IV	45
4.1 Konsep Perancangan	45
4.1.1 Konsep Perancangan Strategi Periklanan	45
4.1.2 Tujuan Komunikasi.....	45
4.1.3 Pendekatan Komunikasi	46
4.1.4 Gaya Bahasa	46
4.2 Strategi Kreatif	47
4.3 Konsep Visual	47
4.3.1 Target Audiens dan Indikator	47
4.3.2 Gaya Visual.....	47
4.3.3 Tipografi	48
4.3.4 Warna.....	49
4.4 Konsep Media.....	50
4.4.1 Media Utama.....	52
4.4.2 Media Pendukung	52
4.5 Hasil Perancangan	54
4.5.1 Branding.....	54
4.5.2 Promosi	57
4.5.3 Ide Kreatif.....	57
4.5.4 Attention	58
4.5.5 Interest	61
4.5.6 Search.....	62

4.5.7 Action.....	63
4.5.8 Share	65
BAB V.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	69