

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	<i>i</i>
LEMBAR PENGESAHAN	<i>ii</i>
ABSTRAK	<i>iii</i>
ABSTRACT	<i>iv</i>
KATA PENGANTAR	<i>v</i>
DAFTAR ISI	<i>vii</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>x</i>
DAFTAR TABEL	<i>xi</i>
DAFTAR BAGAN	<i>xii</i>
BAB I	<i>1</i>
PENDAHULUAN	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang Masalah	<i>1</i>
1.2 Permasalahan	<i>3</i>
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	<i>3</i>
1.2.2 Rumusan Masalah.....	<i>3</i>
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	<i>4</i>
1.4 Tujuan Perancangan	<i>4</i>
1.5 Metode Penelitian	<i>4</i>
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	<i>4</i>
1.6 Metode Analisis	<i>5</i>
1.7 Kerangka Penelitian	<i>6</i>
1.8 Pembabakan	<i>8</i>
BAB II	<i>9</i>
LANDASAN TEORI	<i>9</i>
2.1 Branding	<i>9</i>
2.2 Brand	<i>9</i>
2.2.1 Brand Awareness	<i>9</i>
2.2.2 Brand Identity.....	<i>10</i>
2.2.3 Brand Activation	<i>10</i>

2.3	Promosi	11
2.3.1	4P (Product, Price, Place, Promotion).....	11
2.4	Destinasi Wisata	12
2.4.1	Wisata Edukasi.....	12
2.5	Perilaku Konsumen	12
2.5.1	AOI (Activities, Opinion, Interest)	13
2.6	Metode Pemasaran	13
2.6.1	SWOT	13
2.6.2	STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	14
a.	Segmenting	14
b.	Targeting	15
c.	Positioning	15
2.6.3	AISAS	15
2.6.4	5WH	16
2.7	Bauran Media	16
2.8	Komunikasi	17
2.8.1	Desain Komunikasi Visual.....	17
a.	Unsur Desain	17
b.	Prinsip Desain	18
2.8.2	Copywriting.....	19
2.8.4	Logo	19
2.9	Kerangka Teori dan Asumsi	20
2.9.1	Kerangka Teori.....	20
2.9.2	Asumsi.....	21
BAB III		22
DATA DAN ANALISIS		22
3.1	Data	22
3.1.1	Data Perusahaan	22
3.1.2	Data Permasalahan	24
3.1.3	Data Empirik	24
a.	Data Wawancara Pengelola	25
b.	Data Observasi	26
c.	Data Focus Discussion Group (FGD)	26
3.1.4	Kompetitor	30
3.1.5	Data Khalayak Sasaran	30
b.	Demografis	32
c.	Geografis	32
d.	Psikografis	32
3.2	Analisis	32
3.2.1	Analisis SWOT	33
Berikut merupakan kerja dari hasil analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). ..33		
3.2.2	Analisis 4P (Product, Price, Place, Promotion).....	34

3.2.3	Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	36
3.2.4	Penarikan Kesimpulan	37
BAB IV	38
HASIL PERANCANGAN	38
4.1	Latar Belakang Masalah dan Solusi	38
4.2	Konsep Pesan	39
4.2.1	What to Say	39
4.2.2	Big Idea	39
4.3	Konsep Kreatif.....	40
4.3.1	Strategi Komunikasi.....	40
4.3.2	Strategi Visual.....	42
4.3.3	Strategi Media.....	42
4.4	Konsep Visual.....	43
4.4.1	Layout.....	43
4.4.2	Wujud.....	44
4.4.3	Font	44
4.4.4	Warna	45
4.4.5	Logo	45
4.4.6	Maskot.....	46
4.5	Media Placement.....	46
4.5.1	Timeline	51
BAB V	53
PENUTUP	53
5.1	Kesimpulan.....	53
5.2	Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	63