

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	12
1.1. Latar Belakang Masalah	12
1.2. Identifikasi Masalah.....	15
1.3. Rumusan Masalah.....	15
1.4. Ruang Lingkup.....	15
1.5. Tujuan Penelitian	15
1.6. Manfaat Penelitian	16
1.7. Metode Penelitian.....	16
1.7.1. Metode yang digunakan	16
1.7.2. Metode Pengumpulan Data.....	17
1.8. Metode Analisis	17
1.9. Metode Penelitian	18
1.10. Sistematika Penulisan	20
BAB II LANDASAN TEORI	21
2.1. Destinasi Wisata.....	21
2.2. Branding Wisata.....	22
2.1 Gambar Identitas Brand	23
2.3. Periklanan	25
2.4. Strategi Kreatif.....	26
2.5. Strategi Marketing	28
2.6. Positioning	29
2.7. Strategi Bauran Marketing 4P.....	29
2.8. Analisis SWOT	29
2.9. Analisis AOI	30

2.10. Metode Pengumpulan Data.....	30
2.11. Desain Komunikasi Visual	31
BAB III DATA OBJEK PENELITIAN	33
3.1.1 Profil	33
3.1.2 Data wisata.....	37
3.2. Data Permasalahan.....	37
3.3. Data Target Audiens	38
3.4. Data Kuesioner.....	40
3.5. Analisis Data Sejenis	43
3.6. Analisis matriks SWOT	44
3.6.1. Rasional / Tangible :	44
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	46
4.1. Tujuan Branding Wisata	46
4.2. Pendekatan Branding	46
4.3. Strategi Pesan.....	47
4.4. Strategi Kreatif.....	48
4.5. Konsep Logo dan warna	49
4.5.1. Matriks Perbandingan	49
Bentuk Huruf/Font	49
Warna 50	
4.6. Konsep Tagline	50
4.7. Konsep Media	51
4.7.1. Brosur.....	51
4.7.2. Rancangan Branding Feed Instagram	52
52	
4.8. Rancangan Merchandise Branding Wisata	54
4.9. Rancangan Video Branding Wisata.....	56
BAB V.....	58
5.1. Simpulan	58
5.2. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60