

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	5
1.2.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup.....	6
1.4 Tujuan Perancangan.....	6
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis.....	7
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.5.2 Analisis Data.....	8
1.6 Kerangka Perancangan.....	10
1.7 Pembabakan.....	11
BAB II	12
2.1 Wisata.....	12
2.1.1 Jenis-Jenis Wisata	12
A. Wisata Alam	12
B. Wisata Bahari	12

C. Wisata Kuliner.....	12
2.2 Kuliner	13
2.2.1 Jenis-Jenis Kuliner	13
A. Warung Makan Tradisional.....	13
B. Kue & Roti	13
C. Aneka Minuman	13
2.4 Promosi	14
2.4.1 Tujuan Promosi	14
2.5 Komunikasi	15
2.5.1 Strategi Komunikasi.....	15
A. Informatif	15
B. Repetitif	15
C. Persuasif	16
2.6 Pemasaran	16
2.6.1 Strategi Pemasaran	16
A. Koordinasi Pemasaran yang Lebih Efektif.....	16
B. Memenuhi Tujuan Usaha	16
C. Pengawasan Kegiatan Pemasaran.....	17
2.6.2 Konsep Strategi Pemasaran.....	17
A. Segmentasi Pasar.....	17
B. <i>Market Positioning</i>	17
C. <i>Marketing Mix Strategy</i>	17
2.6.3 Manajemen Pemasaran.....	17
2.6.4 Usaha.....	18
2.6.5 Produk	18
2.6.6 Jasa	18
2.6.7 Harga	18
2.7 Periklanan.....	18
2.8 Iklan.....	19
2.8.1 Fungsi Iklan.....	19
2.9 Perilaku Konsumen	20
2.10 AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action & Share</i>).....	20

2.11 AOI (<i>Activity, Opinion, & Interest</i>)	20
2.12 S.W.O.T	21
2.13 <i>Copywriting</i>	21
2.13.1 Jenis-Jenis <i>Copywriting</i>	22
2.14 Media	22
2.14.1 <i>Media Placement</i>	23
A. <i>Above the Line</i>	23
B. <i>Below the Line</i>	23
C. <i>Through the Line</i>	23
2.14.2 Jenis-Jenis Media	23
2.15 Kreativitas	24
2.16 <i>Brand Awareness</i>	24
2.17 Desain Komunikasi Visual.....	24
2.17.1 Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual.....	25
BAB III	33
3.1 Data Produk.....	33
3.1.1 Analisis Data Menu Kuliner	34
3.1.2 Analisis Tempat Kuliner	35
3.2 Data Khalayak Sasaran	38
3.3 Kompetitor.....	41
3.3.1 Analisa Menu Kompetitor.....	41
3.3.2 Analisa Tempat Kompetitor.....	42
3.4 Analisa Visual Sosial Media.....	43
3.5 Data Hasil Observasi, Wawancara, dan Kuesioner.....	45
3.5.1 Observasi.....	45
3.5.2 Wawancara.....	47
3.5.3 Kuesioner.....	48
3.6 Analisis.....	49
3.6.1 Analisis SWOT	49
3.6.2 Analisa Matriks SWOT Kompetitor.....	50
3.6.3 Rangkuman Analisa Matriks.....	51
BAB IV	53

4.1 Latar Belakang dan Solusi	53
4.1.1 Latar Belakang	53
4.1.2 Solusi.....	54
4.2 Konsep Pesan	54
4.2.1 <i>Target Audience</i>	54
4.2.2 AOI.....	55
4.2.3 <i>What to Say</i>	55
4.2.3 <i>Big Idea</i>	56
4.3 Konsep Kreatif	57
4.3.1 Strategi Komunikasi.....	57
A. Informatif.....	57
4.3.2 Strategi Visual.....	57
4.3.3 Strategi Media	57
4.3.4 Model AISAS.....	58
4.3.5 <i>Timeline AISAS</i>	60
4.4 Konsep Visual	61
4.4.1 <i>Layout</i>	61
4.4.2 Wujud 3D (<i>Event Booth/Outlet</i>).....	62
4.4.3 <i>Colour</i> (Warna)	63
4.4.4 <i>Font</i>	63
4.5 Hasil Perancangan.....	65
4.5.1 <i>Attention</i>	65
4.5.2 <i>Interest</i>	70
4.5.3 <i>Search</i>	74
4.5.4 <i>Action</i>	76
4.5.5 <i>Share</i>	78
BAB V	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

1. Wawancara	84
2. Observasi	84
3. Polling Kuesioner	87