

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	2
ABSTRAK.....	4
ABSTRACT.....	5
PENGANTAR .....	6
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR GAMBAR.....	12
BAB I.....	16
1.1 Latar Belakang Masalah .....	16
1.2 Permasalahan .....	19
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	19
1.3 Rumusan Masalah.....	20
1.4 Ruang Lingkup.....	20
1.5 Tujuan Penelitian .....	21
1.6 Manfaat Penelitian .....	21
1.7 Metodologi Penelitian.....	21
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	21
1.7.2 Metode Analisis Data.....	23
1.8 Perancangan Sejenis.....	24
1.9 Kerangka Perancangan.....	26
1.10 Pembabakan .....	27
BAB II.....	28
2.1 Promosi .....	28
2.2 Pariwisata.....	29
2.2.1 Unsur-unsur Pariwisata.....	29
2.3 Branding Destination .....	31
2.3.2 Aspek Kekuatan.....	31
2.4 Augmented Reality (AR) .....	34
2.5 Pemasaran .....	35
2.5.1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	35
2.6 Periklanan .....	36

2.7 Strategi Kreatif (Creative Strategy) .....	37
2.7.1 Tujuan Strategi Kreatif .....	38
2.7.2 Strategi Komunikasi/Pesan (What to Say).....	38
2.7.3 Taktik Kreatif (How to Say) .....	39
2.8 Media .....	42
2.8.1 Media Cetak .....	42
2.8.2 Media Digital .....	43
2.9 Media Promosi .....	43
2.9.1 ATL (Above the Line) .....	43
2.9.2 BTL (Below the Line).....	44
2.9.3 TTL (Through the Line).....	44
2.10 Desain Komunikasi Visual .....	44
2.10.1 Prinsip-prinsip Desain Komunikasi Visual.....	45
2.10.2 Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual .....	47
2.11 Kerangka Teori .....	55
.....	55
.....	55
.....	55
.....	55
<b>BAB III</b> .....	<b>56</b>
3.1 Data Museum .....	56
3.1.1 Profil Museum .....	56
3.1.2 Visi Misi .....	57
3.1.3 Sejarah.....	57
3.1.3 Data Produk .....	58
3.1.4 Media Sosial Perusahaan .....	67
3.1.5 Data Khalayak Sasaran .....	72
3.2 Data Permasalahan.....	74
3.3 Data Hasil Observasi.....	75
3.4 Data Hasil Wawancara.....	80
3.4.1 Wawancara Perusahaan .....	81
3.4.2 Wawancara Pengunjung 1.....	83
3.4.3 Wawancara Pengunjung 2.....	84
3.5 Data Hasil Kuesioner .....	86

3.6 Data Kompetitor.....	91
3.6.1 Museum Sri Baduga.....	91
3.6.2 Museum Gedung Sate.....	94
3.7 Analisis.....	96
3.7.1 Analisis SWOT.....	96
3.7.2 Analisis Kegiatan Media ATL dan BTL.....	99
3.7.3 Kesimpulan Hasil Analisis.....	100
BAB IV.....	103
4.1 Konsep Perancangan.....	103
4.2 Konsep Komunikasi.....	106
4.2.1 Tujuan Komunikasi.....	106
4.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	106
4.2.3 Gaya Bahasa.....	107
4.2.4 Konsep Pesan.....	107
4.2.5 Tujuan Informatif.....	107
4.3 Konsep Visual.....	108
4.3.1 Referensi Visual.....	108
4.3.2 Referensi Layout.....	109
4.3.3 Referensi Pameran.....	110
4.3.4 Tipografi.....	113
4.3.5 Warna.....	114
4.4 Strategi Kreatif.....	115
4.4.1 Pesan.....	115
4.4.2 Pesan Kreatif.....	115
4.3.4 Pendekatan Komunikasi Menggunakan AISAS.....	120
4.4 Strategi Komunikasi.....	121
4.5 Strategi Media.....	122
4.6 Rancangan Logo.....	123
4.7 Rancangan Poster.....	125
4.7.1 Poster Pameran.....	125
4.7.2 Poster Instagram Ads & Story, TikTok Ads.....	126
4.8 Rancangan Flyer.....	127
4.9 Rancangan Spanduk.....	129

4.10 Rancangan Wayfinding.....	130
4.11 Rancangan Instagram & TikTok.....	131
4.12 Rancangan Pameran.....	134
4.13 Merchandise.....	140
BAB V .....	146
5.1 Kesimpulan .....	146
5.1 Saran dan Rekomendasi.....	147
DAFTAR PUSTAKA .....	148
LAMPIRAN.....	154
Hasil Data Kuesioner .....	154
Observasi dan Wawancara Terhadap Museum Prabu Geusan Ulun .....	159
Wawancara Terhadap Target Audiens Museum Prabu Geusan Ulun .....	160
Denah Museum .....	161
Profil Museum .....	162