

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Manfaat Perancangan.....	5
1.6 Metode Pengambilan Data.....	5
1.6.1 Metode Kuesioner.....	5
1.6.2 Metode Wawancara.....	5
1.6.3 Studi Pustaka.....	6
1.7 Metode Analisis.....	6
1.8 Kerangka Penelitian.....	7
1.9 Pembabakan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pariwisata.....	9
2.1.1 Kepariwisata.....	9
2.1.2 Komponen Pariwisata.....	10
2.1.3 Wisata Kuliner.....	13
2.2 Promosi.....	14
2.2.1 Tujuan Promosi.....	15
2.2.2 Fungsi Promosi.....	15
2.2.3 Promosi untuk Destinasi Wisata.....	16
2.3 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.3.1 Proses Komunikasi Pemasaran.....	17
2.3.2 Bentuk Komunikasi Pemasaran.....	18
2.4 Perilaku Konsumen.....	19
2.4.1 Keputusan Konsumen.....	20
2.4.2 Kebutuhan Konsumen.....	22
2.4.3 Model Perilaku Konsumen.....	23
2.4.4 Faktor Perilaku Konsumen.....	23
2.5 DKV.....	27
2.5.1 Tata Letak (<i>Layout</i>).....	27

2.5.2 Warna	27
2.5.3 Tipografi	28
2.5.4 Ilustrasi	28
2.5.5 Fotografi & Video	29
2.6 Media	29
2.6.1 Media <i>ATL (Above The Line)</i>	30
2.6.2 Media <i>BTL (Below The Line)</i>	30
2.6.3 Media Sosial/TTL.....	31
2.7 Model Analisis SWOT	31
2.7.1 Kekuatan (<i>Strength</i>).....	32
2.7.2 Kelemahan (<i>Weakness</i>)	32
2.7.3 Peluang (<i>Opportunities</i>)	32
2.7.4 Ancaman (<i>Threats</i>).....	32
2.8 AOI.....	32
2.9 AISAS.....	33
2.10 <i>Branding</i>	35

BAB III DATA DAN ANALISIS

3.1 Profil Perusahaan	37
3.2 Data Produk	38
3.2.1 Produk Makanan	38
3.2.2 Restoran	39
3.2.3 Pusat Oleh-Oleh	39
3.3 FAB.....	40
3.3.1 <i>Feature</i>	40
3.3.2 <i>Benefit</i>	40
3.3.3 <i>Advantage</i>	40
3.4 Data Khalayak Sasaran	40
3.4.1 Demografis.....	40
3.4.2 Geografis	40
3.4.3 Psikografis.....	41
3.4.4 AIO	41
3.5 Data Permasalahan.....	42
3.5.1 Permasalahan Umum	42
3.5.2 Permasalahan Khusus	42
3.5.3 Permasalahan DKV	42
3.6 Data Observasi.....	43
3.7 Analisis Data Kuesioner	43
3.7.1 Data Kuesioner.....	43
3.7.2 Analisis Hasil Data Kuesioner	47
3.8 Data Kompetitor	48
3.9 Analisis <i>SWOT</i>	49
3.10 Analisis Matriks.....	49
3.11 Data Hasil Wawancara	50

BAB IV KONSEP PERANCANGAN

4.1 Konsep Pesan.....	51
4.1.1 Pesan yang Dikomunikasikan	51

4.1.2 <i>Tagline</i>	52
4.2 Konsep Kreatif	52
4.3 Konsep Visual.....	53
4.3.1 Pemilihan <i>Font</i>	53
4.3.2 Pemilihan <i>Layout</i>	53
4.3.3 Pemilihan Warna.....	54
4.3.4 Referensi Visual.....	54
4.4 Konsep Media	55
4.5 Hasil Perancangan	56
4.5.1 <i>Attention</i>	56
4.5.2 <i>Interest</i>	57
4.5.3 <i>Search</i>	58
4.5.4 <i>Action</i>	59
4.5.5 <i>Share</i>	60

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA