

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	4
1.2.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3. Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Metode Pengumpulan Data & Analisis .....	5
1.5.1 Metode Pengumpulan Data .....	5
1.5.2 Metode Analisis.....	7
1.6 Kerangka Penelitian .....	10
1.7 Pembabakan .....	11
BAB II.....	12
2.1 Promosi .....	12
2.1.1 Fungsi Promosi.....	13
2.2 Periklanan.....	13
2.3 Strategi Periklanan .....	14
2.4 Efektivitas Periklanan .....	15
2.5 Macam - Macam Media Promosi .....	16
2.6 Brand Destination.....	18
2.7 Awareness of Brand .....	18
2.8 Target Audiens.....	19
2.9 Consumer Journey.....	20
2.10 Analisis SWOT.....	21
2.11 Klasifikasi Media .....	21
2.12 AISAS.....	22
2.13 Desain Komunikasi Visual.....	22
2.14 Unsur-unsur Desain.....	23
2.15 Tipografi .....	26

2.16 Layout.....	26
2.17 Praproduksi.....	26
2.18 Produksi.....	27
2.19 Videografi.....	27
2.20 Postproduksi .....	27
2.21 Fotografi.....	27
2.22 TVC .....	28
2.23 Premis.....	28
2.24 Naskah.....	28
2.25 Storyboard.....	29
2.26 Kerangka Teori.....	30
<b>BAB III.....</b>	<b>31</b>
3.1 Data Pemberi Proyek.....	31
3.1.1 Profil Disbudpar Kabupaten Bandung .....	31
3.1.2 Profil Desa Lebakmuncang .....	34
3.1.3 Lokasi dan Operasional Wisata Desa Lebakmuncang .....	36
3.1.4 Data Produk dan Jasa Wisata Desa Lebakmuncang.....	36
3.1.5 Kebun Stroberi Desa Lebakmuncang.....	36
3.1.6 USP Wisata Desa Lebakmuncang .....	37
3.1.7 Data Media Sosial .....	38
3.2 Data Brand Ultramilk .....	40
3.3 Keunggulan Produk Ultra Milk.....	41
3.4 Data produk Ultra Milk.....	42
3.5 Analisis TVC Ultra Milk 50 Tahun Ultra Milk, Menutrisi Negeri Sepenuh Hati.....	42
3.5.1 Analisis konsep visual .....	43
3.6 Data Target Audience .....	44
3.7 AOI.....	44
3.8 Data Permasalahan .....	46
3.9 Data Hasil Observasi.....	47
3.10 Data Hasil Wawancara .....	48
3.11 Data Kuesioner .....	49
3.12 Data Permasalahan Desa Wisata Lebakmuncang.....	55
3.13 Data Kompetitor.....	56
3.13.1 La Frasa Lembang.....	56

3.13.2 Kebun Strawberry Emte Highland Resort.....	57
3.14 Analisis Data dan Penarikan Kesimpulan .....	57
3.14.1 Analisis SWOT.....	57
3.14.2 Analisis Matriks Pelengkapan Produk.....	59
3.14.3 Tabel Rangkuman.....	60
BAB IV .....	61
4.1 Strategi .....	61
4.1.1 Strategi Perancangan.....	61
4.1.2 Strategi Pesan .....	63
4.1.3 Strategi Kreatif.....	64
4.1.4 Metode AISAS .....	64
4.1.5 Timeline.....	65
4.1.6 Strategi Visual .....	65
4.1.7 Strategi Media .....	66
4.2 Creative Brief.....	66
4.3 Konsep Visual.....	67
4.3.1 Visual Khalayak & Indikator.....	67
4.3.2 Consumer Journey.....	67
4.3.3 Gaya Visual .....	67
4.3.4 Tipografi .....	68
4.3.5 Warna.....	69
4.4 Konsep Media .....	69
4.5 Media Utama .....	70
4.6 Media Pendukung.....	70
4.7 Aset Visual.....	71
4.8 Premis.....	71
4.9 Sinopsis .....	72
4.10 Naskah.....	73
4.11 Storyboard .....	75
4.12 Hasil Perancangan.....	80
4.12.1 Video Teaser TVC .....	80
4.12.2 Poster.....	81
4.12.3 Instagram Reels .....	82
4.12.4 Tripod Banner.....	82

4.12.5 Poster Digital Feeds Instagram .....	83
4.12.6 Flyer .....	84
4.12.7 Launching TVC Event.....	85
4.12.8 TVC .....	85
4.12.9 Merchandise .....	86
4.13 Perkiraan Anggaran Kegiatan Promosi .....	87
BAB V .....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	90
LAMPIRAN .....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	96