

# DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Ruang Lingkup .....	4
1.5 Tujuan Penelitian .....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.6.1 Akademik.....	6
1.6.2 Desa Wisata Tarumajaya.....	6
1.6.3 Target Audiens .....	6
1.6.4 Pihak Lain (Mitra: Traveloka).....	6
1.7 Metodologi Penelitian.....	7
1.7.1 Metode Pengumpulan Data .....	7
1.7.2 Metode Analisis Data.....	10

1.8 Kerangka Berpikir .....	13
1.9 Pembabakan.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1 Desa Wisata .....	15
2.1.1 Konsep Desa Wisata .....	15
2.1.2 Strategi Pengembangan Desa Wisata .....	15
2.2 Periklanan .....	17
2.2.1 Strategi Pesan .....	18
2.2.2 Strategi Kreatif .....	18
2.3 Konsep Dasar <i>Brand</i> , <i>Branding</i> dan Promosi .....	18
2.3.1 Konsep <i>Brand</i> .....	18
2.3.2 Konsep <i>Branding</i> dan Promosi.....	20
2.4 <i>Brand Communication</i> .....	21
2.4.1 <i>Brand Visualization</i> .....	21
2.4.2 <i>Brand Activation</i> .....	21
2.4.2.1 <i>Event Marketing</i> .....	22
2.5 <i>Brand Recognition</i> .....	23
2.6 <i>Destination Branding</i> .....	23
2.7 Riset Pemasaran ( <i>Market Research</i> ).....	24
2.8 <i>Consumer Behavior</i> .....	24
2.9 <i>Consumer Insight</i> .....	24
2.10 <i>Consumer Journey</i> .....	25
2.11 <i>Advertising Media</i> .....	25
2.11.1 Media Pasif.....	25
2.11.2 Media Aktif.....	25

2.12 <i>Partnership</i> .....	26
2.13 Perancangan Desain Komunikasi Visual .....	26
2.13.1 Prinsip Desain.....	27
2.13.2 Elemen Desain Komunikasi Visual .....	28
2.14 Copywriting .....	35
2.15 Kerangka Teori .....	37
2.16 Asumsi .....	37
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....</b>	<b>38</b>
3.1 Data Produk (Studi Kasus) .....	38
3.1.1 Profil Desa Tarumajaya .....	38
3.1.2 Visi dan Misi.....	38
3.1.3 Struktur Organisasi .....	39
3.1.4 Desa Tarumajaya sebagai Desa Wisata.....	39
3.1.5 Kegiatan Promosi Desa Wisata Tarumajaya.....	40
3.1.6 <i>Brand Visualization</i> Desa Wisata Tarumajaya.....	43
3.2 Data Desa Wisata Sejenis .....	44
3.2.1 Desa Wisata Kendan.....	44
3.2.2 Desa Wisata Baros .....	46
3.3 Data Partnership .....	48
3.3.1 Profil Perusahaan.....	48
3.3.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	49
3.3.3 Kemitraan Strategis Bersama Kemenparekraf .....	49
3.4 Data Khalayak Sasaran.....	50
3.4.1 Segmentasi Demografis.....	50
3.4.2 Segmentasi Geografis .....	50

3.4.3 Segmentasi Psikografis.....	50
3.4.4 AOI (Activities, Opinion, Interest) .....	51
3.5 Data Observasi.....	56
3.5.1 Observasi Geografis Desa Tarumajaya.....	56
3.5.2 Observasi Potensi Wisata Desa Tarumajaya.....	57
3.5.3 Observasi Situ Cisanti .....	58
3.5.4 Observasi Kampung Lodaya .....	61
3.6 Data Wawancara .....	64
3.7 Data Hasil Kuesioner.....	70
3.8 Data Pengunjung West Java Festival 2023 .....	74
3.9 Analisis Data.....	74
3.9.1 Analisis Cultural Mapping.....	74
3.9.2 Analisis Matriks Perbandingan.....	78
3.9.3 Analisis 4A & SDM Unggul.....	80
3.9.4 Analisis SWOT .....	80
3.9.5 Kesimpulan Analisis Data .....	82
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>83</b>
4.1 Konsep Perancangan.....	83
4.2 Strategi Pesan .....	84
4.2.1 <i>Big Idea</i> .....	84
4.2.2 Copywriting dan Content Writing ( <i>Tone of Voice</i> ) .....	85
4.3 Strategi Media.....	86
4.3.1 Metode AISAS.....	86
4.3.2 Timeline Media.....	88
4.3.3 Estimasi <i>Budget</i> .....	89

4.4 Strategi Visual.....	89
4.4.1 Moodboard .....	89
4.4.2 Referensi Iklan.....	91
4.5 Hasil Perancangan .....	92
4.5.1 Tahapan <i>Attention</i> .....	92
4.5.2 Tahapan <i>Interest</i> .....	94
4.5.3 Tahapan <i>Search</i> .....	96
4.5.4 Tahapan <i>Action</i> .....	96
4.5.5 Tahapan <i>Share</i> .....	98
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>99</b>
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran dan Rekomendasi.....	100
5.2.1 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>106</b>