

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Permasalahan .....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Perancangan .....	5
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.7 Metode Analisis .....	6
1.8 Kerangka Penelitian .....	8
1.9 Pembabakan.....	9
BAB II.....	10
2.1 Pariwisata .....	10
2.1.1 Jenis-jenis Pariwisata.....	10
2.2 4A .....	11
2.3 Destination Branding.....	12
2.4 Brand Activation.....	12
2.5 Pemasaran.....	12
2.6 Promosi.....	13
2.6.1 Tujuan Promosi.....	13
2.7 Periklanan .....	14
2.7.1 Jenis-Jenis Periklanan.....	14
2.8 Media.....	15

2.8.1 Jenis-Jenis Media .....	15
2.10 SWOT .....	16
2.11 AISAS .....	17
2.12 Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual .....	17
2.13 Copywriting .....	21
2.14 Kerangka Teori .....	23
BAB III .....	24
3.1 Data Pengelola Wisata .....	24
3.2 Data Objek Wisata .....	25
3.2.1 Daya Tarik .....	25
3.2.2 Fasilitas Utama .....	29
3.2.3 Fasilitas Pendukung .....	31
3.2.4 Aksesibilitas .....	31
3.2.5 Data Media Sosial .....	32
3.3 Data Brand Kolaborasi .....	33
3.4 Data Khalayak Sasaran .....	34
3.4.1 Demografis .....	34
3.4.2 Psikografis .....	34
3.4.3 Geografis .....	34
3.4.4 Consumer Journey .....	35
3.4.5 AOI ( <i>Activity, Opinion, Interest</i> ) .....	38
3.5 Data Wawancara .....	39
3.6 Data Observasi .....	40
3.7 Data Kuesioner .....	42
3.8 Data Kompetitor .....	45
3.8.1 Rahong Pangalengan .....	45
3.8.2 Tepian Langit Girang .....	49
3.7 Analisis .....	52
3.7.1 Analisis SWOT .....	52
3.7.2 Analisis Matriks Perbandingan .....	53
3.8 Kesimpulan Analisis Permasalahan .....	55
BAB IV .....	57

KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	57
4.1 Konsep Perancangan .....	57
4.1.1 Tujuan Komunikasi.....	57
4.1.2 Pendekatan Komunikasi .....	57
4.1.3 Gaya Bahasa .....	57
4.2 Strategi Pesan .....	58
4.2.1 Big Idea.....	58
4.2.2 Metode AISAS.....	59
4.2.4 Timeline AISAS.....	61
4.3 Konsep Visual.....	62
4.3.1 Visual Khalayak Sasaran dan Indikator .....	62
4.3.2 Referensi Visual .....	62
4.4 Gaya Visual .....	63
4.4.1 Tipografi.....	63
4.4.2 Warna .....	63
4.4.3 Aset Visual .....	64
4.5 Konsep Media.....	65
4.6 Konsep Bisnis dan Marketing Communication.....	67
4.7 Hasil Perancangan .....	68
4.7.1 Logo Event.....	68
4.7.2 <i>Attention</i> .....	69
4.7.3 <i>Interest</i> .....	70
4.7.4 <i>Search</i> .....	72
4.7.5 <i>Action</i> .....	81
4.7.6 <i>Share</i> .....	84
BAB V.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	87