

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
2.1.1 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Manfaat Perancangan.....	5
1.7 Pengumpulan Data dan Analisis Data	5
1.8 Metode Analisis.....	7
1.9 Kerangka Perancangan.....	10
1.10 Pembabakan	10
BAB II.....	12
DASAR PEMIKIRAN	12
2.1 Promosi	12
2.1.1 Tujuan Promosi.....	12
2.1.2 Jenis-Jenis Promosi.....	13
2.2 Periklanan	13
2.3 <i>Brand</i>	14
2.3.1 <i>Brand Activation</i>	14
2.3.2 <i>Brand Association</i>	15
2.4 Media	15
2.4.1 Jenis-Jenis Media	15

2.5	Target Audiens	16
2.5.1	Segmentasi Pasar.....	16
2.5.2	Perilaku Konsumen.....	16
2.5.3	<i>Market Research</i>	17
2.5.4	Consumer Insight.....	17
2.5.5	<i>Consumer Journey</i>	17
2.6	Pariwisata.....	17
2.7	Desain Komunikasi Visual	18
2.7.1	Prinsip Desain Komunikasi Visual.....	19
2.7.2	Unsur Desain Komunikasi Visual.....	19
2.7.3	Tipografi	20
2.7.4	Logo.....	20
2.8	Strategi Kreatif	20
2.9	<i>Copywriting</i>	21
BAB III.....		22
DATA DAN ANALISIS.....		22
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	22
3.1.1	Profil Wisata Kebun Bang Jani	22
3.1.2	Data Tempat	23
3.2	Data Brand Traveloka.....	27
3.2.1	Profil Traveloka	27
3.3	Data Media Sosial.....	28
3.3.1	Data Khalayak Sasaran	32
3.3.2	Data Hasil Observasi	35
3.3.3	Data Hasil Wawancara.....	36
3.3.4	Data Hasil Kuesioner	37
3.3.5	Data Kompetitor	38
3.4	Analisis	42
3.4.1	Analisis 4A (<i>Attraction, Accesability, Amenities, Ancillary</i>).....	42
3.4.2	Analisis Matriks	44
3.4.3	Analisis Kegiatan Media ATL dan BTL	47
3.4.4	Kesimpulan Hasil Analisis.....	48
BAB IV.....		50
STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN		50
4.1	Strategi Perancangan.....	50

4.2	Strategi Pesan	53
4.2.1	Big Idea	53
4.2.2	<i>Copywriting dan Content Writing</i>	53
4.3	Strategi Media.....	54
4.3.1	Metode AISAS	54
4.3.2	Timeline Media	60
4.3.3	Estimasi Budget	61
4.4	Strategi Visual	62
4.4.1	Moodboard	62
4.4.2	Referensi Visual	62
4.5	Hasil Perancangan.....	63
4.5.1	Logo Acara	63
4.5.2	Tahapan Attention	64
4.5.3	Tahapan Interest	67
4.5.4	Tahapan Search	73
4.5.5	Tahapan Action	76
4.5.6	Tahapan Share	83
BAB V.....		85
PENUTUP		85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran	85
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN		89