

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTARCT</i> .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Permasalahan.....	3
1.2.1    Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2    Rumusan Masalah.....	4
1.3    Ruang Lingkup.....	4
1.4    Tujuan Penelitian.....	5
1.5    Manfaat Penelitian.....	5
1.6    Metode Penelitian.....	6
1.6.1    Metode Pengumpulan Data.....	6
1.6.2    Metode Analisis Data .....	8
1.7    Kerangka Penelitian .....	10
1.8    Pembabakan .....	11
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI.....	12
2.1    Pariwisata .....	12
2.2.1    Destinasi Wisata.....	12
2.2.2    Wisata Alam.....	12
2.2    Brand .....	13
2.2.1    Destination Branding .....	13
2.2.2    Brand Activation .....	14
2.3    Promosi.....	14
2.4    Periklanan.....	15
2.5    Media.....	16

2.5.1	Media Cetak.....	16
2.5.2	Media Digital .....	16
2.6	Media Promosi .....	17
2.6.1	ATL ( <i>Above the Line</i> ).....	17
2.6.2	BTL ( <i>Bellow the Line</i> ) .....	17
2.6.3	TTL ( <i>Through the Line</i> ) .....	17
2.7	Target Audience.....	17
2.7.1	Consumer Insight.....	18
2.7.2	Consumer Journey .....	18
2.8	Copywriting.....	18
2.9	Desain Komunikasi Visual.....	18
2.10	Unsur – Unsur Desain Komunikasi Visual .....	19
2.10.1	Warna .....	19
2.10.2	Titik.....	19
2.10.3	Tipografi.....	19
2.10.4	Layout.....	20
2.10.5	Fotografi.....	20
2.11	Kerangka Teori.....	21
BAB III .....		22
DATA DAN ANALISIS.....		22
3.1	Data Desa Wisata .....	22
3.1.1	Profil Desa Baros .....	22
3.1.2	Sejarah.....	23
3.2	Data Objek Wisata.....	23
3.2.1	Data Tarik Dan Fasilitas Objek Wisata.....	24
3.3	FAB dan USP Wisata Alam Mega Tutupan.....	27
3.3.1	<i>Feature, Advatage, dan Benefit</i> (FAB).....	27
3.3.2	<i>Unique Selling Point</i> .....	28
3.4	Data Media Sosial .....	28
3.5	Data Brand Kolaborasi.....	33
3.6	Data Khalayak Sasaran.....	34
3.7	Data Permasalahan .....	36
3.8	Data Empiris.....	37
3.8.2	Data Wawancara.....	41
3.8.3	Data Kuesioner.....	45

3.9	Referensi Wisata.....	48
3.9.1	Datar Pinus Camp Pangalengan.....	48
3.9.2	Taman Kopi Guntang.....	49
3.9.3	Analisis SWOT.....	50
3.9.4	Analisis Matriks Perbandingan.....	52
3.10	Kesimpulan Analisa Permasalahan.....	54
BAB IV.....		56
KONSEP, STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN.....		56
4.1	Konsep Perancangan.....	56
4.2	Strategi Komunikasi.....	58
4.2.1	Tujuan Komunikasi.....	58
4.2.2	Pendekatan Komunikasi.....	58
4.2.3	Gaya Bahasa.....	58
4.3	Strategi Pesan.....	59
4.3.1	Big Idea.....	59
4.3.2	Metode AISAS.....	61
4.3.3	Timeline AISAS.....	62
4.4	Konsep Visual.....	63
4.4.1	Visual Khalayak Sasaran.....	64
4.4.2	Moodboard.....	65
4.4.3	Tipografi.....	65
4.4.4	Warna.....	66
4.4.5	Aset Visual.....	66
4.5	Konsep Media.....	67
4.6	Rencana Anggaran Biaya.....	69
4.7	Hasil Perancangan.....	71
4.7.1	Logo Event.....	71
4.7.2	Attention.....	72
4.7.3	Interest.....	74
4.7.3	Share.....	75
4.7.4	Action.....	81
4.7.5	Share.....	83
BAB V.....		85
KESIMPULAN DAN SARAN.....		85
5.1	KESIMPULAN.....	85

5.2 SARAN .....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	91