

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>1</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>2</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>3</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>4</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>5</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>6</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>10</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>12</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>13</b>
1.1 Latar Belakang.....	13
1.2 Identifikasi masalah.....	15
1.3 Rumusan Masalah.....	15
1.4 Ruang Lingkup.....	15
1.5 Tujuan Penelitian.....	16
1.6 Manfaat Penelitian.....	16
1.7 Metode.....	17
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	17
1.7.2 Metode Analisis.....	18
1.8 Kerangka Perancangan.....	20
1.9 Pembabakan.....	21
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>22</b>
2.1 Pariwisata.....	22
2.2 Desa Wisata.....	22
2.3 Periklanan.....	22
2.3.1 Tujuan Periklanan.....	23
2.4 Promosi.....	24
2.5 Brand.....	25

2.6 Brand Activation.....	25
2.7 Event.....	26
2.8 Destination Branding.....	27
2.9 Media Promosi.....	27
2.10 Media Sosial.....	28
2.11 Perilaku Konsumen.....	28
2.11.1 Faktor Pengaruh Perilaku Konsumen.....	28
2.11.2 Faktor Penentu Perilaku wisatawan.....	30
2.11.3 Target Audience.....	31
2.12 Desain Komunikasi Visual.....	31
2.12.1 Elemen Desain Komunikasi Visual.....	31
2.12.2 Prinsip-prinsip DKV.....	33
2.12.3 Penerapan Warna.....	38
2.13 Layout.....	44
2.14 Tipografi.....	45
2.14.1 Klasifikasi Huruf.....	45
2.14.2 Pedoman Penggunaa Huruf.....	47
2.15 Copywriting.....	48
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>50</b>
3.1 Data Desa Wisata.....	50
3.1.1 Profil Desa Citaman.....	50
3.1.2 Program Unggulan Desa Wisata.....	51
3.1.3 Paket Wisata Desa Citaman.....	52
3.1.4 Media Sosial.....	53
3.2 Data Khalayak Sasaran.....	54
3.2.1 Demografis.....	54
3.2.2 Geografis.....	54
3.2.3 Psikografis.....	54
3.2.4 AOL.....	54

3.3 Data Hasil Observasi.....	56
3.3.1 Data Observasi Geografis.....	56
3.3.2 Data Observasi Sosial (Kehidupan Masyarakat).....	56
3.3.3 Data Observasi Destinasi Wisata.....	57
3.3.4 Data Observasi Situs Batu Korsi.....	58
3.3.5 Data Observasi Lapangan Adu Ketangkasan Domba.....	58
3.3.6 Data Observasi Kafe Gelawas Gasibu.....	59
3.3.7 Data Observasi Makam Keramat.....	59
3.4 Data Kompetitor.....	60
3.5 Data Brand Nasional Forester.....	61
3.6 Data Wawancara.....	63
3.7 Data Kuesioner.....	66
3.8 Analisis.....	70
3.8.1 Analisis Data Mitra.....	70
3.8.2 Analisis Data Khalayak Sasaran.....	70
3.8.3 Analisis SWOT.....	70
3.8.4 Analisis Matriks Perbandingan.....	72
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....</b>	<b>74</b>
4.1 Strategi.....	74
4.1.1 Konsep Perancangan.....	74
4.1.2 Strategi Komunikasi.....	74
4.1.3 Strategi Pesan.....	76
4.1.4 Metode AISAS.....	77
4.1.5 Timeline AISAS.....	79
4.2 Konsep visual.....	79
4.2.1 Referensi Visual.....	80
4.3 Hasil Perancangan.....	81
4.3.1 Tahap Attention.....	81
4.3.2 Tahap Interest.....	83

4.3.3 Tahap Search.....	85
4.3.4 Tahap Action.....	85
4.3.5 Tahap Share.....	86
<b>BAB V PENUTUPAN.....</b>	<b>88</b>
5.1 Saran.....	88
5.2 Kesimpulan.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>89</b>