

## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	5
1.2.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup.....	6
1.4 Tujuan Perancangan.....	6
1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis.....	7
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.5.2 Analisis Data.....	8
1.6 Kerangka Perancangan.....	10
1.7 Pembabakan.....	11
BAB II	12
2.1 Wisata.....	12
2.1.1 Jenis-Jenis Wisata .....	12
A. Wisata Alam .....	12
B. Wisata Bahari .....	12

C. Wisata Kuliner.....	12
2.2 Kuliner .....	13
2.2.1 Jenis-Jenis Kuliner .....	13
A. Warung Makan Tradisional.....	13
B. Kue & Roti .....	13
C. Aneka Minuman .....	13
2.4 Promosi .....	14
2.4.1 Tujuan Promosi .....	14
2.5 Komunikasi .....	15
2.5.1 Strategi Komunikasi.....	15
A. Informatif .....	15
B. Repetitif .....	15
C. Persuasif .....	16
2.6 Pemasaran .....	16
2.6.1 Strategi Pemasaran .....	16
A. Koordinasi Pemasaran yang Lebih Efektif.....	16
B. Memenuhi Tujuan Usaha .....	16
C. Pengawasan Kegiatan Pemasaran.....	17
2.6.2 Konsep Strategi Pemasaran.....	17
A. Segmentasi Pasar.....	17
B. <i>Market Positioning</i> .....	17
C. <i>Marketing Mix Strategy</i> .....	17
2.6.3 Manajemen Pemasaran.....	17
2.6.4 Usaha.....	18
2.6.5 Produk .....	18
2.6.6 Jasa .....	18
2.6.7 Harga .....	18
2.7 Periklanan.....	18
2.8 Iklan.....	19
2.8.1 Fungsi Iklan.....	19
2.9 Perilaku Konsumen .....	20
2.10 AISAS ( <i>Attention, Interest, Search, Action &amp; Share</i> ).....	20

2.11 AOI ( <i>Activity, Opinion, &amp; Interest</i> ) .....	20
2.12 S.W.O.T .....	21
2.13 <i>Copywriting</i> .....	21
2.13.1 Jenis-Jenis <i>Copywriting</i> .....	22
2.14 Media .....	22
2.14.1 <i>Media Placement</i> .....	23
A. <i>Above the Line</i> .....	23
B. <i>Below the Line</i> .....	23
C. <i>Through the Line</i> .....	23
2.14.2 Jenis-Jenis Media .....	23
2.15 Kreativitas .....	24
2.16 <i>Brand Awareness</i> .....	24
2.17 Desain Komunikasi Visual.....	24
2.17.1 Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual.....	25
<b>BAB III</b>	<b>33</b>
3.1 Data Produk.....	33
3.1.1 Analisis Data Menu Kuliner	34
3.1.2 Analisis Tempat Kuliner	35
3.2 Data Khalayak Sasaran .....	38
3.3 Kompetitor.....	41
3.3.1 Analisa Menu Kompetitor.....	41
3.3.2 Analisa Tempat Kompetitor.....	42
3.4 Analisa Visual Sosial Media.....	43
3.5 Data Hasil Observasi, Wawancara, dan Kuesioner.....	45
3.5.1 Observasi.....	45
3.5.2 Wawancara.....	47
3.5.3 Kuesioner.....	48
3.6 Analisis.....	49
3.6.1 Analisis SWOT .....	49
3.6.2 Analisa Matriks SWOT Kompetitor.....	50
3.6.3 Rangkuman Analisa Matriks.....	51
<b>BAB IV</b>	<b>53</b>

4.1 Latar Belakang dan Solusi .....	53
4.1.1 Latar Belakang .....	53
4.1.2 Solusi.....	54
4.2 Konsep Pesan .....	54
4.2.1 <i>Target Audience</i> .....	54
4.2.2 AOI.....	55
4.2.3 <i>What to Say</i> .....	55
4.2.3 <i>Big Idea</i> .....	56
4.3 Konsep Kreatif .....	57
4.3.1 Strategi Komunikasi.....	57
A. Informatif.....	57
4.3.2 Strategi Visual.....	57
4.3.3 Strategi Media .....	57
4.3.4 Model AISAS.....	58
4.3.5 <i>Timeline AISAS</i> .....	60
4.4 Konsep Visual .....	61
4.4.1 <i>Layout</i> .....	61
4.4.2 Wujud 3D ( <i>Event Booth/Outlet</i> ).....	62
4.4.3 <i>Colour</i> (Warna) .....	63
4.4.4 <i>Font</i> .....	63
4.5 Hasil Perancangan.....	65
4.5.1 <i>Attention</i> .....	65
4.5.2 <i>Interest</i> .....	70
4.5.3 <i>Search</i> .....	74
4.5.4 <i>Action</i> .....	76
4.5.5 <i>Share</i> .....	78
BAB V	81
5.1 Kesimpulan .....	81
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

1. Wawancara .....	84
2. Observasi .....	84
3. Polling Kuesioner .....	87