

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	2
ABSTRAK.....	4
ABSTRACT.....	5
PENGANTAR	6
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR GAMBAR.....	12
BAB I.....	16
1.1 Latar Belakang Masalah	16
1.2 Permasalahan	19
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	19
1.3 Rumusan Masalah.....	20
1.4 Ruang Lingkup.....	20
1.5 Tujuan Penelitian	21
1.6 Manfaat Penelitian	21
1.7 Metodologi Penelitian.....	21
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	21
1.7.2 Metode Analisis Data.....	23
1.8 Perancangan Sejenis.....	24
1.9 Kerangka Perancangan.....	26
1.10 Pembabakan	27
BAB II.....	28
2.1 Promosi	28
2.2 Pariwisata.....	29
2.2.1 Unsur-unsur Pariwisata.....	29
2.3 Branding Destination	31
2.3.2 Aspek Kekuatan.....	31
2.4 Augmented Reality (AR)	34
2.5 Pemasaran	35
2.5.1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	35
2.6 Periklanan	36

2.7 Strategi Kreatif (Creative Strategy)	37
2.7.1 Tujuan Strategi Kreatif	38
2.7.2 Strategi Komunikasi/Pesan (What to Say).....	38
2.7.3 Taktik Kreatif (How to Say)	39
2.8 Media	42
2.8.1 Media Cetak	42
2.8.2 Media Digital	43
2.9 Media Promosi	43
2.9.1 ATL (Above the Line)	43
2.9.2 BTL (Below the Line).....	44
2.9.3 TTL (Through the Line).....	44
2.10 Desain Komunikasi Visual	44
2.10.1 Prinsip-prinsip Desain Komunikasi Visual.....	45
2.10.2 Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual	47
2.11 Kerangka Teori	55
.....	55
.....	55
.....	55
.....	55
BAB III	56
3.1 Data Museum	56
3.1.1 Profil Museum	56
3.1.2 Visi Misi	57
3.1.3 Sejarah.....	57
3.1.3 Data Produk	58
3.1.4 Media Sosial Perusahaan	67
3.1.5 Data Khalayak Sasaran	72
3.2 Data Permasalahan.....	74
3.3 Data Hasil Observasi.....	75
3.4 Data Hasil Wawancara.....	80
3.4.1 Wawancara Perusahaan	81
3.4.2 Wawancara Pengunjung 1.....	83
3.4.3 Wawancara Pengunjung 2.....	84
3.5 Data Hasil Kuesioner	86

3.6 Data Kompetitor.....	91
3.6.1 Museum Sri Baduga.....	91
3.6.2 Museum Gedung Sate.....	94
3.7 Analisis	96
3.7.1 Analisis SWOT	96
3.7.2 Analisis Kegiatan Media ATL dan BTL.....	99
3.7.3 Kesimpulan Hasil Analisis.....	100
BAB IV	103
4.1 Konsep Perancangan.....	103
4.2 Konsep Komunikasi.....	106
4.2.1 Tujuan Komunikasi.....	106
4.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	106
4.2.3 Gaya Bahasa.....	107
4.2.4 Konsep Pesan.....	107
4.2.5 Tujuan Informatif.....	107
4.3 Konsep Visual.....	108
4.3.1 Referensi Visual.....	108
4.3.2 Referensi Layout.....	109
4.3.3 Referensi Pameran	110
4.3.4 Tipografi	113
4.3.5 Warna.....	114
4.4 Strategi Kreatif.....	115
4.4.1 Pesan	115
4.4.2 Pesan Kreatif.....	115
4.3.4 Pendekatan Komunikasi Menggunakan AISAS	120
4.4 Strategi Komunikasi.....	121
4.5 Strategi Media.....	122
4.6 Rancangan Logo	123
4.7 Rancangan Poster.....	125
4.7.1 Poster Pameran.....	125
4.7.2 Poster Instagram Ads & Story, TikTok Ads.....	126
4.8 Rancangan Flyer	127
4.9 Rancangan Spanduk.....	129

4.10 Rancangan Wayfinding.....	130
4.11 Rancangan Instagram & TikTok.....	131
4.12 Rancangan Pameran.....	134
4.13 Merchandise.....	140
BAB V	146
5.1 Kesimpulan	146
5.1 Saran dan Rekomendasi.....	147
DAFTAR PUSTAKA	148
LAMPIRAN.....	154
Hasil Data Kuesioner	154
Observasi dan Wawancara Terhadap Museum Prabu Geusan Ulun	159
Wawancara Terhadap Target Audiens Museum Prabu Geusan Ulun	160
Denah Museum	161
Profil Museum	162