

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	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.....	4
1.5. Metode Pengumpulan Data Dan Analisis Data.....	4
1.5.1. Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2. Metode Analisis .....	5
1.6. Kerangka Penelitian .....	8
1.7. Pembabakan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1. <i>Brand</i> .....	10
2.1.1. <i>Brand Awareness</i> .....	10
2.1.2. <i>Brand Identity</i> .....	11
2.1.3. <i>Brand Activation</i> .....	11
2.2. Destinasi Wisata .....	12
2.2.1. Wisata Budaya .....	12
2.2.2. <i>Destination Branding</i> .....	12
2.2.3. Aspek Pariwisata.....	13
2.3. Promosi.....	13

2.3.1.	ATL ( <i>Above The Line</i> ) .....	14
2.3.2.	BTL ( <i>Below The Line</i> ) .....	14
2.4.	Periklanan .....	14
2.5.	Media .....	14
2.6.	<i>Consumer Behavior</i> .....	15
2.7.	Metode Pemasaran .....	15
2.7.1.	SWOT .....	15
2.7.2.	AISAS .....	16
2.7.3.	AOI.....	17
2.8.	Desain Komunikasi Visual .....	17
2.8.1.	Elemen Desain .....	18
2.8.2.	Prinsip-Prinsip Desain.....	18
2.8.3.	Tipografi.....	19
2.8.4.	Layout .....	19
2.9.	Fotografi .....	19
2.10.	Logo.....	20
2.11.	Kerangka Teori .....	21
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS .....</b>		<b>22</b>
3.1.	Profil Desa Tenganan .....	22
3.1.1.	Profil Desa Tenganan.....	22
3.1.2.	Lokasi Desa Tenganan .....	24
3.1.3.	Daya Tarik Wisata.....	25
3.2.	FAB ( <i>Feature, Advantage, Benefit</i> ) Desa Tenganan Pegringsingan.....	37
3.3.	USP (Unique Selling Point) .....	37
3.4.	Data Media Sosial .....	38
3.5.	Data Google Review .....	40
3.6.	Data Khalayak Sasaran.....	41
3.6.1.	AOI.....	41
3.7.	Data Permasalahan .....	43
3.8.	Data Wawancara.....	44
3.8.1.	Wawancara Kepala Desa.....	44
3.8.2.	Wawancara Pengunjung I .....	45

3.8.3.	Wawancara Pengunjung II .....	46
3.9.	Data Observasi .....	48
3.10.	Data Kuesioner .....	48
3.11.	Referensi Desa .....	49
3.11.1.	Desa Penglipuran.....	49
3.11.2.	Desa Trunyan .....	52
3.12.	Analisis SWOT .....	54
3.12.1.	Analisis 4A .....	57
3.12.2.	Kesimpulan Hasil Analisis .....	58
<b>BAB IV</b>	<b>KONSEP, STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>60</b>
4.1.	Konsep Perancangan .....	60
4.2.	Strategi Komunikasi .....	61
4.2.1.	Tujuan Komunikasi.....	61
4.2.2.	Pendekatan Komunikasi.....	62
4.2.3.	Gaya Bahasa.....	62
4.3.	Strategi Pesan .....	63
4.3.1.	Target <i>Audience</i> .....	63
4.3.2.	Strategi Pesan .....	63
4.3.3.	Big Idea .....	64
4.3.4.	Metode AISAS .....	65
4.4.	Konsep Visual .....	66
4.4.1.	Refrensi Visual.....	66
4.5.	Media Placement .....	68
4.5.1.	Media ATL.....	68
4.5.2.	Media BTL .....	69
4.5.3.	Timeline Media .....	69
4.6.	Hasil Perancangan .....	70
4.6.1.	Logo .....	70
4.6.2.	Super Graphic.....	71
4.6.3.	Visual Media Cetak.....	72
4.6.4.	Media Digital .....	76
4.6.5.	Merchandise .....	77

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>79</b>
5.1. Kesimpulan.....	79
5.2. Saran dan Rekomendasi .....	80