

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang Lingkup.....	3
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Perancangan.....	4
1.7 Metode Penelitian.....	5
1.8 Metode Analisis Data.....	6
1.9 Kerangka Penelitian.....	9
1.10 Pembabakan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Pariwisata.....	12
2.2 <i>Destination Branding</i> .....	12
2.3 <i>Brand Activation</i> .....	13
2.4 <i>Event</i> .....	14
2.5 Festival.....	15
2.6 Pemasaran.....	15
2.6.1 Bauran Pemasaran.....	15
2.7 Promosi.....	16
2.7.1 Tujuan Promosi.....	16
2.8 Periklanan.....	17
2.9 Perilaku Konsumen.....	17

2.9.1 AOI.....	18
2.10 Media.....	19
2.11 AISAS.....	19
2.12 Desain Komunikasi Visual .....	20
2.12.1 Warna.....	20
2.12.2 Tipografi.....	21
2.12.3 <i>Layout</i> .....	22
2.13 <i>Copywriting</i> .....	23
2.14 Fotografi.....	24
2.15 Kerangka Teori.....	24
BAB III DATA DAN ANALISIS.....	25
3.1 Data Pengelola Wisata.....	25
3.2 Data Objek Wisata.....	26
3.2.1 Daya Tarik Objek Wisata.....	27
3.2.2 Fasilitas Utama .....	30
3.2.3 Fasilitas Pendukung.....	32
3.3.4 Data Promosi Media Sosial.....	34
3.3 Data Brand Kolaborasi.....	35
3.3.1 Jenis-jenis Produk Pop Mie.....	36
3.4 Data Khalayak Sasaran.....	37
3.4.1 Data Segmentasi Demografis.....	37
3.4.2 Data Segmentasi Geografis.....	38
3.4.3 Data Segementasi Psikografis.....	38
3.4.4 <i>Consumer Journey</i> .....	38
3.4.5 AOI ( <i>Activity, Opinion, Interest</i> ) .....	40
3.5 Data.....	41
3.5.1 Data Wawancara.....	41
3.5.2 Data Observasi.....	43
3.5.3 Data Kuesioner.....	43
3.6 Data Kompetitor.....	49

3.6.1 Situ Cielunca.....	49
3.6.1.1 Daya Tarik Situ Cileunca.....	50
3.6.2 Teras Danoe.....	52
3.6.2.1 Data Tarik Teras Danoe.....	52
3.7 Analisis.....	56
3.7.1 Analisis Matriks SWOT.....	56
3.7.2 Analisis Matriks Perbandingan.....	58
3.8 Kesimpulan Hasil Analisis.....	59
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	62
4.1 Konsep Perancangan.....	62
4.1.1 Tujuan Komunikasi.....	62
4.1.2 Pendekatan Komunikasi.....	63
4.1.3 Gaya Bahasa.....	63
4.2 Strategi Pesan.....	63
4.3 Big Idea.....	65
4.4 Konsep Kreatif.....	66
4.4.1 Metode AISAS.....	66
4.4.2 <i>Timeline</i> AISAS.....	68
4.5 Konsep Visual.....	69
4.5.1 <i>Moodboard</i> Target Audiens.....	69
4.5.2 Referensi Visual.....	70
4.5.3 Tipografi.....	71
4.5.4 Warna.....	71
4.6 Rencana Anggaran Biaya.....	72
4.7 Hasil Perancangan.....	73

4.7.1 Logo <i>Event</i> .....	73
4.7.2 <i>Attention</i> .....	74
4.7.3 <i>Interest</i> .....	79
4.7.4 <i>Search</i> .....	81
4.7.5 <i>Action</i> .....	95
4.7.2 <i>Share</i> .....	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108