

## Daftar Isi

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
Daftar Gambar.....	vii
Daftar Tabel.....	x
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	2
1.3 Rumusan Masalah .....	3
1.4 Ruang Lingkup.....	3
1.5 Tujuan Perancangan .....	4
1.6 Metodologi Penelitian .....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	4
1.6.2 Metode Analisis Data .....	5
1.7 Kerangka Perancangan.....	7
1.7 Pembabakan .....	8
BAB 2 .....	9
LANDASAN TEORI .....	9
2.1 Pariwisata .....	9
2.2 Periklanan.....	9
2.3 <i>Brand</i> .....	10
2.3.1 <i>Brand Awarness</i> .....	10
2.3.1 <i>Brand Association</i> .....	10
2.4 <i>Destination Branding</i> .....	10
2.5 Promosi .....	11
2.5.1 Program tematik.....	11
2.6 Media Promosi .....	11
2.7 <i>Copywriting</i> .....	13
2.8 Desain Komunikasi Visual .....	13
2.9 Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual .....	14
2.9.1 Warna .....	14
2.9.2 <i>Layout</i> .....	16
2.9.3 Tipografi.....	17

2.9.4 Ilustrasi.....	18
2.9.5 Logo .....	19
2.9.6 Fotografi.....	20
2.10 Perilaku Konsumen .....	21
2.11 AOI.....	21
2.12 AISAS .....	22
2.12 Kerangka Teori.....	23
BAB 3 .....	24
DATA DAN ANALISIS.....	24
3.1 Profil Perusahaan .....	24
3.2 Profil Objek Wisata .....	25
3.3 Profil <i>Brand</i> Lokal .....	26
3.3.1 Produk Eiger .....	26
3.4 Daya Tarik Objek wisata.....	29
3.2.2 Fasilitas Utama.....	32
3.2.3 Fasilitas Pendukung .....	34
3.3 Pemasaran .....	35
3.3.1 Data Sosial Media dan Media Digital .....	35
3.5 Data Target Audience .....	36
3.5.1 Data Segmentasi Demografis.....	37
3.5.2 Data Segmentasi Geografis .....	37
3.5.3 Data Segmentasi Psikografis.....	37
3.5.4 Consumer Journey.....	38
3.5.5 AOI (Activity Opinion Interest).....	41
3.6. Data Wawancara.....	43
3.7 Data Observasi .....	44
3.8 Data Kuesioner.....	47
3.9 Data Kompetitor.....	49
3.9.1 Situ Cileunca .....	49
Sosial media Situ Cileunca .....	50
Daya Tarik Situ Cileunca .....	50
3.9.2 Teras Danoe.....	51
Sosial Media Teras Danoe.....	52
Daya tarik Teras Danoe .....	52

3.10 Analisis.....	54
3.10.1 Analisis Matriks Perbandingan SWOT .....	54
3.11 Kesimpulan Hasil Analisis .....	56
BAB 4 .....	58
Konsep dan Hasil Perancangan.....	58
4.1 Konsep Perancangan .....	58
4.1.2 Pendekatan Komunikasi.....	58
4.1.3 Gaya Bahasa.....	58
4.2 Strategi pesan .....	58
4.2.1 <i>What to say</i> .....	58
4.2.2 <i>How To say</i> .....	60
4.3 <i>Big Idea</i> .....	60
4.4 Strategi Kreatif.....	60
4.5 Strategi Media.....	62
4.5.1 <i>Output</i> media.....	62
4.5.2 AISAS .....	63
4.5.3 <i>Timeline</i> AISAS.....	63
4.6 Konsep Visual .....	64
4.6.1 Referensi <i>layout</i> visual.....	64
4.6.2 Tipografi.....	65
4.6.3 Warna .....	66
4.7 <i>Budgeting</i> .....	67
4.8 Hasil perancangan supegrafis.....	67
4.8.1 Logo Tematik Anniversary .....	67
4.8.2 <i>Pattern</i> dan <i>asset</i> Tematik Anniversary .....	68
4.9 Hasil perancangan media promosi tematik .....	69
4.9.1 <i>Attention</i> .....	69
4.9.2 <i>Interest</i> .....	75
4.9.3 Search.....	80
4.9.4 <i>Action</i> .....	82
4.9.5 <i>Share</i> .....	88
BAB 5 .....	90
PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan .....	90

5.2 Saran.....	90
Daftar Pustaka.....	91