

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan.....	4
1.2.1. Identifikasi Masalah	4
1.2.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Ruang Lingkup.....	5
1.4. Tujuan Perancangan	5
1.5. Manfaat Perancangan	6
1.6. Metode Penelitian.....	6
1.6.1. Studi Pustaka.....	7
1.7. Metode Analisis.....	8
1.8. Kerangka Penelitian	9
1.9. Pembababkan	10
BAB II	11
2.1 Pariwisata	11
2.1.1. Definisi Pariwisata	11
2.1.2. Jenis-jenis Pariwisata	11
2.1.3. Unsur-unsur Pariwisata	12
2.2 Promosi	12
2.2.1. Tujuan Promosi	13
2.2.2. Bauran Promosi.....	13
2.3 Periklanan (Advertising).....	14
2.3.1. Strategi pesan	14
2.4 Metode Analisis.....	15
2.5.1. SWOT	15
2.5.2. Matriks Perbandingan Produk.....	15
2.5.3. AISAS	16
2.5.4. AOI.....	16
2.5 Perilaku Konsumen	17
2.6.1. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	17
2.6.2. Target Audiens.....	18

2.6	Copywriting	19
2.7.1.	Direct Response Copywriting	19
2.7.2.	Marketing Copywriting.....	20
2.7.3.	Brand Copywriting.....	20
2.7.4.	SEO Copywriting.....	20
2.7.5.	Technical Copywriting.....	20
2.7	Media.....	21
2.8.1.	Media Digital	21
2.8.2.	Media Sosial.....	22
2.8.3.	Media Cetak	22
2.8	Desain Komunikasi Visual.....	22
2.9.1.	Unsur-Unsur Desain.....	24
2.9.2.	Tipografi.....	26
2.9.3.	Warna	27
2.9.4.	Ilustrasi.....	29
2.9.5.	Layout	29
2.9.6.	<i>Brand Attribute</i>	29
2.9	Kerangka Teori.....	31
BAB III	32
3.1	Data dan Sejarah Wisata Desa Lebakmuncang.....	33
3.1.1	Struktur Organisasi Desa Lebakmuncang.....	34
3.1.2	Visi & Misi Desa Lebakmuncang	34
3.1.3	Brand Personality Kebun Stroberi Desa Lebakmuncang.....	35
3.1.4	Kebun Stroberi Desa Lebakmuncang.....	35
3.1.5	Data Produk dan Jasa Wisata Desa Lebakmuncang.....	36
3.1.6	Lokasi dan Operasional Wisata Desa Lebakmuncang	37
3.1.7	<i>Positioning, Slogan, dan Tagline</i>	37
3.1.8	USP Wisata Desa Lebakmuncang	37
3.1.9	Feature, Advantage, dan Benefit	38
3.1.10	Iklan dan Media Sebelumnya.....	39
3.2	Data Khalayak sasaran	40
3.2.1	Hasil Observasi	41
3.2.2	Hasil Kuesioner	42
3.2.3	Hasil Wawancara.....	44

3.3	Activity, Opinion, Interest (AOI)	45
3.4	Data Ultra Milk	47
3.5	Data Destinasi Wisata Sejenis 1 dan 2	53
3.6	Analisis Data dan Penarikan Kesimpulan	56
3.6.1	Analisis Matriks Perbandingan SWOT	56
3.6.2	Analisis Matriks Perbandingan Produk Desa Wisata.....	57
3.6.3	Tabel Rangkuman.....	57
BAB IV	58
4.1.	Konsep Pesan	58
4.1.1.	Strategi Pesan	59
4.1.2.	Strategi Kreatif.....	60
4.2.	Strategi Visual	61
4.2.1.	Referensi <i>Brand Attributes</i>	62
4.3.	Key Visual.....	62
4.3.1.	Tipografi.....	62
4.3.2.	Warna	63
4.4.	Strategi Media	63
4.5.	Hasil Perancangan.....	63
4.5.1.	Logo	63
4.5.2.	<i>Jingle</i>	65
4.5.3.	Maskot.....	66
4.5.4.	AISAS	67
BAB V	71
DAFTAR PUSTAKA	73