

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
LEMBAR PERNYATAAN	II
KATA PENGANTAR.....	III
ABSTRAK.....	IV
ABSTRACT	V
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR GAMBAR.....	X
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Metode Penelitian	5
1.7 Metode Pengumpulan Data	5
1.8 Metode Analisis Data	6
1.9 Bagan Perancangan	8
1.10 Pembabakan	9
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI	10
2.1 Pola Makan sehat	10
2.2 Destinasi Wisata	10
2.2.1 Wisata Budaya	10
2.2.3 Wisata Kuliner	10
2.2.3 Branding Destination	11
2.3 Promosi	11
2.3.1 Tujuan Promosi	11
2.3.2 Strategi Promosi	12
2.4 Periklanan	12
2.5 Brand Communication	13
2.6 Market Research	13

2.7 Consumer Behavior	13
2.8 Consumer Insight	13
2.9 Consumer Journey	14
2.10 Copywriting	14
2.11 Media	14
2.12 Partnership	15
2.13 Desain Komunikasi Visual.....	15
2.14 Kerangka Teori	21
BAB III	22
DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	22
3.1 Data Produk	22
3.1.1 Profil Kampung Adat Cireundeu.....	22
3.1.2 Visi dan Misi.....	23
3.2 Data Brand Partnership	24
3.2.1 Ajinomoto	24
3.3 Data Kegiatan	26
3.4 FAB	29
3.4.1 <i>Feature</i> (Fitur)	29
3.4.2 <i>Advantage</i> (Keunggulan).....	30
3.4.3 <i>Benefit</i> (Mandaat).....	30
3.4.4 USP (Unique Selling Point)	30
3.5 Data Hasil Observasi.....	31
3.5.1 Observasi Geografis	31
3.5.2 Observasi Kampung Adat Cireundeu	31
3.6 Iklan dan Media	34
3.7 Data Target Audiens	37
3.7.1 Segmentasi Pasar.....	37
3.7.2 AIO	37
3.8 Data Wawancara	39
3.9 Data Kuesioner	40
3.10 Data Kampung Serupa	41
3.11 Analisis SWOT	43
BAB IV	44
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	44
4.1 Konsep Perancangan	44
4.2 Strategi Komunikasi.....	45
4.2.1 Tujuan Komunikasi.....	45

4.2.2 Pendekatan komunikasi.....	45
4.2.3 Gaya Bahasa.....	45
4.3 Strategi Pesan.....	45
4.3.1 Big Idea.....	45
4.3.2 Metode AISAS.....	46
4.3.3 Timeline AISAS.....	47
4.4 Konsep Visual.....	47
4.4.1 Visual khalayak Sasar	48
4.4.2 Aset Visual.....	48
4.4.4 Tipografi	49
4.4.5 Warna.....	50
4.5 Media Placement.....	50
4.6 Hasil Perancangan.....	52
4.6.1 Logo Event.....	52
4.6.2 Attention	52
4.6.3 Interest	55
4.6.4 Search	58
4.6.5 Action	65
4.6.6 Share	66
BAB V	69
SARAN DAN KESIMPULAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN	72