

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Permasalahan .....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan Perancangan.....	5
1.5 Manfaat Perancangan.....	5
1.6 Metode Penelitian .....	6
1.6.1 Metode yang digunakan.....	6
1.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.6.3 Metode Analisis .....	7
1.7 Kerangka Perancangan.....	8
1.8 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II.....	10
DASAR PEMIKIRAN .....	10

2.1	<i>Brand</i> .....	10
2.2	<i>Branding</i> .....	10
2.2.1	<i>City Branding</i> .....	10
2.3	<i>Brand Strategy</i> .....	10
2.3.1	<i>Brand Positioning</i> .....	11
2.3.2	<i>Brand Identity</i> .....	11
2.3.3	<i>Brand Personality</i> .....	11
2.3.4	<i>Brand Communication</i> .....	11
2.4	Promosi .....	11
2.4.1	Tujuan Promosi.....	12
2.4.2	Hasil Promosi.....	12
2.4.3	Strategi Promosi.....	13
2.5	Periklanan .....	13
2.5.1	Tujuan Iklan .....	14
2.5.2	Strategi Kreatif.....	14
2.5.3	Produk Benefit .....	15
2.5.4	SWOT .....	16
2.5.5	AOI .....	16
2.5.6	Perilaku Konsumen.....	16
2.5.7	Strategi Pesan.....	17
2.6	Desain Komunikasi Visual .....	19
2.6.1	Unsur-Unsur Visual .....	19
2.6.2	Prinsip Komposisi.....	22
2.6.3	Ilustrasi.....	23
2.6.4	Tipografi .....	24
2.6.5	Logo dan Logotype .....	26

2.6.6	Layout .....	27
2.6.7	<i>Copywriting</i> .....	30
2.7	Pariwisata .....	32
2.7.1	Daya Tarik Wisata .....	32
BAB III .....		34
DATA & ANALISIS .....		34
3.1	Data Instansi Terkait .....	34
3.1.1	Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor .....	34
3.1.2	Visi dan Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata .....	35
Misi	: .....	35
3.2	Sejarah Kabupaten Bogor .....	36
3.3	Tentang Pariwisata Kabupaten Bogor .....	37
3.3.1	Visi dan Misi Kabupaten Bogor .....	38
Misi	: .....	38
3.4	Daya Tarik Wisata Kabupaten Bogor .....	38
3.4.1	Daya Tarik Wisata Alam .....	38
3.4.2	Daya Tarik Wisata Buatan .....	46
3.4.3	Daya Tarik Wisata Budaya .....	49
3.5	Analisis Promosi Pariwisata Kabupaten Bogor .....	53
3.6	Data Observasi dan Wawancara .....	55
3.6.1	Data Observasi .....	55
3.6.2	Data Wawancara .....	56
3.6.3	Analisis Kompetitor .....	59
3.6.4	Analisa SWOT .....	63
3.7	Data Khalayak Sasaran .....	64
3.7.1	Demografis.....	65

3.7.2	Psikografis.....	65
3.7.3	Geografis.....	65
3.7.4	Analisis Khalayak Sasaran.....	66
BAB IV.....		68
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....		68
4.1	Konsep Perancangan.....	68
4.1.1	Pendekatan Komunikasi.....	68
4.1.2	Pendekatan Komunikasi Visual .....	68
4.1.3	Pendekatan Komunikasi Verbal.....	69
4.1.4	Strategi Pesan.....	69
4.1.5	Strategi Kreatif.....	70
4.2	Konsep Visual.....	73
4.2.1	Moodboard.....	73
4.4.2	Gaya Visual.....	73
4.4.3	Tipografi .....	73
4.4.4	Warna.....	74
4.3	Konsep Media .....	74
4.3.1	Media Utama.....	78
4.3.2	Media Pendukung .....	78
4.4	Hasil Rancangan .....	79
4.4.1	Penerapan <i>Brand Identity City Branding</i> Kabupaten Bogor.....	79
4.4.2	Rancangan Aktivasi Konten Media Sosial .....	80
4.4.3	Rancangan Poster Promosi .....	81
4.4.4	Rancangan Poster <i>Short Movie Web Series</i> .....	82
4.4.5	<i>Short Movie Web Series</i> .....	82
4.4.6	<i>Pop-Up Banner Ads</i> .....	83

4.4.7	<i>Website</i> .....	83
4.4.8	<i>Tourism Video</i> .....	84
4.4.9	<i>Video Virtual Reality Experiences</i> .....	84
4.4.10	<i>Aplikasi City Tour</i> .....	85
4.4.11	<i>Hashtag</i> .....	86
4.4.12	<i>Twibbon Frame Foto</i> .....	87
4.4.13	<i>Template media sosial</i> .....	87
4.4.14	<i>Merchandise</i> .....	88
BAB V.....		89
SIMPULAN DAN REKOMENDASI .....		89
5.1	Kesimpulan .....	89
5.2	Saran dan Rekomendasi.....	90
DAFTAR PUSTAKA .....		91
LAMPIRAN.....		93