

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR BAGAN .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Ruang Lingkup Penelitian .....	5
1.5 Tujuan Penelitian .....	5
1.6 Manfaat Penelitian .....	5
1.7 Metode Penelitian .....	6
1.7.1 Metode Pengumpulan Data .....	6
1.7.2 Metode Analisis .....	7
1.8 Kerangka Berpikir .....	9
1.9 Pembabakan .....	10
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
2.1 Pariwisata .....	11
2.1.1 Pengertian Pariwisata .....	11
2.1.2 Destinasi dan Pelancong .....	11
2.2 Wisatawan .....	11
2.2.1 Pengertian Wisatawan .....	11
2.3 Branding .....	12

2.3.1 Pengertian <i>Branding</i> .....	12
2.3.2 Tagline .....	12
2.3.3 Logo .....	12
2.3.4 Fleksibilitas Logo .....	13
2.3.5 <i>Brand</i> Sebagai Logo .....	13
2.3.6 Maskot .....	14
2.4 Teori Komunikasi.....	14
2.4.1 Pengertian Komunikasi.....	14
2.4.2 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.4.3 Komunikasi Massa.....	15
2.4.4 Tujuan Komunikasi.....	16
2.4.5 IMC (Integrated Marketing Communication).....	16
2.5 Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT).....	17
2.6 Media.....	18
2.6.1 Media Sosial .....	19
2.6.2 Instagram .....	20
2.7 Desain Komunikasi Visual.....	21
2.7.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual .....	22
2.7.2 Unsur-Unsur dalam Desain.....	23
2.7.3 <i>Layout</i> .....	26
2.7.4 Tipografi .....	27
2.8 Metode Penelitian.....	28
2.8.1 Metode Kualitatif.....	28
2.8.2 Kegunaan Metode Kualitatif.....	28
2.9 Teknik Pengumpulan Data .....	29
2.10 Activity, Opinion, Interest (AOI) .....	30
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....</b>	<b>31</b>
3.1 Data Malabar <i>Tea Village</i> .....	31
3.1.1 Malabar <i>Tea Village</i> .....	31
3.1.2 Sarana dan Prasarana .....	32
3.1.3 Media Promosi.....	33

3.2 Data Permasalahan .....	36
3.3 Data Empirik .....	37
3.3.1 Data Observasi.....	37
3.3.2 Data Wawancara.....	37
3.3.3 Data Khalayak Sasaran.....	38
3.4 Data Sejenis.....	40
3.4.1 Kompetitor.....	40
3.4.2 Analisis SWOT.....	42
3.5 Hasil Kesimpulan .....	43
<b>BAB IV .....</b>	<b>45</b>
4.1 Konsep Perancangan .....	45
4.1.1 Konsep Perancangan Strategi Periklanan .....	45
4.1.2 Tujuan Komunikasi.....	45
4.1.3 Pendekatan Komunikasi .....	46
4.1.4 Gaya Bahasa .....	46
4.2 Strategi Kreatif .....	47
4.3 Konsep Visual .....	47
4.3.1 Target Audiens dan Indikator .....	47
4.3.2 Gaya Visual.....	47
4.3.3 Tipografi .....	48
4.3.4 Warna.....	49
4.4 Konsep Media.....	50
4.4.1 Media Utama.....	52
4.4.2 Media Pendukung .....	52
4.5 Hasil Perancangan .....	54
4.5.1 Branding.....	54
4.5.2 Promosi .....	57
4.5.3 Ide Kreatif.....	57
4.5.4 Attention .....	58
4.5.5 Interest .....	61
4.5.6 Search.....	62

4.5.7 Action.....	63
4.5.8 Share .....	65
BAB V.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	67
LAMPIRAN.....	69