

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang Masalah .....	1
I.2 Permasalahan .....	5
I.2.1 Identifikasi Masalah .....	5
I.2.2 Rumusan Masalah .....	5
I.3 Ruang Lingkup .....	6
I.4 Tujuan Penelitian .....	6
I.5 Manfaat Penelitian .....	6
I.6 Metodologi .....	7
I.7 Kerangka Penelitian .....	9
I.8 Pembabakan .....	10
BAB II DASAR PEMIKIRAN .....	11
2.1 Pariwisata .....	11
2.2 Wisata Sejarah dan Budaya .....	12
2.3 Promosi .....	12
2.3.1 Tujuan Promosi .....	13
2.3.2 Promosi Untuk Destinasi Wisata .....	13

2.4 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.5 Perilaku Konsumen ( <i>Consumer Behavior</i> ) .....	14
2.5.1 Model Perilaku Konsumen.....	15
2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	16
2.6 Desain Komunikasi Visual.....	19
2.6.1 Tata Letak ( <i>Layout</i> ).....	19
2.6.2 Warna .....	20
2.6.3 Tipografi.....	20
2.6.4 Fotografi.....	22
2.6.5 Video .....	23
2.7 Media .....	24
2.8 Aplikasi .....	25
2.9 Model Analisis .....	25
2.9.1 SWOT .....	25
2.9.2 AOI.....	25
2.9.3 AISAS .....	26
2.10 <i>Hop on City Tour</i> .....	26
2.11 <i>Virtual Tour 360</i> .....	27
2.11.1 Cara Membuat <i>Virtual Tour 360</i> .....	27
2.11.2 Pengertian <i>Virtual Reality</i> .....	31
2.11.3 Manfaat <i>Virtual Tour 360</i> .....	31
2.12 Peta Wisata Sejarah dan Budaya Digital.....	32
<b>BAB III URAIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>34</b>
3.1 Data Perusahaan .....	34
3.1.1 Profil Perusahaan .....	34
3.1.2 Sejarah Perusahaan .....	35

3.1.3 Media Promosi Perusahaan .....	36
3.2 Data Pemberi Proyek .....	42
3.2.1 Profil Dinas Pariwisata.....	42
3.2.2 Sejarah Dinas Pariwisata.....	43
3.2.3 Media Sosial Dinas Pariwisata.....	44
3.3 Mitra Perusahaan.....	46
3.4 Data Khalayak Sasaran .....	49
3.4.1 Segmentasi, <i>Targeting</i> , & <i>Positioning</i> .....	49
3.5 Data Hasil Wawancara Konsumen.....	52
3.5.1 Data Hasil Observasi Traveloka.....	53
3.5.2 Data Hasil Wawancara Dinas Pariwisata Budaya Sumedang.....	54
3.5.3 Data Hasil Kuesioner Traveloka .....	55
3.5.4 Data Hasil Kuesioner Wisata Sejarah dan Budaya Sumedang .....	58
3.6 Data Kompetitor Traveloka.....	59
3.6.1 Kompetitor I.....	59
3.6.2 Kompetitor II.....	60
3.7 Data Kompetitor Wisata Sumedang.....	61
3.7.1 Kompetitor 1 Ciwidey.....	61
3.7.2 Kompetitor 2 Lembang .....	62
3.8 Analisis Produk .....	63
3.8.1 Analisis Destinasi Wisata.....	65
3.8.2 Analisis Pemasaran .....	66
3.8.3 Analisis Pemasaran Objek Wisata .....	69
3.8.4 Analisis Komunikasi .....	73
3.8.5 Analisis Komunikasi Objek Wisata .....	74
3.8.6 Analisis Media .....	75

3.8.7 Analisis Media Objek Wisata .....	76
3.8.8 Analisis SWOT .....	77
3.8.9 Analisis SWOT Objek Wisata .....	78
3.9 Kesimpulan .....	80
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>82</b>
4.1 Konsep Perancangan .....	82
4.1.1 Pesan yang Dikomunikasikan .....	83
4.1.2 <i>Tagline</i> .....	83
4.2 Konsep Kreatif .....	83
4.3 Konsep Visual .....	84
4.3.1 Pemilihan Font .....	86
4.3.2 Pemilihan <i>Layout</i> .....	86
4.3.3 Pemilihan Warna .....	87
4.3.4 Referensi Visual .....	88
4.4 Konsep Media .....	89
4.5 Hasil Perancangan .....	90
4.5.1 Video Promosi Reels ( <i>Attention</i> ) .....	90
4.5.2 Poster ( <i>Interest</i> ) .....	91
4.5.3 <i>Virtual Tour 360 (Search)</i> .....	96
4.5.4 Peta Wisata Sejarah dan Budaya ( <i>Action</i> ) .....	97
4.5.5 <i>Hop on City Tour (Action)</i> .....	98
4.5.6 <i>Merchandise (Share)</i> .....	100
4.5.7 Infografis .....	101
4.5.7 Materi <i>Display</i> .....	101
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>103</b>
5.1 Masukan dan Saran .....	103

DAFTAR PUSTAKA .....	104
LAMPIRAN.....	109
A. Data Hasil Kuesioner Traveloka .....	109
B. Data Hasil Kuesioner Wisata Sejarah dan Budaya di Sumedang .....	117
C. Surat Pengantar Penelitian Sumedang .....	121
D. Surat Pengantar Penelitian Traveloka .....	122
E. Ucapan Terima Kasih Pribadi .....	123