

## DAFTAR ISI

Abstrak.....	i
Kata Pengantar.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	2
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Metodologi Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2 Metode Analisis Data.....	6
1.7 Kerangka Penelitian.....	8
1.8 Pembabakan.....	8
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Promosi.....	10
2.2 Stratregi Promosi.....	10
2.3 Bauran Promosi.....	11
2.4 Jenis Promosi.....	12
2.5 Pariwisata.....	12
2.6 Unsur Pariwisata.....	13
2.7 Jenis Pariwisata.....	14
2.8 Promosi Wisata.....	15
2.9 Destinasi Wisata.....	15
2.10 Desa wisata.....	16
2.11 Desa Wisata Halal.....	16
2.12 Media.....	17
2.12.1 Jenis Media.....	17
2.13 Desain Komunikasi Visual.....	18
2.14 Unsur Desain Komunikasi Visual.....	19
2.14.1 Logo.....	19
2.14.2 Warna.....	19

2.15 Komposisi ( <i>layout</i> ).....	20
2.16 Target Audience .....	21
2.17 Costumer Journey .....	21
2.18 Perancangan .....	21
2.19 Iklan .....	22
2.20 Event .....	22
2.21 Brand activation.....	23
2.22 AISAS .....	23
2.23 Kerangka Teori.....	24
<b>BAB 3 DATA &amp; ANALISIS DATA .....</b>	<b>25</b>
3.1 Data pemberi proyek.....	25
3.1.1 Profile Disbudpar Kabupaten Bandung .....	25
3.2 Data Objek .....	26
3.2.1 Profile Desa Mekar Rahayu .....	26
3.2.2 Data Tempat Wisata Religi.....	27
3.2.3 Attraction, Accesability, Amenities, Ancillary .....	31
3.3 Profil Brand Traveloka.....	34
3.4 USP (Unique Selling Point) .....	34
3.5 Data Media Sosial dan <i>Website</i> .....	34
3.6 Data Google Review .....	37
3.7 Data Target Audience.....	37
3.7.1 AOI .....	39
3.8 Data Permasalahan.....	41
3.9 Data Wawancara.....	42
3.9.1 Wawancara Pengunjung 1 .....	42
3.10 Data Observasi .....	43
3.11 Data Kuisisioner .....	45
3.12 Data Kompetitor.....	50
3.13 Analisis SWOT .....	52
3.14 Kesimpulan hasil analisis.....	53
<b>BAB 4 KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....</b>	<b>56</b>
4.1 Konsep Perancangan.....	56
4.1.1 Pendekatan Komunikasi.....	56
4.1.2 Gaya Bahasa.....	57
4.2 Strategi Pesan.....	57
4.2.1 What To Say .....	57

4.2.2 How To Say.....	60
4.3 <i>Big Idea</i> .....	61
4.4 Strategi Media.....	62
4.4.1 AISAS .....	63
4.4.2 Timeline AISAS .....	64
4.4.3 Output media.....	66
4.5 STRATEGI KREATIF .....	67
4.6 KONSEP VISUAL.....	73
4.6.1 Referensi <i>Layout visual feed</i> Instagram .....	73
4.6.2 Tipografi.....	74
4.7 <i>Moodboard</i> .....	75
4.7.1 Warna .....	75
4.8 Hasil Perancangan.....	76
4.8.1 Logo Event dan Pattern.....	76
4.8.2 Attention.....	78
4.8.3 Interest.....	79
4.8.4 Search.....	83
4.8.5 Action.....	84
4.8.6 Share .....	89
4.9 BUDGETING .....	91
Bab 5 Penutup.....	93
5.1 Kesimpulan .....	93
5.2 Saran .....	93
Daftar Pustaka.....	95