

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	4
1.5.1 Tujuan Perancangan .....	4
1.5.2 Manfaat Perancangan .....	4
BAB II. KAMPUNG BUDAYA SUNDA PASEBAN .....	5
II.1 Kabupaten Bogor.....	5
II.2 Kecamatan Megamendung .....	7
II.3 Wisata.....	8
II.3.1 Jenis Wisata.....	9
II.3.2 Desa Wisata.....	10
II.4 Promosi.....	10
II.4.1 Tujuan Promosi .....	11
II.4.2 Jenis – Jenis Promosi.....	11
II.5 Desa Wisata Kampung Budaya Sunda Paseban.....	12

1.5.1 Profil Kampung Budaya Sunda Paseban .....	15
II.5.2 Data Pengunjung .....	15
II.5.3 Hunian Kampung Budaya Sunda Paseban .....	16
II.5.4 Elemen Kampung Budaya Sunda Paseban.....	21
II.6 Analisis Permasalahan.....	27
II.6.1 Wawancara .....	27
II.6.2 Analisis SWOT.....	28
II.6.3 Analisis 5 W + 1H.....	32
II.6.4 Analisis Media Promosi Kampung Budaya Sunda Paseban .....	33
II.6.5 <i>Unique Selling Proposition</i> (USP) .....	34
II.7 Resume .....	35
II.8 Solusi Perancangan.....	35
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN .....	36
III.1 Khalayak Sasaran .....	36
III.1.1 Demografis.....	36
III.1.2 Geografis .....	37
III.1.3 Psikografis.....	37
III.1.4 <i>Consumer Journey</i> .....	38
III.1.5 <i>Consumer Insight</i> .....	40
III.2 Strategi Perancangan.....	40
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	41
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	41
III.2.2.1 Pendekatan Visual.....	41
III.2.2.2 Pendekatan Verbal .....	42
III.2.2.3 Pendekatan Audio .....	42
III.2.3 <i>Mandatory</i> .....	43
III.2.4 Materi Pesan.....	44
III.2.5 Gaya Bahasa.....	44
III.2.6 Strategi Kreatif.....	44
III.2.6.1 <i>Copywriting</i> .....	46
III.2.6.2 <i>Storyline</i> .....	46
III.2.6.3 <i>Storyboard</i> .....	50
III.2.7 Strategi Media .....	53
III.2.7.1 Media Utama.....	54

III.2.7.2 Media Pendukung.....	54
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media .....	56
III.3 Konsep Visual .....	57
III.3.1 Format Desain .....	57
III.3.2 Tata Letak Desain .....	58
III.3.3 Tipografi.....	62
III.3.4 Ilustrasi.....	63
III.3.5 Warna.....	66
III.3.6 Audio.....	67
IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI .....	69
IV. 1 Teknis Produksi .....	69
IV.2 Media Utama.....	72
IV.3 Media AISAS.....	81
IV.4 Media Pendukung .....	89
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	94
V.1 Kesimpulan .....	94
V.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA .....	95
LAMPIRAN.....	98