

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1           PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	3
1.5 Skema Perancangan.....	4
<b>BAB II          LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Wisata.....	5
2.2 Inovasi.....	5
2.3 Inovasi Kuliner.....	6

2.4 Brand.....	6
2.4.1 Brand Identity .....	7
2.4.2 Logo Brand .....	8
2.4.3 Slogan Brand.....	8
2.4.4 Brand Equity.....	8
2.2.5 Brand Awareness.....	8
2.2.6 Brand Image.....	9
2.5 Branding .....	9
2.6 Destination Brand .....	10
2.7 Devinisi Event.....	11
2.7.1 Bentuk-bentuk Event.....	12
2.7.2 Fungsi dan Tujuan Event.....	14
2.8 Promosi.....	14
2.9 Psikologi Perilaku Konsumtif Remaja di kota Bandung.....	15

### **BAB III      DATA DAN ANALISIS MASALAH**

3.1 Data dan Fakta.....	16
3.1.1 Institusi Terkait.....	16
3.1.1 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung ...	16
3.1.2 Bandung Creative City Forum.....	18
3.1.2 Perusahaan Kuliner yang Inovatif .....	21
3.1.2.1 Andy Yang Pastry.....	21
3.1.2.2 Risoles Melepuh.....	21
3.1.2.3 Maio Green Burger.....	22
3.1.2.4 Coffee Combi.....	23

3.1.2.5 Juicide.....	23
3.1.2.6 Mie Cungkring.....	25
3.1.2.7 White Plate.....	25
3.1.2.8 Baso Jamur Sapujagat.....	26
3.1.2.9 Lemon Tree.....	27
3.1.2.10 Distro Sandwich.....	28
3.1.3 Data Angket / Kuesioner.....	29
3.1.4 Event Sejenis Sebagai Perbandingan.....	36
3.1.4.1 Localicious .....	36
3.1.4.2 Trademark.....	38
3.2 Analisis Pemecahan Masalah Wisata Kuliner yang Inovatif .....	39
3.3 Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats.....	39
3.4 Segmentasi, Targeting, dan Positioning.....	40

#### **BAB IV           PEMECAHAN MASALAH**

4.1 Konsep Komunikasi.....	42
4.2 Konsep Kreatif.....	42
4.3 Konsep Media.....	45
4.4 Hasil Karya.....	49
4.5 Biaya dan Budgeting.....	66

#### **BAB V           KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran Penulis.....	68
5.2.1 Saran umum.....	68

5.2.2 Saran Khusus..... 68

**DAFTAR PUSTAKA**

**xiv**