

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup	3
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	5
1.7 Metode Penelitian	5
1.8 Kerangka Penelitian	7
1.9 Sistematika Penulisan	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN	10
2.1 Promosi	10
2.1.1 Definisi Promosi	10
2.1.2 Bauran Promosi	10
2.1.3 Fungsi Promosi	11
2.1.4 Tujuan Promosi	11
2.2 Teori Strategi Kreatif	11
2.2.1 Produk dan <i>Brand</i>	12
2.2.2 AISAS	13
2.2.3 Teori Media	13
2.2.4 Teori Desain Komunikasi Visual	14

2.2.5	<i>Copywrtng</i>	21
2.3	Promosi Pariwisata	22
2.3.1	Definisi Pariwisata	22
2.3.2	Jenis-jenis Pariwisata	23
2.3.3	Komponern-komponen Pengembangan Pariwisata	23
2.4	Teori Event	24
2.4.1	Definisi Event	24
2.4.2	Publikasi dan Promosi Event	25
BAB III	DATA DAN ANALISIS MASALAH	26
3.1	Data	26
3.1.1	Gambaran Umum Kabupaten Subang	26
3.1.2	Visi dan Misi	27
3.2	Data Objektif	28
3.2.1	Wisata Alam Capolga	30
3.2.2	Data Statistik wisat alam Capolaga	34
3.2.3	Data Khalayak	35
3.2.3.1	Data Pariwisata Pembanding	36
3.2.3.1	Data Obesrvasi dan Wawancara	38
3.2	Analisis	42
3.2.1	Analisis Produk Sejenis	42
3.2.2	Analisis Swot	43
BAB IV	KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	46
4.1	Konsep Perancangan	46
4.1.1	Strategi Kreatif	46
4.1.2	Konsep Pesan	46
4.1.3	Konsep Kreatif	47

4.1.4	Daya Tarik	49
4.1.5	Gaya Eksekusi Kreaif	49
4.1.6	Penjadwalan Media	50
4.1.7	Mekanisme Event	50
4.2	Perancangan Promosi	51
4.2.1	Studi Visual	51
4.2.2	Konsep Logo	51
4.2.2.1	Jenis Huruf	52
4.2.2.2	Warna	52
4.2.2.3	Logo	53
4.2.3	Media Promosi	54
4.3	Hasil Perancangan	54
BAB V	PENUTUP	61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Rekomendasi	61
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN		64