

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	3
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan masalah	3
1.4 Ruang Lingkup Masalah	3
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Manfaat Perancangan	4
1.7 Cara pengumpulan data	5
1.8 Kerangka Perancangan	6
1.9 Pembabakan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Teori Promosi	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi	9
2.1.2 Fungsi Promosi	9
2.2 Tujuan Promosi	9
2.2.1 Strategi Promosi	9
2.2.2 Proses Dalam Advertising	10
2.2.3 Analisis Matriks	10

2.3	Analisis SWOT	10
2.3.1	Strategi Pesan (What To Say)	10
2.3.2	Analisis Tagret Audience (Konsumen)	10
2.3.3	Strategi AISAS	11
2.3.4	Eksekusi (How to Say)	11
2.4	Media	12
2.4.1	Media Cetak	12
2.4.2	Media Televisi	12
2.5	Media Internet	13
2.6	Media Luar Ruang	14
2.7	Media Alternatif	14
2.7.1	Media <i>Video Tourism</i>	14
2.7.2	Pariwisata	14
2.7.3	Komunikasi Pariwisata	15
2.8.1	City Branding	15
2.8.2	Identitas dan Citra Tempat	15
2.8.3	Pemasaran Tempat	16
2.8.4	Daya Tarik Wisata	17
2.8.5	Desain Komunikasi Visual	17
2.8.6	Unsur-Unsur Pada Desain	20
2.8.7	Prinsip-PrinsipoDesain	21
2.8.8	Tipografi	22
2.9	<i>Copywriting</i>	23
2.9	<i>Layout</i>	23
BAB III DATA DAN ANALISIS		24
3.1	Data Perum Perhutani	24
3.1.1	Visi Dan Misi	25
3.1.2	Lokasi	31
3.1.3	Data Produk	32

3.1.4	Data Khalayak Sasaran	33
3.1.5	Demografi	35
3.1.6	Geografis	37
3.1.7	Psikografis	47
3.2	Data Proyek Sejenis	50
3.2.1	Skema kompetitor	50
3.2.1	Data Observasi	50
3.2.1	Data Penjualan	50
3.2.1	Data Observasi dan Wanwancara	50
3.2.1	Opini Pengunjung Ranca Upas.....	50
3.2.1	Analisis SWOT	50
3.2.1	Simpulan.....	50
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN.....		53
4.1	Konsep Perancangan.....	53
4.2	Konsep Komunikasi	53
4.3	Fungsi Komunikasi	54
4.4	Konsep pesan	56
4.5	Strategi media	57
4.6	Strategi Kreatif	57
4.6.1	Ide Cerita	58
4.6.2	Gaya Visual	58
4.6.3	Studi Visual Logo	59
4.6.4	Konsep Tipografi	69
4.7	Hasil Perancangan	60
4.7.1	Media Utama	60
4.7.2	Media Pendukung.....	61
4.7.3	<i>Timeline Media</i>	62

BAB V SARAN DAN KESIMPULAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75

DAFTAR BAGAN

1.8 Kerangka Perancangan	6
4.4 Konsep Mesan.....	53