

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.2.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Metodologi Penelitian	4
1.6.1 Teknik Pengumpulan Data	4
1.6.2 Metode Analisis	5
1.7 Kerangka Penelitian	6
1.8 Pembabakan	7
BAB II. DASAR PEMIKIRAN	8
2.1 Promosi	8
2.1.1 Pengertian Promosi	8
2.1.2 Bauran Promosi	8

2.2	Komunikasi	9
2.2.1	Komunikasi Persuasif	10
2.3	Media	10
2.3.1	Perencanaan Media	10
2.3.2	Target Audiens	11
2.4	Branding Destinasi	11
2.5	Analisis SWOT	12
2.6	Analisis Matriks	13
2.7	Pariwisata Rekreasi	14
BAB III. DATA DAN ANALISIS MASALAH		15
3.1	Data Pemberi Proyek/Perusahaan	15
3.1.1	Profil Geopark Kab. Bandung Barat	15
3.2	Data Permasalahan	15
3.3	Data Empirik	17
3.3.1	Data Wawancara	17
3.3.2	Data Kuesioner	20
3.3.3	Data Observasi	23
3.3.4	Data Khalayak Sasaran	24
3.4	Data Sejenis	27
3.4.1	Profil Geopark Ciletuh	27
3.4.2	Profil Geopark Karangsambung-Karangbolomg	28
3.4.3	Profil Labuan Bajo	29
3.5	Hasil Analisis	29
3.5.1	Hasil Analisis Matriks	29
3.5.2	Hasil Analisis SWOT	32
3.6	AISAS	39
BAB IV. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		39
4.1	Konsep Perancangan	39
4.1.1	Konsep Pesan	39
4.1.2	Strategi Komunikasi	42
4.1.3	Konsep Kreatif	43

4.2 Konsep Media	44
4.2.1 Media Promosi	44
4.2.2 Merchandise	48
4.3 Konsep Visual	49
4.3.1 Moodboard	49
4.3.2 Studi Penggunaan Gaya Visual	49
4.3.3 Studi Penggunaan Font	50
4.3.4 Studi Penggunaan Warna	51
4.3.5 Rancangan Logo	51
4.3.6 Rancangan Maskot	52
4.4 Hasil Rancangan	53
4.4.1 Media Utama	53
4.4.2 Media Pendukung	57
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72