

Daftar Isi

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang Lingkup	3
1.5 Tujuan Perancangan.....	4
1.6 Manfaat Perancangan.....	4
1.6.1 Bagi Fakultas Industri kreatif Telkom University	4
1.6.2 Bagi Peneliti.....	4
1.6.3 Bagi Masyarakat.....	4
1.7 Metode Penelitian	4
1.7.1 Teknik Pengumpulan Data.....	5
1.7.2 Metode Analisis.....	6
1.8 Kerangka Perancangan.....	7
1.9 Pembabakan	8
1.9.1 BAB I Pendahuluan	7
1.9.2 BAB II Landasan Teori.....	7
1.9.3 BAB III Data dan Analisis	7
1.9.4 BAB IV Konsep Perancangan.....	7
1.9.5 BAB V Penutup.....	7
BAB II	9
DASAR PEMIKIRAN.....	9
2.1 Pariwisata	9
2.1.1 Pengertian Pariwisata.....	9
2.2 Promosi	9
2.2.1 Pengertian Promosi.....	9
2.2.2 Bauran Promosi.....	9

2.2.3 Tujuan Promosi	9
2.2.4 Strategi Promosi	10
2.3 Periklanan.....	11
2.3.1 Pengertian Periklanan	11
2.3.2 Tujuan Periklanan.....	12
2.3.3 Fungsi Periklanan	12
2.4 Strategi Kreatif	13
2.4.1 Strategi kreatif.....	13
2.4.2 Strategi Pesan	14
2.4.3 Pesan.....	14
2.4.4 Target Audiens	14
2.4.5 STP	14
2.5 Media	16
2.5.1 Pengertian media	16
2.5.2 Jenis Media	16
2.5.3 Tujuan Media	17
2.5.4 Strategi Media	17
2.6 Strategi Visual	17
2.6.1 Desain Komunikasi Visual.....	17
2.6.2 Unsur Desain Komunikasi Visual	17
2.6.3 Jenis Komunikasi	20
2.7 Camping.....	27
2.7.1 Pengertian Camping	27
2.7.2 Jenis tempat kemah.....	27
BAB III	29
DATA OBJEK PENELITIAN	29
3.1 Data Ciwangun Indah Camp	29
3.1.1 Ciwangun Indah <i>Camp</i>	29
3.1.2 Sejarah Ciwangun Indah <i>Camp</i>	30
3.1.3 Sarana dan Prasarana Ciwangun Indah <i>Camp</i>	31
3.1.4 Media Promosi	35
3.2 Data Khalayak	36
3.3 Data Hasil Observasi.....	38
3.3.1 Data Observasi	38
3.4 Data Wawancara.....	40
3.5 Data Kuesioner	42
3.6 Data Analisis	44

3.6.1 Data Destinasi Sejenis	44
3.7 Media Promosi Curug Tilu Leuwi Opat.....	45
3.8 Analisis.....	46
3.10 <i>What To Say</i> / Pesan.....	50
BAB IV	51
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	51
4.1 Konsepsi Perancangan.....	51
4.1.1 Tujuan Komunikasi	51
4.1.2 Pendekatan Komunikasi	51
4.1.3 Gaya Bahasa.....	51
4.2 Strategi Kreatif	52
4.3 Konsep Visual	52
4.3.1 Visual Target Audience dan Indikator.....	52
4.3.2 Gaya Visual.....	53
4.3.3 Tipografi	53
4.3.4 Warna.....	54
4.4.1 Media Utama.....	57
4.4.2 Media Pendukung.....	57
4.5 Hasil Rancangan	58
4.5.1 Logo.....	58
4.5.2 Poster	59
4.5.3 X-Banner.....	61
4.5.4 Billboard	61
4.5.5 Vidio.....	62
4.5.7 Instagram Post.....	63
4.5.8 Booth	63
4.5.9 Brosur	65
4.5.10 Merchandise.....	65
BAB V	67
KESIMPULAN	67
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68