

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	ii
! Bookmark tidak ditentukan.	
ABSTRACT.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan. v
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan. i
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
PENDAHULUAN.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.1 Latar Belakang.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.2 Identifikasi Masalah.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.3 Rumusan Masalah.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.4 Ruang Lingkup.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.5 Tujuan Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.6 Manfaat Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.7 Metodologi Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.7.2 Metode Analisis Data.....	8
1.8 Kerangka Berpikir.....	9
1.11 Pembabakan.....	10
BAB II.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
TINJAUAN PUSTAKA.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1 Teori Promosi.....	12
2.1.1 Fungsi Promosi.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1.2 Tujuan Promosi.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1.3 Strategi Promosi.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.2 Periklanan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.2.1 Pengertian Periklanan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.2.2 Tujuan Periklanan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

2.2.2 Proses Dalam Periklanan	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.2.2.1 Analisis SWOT.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.3 Pariwisata.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.3.1 Promosi Pariwisata.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.4 Desain Komunikasi Visual	17
BAB III.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
DATA DAN ANALISIS MASALAH	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.1 Data Perum Perhutani.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.1.1 Visi dan Misi	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.1.2 Lokasi	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.1.3 Data Produk	27
3.2 Data Khalayak Sasaran	30
3.3 Data Proyek Sejenis	32
3.4 Analisis SWOT	42
3.5 Simpulan	46
BAB IV	48
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	48
4.1 Konsep Perancangan.....	48
4.1.1 Konsep Komunikasi.....	49
4.1.2 Fungsi Komunikasi.....	50
4.1.3 Konsep Pesan.....	50
4.1.4 Strategi Media.....	53
4.1.5 Strategi Kreatif.....	54
4.1.6 Ide Cerita	56
4.2 Gaya Visual	58
4.3 Logo	60
4.5 Hasil Perancangan	62
BAB V	68
SIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 3.1 Logo Perhutani.....</u>	<u>24</u>
<u>Gambar 3.2 Peta Lokasi Sumber</u>	<u>26</u>
<u>Gambar 3.3 Grafik Iklim Ciwidey.....</u>	<u>26</u>
<u>Gambar 3.4 Grafik Suhu Ciwidey</u>	<u>27</u>
<u>Gambar 3.5 Grafik Suhu Ciwidey</u>	<u>27</u>
<u>Gambar 3.6 Logo Ranca Upas.....</u>	<u>28</u>
<u>Gambar 3.6.1 Penangkaran Rusa, Kolam, dan Area <i>Camping</i>.....</u>	<u>29</u>
<u>Gambar 3.6.2 Area <i>Outbond</i>.....</u>	<u>29</u>
<u>Gambar 4.1 Gambar <i>Big Idea</i>.....</u>	<u>51</u>
<u>Gambar 4.2 <i>Timeline</i> Promosi</u>	<u>52</u>
<u>Gambar 4.3 Draf <i>Script</i> TVC.....</u>	<u>57</u>
<u>Gambar 4.4 Contoh Gaya Visual</u>	<u>58</u>
<u>Gambar 4.5 Contoh Warna Yang Digunakan.....</u>	<u>59</u>
<u>Gambar 4.6 Logo Terpilih</u>	<u>61</u>
<u>Gambar 4.7 Promosi Media Sosial</u>	<u>65</u>
<u>Gambar 4.8 Filter <i>Instagram</i> “<i>Ranca Ranger</i>” dan fitur “<i>Scan and Go</i>”</u>	<u>66</u>
<u>Gambar 4.9 <i>Sign System</i> dan <i>Standee Ad Board</i></u>	<u>66</u>
<u>Gambar 4.10 <i>Billboard</i></u>	<u>67</u>
<u>Gambar 4.11 <i>Leaflet</i></u>	<u>67</u>

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 3.1 Logo Perhutani.....</u>	<u>24</u>
<u>Gambar 3.2 Peta Lokasi Sumber</u>	<u>26</u>
<u>Gambar 3.3 Grafik Iklim Ciwidey.....</u>	<u>26</u>
<u>Gambar 3.4 Grafik Suhu Ciwidey</u>	<u>27</u>
<u>Gambar 3.5 Grafik Suhu Ciwidey</u>	<u>27</u>
<u>Gambar 3.6 Logo Ranca Upas.....</u>	<u>28</u>
<u>Gambar 3.6.1 Penangkaran Rusa, Kolam, dan Area <i>Camping</i>.....</u>	<u>29</u>
<u>Gambar 3.6.2 Area <i>Outbond</i>.....</u>	<u>29</u>
<u>Gambar 4.1 Gambar <i>Big Idea</i>.....</u>	<u>51</u>
<u>Gambar 4.2 <i>Timeline</i> Promosi</u>	<u>52</u>
<u>Gambar 4.3 Draf <i>Script</i> TVC.....</u>	<u>57</u>
<u>Gambar 4.4 Contoh Gaya Visual</u>	<u>58</u>
<u>Gambar 4.5 Contoh Warna Yang Digunakan.....</u>	<u>59</u>
<u>Gambar 4.6 Logo Terpilih</u>	<u>61</u>
<u>Gambar 4.7 Promosi Media Sosial</u>	<u>65</u>
<u>Gambar 4.8 Filter <i>Instagram</i> “<i>Ranca Ranger</i>” dan fitur “<i>Scan and Go</i>”</u>	<u>66</u>
<u>Gambar 4.9 <i>Sign System</i> dan <i>Standee Ad Board</i></u>	<u>66</u>
<u>Gambar 4.10 <i>Billboard</i></u>	<u>67</u>
<u>Gambar 4.11 <i>Leaflet</i></u>	<u>67</u>

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.3 Data <i>Camping Ground</i>	30
Tabel 3.3.1 Skema Kompetitor.....	35
Tabel 4.1 Strategi Media.....	53
Tabel 4.3 Penjabaran <i>Timeline</i> Promosi.....	55