

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR BAGAN .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Permasalahan</b> .....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
<b>1.3 Ruang Lingkup</b> .....	3
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	4
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	4
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.5.2 Manfaat Praktis .....	4
<b>1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis</b> .....	4
1.6.1 Metode Penelitian.....	5
1.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.3 Analisis Data .....	6
<b>1.7 Kerangka Penelitian</b> .....	8

<b>1.8 Pembabakan</b> .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	10
<b>2.1 Pariwisata</b> .....	10
<b>2.2 Wisata Alam</b> .....	11
<b>2.3 Media</b> .....	11
<b>2.4 Periklanan</b> .....	12
2.4.1 Pengertian Periklanan.....	12
2.4.2 Strategi Kreatif Periklanan.....	12
<b>2.5 Promosi</b> .....	14
2.5.1 Pengertian Promosi .....	14
2.5.2 Tujuan Promosi .....	15
2.5.3 Bauran Promosi.....	15
<b>2.6 Media Promosi</b> .....	16
2.6.1 Media Luar Ruang .....	16
2.6.2 Media Online .....	16
2.6.3 Media Promosi Lainnya.....	17
<b>2.7 Perilaku Konsumen</b> .....	17
2.7.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
2.7.2 Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	17
<b>2.8 Desain Komunikasi Visual</b> .....	18
<b>2.9 Ilustrasi</b> .....	19
<b>2.10 Layout</b> .....	19
<b>2.11 Copywriting</b> .....	20
2.9.1 Pengertian <i>Copywriting</i> .....	20
2.9.2 Unsur-unsur <i>Copywriting</i> .....	20
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS DATA</b> .....	22
<b>3.1 Data Pemberi Proyek</b> .....	22

3.1.1	Destinasi Wisata Antapura De Djati .....	23
3.1.2	Struktur Organisasi .....	24
3.1.3	Media Sosial dan Website.....	25
3.1.4	Data Khalayak Sasaran Antapura De Djati.....	26
3.1.5	Data Permasalahan.....	27
3.1.6	Data Hasil Observasi.....	30
2.1.7	Data Hasil Wawancara.....	31
3.1.8	Data Kuesioner.....	35
<b>3.2</b>	<b>Analisis Data .....</b>	<b>37</b>
3.2.1	Analisis Kompetitor .....	37
3.2.1	Analisis Matriks SWOT.....	39
3.2.2	Analisis Matriks Kompetitor.....	40
<b>BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN .....</b>		<b>43</b>
<b>4.1</b>	<b>Strategi.....</b>	<b>43</b>
4.1.1	Strategi Pesan.....	46
4.1.2	Strategi Kreatif.....	47
4.1.3	Strategi Visual.....	50
4.1.4	Strategi Media.....	53
<b>4.2</b>	<b>Hasil Karya.....</b>	<b>55</b>
4.1.1	Visualisasi Area Acara.....	55
4.1.2	Media Luar Ruang .....	56
4.1.3	Media Online .....	60
4.1.4	Media Promosi Lainnya.....	62
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>65</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>65</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran .....</b>	<b>66</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>67</b>

LAMPIRAN.....	71
---------------	----