

<b>Gambar 4.22 Brand Guideline Kebun Raya Cibinong.....</b>	<b>70</b>
<b>Gambar 4.23 Brand Guideline Kebun Raya Cibinong.....</b>	<b>70</b>
<b>Gambar 4.24 Brosur Kebun Raya Cibinong .....</b>	<b>71</b>
<b>Gambar 4.25 Brosur Kebun Raya Cibinong .....</b>	<b>71</b>
<b>Gambar 4.26 Website Kebun Raya Cibinong.....</b>	<b>72</b>
<b>Gambar 4.27 Sticker Kebun Raya Cibinong .....</b>	<b>72</b>
<b>Gambar 4.28 Sticker Kebun Raya Cibinong .....</b>	<b>73</b>
<b>Gambar 4.29 Sticker Kebun Raya Cibinong .....</b>	<b>73</b>
<b>Gambar 4.30 Totebag Kebun Raya Cibinong .....</b>	<b>74</b>

#### **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 3.1 Tiket Masuk dan Jam Operasional Kebun Raya Cibinong .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabel 3.2 Tabel Matriks Proyek Sejenis .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 3.3 Perbandingan Promosi Media Sosial dengan Taman Buah Mekarsari .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 3.4 Tabel Penarikan Kesimpulan .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 3.5 Tabel Analisis SWOT .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4.1 Konsep Komunikasi Metode AISAS.....</b>	<b>57</b>

#### **DAFTAR BAGAN**

<b>Bagan 1.1 Kerangka Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>Bagan 3.1 Strategi untuk Perancangan Media Promosi.....</b>	<b>51</b>