

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
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.5.1 Manfaat Teoritis	4
1.5.2 Manfaat Praktis	4
1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis	4
1.6.1 Metode Penelitian.....	5
1.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.3 Analisis Data	6
1.7 Kerangka Penelitian	8

1.8 Pembabakan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Pariwisata	10
2.2 Wisata Alam	11
2.3 Media	11
2.4 Periklanan	12
2.4.1 Pengertian Periklanan.....	12
2.4.2 Strategi Kreatif Periklanan.....	12
2.5 Promosi	14
2.5.1 Pengertian Promosi	14
2.5.2 Tujuan Promosi	15
2.5.3 Bauran Promosi.....	15
2.6 Media Promosi	16
2.6.1 Media Luar Ruang	16
2.6.2 Media Online	16
2.6.3 Media Promosi Lainnya.....	17
2.7 Perilaku Konsumen	17
2.7.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
2.7.2 Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	17
2.8 Desain Komunikasi Visual	18
2.9 Ilustrasi	19
2.10 Layout	19
2.11 Copywriting	20
2.9.1 Pengertian <i>Copywriting</i>	20
2.9.2 Unsur-unsur <i>Copywriting</i>	20
BAB III DATA DAN ANALISIS DATA	22
3.1 Data Pemberi Proyek	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
3.2	Analisis Data	37
3.2.1	Analisis Kompetitor	37
3.2.1	Analisis Matriks SWOT.....	39
3.2.2	Analisis Matriks Kompetitor.....	40
BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN		43
4.1	Strategi.....	43
4.1.1	Strategi Pesan.....	46
4.1.2	Strategi Kreatif.....	47
4.1.3	Strategi Visual.....	50
4.1.4	Strategi Media.....	53
4.2	Hasil Karya.....	55
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
BAB V PENUTUP.....		65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		67

LAMPIRAN.....71