

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	ix

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.2.1 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Masalah.....	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Metode Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	6
1.7 Kerangka Perancangan	7
1.8 Pembabakan	8

BAB II. DASAR PEMIKIRAN

2.1 Komunikasi	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi	9
2.1.2 Tujuan Komunkasi.....	9
2.2 Desain Komunikasi Visual	10
2.2.1 Tipografi.....	11
2.2.2 Layout	13
2.2.3 Garis.....	14
2.2.4 Bentuk	14
2.2.5 Gelap Terang	15
2.2.6 Teksture.....	15
2.2.7 Warna.....	15

2.2.8 Ukuran.....	17
2.2.9 Ilustrasi.....	17
2.3 Media.....	17
2.4 SWOT.....	17
2.5 Pariwisata.....	18
2.6 Perilaku.....	21
2.7 Psikologi.....	21
2.8 Promosi.....	22
2.8.1 Pengertian promosi	22
2.8.2 Strategi promosi.....	23
2.8.3 Fungsi promosi	23
2.8.4 Tujuan promosi.....	24
2.8.5 Bauran promosi.....	25
2.9 Logo	30
2.10 <i>Tagline</i>	30

BAB III. DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data Perusahaan.....	31
3.1.1 Letak Geografis Kabupaten Sukabumi	31
3.1.2 Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat Kabupaten Sukabumi.....	32
3.1.3 Gambaran mengenai kawasan <i>geopark</i> di Ciletuh Kabupaten Sukabumi...32	
3.2 Target <i>Audience</i>	42
3.2.1 Demografis	42
3.2.2 Geografis	42
3.2.3 Psikografis.....	42
3.2.4 Perilaku Konsumen.....	42
3.3 Analisis SWOT	42
3.3.1 Analisis SWOT.....	43

BAB IV. KONSEP DAN PERANCANGAN

4.1 Konsep perancangan	44
4.1.1 Konsep komunikasi.....	45
4.1.2 Strategi kreatif	47
4.1.3 Metode AISAS	48
4.1.4 Analisa 5W+1H.....	48

4.1.5 Strategi media	49
4.1.6 Spesifikasi media	50
4.2 Konsep Visual	54
4.3 Referensi	54
4.3.1 Referensi konsep	55
4.4 Copywriting	55
4.5 Fotografi	55
4.6 <i>Timeline</i> media	57
4.7 Hasil perancangan	58
 BAB V. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68