

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PERANCANGAN STRATEGI	i
PROMOSI WISATA ALAM AIR TERJUN PELANGI	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup	4
1.4.1 Apa	4
1.4.2 Siapa	4
1.4.3 Dimana	4
1.4.4 Kapan	4
1.4.5 Kenapa.....	4
1.4.6 Bagaimana.....	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.7 Metode Penelitian.....	5

1.7.1	Metodologi Penelitian	5
1.7.2	Metode Pengumpulan Data	5
1.7.3	Metode Analisis Data	6
1.8	Kerangka Perancangan	8
1.9	Pembabakan.....	9
BAB II	10
LANDASAN TEORI	10
2.1	Teori Promosi.....	10
2.1.1	Pengertian Promosi	10
2.1.2	Tujuan Promosi	10
2.1.3	Strategi Promosi	11
2.2	Teori Komunikasi.....	12
2.2.1	Pengertian Komunikasi	12
2.2.2	Fungsi Komunikasi	13
2.2.3	Tujuan Komunikasi.....	14
2.2.4	Unsur-unsur Komunikasi	14
2.2.5	Strategi Komunikasi.....	15
2.3	Pemasaran.....	16
2.3.1	Pengertian Pemasaran	16
2.3.2	Strategi Pemasaran	16
2.3.3	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	16
2.3.4	Segmenting, Targeting dan Positoning	17
2.4	Periklanan	17
2.4.1	Pengertian Periklanan.....	17
2.4.2	Fungsi Periklanan.....	18

2.4.3	Jenis Media Periklanan	18
2.4.4	Tipe Periklanan	19
2.5	Pariwisata	19
2.5.1	Pengertian Pariwisata	19
2.5.2	Jenis - jenis Pariwisata	20
2.5.3	Kebijakan Pariwisata.....	21
2.6	Teori Desain Komunikasi Visual	22
2.6.1	Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	22
2.6.2	Fungsi Desain Komuikasi Visual.....	22
2.6.3	Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual.....	23
2.6.4	Ilustrasi	24
2.6.5	<i>Layout</i>	25
2.6.6	Tipografi.....	26
2.6.7	Warna	28
2.6.8	<i>Copywriting</i>	30
2.6.9	Fotografi.....	31
2.7	Media.....	32
2.7.1	Pengertian Media	32
2.7.2	Strategi Media	32
2.7.3	Jenis Media	33
2.8	Perilaku Konsumen	33
BAB III.....		35
DATA DAN ANALISIS.....		35
3.1	Data	35
3.1.1	Data Profil Institusi	35

3.2	Data Tempat Wisata	39
3.2.1	Profil Air Terjun Pelangi.....	39
3.2.2	SWOT Air Terjun Pelangi	41
3.3	Data Khalayak Sasaran.....	42
3.4	Tinjauan Data Sejenis.....	44
3.4.1	Profil Curug Malela.....	44
3.4.2	SWOT Curug Malela	46
3.4.3	Analisis Matriks	47
3.4.4	AISAS	47
3.5	Data Empirik	48
3.5.1	Data Hasil Wawancara.....	48
3.5.2	Data Hasil Kuesioner	49
3.5.3	Data Hasil Observasi.....	54
3.6	Kesimpulan.....	55
BAB IV		56
KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		56
4.1	Konsep Perancangan	56
4.1.1	Konsep Pesan	56
4.1.2	Konsep Kreatif	57
4.1.3	Konsep Media	58
4.1.4	Konsep Visual	59
4.2	Konsep Komunikasi	61
4.3	Hasil Perancangan.....	62
BAB V.....		67
PENUTUP.....		67

5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran.....	67
	DAFTAR PUSTAKA	68

LAMPIRAN