

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang Masalah .....	1
I.2 Identifikasi Masalah .....	4
I.3 Rumusan Masalah .....	4
I.4 Batasan Masalah .....	4
I.5 Tujuan & Manfaat Perancangan .....	5
I.5.1 Tujuan Perancangan .....	5
I.5.2 Manfaat Perancangan .....	5
BAB II. WISATA CURUG MALELA KABUPATEN BANDUNG BARAT .....	7
II.I Landasan Teori .....	7
II.1.1 Pariwisata.....	7
II.1.2 Wisata Berkembang Indonesia .....	7
II.1.3 Wisata Berkembang Kabupaten Bandung Barat .....	8
II.1.4 Jenis-Jenis Wisata .....	8
II.2 Objek Perancangan .....	11
II.2.1 Sejarah Wisata Curug Malela .....	11
II.2.2 Wisata Curug Malela .....	12
II.2.3 Pengelolaan Wisata Curug Malela.....	12

II.3 Data Lapangan .....	14
II.3.1 Marketing Mix (7P) .....	15
II.3.1.1 <i>Product</i> .....	15
II.3.1.2 <i>Place</i> .....	22
II.3.1.3 <i>Price</i> .....	23
II.3.1.4 <i>Promotion</i> .....	24
II.3.1.4 <i>People</i> .....	24
II.3.1.6 <i>Process</i> .....	25
II.3.1.7 <i>Physical Evidance</i> .....	25
II.4 Analisis .....	26
II.4.1 Analisis SWOT.....	26
II.4.2 Peta Pesaing .....	27
II.4.3 SWOT .....	28
II.4.4 Tabel SWOT .....	29
II.4.5 Kueisioner .....	30
II.4.6 Wawancara .....	37
II.4.6.1 Wawancara Dengan DISPARBUD KBB .....	38
II.5 <i>Resume</i> .....	40
II.6 Solusi Perancangan .....	41
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN .....	43
III.1 Khalayak Sasaran .....	43
III.1.1 Segmentasi Pasar.....	43
III.2 Strategi Perancangan .....	52
III.2.1 Tujuan Komunikasi .....	52
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	53
III.2.3 Sifat Pesan .....	55
III.2.4 Gaya Bahasa .....	55
III.2.5 Materi Pesan.....	56
III.2.6 <i>Mandatory</i> .....	56
III.2.7 Strategi Kreatif .....	57
III.2.7.1 <i>Copywriting</i> .....	57

III.2.7.2 <i>Storyline</i> .....	62
III.2.7.3 <i>Storyboard</i> .....	65
III.2.7.4 Visualisasi .....	78
III.2.8 Strategi Media .....	79
III.2.9 Strategi Distribusi Dan Waktu Penyebaran Media .....	82
III.3 Konsep Visual .....	84
III.3.1 Format Desain .....	84
III.3.1.1 Format Desain Media Utama .....	84
III.3.1.1 Format Desain Media Pendukung .....	85
III.3.2 Tata Letak .....	90
III.3.3 Tipografi .....	98
III.3.4 Ilustrasi .....	99
III.3.5 Warna .....	106
III.3.5.1 Warna RGB .....	107
III.3.5.1 Warna CMYK .....	107
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI.....	108
IV.1 Media Utama .....	108
IV.1.1 Teknis Produksi.....	109
IV.1.1.1 Pra Produksi .....	109
IV.1.1.2 Produksi .....	115
IV.1.1.3 Pasca Produksi .....	120
IV.2 Media Pendukung .....	121
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	131
V.1 Kesimpulan .....	131
V.2 Saran .....	131
DAFTAR PUSTAKA.....	132
LAMPIRAN .....	135
SURAT KETERANGAN PUBLIKASI.....	142
DAFTAR RIWAYAT PENELITI .....	143

KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR .....	144
--------------------------------------	-----