

## **DAFTAR ISI**

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah .....	3
I.2 Identifikasi Masalah.....	4
I.3 Rumusan Masalah.....	4
I.4 Batasan Masalah .....	5
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	5
I.5.1 Tujuan Perancangan.....	5
I.5.2 Manfaat Perancangan.....	5

BAB.II TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO DAN KEGIATAN MENDAKI .....	6
II.1 Gunung Berapi .....	6
II.1.2 Pariwisata .....	6
II.I.3 Pengembangan Wisata Alam .....	6
II.2 Kegiatan Mendaki Gunung .....	7
II.2.1 Pendaki Gunung .....	7
II.2.2 Jenis Pendakian .....	8
II.2.3 Bahaya Pendakian .....	8
II.2.4 Resiko Pendakian .....	9
II.2.5 Persiapan Pendakian.....	10
II.2.6 Tahapan dan Prosedur Pendakian.....	11

II.2.7 Antisipasi .....	11
II.3 Taman Nasional Gunung Gede Pangrango .....	12
II.3.1 Sejarah .....	13
II.3.2 Lokasi .....	13
II.3.3 Akses Lokasi .....	14
II.3.4 Wisata Alam Taman Nasional Gunung Gede Pangrango .....	14
II.3.5 Balai Besar TNGGP .....	17
II.3.6 Kasus Pendakian.....	18
II.3.7 Iklim .....	19
II.3.8 <i>Flora dan Fauna</i> .....	19
II.4 Analisis .....	19
II.4.1 Analisis SWOT.....	20
II.4.2 Kuesioner.....	20
II.5 ResUME .....	24
II.6 Solusi Perancangan.....	24
 BAB III.STRATEGI DAN KONSEP PERANCANGAN.....	25
III.I Khalayak Sasaran.....	25
III.1.1 Demografis.....	25
III.1.2 Geografis .....	25
III.1.3 Psikografis.....	25
III.1.4 <i>Consumer Journey</i> .....	26
III.1.5 <i>Consumer Insight</i> .....	27
III.2 Strategi Perancangan.....	27
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	28
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	28
III.2.3 Mandatory .....	29
III.2.4 Materi Pesan.....	30
III.2.5 Gaya Bahasa.....	30
III.2.6 Strategi Kreatif .....	31
III.2.6.1 <i>Copywriting</i> .....	31
III.2.6.2 <i>Storyline</i> .....	31

III.2.6.3 <i>Storyboard</i> .....	33
III.2.7 Strategi Media .....	32
III.2.7.1 Media Utama .....	33
III.2.7.2 Media Pendukung.....	33
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media .....	35
III.3 Konsep Visual .....	36
III.3.1 Format Desain .....	36
III.3.2 Tata Letak ( <i>Layout</i> ).....	37
III.3.3 Tipografi.....	37
III.3.4 Ilustrasi .....	38
III.3.5 Warna .....	43
III.3.6 Audio.....	43
 BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI .....	44
IV.1 Teknis Produksi .....	44
IV.1.1 Tahapan Pra-Produksi .....	44
IV.1.2 Tahapan Produksi.....	44
IV.1.3 Tahapan Pasca Produksi .....	46
IV.2 Media Utama.....	47
IV.3 Media Pendukung .....	56
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
V.1 Kesimpulan .....	69
V.2 Saran.....	69
 DAFTAR PUSTAKA .....	70
LAMPIRAN .....	72