

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
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.....	6
I.5.2.1. Bagi Masyarakat	6
I.5.2.2. Bagi Keilmuan	6
I.5.2.3 Bagi Perancang	6
BAB II. KAWASAN KONSERVASI CAGAR ALAM KAMOJANG (TIMUR) & TAMAN WISATA ALAM GUNUNG GUNTUR.....	7
II.1. Kawasan Konservasi	7
II.1.1. Jenis Kawasan	7
II.1.1.1. Kawasan Pelestarian Alam.....	7
II.1.1.2. Kawasan Suaka Alam.....	10
II.2. Cagar Alam Kamojang dan Taman Wisata Alam Gunung Guntur.....	11
II.2.1 Gunung Guntur di Cagar Alam Kamojang.....	11

II.2.2. Fungsi Cagar Alam Kamojang	12
II.2.2.1. Flora di Kawasan Cagar Alam Kamojang.....	12
II.2.3. Taman Wisata Alam Gunung Guntur.....	15
II.2.3.1. Fasilitas, Sarana dan Prasarana	16
II.3. Analisis Taman Wisata Alam Gunung Guntur dan Cagar Alam Kamojang Timur	19
II.3.1. Data Observasi	21
II.3.2. Kuesioner	29
II.3.3. Data Wawancara.....	34
II.4. Resume	37
II.5. Solusi Perancangan	38
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	39
III.1. Khalayak Sasaran.....	39
III.1.1. Demografis.....	39
III.1.2. Geografis.....	40
III.1.3. Psikografis.....	40
III.1.4. <i>Consumer Journey</i>	41
III.1.5. <i>Consumer Insight</i>	42
III.2. Strategi Perancangan.....	43
III.2.1. Tujuan Komunikasi.....	45
III.2.2. Pendekatan Komunikasi.....	45
III.2.2.1. Pendekatan Komunikasi Verbal.....	46
III.2.2.2. Pendekatan Komunikasi Visual	46
III.2.3. <i>Mandatory</i>	46
III.2.4. Materi Pesan.....	47
III.2.5. Gaya Bahasa.....	47
III.2.6. Strategi Kreatif.....	47
III.2.7. Strategi Media.....	48
III.2.7.1. Media Utama.....	48
III.2.7.2. Media Pendukung	51

III.2.8. Strategi Distribusi Media	58
III.2.8.1 Strategi Distribusi Media Utama.....	58
III.2.8.2. Strategi Distribusi Media Pendukung	59
III.3 Konsep Visual.....	62
III.3.1. Format Desain.....	62
III.3.2. Tata Letak (<i>Layout</i>).....	64
III.3.3. Tipografi	66
III.3.4. Ilustrasi.....	67
III.3.5. Warna.....	89
III.3.5. Penggunaan Warna	90
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	91
IV.1. Teknis Produksi	91
IV.1.1. Tahap Pra-Produksi	91
IV.1.2. Tahap Produksi	91
IV.1.2.1 Proses Eksekusi Media Utama.....	91
IV.1.3. Tahap Pasca-Produksi.....	101
IV.2. Final Media Utama (<i>Sign System</i>)	101
IV.2.1. Tanda Identifikasi (<i>identification sign</i>)	102
IV.2.2. Tanda Petunjuk Arah (<i>directional sign</i>)	104
IV.2.3. Tanda Regulasi (<i>regulation sign</i>)	106
IV.2.3. Tanda Regulasi Batas Wilayah (<i>Territorial regulation sign</i>).....	108
IV.3. Final Media Pendukung.....	110
IV.3.1. <i>Infotainment Map</i>	110
IV.3.2. Brosur (<i>leaflet</i>).....	112
IV.3.3. Poster Infografis.....	114
IV.3.4. <i>Tumbler Termos</i>	115
IV.3.5. <i>Raincover</i>	115
IV.3.6. Stiker.....	116
IV.3.7. Korek Api	117
IV.3.8. Gantungan Kunci	118

IV.3.9. Handuk Kecil	119
IV.3.10. Cangkir Enamel	119
IV.3.11. Topi Rimba	120
IV.3.12. Alat Makan Portabel	121
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	122
V.1. Kesimpulan	122
V.2. Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	125