DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
DAFTAR ISI ii
DAFTAR GAMBAR v
DAFTAR TABEL vi

BAB I
Pendahuluan 1
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Identifikasi Masalah 3
1.3. Fokus Masalah 3
1.4. Batasan Masalah 3
1.5. Tujuan Perancangan 3
1.6. Kata Kunci 4

BAB II
Promosi Objek Wisata Situ Lengkong Panjalu 5
2.1. Pengertian Promosi 5
2.1.1. Fungsi Promosi 5
2.1.2. Strategi Komunikasi Dalam Promosi 6
2.1.3. Teori Komunikasi 6
2.2. Pengertian Wisata 8
2.2.1. Definisi Wisata 8
2.2.2. Tujuan Wisata 10
2.3. Pengertian Wisata Alam 10
2.4. Desa Panjalu Di Kabupaten Ciamis 10
2.4.1. Desa Panjalu 10
2.4.2. Letak Geografis 11
2.4.3. Budaya 11
2.5. Situ Lengkong 11
2.5.1. Pengertian Situ 11

2.5.2. Sejarah Situ Lengkong 12
2.5.3. Letak Situ Lengkong 13
2.5.4. Tiket Masuk 14
2.5.5. Wisata Yang Ditawarkan 16
2.6. Analisis Objek Wisata Situ Lengkong 15
2.6.1. Analisis SWOT 15
2.6.2. Kesimpulan 17
2.6.3. Pemecahan Masalah 17
2.7. Target Sasaran 17

BAB III

Strategi Perancangan Dan Konsep Visual 19
3.1. Strategi Perancangan 19
3.2. Strategi Komunikasi 19
3.2.1. Tujuan Komunikasi 19
3.2.2. Tema Dasar Komunikasi 20
3.2.3. Positioning 20
3.2.4. Pendekatan Bahasa 21
3.2.5. Materi Pesan 22
3.3. Strategi Kreatif 22
3.3.1. Strategi Verbal 22
3.4. Strategi Media 23
3.4.1. Pemilihan Media 23
3.4.2. Pertimbangan Dasar Penyebaran Media 26
3.4.3. Jadwal Penyebaran media 27
3.5. Konsep Visual Promosi 28
3.5.1. Format Desain 28
3.5.2. Tata Letak 29
3.5.3. Tipografi 29
3.5.4. Ilustrasi 30
3.5.5. Warna 31

BAB IV

Teknis Produksi Media Promosi Objek Wisata Situ Lengkong Panjalu..... 32

4.1. Brosur 32

4.2. Billboard 33

4.3. Poster 33

4.4. Iklan Koran 34

4.5. Iklan Majalah 34

4.6. Baligo 35

4.7. Kalender 35

4.8. X - Banner 36

4.9. Tiket 36

4.10. Banner 37

4.11. Umbul - umbul 37

4.12. Spanduk 38

4.13. Media Pendukung Promosi lainnya 38

Daftar Pustaka

Daftar Lampiran