DAFTAR ISI

ABSTRAK……... i
KATA PENGANTAR …….. iii
DAFTAR ISI …….. iv
DAFTAR GAMBAR ……. vi
DAFTAR TABEL …….. vii
BAB I PENDAHULUAN
I.1 Latarbelakang Masalah …….. 1
I.2 Identifikasi Masalah ……. 2
I.3 Fokus Masalah …… …… 3
I.4 Tujuan Perancangan ……. 3
BAB II PROMOSI RANCA UPAS
II.1 Promosi .....…… 4
II.1.1 Tujuan Promosi Ranca Upas ……...…..…….. 4
II.1.1.1 Pertimbangan pemilihan Ranca Upas…… 5
II.1.2 Jenis Promosi .....……..... 11
II.2 Ranca Upas.....…… 14
II.2.1 Sejarah Ranca Upas ……..……..…….. 15
II.2.2 Potensi Ranca Upas .....……..... 15
II.2.3 Letak .....……. 17
II.2.4 Strategi promosi .....……. 18
II.2.5 Opini pemgunjung Ranca Upas…….……..... 18
II.3 Analisis SWOT …….…….…….……. 20
II.3.1 *Strenght* (Kekuatan) ...……..……..…….. 20
II.3.2 *Weakness* (Kelemahan) ...……. 20
II.3.3 *Opportunity* (Peluang) .....……. 20
II.3.4 *Threat* (Ancaman) .....……. 20
II.4 Segmentasi ……...…...…...…...…...…... 21
II.4.1 Demografis …….....…..…….... 21
II.4.2 Geografis .....…….. 21
II.4.3 Psikografis .....……. 21

BAB III PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WANAWISATA RANCA UPAS

III.1 Strategi Perancangan…..…….... 22

III.1.1 Pendekatan komunikasi…….. 22

III.1.2 Strategi kreatif…….…... 24

III.1.3 Strategi media……...……. 25

III.1.4 Strategi distribusi…..……. 27

III.1.4.1 Pertimbangan dasar distribusi……... 28

III.2 Konsep visual…….. 28

III.2.1 Format desain.…….. 28

III.2.2 *Layout*……. 29

III.2.3 Huruf…….. 33

III.2.4 Ilustrasi identitas……. 33

III.2.5 Warna…….. 34

BAB IV TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media utama…….. 36

IV.1.1 Brosur……. 36

IV.2 Media pendukung……... 37

IV.2.1 Spanduk…….. 37

IV.2.2 Poster…….……. 37

IV.2.3 *Billboard*……. 38

IV.2.4 Umbul umbul…….. 38

IV.2.5 *Flyer*…… 39

IV.2.6 *T-shirt*…….. 40

IV.2.7 Pin…… 40

IV.2.8 Stiker……..… 41

IV.2.9 *Ticket*…….…… 41

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN