DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ……..……..……. i

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ……...……... ii

KATA PENGANTAR …….……. iii

ABSTRAK …….……... iv

ABSTRACT ……..……... v

DAFTAR ISI …….…….……... vi

DAFTAR GAMBAR …..……...……....…….. vii

BAB I PENDAHULUAN ……..…… 1

I.1 Latar Belakang Masalah ……..…… 1

I.2 Identifikasi masalah …….…….....… 2

I.3 Rumusan Masalah …….…….…….... 2

I.4 Batasan Masalah …….. 3

I.5 Tujuan Perancangan …… 3

I.6 Manfaat Penelitian ……... 3

BAB II PROMOSI OBJEK WISATA *THE WONDERFUL* ICAKAN…….…. 4

II.1 Promosi .....……..... 4

II.1.1 Pengertian Promosi.....……...…… 4

II.1.2 Jenis – Jenis Promosi.….....……...……....…… 4

II.1.3 Fungsi Promosi.….....……..... 7

II.2 Profil *The Wonderful* Icakan ……...…….....… 8

II.2.1 Wahana dan Sarana *The Wonderful* Icakan……....… 9

II.2.2 Harga Tiket *The Wonderful Icakan* ....…… 16

II.3 Analisis Masalah ……..... 16

II.3.1Analisis SWOT …..... 16

II.3.2 Target Audiens ……..…….. 18

II.4 *Marketing Mix* ……..……..... 19

II.4.1 *Product*(Produk) ……..……..... 19

II.4.2 *Price* (Harga)..…..... 19

II.4.3 *Promotion* (Promosi)..…..... 20

II.4.4 *Place* (Tempat) ..…..... 20

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL …….....21

III.1 Strategi Perancangan …….. 21

III.1.1 Pendekatan Komunikasi …….. 21

III.1.2 Strategi Kreatif …… 22

III.1.3 Strategi Media ……. 23

III.1.4 Strategi Distribusi ……... 26

III.2 Konsep Visual …… 27

III.2.1 Format Desain …… 27

III.2.2 Tata Letak (*Layout*) ……..… 27

III.2.3 Tipografi …….. 28

III.2.4 Ilustrasi ……..... 29

BAB IVTEKNIS PRODUKSI MEDIA ……..30

IV.1 Media Utama ……..……... 30

IV.1.1 Poster ……..……... 30

IV.2 Media Pendukung ……...……... 31

IV.2.1 Brosur ……..……... 31

IV.2.2 Flyer ……..……... 32

IV.2.3 Sticker ……..……... 33

IV.2.4 Kalender ……..……... 33

IV.2.5 Pembatas Buku ……..……... 34

IV.2.6 X - Banner …….....…….....….. 34

IV.2.7 Pin …….....…….....….. 35

IV.2.8 Bendera Gantung …….....…….. 36

DAFTAR PUSTAKA ……..…….…….. vii

DAFTAR LAMPIRAN ……..……..…. ix