

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	ix
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	x
<b>DAFTAR ISI.....</b>	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xvi
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Perancangan.....	6
1.5 Manfaat Perancangan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	8
2.1 Wisata .....	8
2.1.1 Definisi Wisata Alam .....	9
2.2 Arung Jeram .....	9
2.3 Bosamba .....	10
2.3.1 Visi Misi Bosamba.....	11
2.4 Media Promosi .....	11
2.4.1 Definisi Promosi .....	11
2.4.2 Promosi Periklanan .....	13
2.4.3 Pemasaran <i>Viral</i> .....	15
2.5 Brand Awareness .....	16
2.6 Media Periklanan .....	18
2.6.1 Efektivitas Periklanan .....	21
2.7 Visual .....	21
2.7.1 Warna .....	21

2.7.2 Tipografi.....	23
2.7.1 Layout .....	28
2.8 Segmentasi, Targeting dan Positioning (STP).....	32
2.9.1 Segmentasi.....	32
2.9.2 Targeting.....	33
2.9.3 Positioning .....	33
2.9 Unique Selling Proposition (USP) .....	35
2.10 Teori Analisis SWOT .....	35
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	 37
3.1 Metodologi Penelitian .....	37
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.3 Teknik Analisis Data.....	39
3.3.1 Hasil dan Analisis Data .....	40
3.3.2 Studi Eksisting .....	42
3.3.3 STP.....	43
3.3.4 Analisis STP .....	44
3.3.5 Analisis Kompetitor .....	46
3.3.6 SWOT.....	47
3.4 Keyword .....	51
3.4.1 Deskripsi Konsep .....	52
3.5 Metode Perancangan Karya.....	54
3.5.1 Konsep Perancangan .....	54
3.5.2 Konsep Kreatif.....	55
3.5.3 Strategi Komunikasi.....	65
3.6 Perencanaan Kreatif .....	66
3.6.1 Tujuan Kreatif.....	66
3.6.2 Strategi Kreatif.....	66
3.6.3 Program Kreatif .....	67
3.7 Perencanaan Media .....	68
3.7.1 Tujuan Media.....	68

3.5.2 Strategi Media.....	68
3.8 Perancangan Karya .....	71
<b>BAB IV IMPLEMENTASI KARYA.....</b>	<b>84</b>
4.1 Implementasi Desain.....	84
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>95</b>
5.1 Kesimpulan .....	95
5.2 Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>

