

DAFTAR ISI

	Halaman
DISCLAIMER	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	i
A. ABSTRAK (ENGLISH)	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
1. BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. IDENTIFIKASI MASALAH	4
1.3. RUMUSAN MASALAH	5
1.4. RUANG LINGKUP	5
1.5. TUJUAN PERANCANGAN	6
1.6. MANFAAT PERANCANGAN	6
1.7. METODE PENELITIAN	6
1.8. METODE PENGUMPULAN DATA	7
1.9. SISTEMATIKA PERANCANGAN	8
1.10. SKEMA KERANGKA PENELITIAN	9
1.11. PEMBABAKAN	10
2. BAB II LANDASAN PEMIKIRAN	11
2.1. KAMPANYE	11
2.1.1 JENIS KAMPANYE	11
2.1.2 PERSUASI TITIK TOLAK KAMPANYE	12
2.1.3 STRATEGI KOMUNIKASI DALAM KAMPANYE	14
2.2. ADEVERTISING	15
2.2.1 SEGMENTASI DAN TARGETING.....	16
2.2.2 STRATEGI KREATIF	17
2.2.3 STRATEGI PESAN	18
2.2.4 TEKNIK DALAM ADVERTISING	18
2.2.5 KONSEP KREATIF	19
2.2.6 <i>COPYWRITING</i> : BAHASA ADVERTISING	20
2.3. OLAHRAGA DAN KESEHATAN	21
2.3.1 JENIS OLAHRAGA	22

2.3.2	LATIHAN PENDAHULUAN (PEMANASAN)	23
2.3.3	KEJANG OTOT	24
2.4.	PENCITRAAN VISUAL	24
2.5.	BRAND IMAGE	25
2.6.	LOGOTYPE	25
2.7.	TIPOGRAFI	26
2.8.	WARNA	26
3.	BAB III DATA DAN ANALISIS	27
3.1.	LOKASI PENELITIAN	27
3.1.1.	TEMPAT FITNESS DI KOTA BANDUNG	27
3.1.2.	CEDERA OLAHRAGA <i>BODYSHAPING</i>	28
3.1.3.	DATA CEDERA RISET KESEHATAN NASIONAL ...	30
3.2.	DATA PENDUKUNG	33
3.2.1.	DATA KREATOR	33
3.2.2.	DATA KHALAYAK	36
3.3.	HASIL ANALISIS	37
4.	BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	39
4.1.	KONSEP PERANCANGAN	39
4.1.1.	TUJUAN KOMUNIKSI	39
4.1.2.	PENDEKATAN KOMUNIKASI	39
4.1.3.	GAYA BAHASA	39
4.1.4.	STRATEGI PESAN	40
4.1.5.	STRATEGI KREATIF	41
4.2.	STRATEGI MEDIA	43
4.2.1.	MEDIA UTAMA	43
4.3.	KONSEP VISUAL	44
4.3.1.	STUDI VISUAL DAN WARNA	44
4.3.2.	STUDI VISUAL LOGO	47
4.3.3.	STUDI TIPOGRAFI	51
5.	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1.	KESIMPULAN	53
5.2.	SARAN	54
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	
	KATA PENGANTAR	