

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
LEMBAR PERNYATAAN	II
KATA PENGANTAR	III
ABSTRAK	IV
ABSTRACT	V
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR GAMBAR	VIII
DAFTAR TABLE	IX
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	2
1.2.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Ruang Lingkup	2
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.5.1 Bagi Penulis.....	4
1.5.2 Bagi Bosston Gym.....	4
1.5.3 Bagi Pembaca.....	4
1.6 Metode Penelitian	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.2 Metode Analisis Data.....	6
1.7 Kerangka Perancangan	7
1.8 Pembabakan	8
BAB 2 LANDASAN TEORI	9
2.1 Promosi	9
2.1.1 Pengertian Promosi.....	9
2.1.2 Tujuan Promosi.....	10
2.1.3 Media Promosi.....	11
2.1.4 Jenis Media.....	12
2.2 Desain Komunikasi Visual	16
2.2.1 Copywriting.....	19
2.2.2 Tipografi.....	20
2.3 Kerangka Teori	23
BAB III	24
3.1 Data Perusahaan	24

3.1.1	Profil Perusahaan.....	24
3.1.2	Struktur Organisasi.....	24
3.1.3	Jam Operasional & Pricelist.....	25
3.1.4	Media Sosial Bosston Gym.....	25
3.2	Wawancara.....	26
3.3	Data Observasi.....	29
3.4	Kuesioner.....	32
3.5	Data Kompetitor.....	33
3.5.1	Fithub_id.....	34
3.5.2	Anytime Fitness.....	35
3.6	Analisis Matriks Perbandingan Instagram.....	37
3.7	Analisis Matriks SWOT.....	38
3.7.1	Analisis SWOT Bosston Gym.....	39
3.7.2	Analisis SWOT Fithub.....	40
3.7.3	Analisis SWOT Anytime Fitness.....	41
3.8	Analisis Wawancara.....	43
3.9	Matriks Penarikan Kesimpulan.....	44
BAB IV	46
4.1	Konsep Pesan.....	46
4.1.1	<i>Big Idea</i>	46
4.2	Konsep Kreatif.....	47
4.3	Konsep Media.....	49
4.4	Hasil Perancangan.....	50
BAB V PENUTUP	54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55