

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATAPENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	3
1.2.3 Batasan Masalah .....	4
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Perancangan .....	5
1.4.1 Tujuan Umum .....	5
1.4.2 Tujuan Khusus .....	5
1.5 Manfaat Perancangan.....	5
1.6 Metode Penelitian .....	6
1.7 Kerangka Perancangan.....	8
1.8 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN .....	10
2.1 Komunikasi .....	10
2.2.1 Tujuan Komunikasi.....	10
2.2.2 Unsur Komunikasi .....	10
2.2.3 Strategi Komunikasi dalam Kampanye Sosial.....	13
2.2.4 Persuasi Dalam Komunikasi .....	14
2.2 Kampanye .....	15
2.2.1 Sifat dan Ciri Kampanye.....	15

2.2.2 Jenis-jenis Kampanye .....	16
2.2.3 Pesan Kampanye .....	17
2.2.4 <i>The Diffusion of Innovation Model</i> .....	17
2.2.5 Strategi Persuasi untuk Praktik Kampanye .....	18
2.2.6 Faktor-faktor Penghambat Kampanye .....	20
2.2.7 Faktor-faktor Penunjang Kampanye .....	21
2.2.8 Teori Model Persuasi Keyakinan Kesehatan Dalam Kampanye .....	21
2.2.9 Media .....	22
2.3 Iklan .....	26
2.3.1 Tujuan Iklan .....	26
2.3.1.1 Tujuan Umum .....	27
2.3.1.2 Tujuan Praktis .....	27
2.3.2 Jenis-jenis Iklan .....	28
2.3.2.1 Berdasarkan Fungsi .....	28
2.3.2.2 Berdasarkan Media .....	29
2.4 Media Sosial .....	31
2.5 <i>Event</i> .....	31
2.5.1 Perencanaan <i>Event</i> .....	33
2.5.2 Penjadwalan <i>Event</i> .....	34
2.5.3 Pemilihan <i>Venue</i> .....	34
2.5.4 Pertunjukan Langsung .....	35
2.6 Perilaku Konsumen .....	35
2.6.1 Perlunya Mempelajari Perilaku Konsumen .....	36
2.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	36
2.6.3 Kebutuhan Dan Tujuan Dalam Konteks Perilaku Konsumen .....	39
2.7 Desain Komunikasi Visual .....	40
2.7.1 Titik .....	41
2.7.1 Garis .....	42
2.7.1 Bidang .....	43
2.7.1 Warna .....	43
2.7.1 Ilustrasi .....	46
2.7.1 Tipografi .....	47

2.7.1 Logo .....	49
2.7.1 <i>Layout</i> .....	49
2.8 Psikologi .....	51
2.8.1 Psikologi Masa Dewasa .....	51
2.8.2 Ciri-Ciri Masa Dewasa Dini .....	52
2.8.3 Psikologi Kesehatan.....	52
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....</b>	<b>54</b>
3.1 Data Institusi .....	54
3.1.1 Balai Kesehatan Olahraga Masyarakat (BKOM) .....	54
3.1.2 Visi Misi BKOM.....	54
3.1.3 Produk Layanan & Sasaran BKOM.....	55
3.1.4 Logo BKOM Bandung.....	56
3.1.5 Struktur Organisasi .....	58
3.2 Data Produk .....	59
3.2.1 Penyakit Jantung Koroner (PJK) .....	59
3.2.1.1 Faktor penyebab Jantung Koroner.....	60
3.2.1.2 Data Penyakit Jantung Koroner di Kota Bandung .....	61
3.2.2 Olahraga Yoga .....	61
3.2.2.1 Sejarah Yoga .....	62
3.2.2.2 Yoga Untuk Menyembuhkan Penyakit .....	62
3.2.2.3 Manfaat Yoga .....	63
3.2.2.4 Jenis-Jenis Yoga .....	64
3.3 Data Khalayak Sasaran .....	66
3.4 Data Proyek Sejenis .....	68
3.5 Data Hasil Wawancara dan Observasi .....	70
3.5.1 Wawancara Dokter Spesialis Olahraga.....	71
3.5.2 Wawancara <i>Target Audience</i> .....	71
3.5.3 Data Hasil Observasi.....	72
3.6 Analisis .....	75
3.6.1 Analisis Data Objek .....	75
3.6.2 Analisis Observasi <i>Target Audience</i> dengan AIO .....	75
3.6.3 Analisis Stragei Kampanye dengan SWOT .....	77

3.6.4 Analisis Kegiatan Sejenis dengan SWOT.....	79
3.6.5 Analisis Matriks SWOT.....	80
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN .....	83
4.1 Konsep Umum .....	83
4.2 Konsep Perancangan .....	84
4.2.1 Strategi Komunikasi.....	84
4.2.1.1 Pendekatan Komunikasi .....	84
4.2.1.2 Pesan Komunikasi .....	85
4.2.2 Strategi Kreatif.....	86
4.2.2.1 <i>Mood Board</i> dan <i>Visual Target</i> .....	87
4.2.2.2 <i>Costumer Journey</i> .....	89
4.2.2.3 <i>Creative Brief</i> .....	90
4.2.2.4 Konsep Verbal .....	92
4.2.3 Strategi Media.....	93
4.2.4 Konsep Visual.....	101
4.3 Hasil Perancangan.....	107
4.3.1 Perancangan Logo.....	107
4.3.2 <i>Car Campaign</i> .....	111
4.3.3 Sticker Mobil .....	112
4.3.4 Poster Event .....	113
4.3.5 <i>Neon Box</i> .....	114
4.3.6. <i>Transit Ads</i> .....	115
4.3.7 <i>Bilboard Event</i> .....	116
4.3.6 Infograifs.....	117
4.3.7 Majalah dan Koran.....	118
4.3.8 Media Sosial.....	119
4.3.8.1 Facebook.....	119
4.3.7.2 Instagram .....	120
4.3.7.3 Twitter .....	121
4.3.9 Brosur.....	122
4.3.10 <i>Daily Post</i> .....	123
4.3.11 Desain Umbul-umbul dan X banner .....	124

4.3.12 <i>Merchandise</i> .....	126
4.3.12.1 <i>T-shirt</i> .....	126
4.3.12.2 <i>Mug</i> .....	127
4.3.12.4 <i>Tote Bag</i> .....	127
4.3.12.5 <i>Key Chain</i> .....	127
4.3.12.6 <i>Jam Dinding</i> .....	128
4.3.11 <i>Id Card</i> .....	129
4.3.12 <i>Desain tiket</i> .....	130
4.3.13 <i>Desain Sertifikat</i> .....	131
4.3.14 <i>3D Event</i> .....	132
4.4 <i>Biaya Media Kampanye</i> .....	134
<b>BAB 5 PENUTUP</b> .....	135
5.1 <i>Kesimpulan</i> .....	135
5.2 <i>Saran</i> .....	136
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	137
<b>LAMPIRAN</b> .....	139