

ABSTRAK

Perancangan Kampanye MountAndBike Untuk Remaja Kota Bandung

oleh

Willy Wahyudi

NRP 0764220

Sepeda gunung, atau yang biasa disebut MTB atau ATB, merupakan sebuah olahraga sepeda untuk menjelajahi alam yang bisa dipakai untuk berbagai rintangan. Selama ini banyak orang yang mengira sepeda gunung hanyalah olahraga sepeda mahal yang sama dengan olahraga sepeda lainnya dan kurangnya informasi akan olahraga ini menurunkan minat remaja akan olahraga sepeda gunung.

Perancangan kampanye ini menggunakan pendekatan verbal yaitu berupa *tagline*, “*Warning! For the brave only*” dengan konsep *challenging*. Media yang tepat untuk melakukan kampanye adalah media kampanye seperti Poster (yang dibuat dengan 3 pendekatan *Awareness, Informing, Reminding*), brosur, *website*, jejaring sosial, serta *gimmick* yang akan dibagikan dalam *event* seperti t-shirt, botol air, pin, *sticker*, topi dan handuk olahraga diharapkan dapat menumbuhkan minat remaja. Dan penyeberan kampanye yang efektif untuk anak muda adalah melalui jejaring sosial dan *website*, oleh karena itu poster, selain diletakkan di sejumlah tempat keramaian seperti mall, kampus, kantin, maka poster juga disebarakan melalui *website* dan jejaring sosial yang sudah sangat lekat peranannya dalam kehidupan anak muda.

Kata kunci : Hiburan, Olahraga, Sepeda gunung

ABSTRACT

MountAndBike Campaign for Bandung City Teenagers

Submitted by

Willy Wahyudi

NRP 0764220

Mountain bike, also known as MTB or ATB, is a type of biking sport activity to explore the nature which is can be used in many difficulty terrain. All this while, people presume that mountain bike is just an expensive biking sport as same as any other biking sport and because lack of information about this sport caused teenagers to lose interest in mountain biking.

This campaign uses verbal approaches in a tagline, "Warning! For the brave only" with challenging concept. The media chosen for this campaign are Posters (which made with 3 approaches Awareness, Informing, Reminding), brochures, website, social networking, and gimmick as t-shirt, water bottle, pin, sticker, cap and sport towel which expected can grow the interest of teenagers. The dissemination of an effective campaign for teenagers is through social networks and websites, so, posters in addition to put in some crowded places such as malls, colleges, canteens, then the poster also disseminated through websites and social networks are very close to the young people's live.

Keyword : Entertainment, Mountain bike, Sport

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK BAHASA INDONESIA.....	vii
ABSTRAK BAHASA INGGRIS.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Ruang lingkup dan permasalahan.....	3
1.3 Tujuan perancangan.....	3
1.4 Sumber dan teknik pengumpulan data.....	3
1.5 Skema perancangan.....	4
BAB II : LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Hakikat kampanye.....	5
2.2 Tahapan kampanye.....	7
2.2 Psikologi remaja.....	8
2.2.1 Remaja.....	8
2.2.2 Proses perkembangan.....	8

2.2.3	Beberapa minat remaja.....	10
2.2.4	Perkembangan psikososial.....	10
BAB III : DATA DAN ANALISIS.....		12
3.1	Data lembaga terkait.....	12
3.1.1	KONI Jabar.....	12
3.1.2	Rodalink.....	13
3.1.3	Komunitas KOSKAS Bandung.....	13
3.2	Data dan fakta.....	16
3.2.1	Sepeda.....	16
3.2.2	Jenis-jenis sepeda.....	14
3.2.3	Sepeda MTB.....	21
3.2.4	Jenis-jenis sepeda MTB.....	22
3.2.5	Perlengkapan sepeda MTB.....	26
3.2.6	Aturan dalam bersepeda MTB.....	31
3.2.7	Manfaat bersepeda.....	33
3.2.8	Trek sepeda MTB Bandung.....	35
3.2.9	Wawancara.....	39
3.2.10	Kuesioner.....	40
3.2.11	Tinjauan dari proyek / persoalan sejenis.....	44
3.2.12	Analisis terhadap permasalahan berdasarkan data dan fakta.....	46
3.3	<i>Segmentasi, Targeting, Positioning</i>	47
3.4	SWOT Kampanye.....	48
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....		49
4.1	Konsep komunikasi.....	49
4.2	Konsep kreatif.....	51
4.2.1	Konsep verbal.....	51

4.2.2	Konsep visual.....	51
4.2.3	<i>Typography</i>	51
4.3	Konsep media.....	52
4.4	Hasil karya.....	53
4.4.1	Logo.....	53
4.4.2	Poster.....	55
4.4.3	Poster Event.....	61
4.4.4	Brosur.....	62
4.4.5	<i>Website</i>	63
4.4.6	Sosial media.....	64
4.4.7	<i>Gimmick</i>	66
4.5	<i>Timeline</i>	68
4.6	Anggaran biaya.....	69
BAB V : PENUTUP.....		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....		72
LAMPIRAN.....		73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema perancangan.....	4
Gambar 3.1 Logo KONI Jabar.....	12
Gambar 3.2 Logo Rodalink.....	13
Gambar 3.3 Komunitas KOSKAS Bandung.....	14
Gambar 3.4 Suasana bersepeda di alam.....	15
Gambar 3.5 Bersepeda gunung pada jalan tanah.....	16
Gambar 3.6 Sepeda balap.....	17
Gambar 3.7 Sepeda gunung.....	17
Gambar 3.8 Sepeda <i>hybrid</i>	18
Gambar 3.9 Sepeda BMX.....	18
Gambar 3.10 Sepeda lipat.....	18
Gambar 3.11 Sepeda angkut.....	19
Gambar 3.12 Sepeda kota.....	19
Gambar 3.13 Sepeda <i>low-rider</i>	20
Gambar 3.14 Sepeda <i>fixie</i>	20
Gambar 3.15 Sepeda MTB jenis XC.....	22
Gambar 3.16 Sepeda MTB jenis AM.....	23
Gambar 3.17 Sepeda MTB jenis FR.....	23
Gambar 3.18 Sepeda MTB jenis DH.....	24

Gambar 3.19 Sepeda MTB jenis DJ.....	24
Gambar 3.20 Helm sepeda.....	26
Gambar 3.21 Sarung tangan sepeda.....	26
Gambar 3.22 <i>Jersey</i> sepeda.....	27
Gambar 3.23 Sepatu sepeda MTB.....	27
Gambar 3.24 <i>First aid kit</i> sepeda.....	28
Gambar 3.25 <i>Rescue tools</i>	28
Gambar 3.26 Pompa sepeda.....	29
Gambar 3.27 <i>Tire level</i>	29
Gambar 3.28 Ban dalam.....	30
Gambar 3.29 <i>Hydra pack</i>	30
Gambar 3.30 Diagram kesehatan warga New York.....	33
Gambar 3.31 Jalur bersepeda Warban – Tahura.....	35
Gambar 3.32 Jalur bersepeda Warban – Tamiya.....	36
Gambar 3.33 Jalur bersepeda Palasari 2.....	37
Gambar 3.34 Jalur bersepeda Karembi – Nagreg.....	38
Gambar 3.35 Diagram hasil pembagian angket pada remaja usia 18-25 tahun mengenai pernah bersepeda.....	40
Gambar 3.36 Diagram hasil pembagian angket pada remaja usia 18-25 tahun mengenai kegunaan sepeda.....	41
Gambar 3.37 Diagram hasil pembagian angket pada remaja usia 18-25 tahun mengenai jenis olahraga sepeda.....	41

Gambar 3.38 Diagram hasil pembagian angket pada remaja usia 18-25 tahun mengenai kesukaan olahraga yang menjelajahi alam.....	41
Gambar 3.39 Diagram hasil pembagian angket pada remaja usia 18-25 tahun mengenai olahraga apa saja yang melintasi alam.....	42
Gambar 3.40 Diagram hasil pembagian angket pada remaja usia 18-25 tahun mengenai pembuat menyukai olahraga alam.....	42
Gambar 3.41 Diagram hasil pembagian angket pada remaja usia 18-25 tahun mengenai tahu akan sepeda MTB.....	42
Gambar 3.42 Diagram hasil pembagian angket pada remaja usia 18-25 tahun mengenai mencoba olahraga sepeda MTB.....	43
Gambar 3.43 Diagram hasil pembagian angket pada remaja usia 18-25 tahun mengenai perlunya kampanye untuk olahraga sepeda MTB.....	43
Gambar 3.44 Diagram hasil pembagian angket pada remaja usia 18-25 tahun mengenai media apa saja yang sering diikuti.....	44
Gambar 3.45 Poster kampanye Diamant VTT.....	45
Gambar 4.1 Logo kampanye	53
Gambar 4.2 Spesifikasi logo.....	54
Gambar 4.3 Poster awareness 1.....	55
Gambar 4.4 Poster awareness 2.....	56
Gambar 4.5 Poster awareness 3.....	57
Gambar 4.6 Poster awareness 4.....	58
Gambar 4.7 Poster informing	59
Gambar 4.8 Poster reminding.....	60
Gambar 4.9 Poster event.....	61

Gambar 4.10 Brosur.....	62
Gambar 4.11 Website.....	63
Gambar 4.12 Facebook Mount&Bike.....	64
Gambar 4.13 Twitter @mount&bike.....	65
Gambar 4.14 Pin.....	66
Gambar 4.15 T-shirt.....	66
Gambar 4.16 Botol minum.....	67
Gambar 4.17 Handuk olahraga.....	67
Gambar 4.18 Topi.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel jumlah pembakaran kalori.....	34
Tabel 4.1 Timeline media kampanye.....	68
Tabel 4.2 Anggaran biaya.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Kuesioner

LAMPIRAN B Sketsa