

ABSTRACT

KAMPANYE PENDIDIKAN MANFAAT POSITIF OLAHRAGA JOGGING KEPADA DEWASA AWAL

Marvin, 2013.

Supervisor : Markus Benyamin Diredja S.Sn

Supervisor : I Nyoman Natanael M.Ds

Workplace competition, especially in Bandung, make many adults forget the most important factor in their life, health. They always say that they don't have time to think about it, and it's becoming a habit.

They prefer sleep, playing games, go hanging out with friends, or drinks liquors to relieve stress. They don't realize the negative effect they'll feel later. The solution is jogging. Jogging is the most simple, efficient, and free sport. Because jogging is the basic of all sport and jogging doesn't need many equipments like other sports. We just need a sport shoes and shirts to do jogging. And jogging have many positive effect.

It can be socialized through a campaign, which held around office areas. Because campaign is a way to ask and change the target's paradigm indirectly. And this campaign is more informing about the benefit of jogging and how to do jogging the right way.

The purpose of this campaign is to change the lifestyle of adult in Bandung and encourages them to do a healthy lifestyle with jogging, and informing them about jogging.

Keywords Jogging, sports, lifestyle

ABSTRAK

KAMPANYE PENDIDIKAN MANFAAT POSITIF OLAHRAGA JOGGING KEPADA DEWASA AWAL

Marvin, 2013.

Pembimbing : Markus Benyamin Diredja S.Sn

Pembimbing : I Nyoman Natanael M.Ds

Persaingan dunia kerja, khususnya di Kota Bandung, membuat mereka melupakan faktor terpenting dalam hidup mereka yaitu kesehatan. Dan mereka beralasan bahwa mereka tidak memiliki waktu dan itu menjadi kebiasaan hidup mereka.

Mereka semua lebih memilih tidur, main game, pergi bermain bersama teman – teman atau pergi ke tempat hiburan dan minum - minuman keras untuk menghilangkan stress. Mereka tidak berpikir dampaknya negatif yang akan mereka alami di kemudian hari. Semua itu ada solusinya yaitu dengan olahraga *jogging*. *Jogging* merupakan jenis olahraga yang paling sederhana, efisien, dan hemat. Karena olahraga *jogging* adalah dasar dari semua olahraga dan tidak membutuhkan banyak peralatan seperti layaknya cabang olahraga yang lainnya. Kita hanya membutuhkan sepatu dan pakaian olahraga saja untuk melakukan olahraga *jogging*. Dan *jogging* menjadi olahraga yang banyak manfaat positifnya.

Itu semua bisa disosialisasikan dengan penjelasan melalui sebuah kampanye, yang dilakukan disekitar daerah perkantoran. Karena kampanye adalah cara untuk mengajak dan merubah pola pikir target secara tidak langsung. Dimana dikampanye olahraga *jogging* ini sendiri lebih kepada memberikan informasi tentang manfaat positif olahraga *jogging* dan bagaimana cara yang tepat untuk melakukan olahraga ini dengan baik.

Tujuan dan harapan diadakannya kampanye ini, untuk merubah gaya hidup target dewasa awal dikota Bandung dan mengajak mereka untuk menerapkan gaya hidup sehat dengan olahraga *jogging*. Selain itu memberikan mereka informasi yang jelas tentang olahraga *jogging*.

Kata kunci: *Jogging* , olahraga , gaya hidup

DAFTAR ISI

Cover.....	
LembarPengesahan	i
Lembar Pernyataan	ii
Lembar Publikasi	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi	v
Daftar Gambar.....	ii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Kampanye.....	5
2.1.1 Pengertian Kampanye.....	5
2.1.2 Syarat - syarat Kampanye.....	6
2.1.3 Tujuan Kampanye.....	6
2.1.4 Jenis Kampanye.....	7
2.1.5 Model Kampanye.....	7
2.2 Komunikasi.....	9
2.2.2 Efek Komunikasi.....	9
2.2.3 Komunikasi Massa.....	9
2.2.4 Syarat Komunikasi	9
2.2.5 Seleksi Media	9
2.3 Media Massa.....	13
2.3.1 Billboard.....	12
2.3.2 Majalah	12
2.3.3 Koran	12
2.4 Layout	13
2.4.1 Elemen Teks.....	13

2.4.2 Elemen Visual.....	13
2.5 Tagline.....	14
2.6 Teori Fotografi.....	14
2.6.1 Fungsi Fotografi	14
2.7 Pengertian Olahraga	15
2.8 Pengertian Jogging	15
2.8.1 Teknik Olahraga Jogging.....	16
 BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	 25
3.1 Data dan Fakta.....	18
3.1.1 Indo Runners.....	18
3.1.2 AQUA.....	19
3.2 Data Observasi.....	20
3.2.1 Hasil wawancara Indo Runners.....	20
3.2.2 Hasil wawancara Penggiat Sepeda	21
3.2.3 Hasil wawancara Psikologi Klinia	22
3.3 Analisis Olahraga Untuk Kesehatan	24
3.4 Olahraga Jogging atau Lari	24
3.5 Tinjauan Karya Sejenis	24
3.6 Analisis data SWOT Olahraga Jogging.....	31
3.6.1 Analisis data SWOT Kampanye Jogging	31
3.7 Analisis data STP Olahraga Jogging.....	32
3.8 Hasil Kuesioner	33
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	 38
4.1 Konsep Komunikasi.....	44
4.1.1 Konsep Verbal	45
4.2 Konsep Kreatif.....	46
4.2.1 Konsep Visual	47
4.2.2 Konsep Warna	47
4.1.1 Konsep Tipografi.....	47

4.3 Konsep Media.....	47
4.3.1 Alasan Memilih Media.....	47
4.3.2 Media Cetak	49
4.3.3 Media Elektronik.....	50
4.4 Konsep Logo.....	51
4.4.1 Konsep Nama Logo	51
4.4.2 Konsep Warna Logo	52
4.5 Hasil Karya.....	53
4.6 Timeline.....	68
4.7 Budgeting.....	69
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
Daftar Pustaka.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model kampanye.....	8
Gambar 3.1	Logo Mandatori.....	18
Gambar 3.2	Logo Sponsor.....	19
Gambar 3.5.1	Jakarta Heart Run 10K.....	26
Gambar 3.5.2	Jakarta Heart Run 10K.....	28
Gambar 3.5.3	Jakarta Heart Run 10K.....	28
Gambar 3.5.4	Jakarta Heart Run 10K.....	28
Gambar 3.8.1	Gender.....	33
Gambar 3.8.2	Usia Produktif.....	34
Gambar 3.8.3	Pekerjaan.....	34
Gambar 3.8.4	Rata – rata Jam Pulang Kantor.....	35
Gambar 3.8.5	Seberapa penting Olahraga menurut responden.....	35
Gambar 3.8.6	Intensitas Berolahraga	36
Gambar 3.8.7	Durasi berolahraga.....	36
Gambar 3.8.8	Kendala Berolahraga.....	37
Gambar 3.8.9	Olahraga Yang Biasa Dilakukan.....	37
Gambar 3.8.10	Apa Yang Dilakukan Ketika Tidak Berolahraga.....	38
Gambar 3.8.11	Motivasi apa ketika Berolahraga.....	38
Gambar 3.8.12	Apa Yang diketahui dari Jogging.....	39
Gambar 3.8.13	Apa Yang diketahui tentang Jogging.....	39
Gambar 3.8.14	Dimana bila Jogging.....	40
Gambar 3.8.15	Apa Yang Menarik dari Jogging.....	40
Gambar 3.8.16	Dengan Siapa Biasa Jogging.....	41
Gambar 3.8.17	Apa Perlu Diadakan Kampanye.....	42
Gambar 3.8.18	Dimana Biasa Melihat Kampanye.....	42
Gambar 4.4	Logo Grid.....	52
Gambar 4.5	Logo Preview.....	52
Gambar 4.5.1	Poster <i>Awariness</i> 1.....	53
Gambar 4.5.2	Poster <i>Awariness</i> 2.....	54
Gambar 4.5.3	Poster <i>Awariness</i> 3.....	55
Gambar 4.5.4	Poster <i>Informing</i> 1.....	56
Gambar 4.5.5	Poster <i>Informing</i> 2.....	57

Gambar 4.5.6	Poster <i>Informing</i> 3.....	58
Gambar 4.5.7	Poster <i>Reminding</i> 1.....	59
Gambar 4.5.8	<i>Xbanner</i>	60
Gambar 4.5.9	<i>Twitter</i>	61
Gambar 4.5.10	<i>Facebook</i>	61
Gambar 4.5.11	<i>Website</i> 1.....	62
Gambar 4.5.12	<i>Website</i> 2.....	62
Gambar 4.5.13	<i>Website</i> 3.....	63
Gambar 4.5.14	<i>Website</i> 4.....	63
Gambar 4.5.15	<i>Stiker</i> lantai.....	64
Gambar 4.5.16	<i>Gimmick</i>	64
Gambar 4.5.17	Tatakan Gelas.....	64
Gambar 4.5.18	Brosur.....	65
Gambar 4.5.19	<i>Calendar</i>	65
Gambar 4.5.20	PIN.....	66
Gambar 4.5.21	<i>BIB Number</i>	66
Gambar 4.5.22	Gelang ID	66
Gambar 4.5.23	<i>Flyer</i>	67
Gambar 4.5.24	<i>Backdrop Event</i>	67
Gambar 4.5.25	Umbul - umbul.....	67
Gambar 4.5.26	<i>Photo Pop Up Banner</i>	68
Gambar 4.6	<i>Timeline</i>	64