

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SADAR OLAHRAGA UNTUK EKSEKUTIF

Oleh
Ronald Kristanto
NRP 1564011

Saat ini olahraga sudah menjadi kebutuhan primer untuk setiap orang, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Sayangnya, banyak orang yang sulit mencari waktu berolahraga disebabkan sibuknya aktifitas yang dijalannnya, terutama para eksekutif. Para eksekutif yang disibukkan dengan aktifitas kerja seringkali merasakan stress, kesepian, bosan, dan mudah lelah.

Metode pengumpulan data adalah studi pustaka, menyebarkan kuisioner kepada 100 orang melalui Google Docs, dan wawancara bersama dr. Rachmat Zulkarnain Goesasi, SpKFR, dan Bapak Atep (*personal trainer*)

Berdasarkan analisis permasalahan, penulis menentukan bahwa strategi komunikasi dilakukan 3 tahap yaitu : menginformasikan pentingnya berolahraga, dampak positif berolahraga, dan juga solusi berolahraga ditengah kesibukan para eksekutif melalui sebuah video kampanye dan media sosial yaitu instagram. Dalam perancangan media kampanye penulis menggunakan teknik fotografi untuk media sosial, teknik videografi untuk media sosial Instagram, Facebook dan Youtube. Warna yang digunakan untuk desain kampanye di dominasi dengan warna hitam putih untuk memberi kesan modern dan sesuai dengan target audience. Pada tagline pun diberi warna biru langit untuk memberi kesan kesehatan.

Kata kunci : kampanye, olahraga, eksekutif, media, kesadaran

ABSTRACT

INTERACTIVE SPORTS AWARENESS CAMPAIGN MEDIA TO EXECUTIVE

Submitted by
Ronald Kristanto
NRP 1564011

Nowadays exercise has become a primary need for everyone, ranging from children to adults. Unfortunately, many people who find it hard to find time to exercise due to the busy activities they carry out, especially executives. Executives who are preoccupied with work activities often feel stressed, lonely, bored, and easily tired.

The research method used is library studies, distributing questionnaires to 100 people through Google Docs, and interviews with Dr. Rachmat Zulkarnain Goesasi, SpKFR, and Mr. Atep (personal trainer)

Based on the analysis of the problems, the authors determined that strategy communication was carried out in three stages, namely: informing the importance of exercise, the positive impact of exercise, and also a workout solution amid the busyness of executives through a campaign video and social media namely Instagram. In designing campaign media the author uses photography techniques for social media, videography techniques for social media Instagram, Facebook and Youtube. The colors used for campaign design are dominated by black and white to give the impression of being modern and in accordance with the target audience. The tagline is also given a sky blue color to give the impression of health.

Keywords: campaign, sports, executive, media, awareness

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii-ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR DIAGRAM.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1-2
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
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 Pengertian Kampanye.....	5
2.1.1 Pengertian Kampanye Menurut Para Ahli.....	5-7
2.1.2 Tujuan Kampanye.....	7
2.1.3 Tahapan Kampanye AISAS.....	7-8
2.2 Pengertian Videografi.....	8
2.2.1 Teknik Pengambilan Gambar pada Videografi.....	8
2.3 Pengertian Fotografi.....	10
2.3.1 Teknik Fotografi.....	10-11

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	12
1.1 Data dan Fakta.....	12
1.1.1 Mandatori.....	12-16
1.1.2 Olahraga.....	17-18
1.1.3 Hasil Wawancara.....	22
1.1.4 Hasil Kuisisioner.....	23-32
1.1.5 Tinjauan Karya Sejenis.....	33
1.2 Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning.....	34-35
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	36
4.1 Konsep Komunikasi.....	36
4.2 Konsep Kreatif.....	37
4.2.1 Fotografi.....	37
4.2.2 Videografi.....	37
4.2.3 Tipografi.....	37
4.2.4 Skema Warna.....	37
4.3 Konsep Media.....	38
4.4 Budgeting.....	39
4.5 Hasil Karya.....	40-44
BAB V PENUTUP.....	45
5.1 Simpulan.....	45
5.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LEMBAR ASISTENSI SKETSA.....	47-49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Kementrian Pemuda dan Olahraga Indonesia	12
Gambar 3.2	Logo WHO (World Health Organization).....	15
Gambar 3.3	Logo Indorunners.....	15
Gambar 3.4	Logo Indosweatcamp.....	16
Gambar 3.5	Logo Jakarta Swim Community.....	16
Gambar 3.6	Logo Kampanye “Mens Project”.....	33
Gambar 4.1	Font Bebas Neue.....	37
Gambar 4.2	Font Century Gothic.....	37
Gambar 4.3	Timeline Media.....	38
Gambar 4.4	Post 1-4 Instagram (Awareness).....	40
Gambar 4.5	Post 5-8 Instagram (Awareness).....	40
Gambar 4.6	Post 8-11 Instagram (Informing).....	40
Gambar 4.7	Post 12-14 Instagram (Informing).....	41
Gambar 4.8	Billboard & Bus Stop (Reminding).....	41
Gambar 4.9	Poster 1-4 Instagram (Informing).....	42
Gambar 4.10	Poster 5-7 Instagram (Informing).....	43
Gambar 4.11	Poster 8-10 Instagram (Informing).....	43
Gambar 4.12	Poster 11-13 Instagram (Informing).....	43
Gambar 4.13	Give Away Poster Promotion (Instagram).....	44

DAFTAR DIAGRAM

Gambar 3.1	Jenis Kelamin Responden.....	23
Gambar 3.2	Usia Responden.....	23
Gambar 3.3	Pekerjaan Responden.....	24
Gambar 3.4	Penghasilan Responden per Bulan.....	24
Gambar 3.5	Sudah Menikah atau Belum.....	25
Gambar 3.6	Seberapa Penting Olahraga.....	25
Gambar 3.7	Seberapa Sering Responden Berolahraga.....	26
Gambar 3.8	Frekuensi Olahraga per Minggu.....	26
Gambar 3.9	Waktu Yang Biasa Digunakan Responden Untuk Berolahraga.....	27
Gambar 3.10	Jenis Olahraga Yang Biasa Dilakukan Responden.....	27
Gambar 3.11	Responden Yang Rutin dan Tidak Rutin Berolahraga.....	28
Gambar 3.12	Pendapat Responden Tentang Pengaruh Olahraga Terhadap Mental.....	28
Gambar 3.13	Pendapat Responden Tentang Pengaruh Olahraga Terhadap Fisik.....	29
Gambar 3.14	Kebiasaan Responden Berolahraga Dengan Siapa.....	29
Gambar 3.15	Aktifitas yang Dilakukan Responden Sepulang Kerja.....	30
Gambar 3.16	Durasi Responden Bekerja.....	30
Gambar 3.17	Pendapat Responden Tentang Anggapan Pekerjaan Membuat Sulit Mencari Waktu Berolahraga.....	31
Gambar 3.18	Jenis Pekerjaan Responden	31
Gambar 3.19	Media Yang Biasa Dipakai Responden Untuk Mencari Informasi....	32