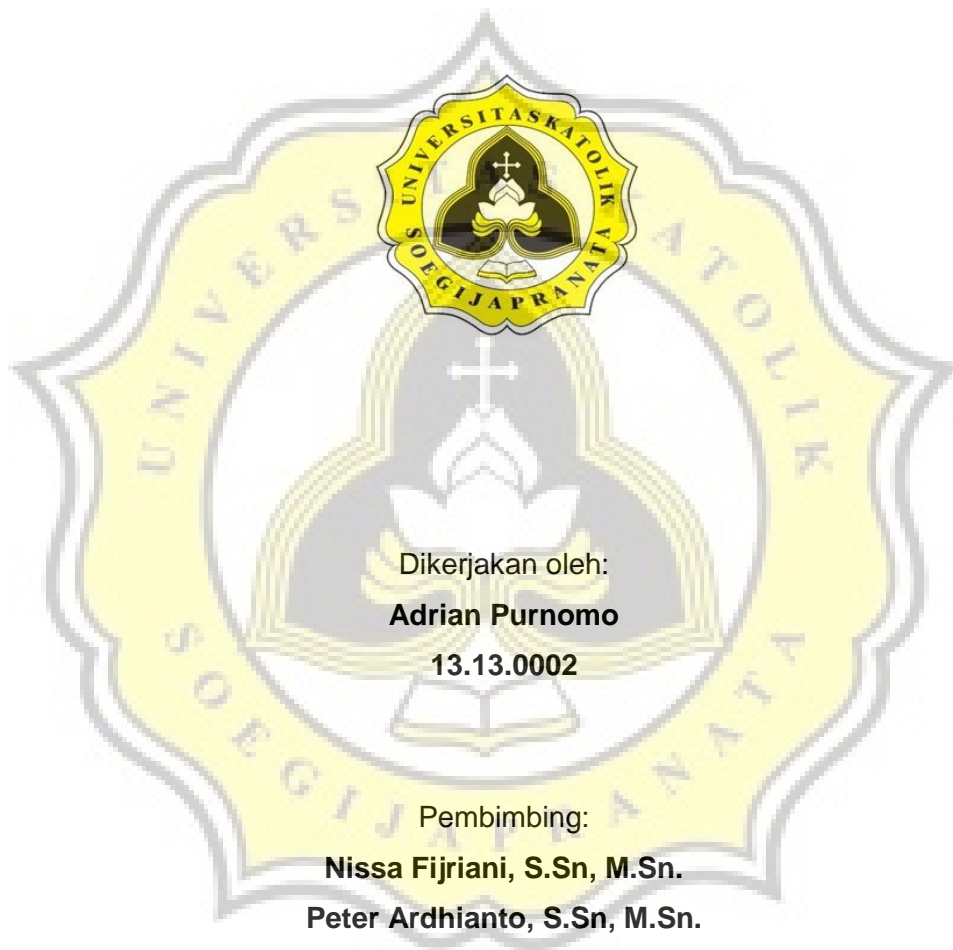


**PROYEK AKHIR
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PERIODE 10**

**KAMPANYE LATIHAN CALISTHENIC UNTUK REMAJA USIA
18 – 21 TAHUN DI KOTA SEMARANG**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIKA SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
PERIODE GENAP 2016/2017**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adrian Purnomo

NIM : 13.13.0002

Judul Proyek Akhir : Kampanye Latihan Calisthenic Untuk Remaja Usia 18 – 21 Tahun Di Kota Semarang

Menyatakan bahwa Proyek Akhir ini merupakan hasil karya sendiri dan telah mengikuti segala ketentuan dan peraturan Akademik dalam hal pengutipan dari beberapa referensi yang ada,

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi, pemalsuan data, maupun bentuk kecurangan lainnya, Saya bersedia menerima sanksi Akademis dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Demi kepentingan Akademis, maka Saya bersedia dan menyetujui bentuk publikasi dari karya ilmiah ini.

Semarang, 13 Juli 2017

Pembuat Pernyataan

Adrian Purnomo
NIM 13.13.0002

LEMBAR PENGESAHAN

Judul :

Kampanye Latihan Calisthenic Untuk Remaja Usia 18 – 21 Tahun Di Kota
Semarang

Adrian Purnomo

13.13.0002

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain
Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 13 Juli 2017

Mengesahkan,

Dekan
Fakultas Arsitektur dan Desain

Dra. B. Tyas Susanti, MA, Ph.D
NPP 058 1 1989 083

Kaprogdi Desain Komunikasi Visual,

Koordinator Proyek Akhir DKV

Ag. Dicky Prastomo, SIP., MA
NPP 058 1 2013 283

Ign. Dono Sayoso, Ir., MSR
NPP 058 1 1986 013

LEMBAR PENGESAHAN

Judul :

Kampanye Latihan Calisthenic Untuk Remaja Usia 18 – 21 Tahun Di Kota
Semarang

Adrian Purnomo

13.13.0002

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain
Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 13 Juli 2017

Menyetujui,

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Nissa Fijriani, S.Sn, M.Sn.
NPP 058 3 2016 081

Peter Ardhianto, S.Sn, M.Sn.
NPP 058 1 2015 295

Penguji 1

Penguji 2

Penguji 3

Nissa Fijriani, S.Sn, M.Sn.
NPP 058 3 2016 081

Peter Ardhianto, S.Sn, M.Sn.
NPP 058 1 2015 295

Bayu Widianoro, ST. M.Sn
NPP 058 1 2008 275

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur Penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus, yang oleh Berkat, Anugerah dan Rahmat-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir yang berjudul Kampanye Latihan Calisthenic Untuk Remaja Usia 18 – 21 Tahun Di Kota Semarang. Proyek Akhir ini diselesaikan guna memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana pada program studi Desain Komunikasi Visual dari Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian Proyek Akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak berikut;

1. Nissa Fijriani, S.Sn, M.Sn. selaku Pembimbing 1 yang telah membimbing Penulis dari awal hingga akhir pengerjaan Proyek Akhir ini sehingga bisa selesai dengan baik.
2. Peter Ardianto, S.Sn, M.Sn. selaku Pembimbing 2 yang telah memberi banyak masukan dan pengetahuan dalam proses pengerjaan Proyek Akhir ini.
3. Bayu Widiatoro, ST. M.Sn. yang telah memberi banyak masukan positif yang mendidik sehingga Penulis dapat memperbaiki kekurangan dalam Proyek Akhir ini.
4. Agustinus Dicky Prastomo, SIP, MA, yang telah memberi masukan dan bimbingan selama proses Proyek Akhir ini.
5. Adi Nugroho, S.Ds yang telah meluangkan waktunya yang berharga untuk Penulis bisa berkonsultasi dalam proses awal dan memberi masukan bermanfaat.
6. Sahabat, saudara, dan teman-teman Mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang telah bersedia memberikan bantuan spiritual dan dukungan dalam proses awal hingga akhir Proyek Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisan Proyek Akhir ini sehingga kritik dan saran positif sangat diharapkan. Semoga Proyek Akhir ini dapat menyumbang pengetahuan baru dalam keilmuan Desain Komunikasi Visual dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya

Semarang, 13 Juli 2017

Adrian Purnomo



ABSTRAK

Di era modern ini, olahraga kebugaran biasa kita ketahui berada di *gym* atau pusat kebugaran. Berolahraga di pusat kebugaran secara rutin dan berkala tentu saja tidak murah karena harus mengeluarkan biaya sewa alat-alat. Pusat kebugaran juga memiliki jam operasional sehingga orang-orang tertentu yang sibuk dengan aktifitas akan menjadi penghambat. Hal ini menjadi salah satu penyebab sikap acuh pada olahraga dan kesehatan diri sendiri terutama para remaja. Kesehatan diri sendiri harus diperhatikan sejak masih muda.

Calisthenic merupakan olahraga kebugaran yang dapat menyehatkan tubuh dan membentuk tubuh menjadi indah. Olahraga *calisthenic* ini mirip dengan yang ada di pusat kebugaran, tetapi menggunakan beban tubuh sebagai alatnya dan tidak membutuhkan biaya sewa karena bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun. Namun, olahraga *calisthenic* ini masih kurang dikenal secara luas di kalangan para remaja.

Demi memperkenalkan manfaat positif dari *calisthenic* yang tidak didapat di pusat kebugaran pada umumnya, maka Kampanye Latihan *Calisthenic* ini perlu diciptakan untuk menyadarkan para remaja di Kota Semarang.

Kata Kunci : *Calisthenic*, Kampanye, Remaja

ABSTRACT

In this modern era, fitness sport usually we know at the gym or at the fitness center. Doing a sport activity in a fitness center in routine and periodic time, of course it is not very cheap because it must spend much money for equipment rental cost. The fitness center also has an operational hour, it is becoming the obstacle to the members who have other activities/business. This matter becomes the one of indifference causes toward sports and our personal health, especially for teenagers, our personal health should be noticed since we're young.

Calisthenics is a fitness sport which can make the body healthy and make a good body shape. It is similar to the gym at the fitness center, but it uses body weight as the equipment and it's not needed the rent cost because it can do everywhere and every time. But unfortunately, it's still less known widely by the teenager.

For introducing the benefits from calisthenics which could not get at the fitness center in general, so, the calisthenics exercise campaign should be created to resuscitate the teenager in Semarang.

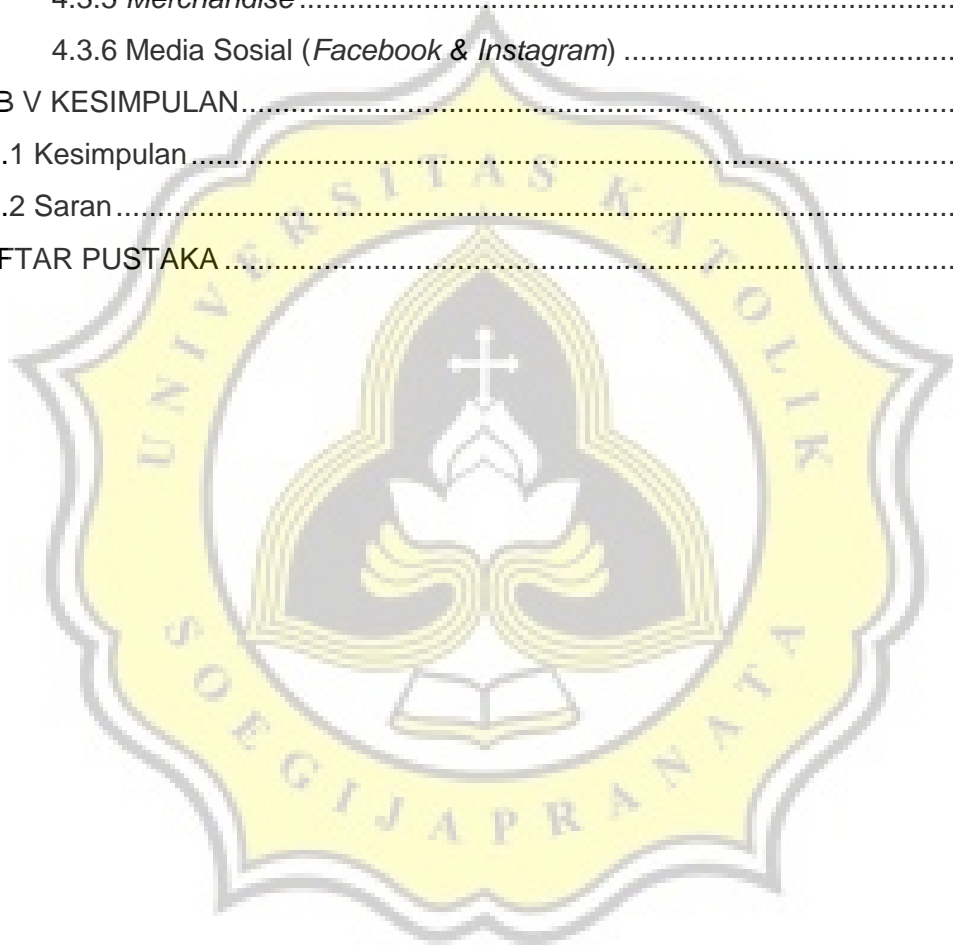
Keywords : Calisthenic, Campaign, Teenager

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|----------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR DIAGRAM | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 2 |
| 1.3 Pembatasan Masalah | 2 |
| 1.4 Perumusan Masalah | 2 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 2 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 2 |
| 1.7 Metode Penelitian | 2 |
| 1.7.1 Observasi..... | 3 |
| 1.7.2 Kuesioner | 3 |
| 1.7.3 Studi Literatur..... | 3 |
| 1.8 Sistematika Penulisan..... | 3 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 5 |
| 2.1 Kerangka Berpikir | 5 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 6 |
| 2.2.1 Pengertian Komunikasi | 6 |
| 2.2.2 Teori AISAS | 6 |
| 2.2.3 Remaja..... | 6 |
| 2.2.3.1 Pengertian Remaja | 6 |
| 2.2.3.2 Pembagian Usia Remaja | 6 |
| 2.2.4 IMC | 6 |
| 2.2.4.1 Definisi IMC | 6 |
| 2.2.4.2 Alat Bauran IMC..... | 7 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.5 Calisthenic | 7 |
| 2.2.5.1 Pengertian Calisthenics | 7 |
| 2.2.5.2 Manfaat dan Nilai Tambah Calisthenics | 8 |
| 2.2.5.3 Gerakan Dasar Calisthenics..... | 8 |
| 2.2.6 Kampanye Sosial | 10 |
| 2.2.6.1 Tujuan Kampanye Sosial | 11 |
| 2.2.7 Media dan Periklanan..... | 11 |
| 2.2.8 Pengertian Logo | 11 |
| 2.2.9 Tipografi | 12 |
| 2.2.10 Warna | 12 |
| 2.2.11 Layout | 13 |
| 2.3 Kajian Pustaka..... | 13 |
| 2.3.1 Calisthenics..... | 13 |
| 2.4 Studi Komparasi | 14 |
| 2.4.1 Perancangan Kampanye Olahraga sebagai Pola Hidup Sehat melalui Desain Aplikasi Smartphone bagi Pekerja Kantoran | 14 |
| BAB III STRATEGI KOMUNIKASI | 15 |
| 3.1 Analisis | 15 |
| 3.1.1 Hasil Analisa Observasi | 15 |
| 3.1.2 Hasil Analisa Kuesioner | 17 |
| 3.2 Sasaran Khalayak..... | 22 |
| 3.3 Strategi Komunikasi | 22 |
| 3.3.1 Creative Brief | 22 |
| 3.3.2 Tema Kampanye..... | 23 |
| 3.3.3 Judul Kampanye | 23 |
| 3.3.4 Tahapan Kampanye..... | 23 |
| 3.3.5 Strategi Media..... | 24 |
| 3.4 Strategi Anggaran | 26 |
| BAB IV STRATEGI KREATIF | 27 |
| 4.1 Konsep Visual..... | 27 |
| 4.1.1 Logo..... | 27 |
| 4.1.1.1 Dasar Bentuk Logo..... | 27 |
| 4.1.1.2 Warna Logo..... | 27 |

| | |
|--|----|
| 4.1.1.3 Tipografi Logo | 28 |
| 4.2 Konsep Verbal | 28 |
| 4.3 Visualisasi Desain | 28 |
| 4.3.1 Poster & <i>Billboard Attention</i> | 28 |
| 4.3.2 Poster, Brosur & <i>Billboard Interest</i> | 29 |
| 4.3.3 Iklan <i>Instagram & Facebook</i> | 29 |
| 4.3.4 <i>Action</i> | 30 |
| 4.3.5 <i>Merchandise</i> | 33 |
| 4.3.6 Media Sosial (<i>Facebook & Instagram</i>) | 33 |
| BAB V KESIMPULAN | 34 |
| 5.1 Kesimpulan | 34 |
| 5.2 Saran | 34 |
| DAFTAR PUSTAKA | 35 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir..... | 5 |
| Gambar 2.2.5.3.1 <i>Push up</i> | 9 |
| Gambar 2.2.5.3.2 <i>Squats</i> | 9 |
| Gambar 2.2.5.3.3 <i>Sit up</i> | 10 |
| Gambar 2.2.5.3.4 <i>Elbow plank</i> | 10 |
| Gambar 2.4.1 Perancangan aplikasi <i>stretching partner</i> untuk pekerja kantoran | 14 |
| Gambar 4.1.1.1.1 <i>Logo</i> | 27 |
| Gambar 4.1.1.2.1 <i>Warna</i> | 27 |
| Gambar 4.3.1 <i>Attention</i> | 28 |
| Gambar 4.3.2 <i>Interest</i> | 29 |
| Gambar 4.3.3 <i>Instagram & Facebook</i> | 29 |
| Gambar 4.3.4 <i>Denah Acara</i> | 30 |
| Gambar 4.3.5 <i>Stage</i> | 30 |
| Gambar 4.3.6 <i>Entrance Gate</i> | 31 |
| Gambar 4.3.7 <i>Booth Cek Lemak & Tekanan Darah</i> | 31 |
| Gambar 4.3.8 <i>Booth Merchandise</i> | 31 |
| Gambar 4.3.9 <i>X-Banner Demo</i> | 32 |
| Gambar 4.3.10 <i>Ilustrasi Acara</i> | 32 |
| Gambar 4.3.11 <i>Merchandise</i> | 33 |
| Gambar 4.3.12 <i>Media Sosial</i> | 33 |

DAFTAR DIAGRAM

| | |
|--|----|
| Diagram 3.1.2.1 Rutin / tidak | 17 |
| Diagram 3.1.2.2 <i>Calisthenic</i> | 19 |
| Diagram 3.1.2.3 Persentase | 20 |
| Diagram 3.1.2.4 Gaya Desain | 20 |
| Diagram 3.1.2.5 Tipografi..... | 21 |
| Diagram 3.1.2.6 Warna | 21 |

