

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern ini, membangun bentuk tubuh yang ideal dan bugar telah menjadi kebutuhan dan gaya hidup masyarakat. Seperti pepatah bahasa *latin* yang sangat populer di kalangan masyarakat yaitu *mens sana in corpore sano* yang artinya di dalam tubuh yang kuat terhadap jiwa yang sehat. Oleh karena itu, sejak lama olahraga dijadikan salah satu cara untuk pencegahan penyakit. Seperti yang dikatakan Albert M. Hutapea dalam bukunya "Menuju Gaya Hidup Sehat" bahwa penyakit jantung lebih sering diderita oleh orang yang tidak aktif berolahraga. Hal ini telah diteliti oleh Universitas Harvard terhadap 17.000 alumni mereka selama 16 tahun. Hidup sehat dapat dilakukan dengan salah satunya adalah rutin olahraga. Tentunya olahraga harus dimulai rutin sejak usia muda, dalam kasus ini Penulis memfokuskan target usia remaja. Olahraga kebugaran tubuh saat ini identik dengan pusat kebugaran. Pusat kebugaran atau yang kita kenal sebagai *gym*, tidak semua lapisan masyarakat menengah ke bawah bisa menggapainya dikarenakan tarif sewa yang cukup tinggi. Tak jarang jika *gym* didominasi oleh kalangan menengah atas.

Calisthenic merupakan pola latihan yang mirip dengan *gym* namun dengan biaya yang jauh lebih murah bahkan gratis. Pola latihan ini hanya mengandalkan beban tubuh sebagai alat nya, oleh karena itu *calisthenic* bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun. Olahraga ini bisa menjadi solusi untuk para remaja yang ingin berolahraga seperti di *gym* versi gratis. Tetapi tidak semua remaja mengetahui pola latihan *calisthenic* ini. Hal ini mengakibatkan para remaja kalangan menengah bawah menjadi tidak rutin berolahraga oleh karena alasan *gym* membutuhkan biaya yang tinggi, tentu hal ini akan berdampak pada kesehatan remaja jangka panjang.

Berdasarkan uraian di atas, Penulis melakukan perancangan kampanye untuk memperkenalkan olahraga *calisthenic* yang merupakan olahraga tanpa biaya, bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun tetapi bisa memperoleh hasil layaknya di *gym*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, telah ditentukan beberapa permasalahan pokok yang menjadi dasar perancangan yaitu;

- Kurangnya pengetahuan remaja mengenai olahraga *calisthenic*.
- Pola pikir pusat kebugaran / *gym* jika berbicara mengenai olahraga di era modern.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar bahasan tidak terlalu luas, Penulis membatasi lingkup penelitian ini. Penelitian ini dibatasi pada lingkup wilayah Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Subjek sasaran di batasi pada remaja usia 18 hingga 21 tahun dengan SES B-C. Pendekatan media yang digunakan adalah kampanye sosial.

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah untuk perancangan ini adalah “bagaimana merancang kampanye guna memperkenalkan olahraga *calisthenic* kepada remaja?”

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang kampanye untuk memperkenalkan olahraga *calisthenic* ini dengan menggunakan gerakan-gerakan dalam teknik latihan tersebut.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian secara umum adalah untuk menerapkan teori-teori dalam keilmuan Desain Komunikasi Visual sehingga bisa dijadikan perbandingan untuk penelitian yang sejenis. Sedangkan manfaat untuk target sasaran adalah;

- Para remaja mengenal olahraga *calisthenic* ini agar dapat merasakan manfaat positifnya yang tidak kalah dengan *gym*.
- Merubah pola pikir masyarakat bahwa olahraga tidak identik dengan *gym* yang butuh biaya.

1.7 Metode Penelitian

Data primer diperoleh secara langsung oleh Penulis melalui dua metode pengumpulan data, diantaranya;

1.7.1 Observasi

Penulis secara langsung melakukan observasi mengenai olahraga *Calisthenic* ini melalui *medium* Komunitas Barstunt *Calisthenic and Streetworkout* (Semarang) yang menjadi bagian dari Asosiasi *Street Workout* atau *Calisthenic* bernama *Street Workout Indonesia (SWID)*. Penulis akan mengobservasi sekaligus merasakan latihan secara langsung kegiatan latihan yang dilakukan oleh Barstunt, teknik dan variasi latihan seperti apa yang sering dilakukan oleh mereka. Lokasi observasi ini berada di GOR Tri Lomba Juang Semarang, yang merupakan *basecamp* latihan mereka. Dari hasil observasi tersebut maka akan diperoleh gerakan/teknik yang benar, dan akan digunakan dalam perancangan Kampanye ini.

1.7.2 Kuesioner

Penulis menggunakan metode kuesioner ini untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan untuk mendukung judul penelitian. Kuesioner akan dibagikan secara tertulis dengan jumlah responden 50 remaja umur 18 hingga 21 tahun dengan SES B C. Dengan adanya kuesioner ini maka Penulis dapat menemukan desain yang cocok untuk sosialisasi olahraga *calisthenic* yang akan dirancang, serta mencari tahu gerakan latihan yang cocok digunakan untuk referensi desain kampanye ini.

Berikut data sekunder yang diperoleh Penulis melalui metode;

1.7.3 Studi Literatur

Metode pencarian data melalui berbagai referensi buku, majalah, dan koran guna memperoleh data lebih dalam mengenai olahraga *Calisthenic* baik dari segi tips, teknik latihan, serta pola gerakan yang terperinci. Melalui metode ini Penulis juga dapat mencari referensi pustaka yang berhubungan dengan olahraga ataupun landasan teori desain yang akan diterapkan.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

- 1.1 Latar Belakang Masalah
- 1.2 Identifikasi Masalah
- 1.3 Pembatasan Masalah
- 1.4 Perumusan Masalah
- 1.5 Tujuan Penelitian
- 1.6 Manfaat Penelitian

1.7 Metode Penelitian

1.8 Sistematika Penulisan

BAB II Tinjauan Umum

2.1 Kerangka Berpikir

2.2 Landasan Teori

2.3 Kajian Pustaka

2.4 Studi Komparasi

BAB III Strategi Komunikasi

3.1 Analisis

3.2 Sasaran Khalayak (*Target Audience*)

3.3 Strategi Komunikasi

3.4 Strategi Media

3.5 Strategi Anggaran

BAB IV Strategi Kreatif

4.1 Konsep Visual

4.2 Konsep Verbal

4.3 Visualisasi Desain

BAB V Penutup

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran

Daftar Pustaka

