

BAB IV

STRATEGI KREATIF

4.1 Konsep Visual

4.1.1 Logo

4.1.1.1 Dasar Bentuk Logo

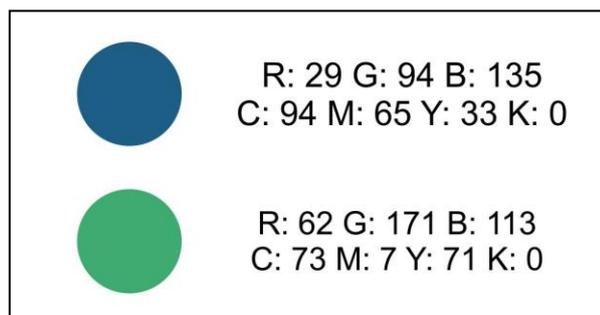
Dasar bentuk logo menggunakan perpaduan ikon dari kata kunci 'tidak terbatas' atau *infinity* oleh karena olahraga *calisthenic* ini merupakan olahraga tanpa batas. Figur *push up* dan *sit up* turut digunakan dalam perancangan logo ini berdasarkan hasil kuesioner Penulis oleh karena dua gerakan tersebut yang paling familiar menurut responden.



Gambar 4.1.1.1 Logo

4.1.1.2 Warna Logo

Warna yang digunakan Penulis dalam perancangan logo kampanye ini hijau dan biru. Adapun arti warna hijau seperti yang disebutkan Swasty (2010: 48) yang berarti kesehatan dan berjiwa muda. Sesuai dengan konsep kampanye olahraga *Calisthenic* ini yang berhubungan dengan kesehatan serta memiliki target remaja. Warna biru yang berarti kesegaran ini mewakili salah satu manfaat dari berolahraga yang dapat memberikan kesegaran bagi tubuh.



Gambar 4.1.1.2.1 Warna

4.1.1.3 Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam Logo yaitu *egyptian (Northwest Bold)* dengan *italic* sehingga menampilkan olahraga adalah sesuatu yang bergerak dan dinamis.

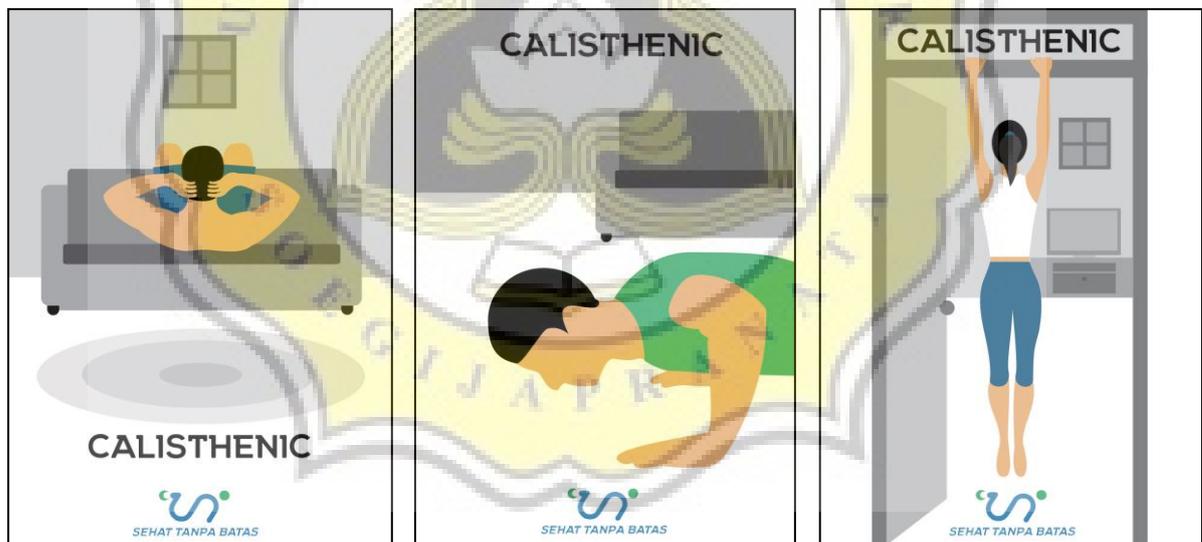
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

4.2 Konsep Verbal

Konsep bahasa verbal yang digunakan oleh Penulis menggunakan bahasa anak remaja dengan SES BC yang tidak terlalu kaku dan formal melainkan bahasa gaul sehari-hari anak Semarang. Percampuran bahasa jawa yang sangat familiar di telinga masyarakat Semarang menjadi pilihan yang tepat.

4.3 Visualisasi Desain

a. Poster & Billboard Attention



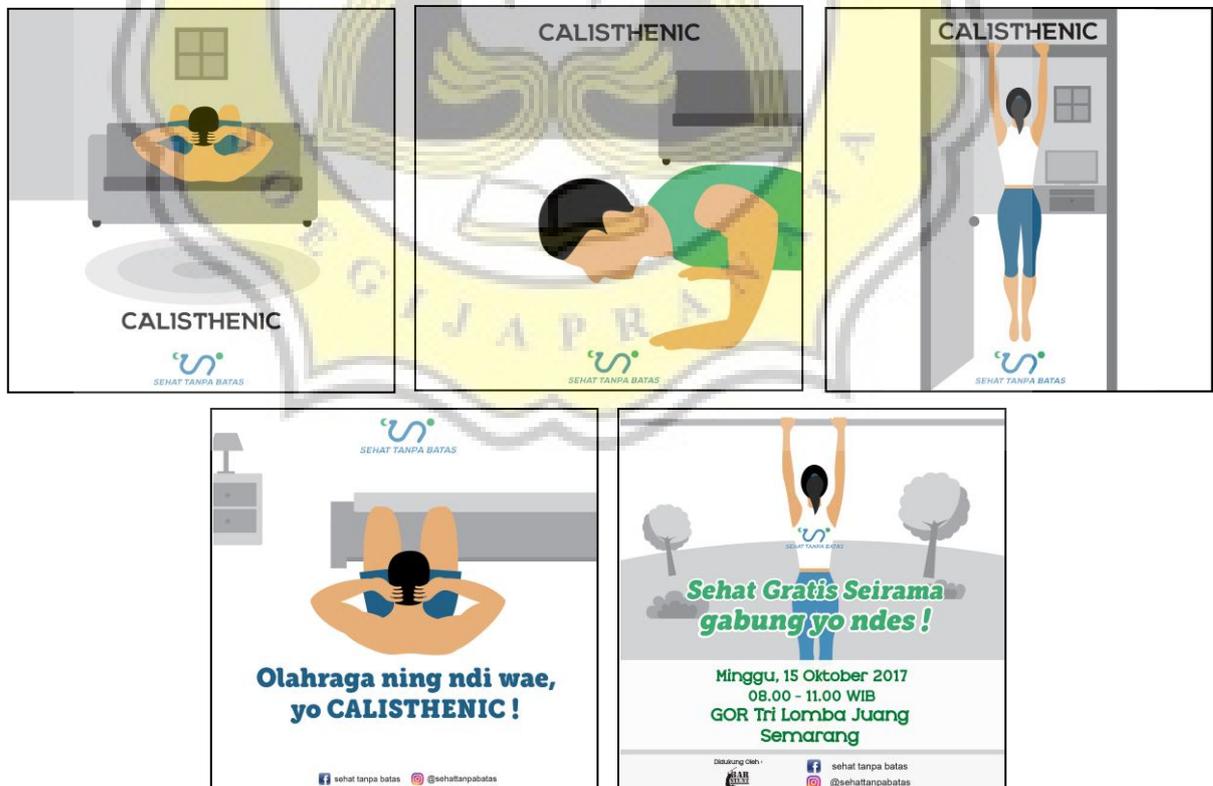
Gambar 4.3.1 Attention

b. Poster, Brosur, *Billboard Interest*



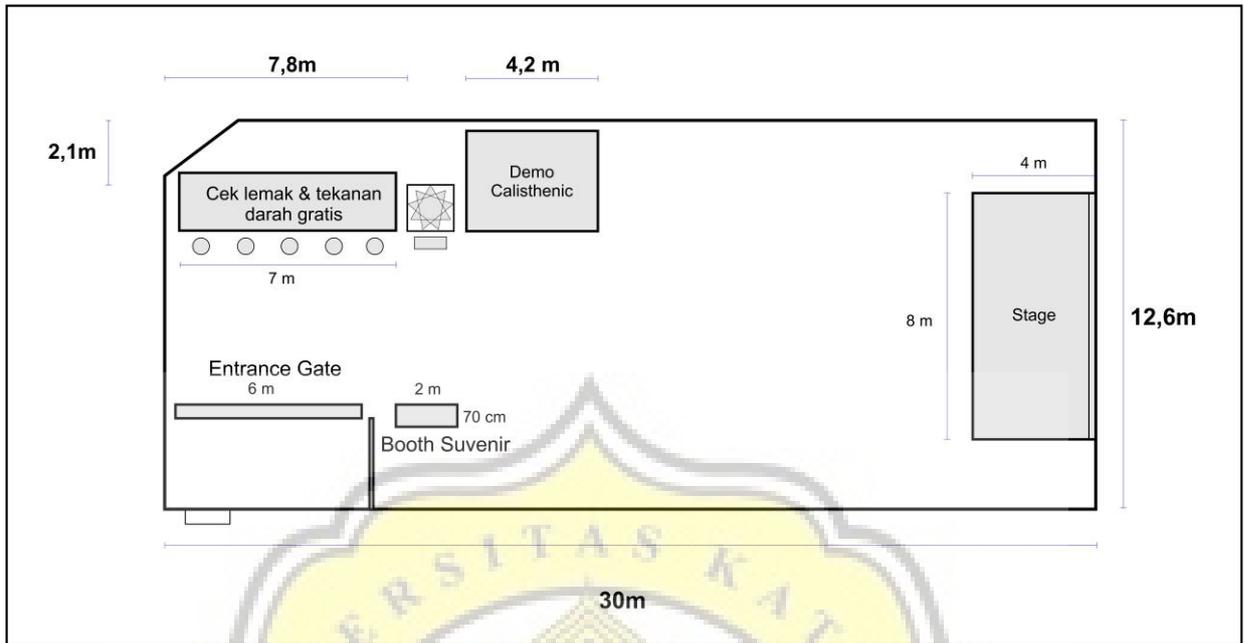
Gambar 4.3.2 Interest

c. Iklan *Instagram* dan *Facebook*



Gambar 4.3.3 *Instagram* dan *Facebook*

d. Action



Gambar 4.3.4 Denah Acara



Gambar 4.3.5 Stage



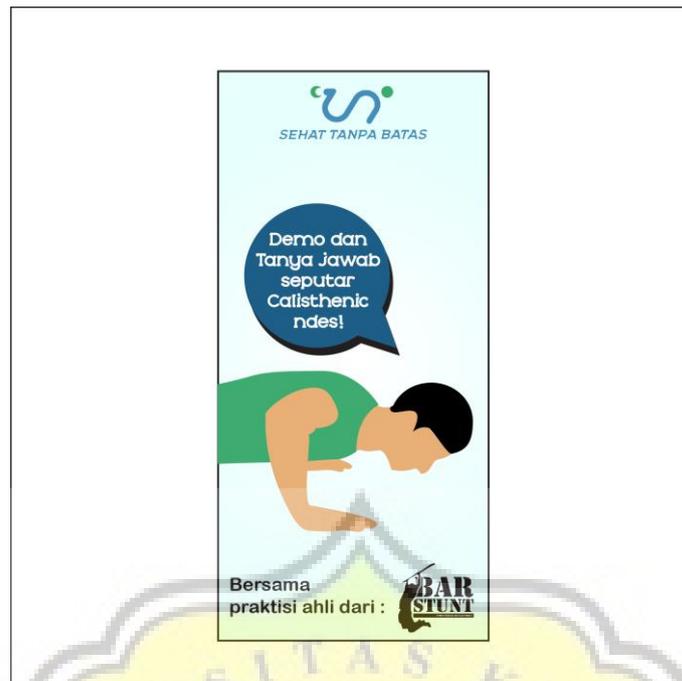
Gambar 4.3.6 Entrance Gate



Gambar 4.3.7 Booth Cek Lemak dan Tekanan Darah



Gambar 4.3.8 Booth Merchandise



Gambar 4.3.9 X-banner Demo



Gambar 4.3.10 Ilustrasi Acara

e. Merchandise (Kaos, Stiker, Handuk, Tumbler, Gantungan Kunci)



Gambar 4.3.11 Merchandise

f. Media Sosial (Facebook & Instagram)



Gambar 4.3.12 Media sosial