



PERANCANGAN KAMPANYE BIASAKAN OLAHRAGA SEMINGGU 2X

UNTUK PKERJA AKTIF USIA 25 - 35 TAHUN

THE, YAOLANDA THERSIA

10.13.0036

PROGRAM STUDI

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

PERANCANGAN KAMPANYE BIASAKAN OLAHRAGA SEMINGGU 2X
UNTUK PEKERJA AKTIF USIA 25 – 35 TAHUN

Nama: The, Yaolanda Thersia

NIM: 10.13.0036

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 10 Juli 2015

Mengesahkan

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain

Kaprodi Desain Komunikasi Visual

Koordinator Proyek Akhir

Ir. Tri Hesti Mulyani, M. T.
NIDN. 6011086201

Ir. Robert Rianto Widjaja, M. T.
NIDN. 0627066701

Ir. Robert Rianto Widjaja, M. T.
NIDN. 0627066701

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

PERANCANGAN KAMPANYE BIASAKAN OLAHRAGA SEMINGGU 2X
UNTUK PEKERJA AKTIF USIA 25 – 35 TAHUN

Nama: The, Yaolanda Thersia

NIM: 10.13.0036

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 10 Juli 2015

Menyetujui,

Pembimbing I

Peter Ardhiyanto, S.Sn.,M.Sn.

NPP.05812015295

Pembimbing II

Tabita Nani Aryani, S.Sn.

NPP. 5852010275

Penguji I

Ir. Ign. Dono Sayoso, MSR.

NIDN. 0608075601

Penguji II

Ir. Robert Rianto Widjaja, MT.

NIDN. 0627066701

Penguji III

Moediartianto, ST., M.Sc.

NIDN. 0611057401

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama: The, Yaolanda Thersia

NIM: 10.13.0036

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Universitas Katolik Soegijapranata

Judul Proyek Akhir:

PERANCANGAN KAMPANYE BIASAKAN OLAHRAGA SEMINGGU 2X
UNTUK PEKERJA AKTIF USIA 25 – 35 TAHUN

Menyatakan bahwa proyek akhir ini adalah hasil karya saya sendiri serta telah mengikuti peraturan akademik dalam melakukan kutipan. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan/atau pemalsuan data maupun bentuk – bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia menerima sanksi 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, 10 Juli 2015

The, Yaolanda Thersia

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan proyek akhir ini yang berjudul Perancangan Kampanye Biasakan Olahraga Seminggu 2x untuk Pekerja Aktif Usia 25 – 35 tahun, demi memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada pihak – pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan proyek akhir ini. Terima Kasih penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Ir. Robert Rianto Widjaja, MT selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Adi Nugroho S,DS selaku Koordinator Proyek Akhir 06 yang telah membantu dan membimbing para mahasiswa dalam pembuatan proyek akhir periode 06 ini.
3. Bapak Peter Ardianto selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan masukan sehingga proyek akhir ini dapat diselesaikan.
4. Orang tua dan saudara –saudara yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam proses pembuatan proyek akhir ini.
5. Teman – teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dan membantu dalam pembuatan proyek akhir periode 06 ini.
6. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah berperan penting dan memberikan dukungan dalam proses pembuatan proyek akhir.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna sehingga segala bentuk masukan baik saran maupun kritik yang diberikan oleh pembaca akan sangat membantu. Akhir kata penulis berharap penulisan laporan proyek akhir ini dapat diterima dan nantinya dapat membantu serta memberikan wawasan yang lebih bagi pembaca serta pihak yang membutuhkan.

Peenulis



ABSTRAK

Kesehatan merupakan hal terpenting dalam kehidupan kita untuk menjalani segala aktivitas setiap harinya. Kesehatan sejatinya tidaklah susah untuk didapatkan asalkan rajin meluangkan waktunya seminggu 2x untuk berolahraga yang memberikan efek baik untuk kehidupan dan aktivitas sehari – hari.

Kegiatan rajin berolahraga seharusnya sudah ditanamkan sejak dini, namun masih banyak masyarakat terutama usia dewasa muda yang aktif dalam pekerjaannya mengabaikan pentingnya olahraga untuk kesehatan, karena dengan adanya sering berolahraga metabolisme tubuh menjadi seimbang dan konsentrasi dalam bekerja lebih kuat dan terhindar dari penyakit – penyakit yang akan timbul dan dengan adanya rajin berolahraga akan memberikan efek baik untuk jangka kedepannya diusia tua.

Oleh karena kurangnya kesadaran para masyarakat terutama usia dewasa muda masih mengabaikan olahraga, sehingga penulis merancang sebuah kampanye dengan tema kebahagiaan yang sesungguhnya adalah menjadi sehat sehingga dapat memberikan informasi tentang pentingnya berolahraga seminggu 2x

Kata kunci : Kesehatan, olahraga, Ilustrasi.

Healthiness is most important thing in our lives to live out all activities each day. True health is not hard to obtain provided that the diligent taking time twice a week for exercise that gives a good effect to the life and activity of the day - today

Activities diligently exercising should be instilled early, but still many people especially young adults who are active in his work overlook the importance of sport for health, due to the presence of frequent exercise body metabolism into balance and concentration in working more strongly and to avoid diseases that will arise and with the diligent exercise will give a good effect for the next term in old age.

Due to the lack of awareness of the community especially age young adults still ignoring sports, so the authors designed a campaign with the theme true happiness is being healthy, so it can provide information about the importance of exercise twice a week.

Keyword : Health, Sport, Illustration.

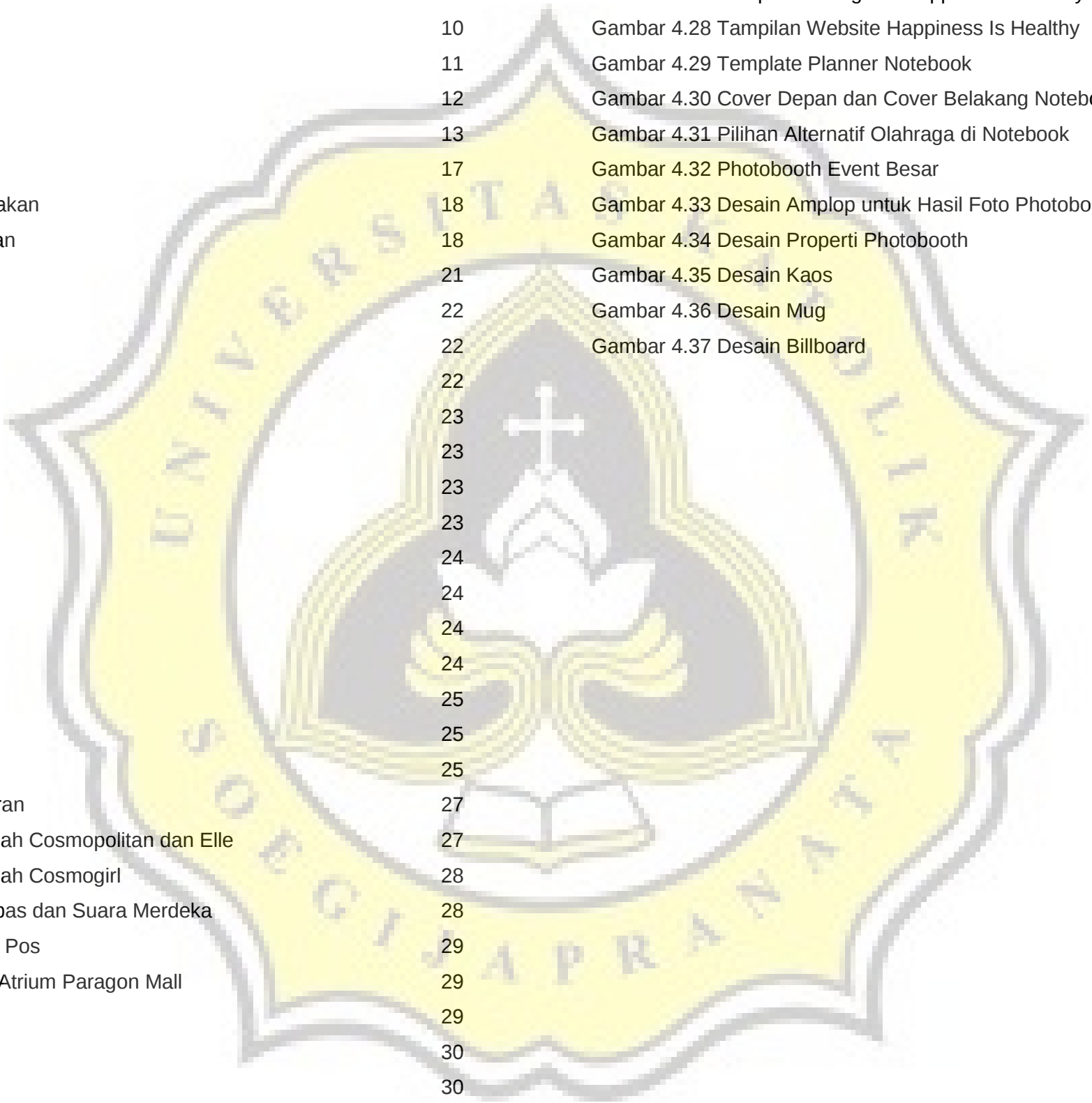
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i	II.2.2.2 Faktor – Faktor Pembentukan Kepribadian	5
HALAMAN PENGESAHAN	ii	II.2.3 Olahraga Untuk Kesehatan	5
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv	II.2.3.1 Pengertian Olahraga	5
KATA PENGANTAR	v	II.2.3.2 Pengertian Olahraga Kesehatan	5
ABSTRAK	vi	II.2.3.3 Manfaat Olahraga Bagi Kesehatan	5
DAFTAR ISI	vii	II.2.4 Psikologi Perkembangan	5
DAFTAR GAMBAR	ix	II.2.4.1 Perkembangan Masa Dewasa dan Tua	5
DAFTAR DIAGRAM DAN TABEL	x	II.2.5 Undang – Undang Tentang Kesehatan	6
I. PENDAHULUAN	1	II.2.6 Kampanye	6
I.1 Latar Belakang Masalah	1	II.2.6.1 Pengertian Komunikasi	6
I.2 Identifikasi Masalah	2	II.2.6.2 Strategi Komunikasi dalam Kampanye	6
I.3 Pembatasan Masalah	2	II.2.6.3 Program Kampanye Terpadu	6
I.3.1 Lingkup Wilayah	2	II.2.7 Teori Desain Komunikasi Visual	7
I.3.2 Lingkup Teknis	2	II.2.8 Teori Warna	7
I.3.3 Lingkup Pembahasan	2	II.2.8.1 Warna Merah	7
I.4 Perumusan Maslaah	2	II.2.8.2 Warna Biru	7
I.5 Tujuan Perancangan	2	II.2.8.3 Warna Putih	7
I.6 Manfaat Perancangan	2	II.2.8.4 Warna Kuning	8
I.6.1 Bagi Mahasiswa	2	II.2.9 Teori Tipografi	8
I.6.2 Bagi Masyarakat	2	II.2.10 Teori Fotografi	8
I.6.3 Bagi Institusi Pendidikan	2	II.2.11 Teori Layout	8
I.7 Metode Penelitian	2	II.2.12 Teori Logo	9
I.7.1 Data Primer	2	II.2.13 Teori IMC	9
I.7.1.1 Wawancara	2	II.2.14 Teori AISAS	9
I.7.1.2 Kuisioner	2	II.3 Kajian Pustaka	9
I.7.2 Data Sekunder	3	II.4 Studi Komparasi	10
I.7.2.1 Studi Literatur	3	III. STRATEGI KOMUNIKASI	12
I.8 Sistematika Penelitian	3	III.1 Analisa Masalah	12
II. TINJAUAN UMUM	4	III.1.1 Wawancara	12
II.1 Kerangka Berpikir	4	III.1.2 Kuisioner	12
II.2 Landasan Teori	4	III.1.2.1 Hasil Kuisioner	12
II.2.1 Psikologi Olahraga	4	III.1.2.2 Analisa Hasil Kuisioner	15
II.2.2 Psikologi Kepribadian	4	III.1.3 Analisa Literatur	15
II.2.2.1 Pengertian Kepribadian	4	III.1.4 Analisa SWOT	16

III.2 Creative Brief	16	IV.3.4 Tahapan Action	35
III.2.1 5W + 1H	16	IV.3.5 Tahapan Share	39
III.3 Khalayak Sasaran	16	V. KESIMPULAN DAN SARAN	40
III.3.1 Segmentasi	16	V.1 Kesimpulan	40
III.3.2 Psikografis	16	V.2 Saran	40
III.4 Tema dan Judul Kampanye	17	DAFTAR PUSTAKA	41
III.4.1 Tema Kampanye	17		
III.4.2 Judul Kampanye	17		
III.4.3 Tagline Kampanye	17		
III.5 Strategi Komunikasi	17		
III.5.1 Pendekatan Strategi Komunikasi	17		
III.5.2 Perancangan Kampanye Sosial dan Event	17		
III.5.2.1 Layout	17		
III.5.2.2 Tipografi	17		
III.5.2.3 Warna	18		
III.5.3 Perancangan Promosi dan Time Schedule	18		
III.5.4 Pendekatan Media	19		
III.5.5 Pelaksanaan Event	19		
III.5.5.1 Event Kecil	19		
III.5.5.2 Event Besar	19		
III.6 Strategi Anggaran	20		
IV. STRATEGI KREATIF	21		
IV.1 Konsep Verbal	21		
IV.1.1 Konsep Logo	21		
IV.2 Konsep Visual	21		
IV.2.1 Pemilihan Warna Logo	21		
IV.2.2 Tipografi Logo	21		
IV.2.3 Proses Pembuatan Logo	22		
IV.2.4 Dasar Bentuk Logo	23		
IV.2.5 Penerapan Logo	23		
IV.2.5.1 Logo Hitam Putih	23		
IV.2.5.2 Grid Logo, Ukuran Terkecil Logo, Clear Area, Aturan Logo	23		
IV.2.6 Tipografi Pada Media Promosi	26		
IV.3 Visualisasi Desain	26		
IV.3.1 Tahapan Attention	26		
IV.3.2 Tahapan Interest	27		
IV.3.3 Tahapan Search	30		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	4	Gambar 4.27 Tampilan Instagram Happiness Is Healty	31
Gambar 2.2 Poster Dompot Duafa	10	Gambar 4.28 Tampilan Website Happiness Is Healthy	33
Gambar 2.3 Kampanye Kesehatan AXA	11	Gambar 4.29 Template Planner Notebook	33
Gambar 3.1 Kuisoner 1	12	Gambar 4.30 Cover Depan dan Cover Belakang Notebook	34
Gambar 3.2 Kuisoner 2	13	Gambar 4.31 Pilihan Alternatif Olahraga di Notebook	35
Gambar 3.3 Pemilihan Penataan Layout	17	Gambar 4.32 Photobooth Event Besar	35
Gambar 3.4 Referensi Tipografi yang digunakan	18	Gambar 4.33 Desain Amplop untuk Hasil Foto Photobooth	36
Gambar 3.5 Referensi warna yang digunakan	18	Gambar 4.34 Desain Properti Photobooth	37
Gambar 4.1 Warna Yang Digunakan	21	Gambar 4.35 Desain Kaos	37
Gambar 4.2 Proses Sketsa Logo	22	Gambar 4.36 Desain Mug	38
Gambar 4.3 Aleternatif Awal Logo	22	Gambar 4.37 Desain Billboard	39
Gambar 4.4 Aleternatif Final Logo	22		
Gambar 4.5 Logo Final	23		
Gambar 4.6 Sepatu Olahraga	23		
Gambar 4.7 Air atau Tetesan Air	23		
Gambar 4.8 Logo Hitam Putih	23		
Gambar 4.9 Grid Logo 1	24		
Gambar 4.10 Grid Logo 2	24		
Gambar 4.11 Ukuran Terkecil Logo 1	24		
Gambar 4.12 Ukuran Terkecil Logo 2	24		
Gambar 4.13 Clear Area 1	25		
Gambar 4.14 Clear Area 2	25		
Gambar 4.15 Aturan Logo	25		
Gambar 4.16 Ambience Media Lift Perkantoran	27		
Gambar 4.17 Desain dan Ukuran Iklan Majalah Cosmopolitan dan Elle	27		
Gambar 4.18 Desain dan Ukuran Iklan Majalah Cosmogirl	28		
Gambar 4.19 Desain dan Ukuran Iklan Kompas dan Suara Merdeka	28		
Gambar 4.20 Desain dan Ukuran Iklan Jawa Pos	29		
Gambar 4.21 Desan dan Ukuran Panggung Atrium Paragon Mall	29		
Gambar 4.22 Desain dan Ukuran Booth	29		
Gambar 4.23 Layout Event di Paragon Mall	30		
Gambar 4.24 Desain Poster	30		
Gambar 4.25 Desain Iklan Majalah dan Koran	31		
Gambar 4.26 Tampilan Instagram Happiness Is Healty	31		



DAFTAR TABEL DAN DIAGRAM

Diagram 3.1 Jenis Kelamin	13
Diagram 3.2 Sisa Waktu	13
Diagram 3.3 Waktu Luang Setelah Bekerja	13
Diagram 3.4 Melakukan Kegiatan Olahraga	13
Diagram 3.5 Alasan Tidak Berolahraga	14
Diagram 3.6 Pentingnya Olahraga	14
Diagram 3.7 Alasan Selain Untuk Kesehatan	14
Diagram 3.8 Waktu Untuk Olahraga	14

Tabel 3.1 Analisa SWOT	16
Tabel 3.2 Tahapan AISAS	

