

**PERANCANGAN MOTION GRAPHICS SEBAGAI  
KAMPANYE KEBUGARAN TUBUH PASCA PANDEMI  
COVID-19 BAGI REMAJA MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM**

**LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Guna mencapai derajat Sarjana Strata-1 (S-1)  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Jurusan Desain



OLEH

IXORA LATIFOLIA BINERSA

NIM. 18151164

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA**

**2023**

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
MOTTO .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Gagasan Penciptaan .....	6
C. Tujuan Penciptaan .....	6
D. Manfaat Penciptaan .....	6
1. Remaja .....	7
2. Pengajar dan Ahli Kesehatan .....	7
3. Pekerja Kreatif Desainer dan Animator .....	8
E. Tinjauan Sumber Penciptaan .....	9
F. Landasan Penciptaan .....	14
1. Kebugaran Tubuh .....	14
2. Animasi <i>Motion Graphic</i> .....	17
3. Kampanye Media Sosial .....	20
4. Konten Pilar <i>Instagram</i> .....	22
G. Metode Penciptaan .....	28
1. Metode Pengumpulan Data (Kualitatif) .....	28

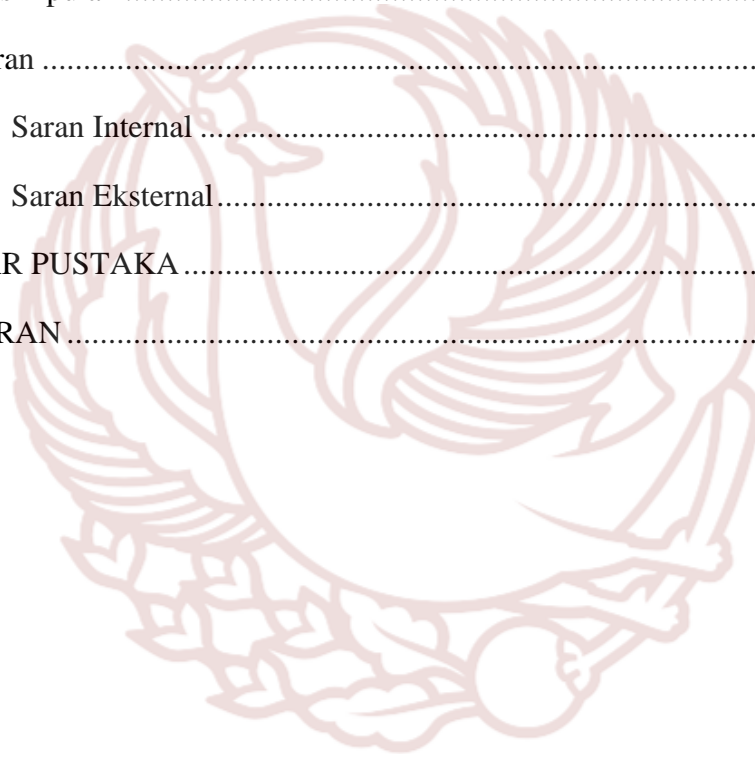
2. Metode Analisa Data (SWOT) .....	32
3. Metode Perancangan Kampanye .....	34
H. Sistematika Penulisan .....	38
BAB II.....	39
IDENTIFIKASI DAN ANALISA DATA .....	39
A. Unsur – Unsur Kebugaran Tubuh Manusia .....	39
1. Kecepatan ( <i>speed</i> ).....	39
2. Kekuatan ( <i>Strength</i> ).....	40
3. Kelenturan ( <i>Flexsibility</i> ) .....	40
4. Daya Tahan ( <i>Endurance</i> ).....	40
5. Kelincahan ( <i>Agility</i> ).....	40
6. Keseimbangan ( <i>Balance</i> ) .....	41
7. Ketepatan ( <i>Accuracy</i> ).....	41
8. Koordinasi ( <i>Coordination</i> ).....	41
9. Daya Otot ( <i>Power</i> ).....	41
10. Reaksi ( <i>Reaction</i> ).....	42
B. Prinsip – Prinsip Kebugaran Tubuh Manusia.....	42
1. Beban lebih ( <i>Overload</i> ).....	42
2. Kekhususan ( <i>Specifity</i> ).....	42
3. Kembali ulang ( <i>Riversible</i> ) .....	43
4. Variasi ( <i>Variative</i> ) .....	43
5. Perorangan ( <i>Individual</i> ) .....	43
C. Kondisi Kebugaran Tubuh Pada Remaja Indonesia .....	43
1. Kebiasaan .....	45
2. Gaya Hidup .....	49

3. Aktivitas Fisik .....	53
D. Komponen dan Faktor Yang Mempengaruhi Kebugaran Tubuh.....	56
1. Usia .....	57
2. Jenis Kelamin .....	57
3. Genetik.....	58
4. Keadaan Tubuh.....	58
5. Waktu Tidur .....	59
6. Berat Badan .....	59
7. Status Gizi .....	60
E. Perubahan Kebugaran Tubuh Remaja Setelah Masa Pandemi Covid-19 ....	60
1. Kondisi Remaja Selama Masa Pandemi Covid-19.....	61
2. Kondisi Remaja Setelah Masa Pandemi Covid-19.....	69
F. Pengaruh Media Sosial Pada Kebiasaan Remaja.....	73
G. Jenis Fitur Pendukung Kampanye Melalui Media Sosial <i>Instagram</i> .....	77
1. Story.....	78
2. Feed.....	79
3. Reels.....	82
H. Metode Analisa SWOT.....	83
1. Strength .....	83
2. Weakness.....	84
3. Opportunities .....	84
4. Threat .....	85
I. Hasil Analisa SWOT Kuadran.....	85
1. Strategi Agresif S – O ( <i>Strength &amp; Opportunities</i> ).....	86
2. Strategi Diversifikasi S – T ( <i>Strength &amp; Threats</i> ).....	86

3. Strategi Mengubah W – O ( <i>Weakness &amp; Opportunities</i> ).....	86
4. Strategi Bertahan W – T ( <i>Weakness &amp; Threats</i> ) .....	87
BAB III .....	88
KONSEP PERANCANGAN .....	88
A. Perencanaan Kampanye .....	88
1. Tujuan Kampanye.....	88
2. Strategi Kampanye.....	89
B. Perencanaan Media .....	95
1. Tujuan Media .....	95
2. Strategi Media .....	98
C. Konsep Perancangan Kampanye .....	103
1. Konsep Visual Kampanye.....	104
2. Jadwal Pelaksanaan Kampanye .....	116
Jadwal Pelaksanaan Kampanye Bugar Space .....	116
D. Teknik Promosi Melalui <i>Instagram</i> .....	118
1. Pembuatan Akun Promosi.....	118
2. Menentukan Target Promosi .....	120
3. Proses Pembayaran Iklan .....	121
4. Proses <i>Review</i> Iklan .....	122
E. Konsep Media Pendukung Kampanye .....	123
1. Botol Air Minum Olahraga .....	123
2. Botol Air Jus.....	124
3. <i>Dumbbell</i> .....	124
4. <i>Kettlebell</i> .....	125
5. Topi.....	125

6. Satu Set <i>Merchandise</i> .....	126
7. Kaos Kaki.....	127
BAB IV .....	128
HASIL DAN VISUALISASI KARYA .....	128
A. Pelaksanaan Kampanye .....	128
1. Konten Perkenalan ( <i>Attention</i> ) .....	128
2. Konten Solutif ( <i>Interest</i> ) .....	131
3. Konten Mengajak ( <i>Desire</i> ).....	134
4. Menjalani Konten ( <i>Action</i> ).....	136
B. Promosi Kampanye.....	138
C. Media Pendukung Kampanye .....	142
1. Botol Air Minum Olahraga .....	142
2. Botol Air Jus.....	143
3. <i>Dumbbell</i> .....	144
4. <i>Kettlebell</i> .....	146
5. Topi.....	147
6. Satu Set <i>Merchandise</i> .....	148
7. Kaos Kaki.....	149
D. Hasil Pelaksanaan Kampanye .....	151
1. Konten <i>Feeds</i> .....	151
2. Konten <i>Reels</i> .....	154
3. Konten Story.....	157
E. Hasil Instagram Ads Kampanye .....	159
F. Evaluasi Kampanye.....	161
1. Kepuasan Pengikut .....	162

2. Nilai Konten .....	163
3. Nilai Visual .....	164
4. Nilai Efektivitas .....	165
5. Kritik Dan Saran Pengikut .....	166
BAB V.....	170
PENUTUP .....	170
A. Kesimpulan .....	170
B. Saran .....	171
1. Saran Internal .....	171
2. Saran Eksternal .....	172
DAFTAR PUSTAKA .....	173
LAMPIRAN .....	175



## DAFTAR PUSTAKA

- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2 SE-Articles), 130–139.
- Alfarisi, S. M. (2019). *Lingkungan Sosial Masa Kecil Sebagai Inspirasi Berkarya Komik Pada Media Dua Dimensi*. 2(1), 21–34.
- Budisetyorini, B., Kandahsari, D., & Sarasvati, I. A. M. P. (2017). Strategi Daya Saing Wisata Kota Tua Jakarta. *Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–16.
- Fahrizqi, E. B., Mahfud, I., Yuliandra, R., & Gumantan, A. (2020). Tingkat Kebugaran Jasmani Mahasiswa Olahraga Selama New Normal Pandemi Covid-19. *Tadulako Journal Sport Sciences and Physical Education*, 8(2), 53–62.
- Fajari Oktafiana, S., & Kristiana, N. (2021). Perancangan Kampanye Sosial Tentang Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan Pada Media Sosial. *Jurnal Barik*, 2(2), 258–270.
- Ispriadi, B. D. S., Putri, D. A., & Dewani, P. K. (2020). Eksistensi Media Cetak Pada Masa Pandemi Covid-19. *JISIP : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 9(2), 127–134.
- Istianah, R. (2022). *Pengembangan Desain Kemasan Produk Makanan Merek Krispy Yammy Babeh. 1*, 33–44.
- Montanesa, D., & Karneli, Y. (2021). Pemahaman Remaja Tentang Internet Sehat Di Era Globalisasi. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(3), 1059–1066.
- Musnur, I., & Nugraha, S. T. A. (2020). Strategi Kampanye Pentingnya Sarapan Bagi Anak Melalui Media Komunikasi Visual. *Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 1(3), 245–259.
- Mutia, A., Jumiyati, J., & Kusdalinah, K. (2022). Pola Makan Dan Aktivitas Fisik Terhadap Kejadian Obesitas Remaja Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Nutrition College*, 11(1), 26–34.
- Nandiwardhana, P. S. (2020). Perancangan Buku Ilustrasi Pertanian Perkotaan Dengan Teknik Drawing Sebagai Kampanye Sosial Mengenai Ketahanan Pangan Kota Surabaya. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154.
- Nugeraha, P. (2021). Gaya Hidup Remaja Di Masa Pandemic Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Ritel Modern. *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial Dan Budaya*, 23(Vol 23 No 1 (2021): SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya), 63–73.
- Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 4(2), 159–165.
- Pratama, Y. B., & Suryawati, I. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 37–72.
- Ratnasari, E., Sumartias, S., & Romli, R. (2020). Penggunaan Message Appeals dalam Strategi Pesan Kampanye Anti Kekerasan Berbasis Gender Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 352. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3844>



- Rohayati, Y., Astra, I. . B., & Suwiwa, I. G. (2019). Pengembangan Multimedia Interaktif Berbasis Game Edukasi Materi Kesehatan Pada Mata Pelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Rekreasi. *Jurnal IKA*, 16(1), 33.
- Sibarani, I. H. (2021). Pengaruh Pandemi COVID-19 Terhadap Penurunan Aktivitas Fisik Pada Remaja Selama Lockdown. *Osfpreprints*, 2, 1–8.
- Sukiatmodjo, I. (2022). *PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL EDUKATIF: CANGKANG TELUR AYAM SEBAGAI SUMBER KALSIUM UNTUK TABUNGAN TULANG*. 20–41.
- Sumosardjono, S. (1998). *Pengetahuan Praktis Kesehatan Olahraga*. 19, 10–36.
- Tingkat, P., Jasmani, K., Fisik, K., Siswa, D., Sd, K., Keolahragaan, S. I., Olahraga, F. I., Surabaya, U. N., Keolahragaan, S. I., Olahraga, F. I., & Surabaya, U. N. (n.d.). *NEGERI 2 BODAG PANGGUL , KABUPATEN TRENGGALEK Andun Sudijandoko*. 15–20.
- Trisiana, A. (2020). Penguatan Pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan Melalui Digitalisasi Media Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 10(2), 31.
- Ulpi, W., Hakim, N., Kadir, A., Pajarianto, H., & Rahmatia, R. (2021). Gambaran Kebugaran Jasmani Anak Usia Dini pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(1), 30–39.
- Viena Tandjung, N., & Dian Yudani, H. (2022). *PENGARUH TEORI PIPELINE DALAM PROSES PEMBUATAN*. 1–9.
- Hoax Buster. 2021. "Jawa-Bali Lockdown pada Tanggal 11-25 Januari 2021". <https://covid19.go.id/artikel/2021/01/09/salah-jawa-bali-lockdown-pada-tanggal-11-25-januari-2021>. diakses pada 2 Januari 2022.
- Meta. 2021. "Pusat Bantuan Bisnis Meta Tentang Beriklan Ke Remaja". <https://www.facebook.com/business/help/229435355723442>. diakses pada 16 Desember 2022.
- Ahdiat, Adi. 2022. "WHO: Mayoritas Remaja Jarang Olahraga". <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/20/who-mayoritas-remaja-jarang-olahraga>. diakses pada 22 Januari 2023.