

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Olahraga merupakan hal yang sudah melekat pada diri manusia sejak dini. Penting bagi manusia untuk berolahraga agar tetap sehat dan bugar, baik dari segi jasmani maupun dari segi rohani. Tidak hanya itu, olahraga memiliki berbagai manfaat untuk tubuh, beberapa diantaranya yaitu menjaga berat badan, mencegah datangnya penyakit, meningkatkan energi, dan juga dapat melindungi diri sendiri, seperti seni bela diri. Seni bela diri merupakan salah satu cabang olahraga yang dapat diartikan sebagai kemampuan untuk bertahan diri dari ancaman, bertujuan untuk melindungi diri sendiri dari segala bahaya yang datang (Rahmawati, 2020, para.1). Tidak sedikit seni bela diri di Indonesia yang terkenal, mulai dari Pencak Silat yang berasal dari Indonesia sendiri, hingga Karate yang berasal dari negeri Sakura, yaitu Jepang. Namun, tidak semua bela diri diketahui oleh masyarakat, ada beberapa bela diri yang keunikannya tidak terekspos di Indonesia maupun dunia, salah satunya adalah Shorinji Kempo.

Shorinji Kempo atau dapat disingkat sebagai Kempo, adalah seni bela diri yang berasal dari Jepang yang didirikan oleh Doshin So pada tahun 1947. Shorinji Kempo masuk ke Indonesia dibawa oleh *sensei* Indra Kartasasmita, *sensei* Ginanjar Kartasasmita, dan *sensei* Utin Syahraz, pada tahun 1966 yang bernaung dibawah KONI (Komite Olahraga Nasional Indonesia) dan mendirikan organisasi

bernama PERKEMI (Persaudaraan Shorinji Kempo Indonesia) (Suweca, 2018, para.1)

Shorinji Kempo sudah berada di Indonesia sejak 54 tahun lamanya, namun seiring berjalannya waktu, seni bela diri ini mengalami kemunduran dan kurang diminati oleh masyarakat, terutama remaja generasi ini, yang mengakibatkan banyak dari masyarakat tidak mengenal Shorinji Kempo (Rudi, 2018, para.1). Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa masyarakat sebagian besar tidak mengetahui seni bela diri Shorinji Kempo maupun kelebihan yang membuat Shorinji Kempo menonjol dibanding seni bela diri lainnya. Ketidaktahuan masyarakat akan seni bela diri ini, juga keunikan maupun kelebihan dari seni bela diri Shorinji Kempo terjadi karena minimnya informasi yang didapatkan oleh orang awam yang belum mengenal seni bela diri Shorinji Kempo. Akibatnya, keberadaan seni bela diri Shorinji Kempo pun meredup dan hanya dikenal oleh anggota-anggotanya saja. Padahal, Shorinji Kempo memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh seni bela diri lain.

Jika dilihat dari sisi sejarahnya, keunikan fakta sejarah dari Shorinji Kempo menurut Hanif (2016) adalah Shorinji Kempo merupakan seni beladiri tertua dan merupakan akar dari seni beladiri lainnya (Karate, Aikido, Judo, Jujitsu), berfokus pada pertahanan diri dengan tangan kosong tanpa menyakiti lawan yang berfungsi sebagai sarana penguasaan diri untuk menciptakan pribadi yang lebih baik, ditambah lagi semua ilmu beladiri seperti bantingan, kunci, tangkisan, dan pukulan, semuanya ada di dalam Kempo, sehingga Kempo tidak

hanya berfokus pada satu ilmu saja, dan Kempo juga mementingkan persaudaraan, bukan hanya belajar teknik-teknik beladiriinya saja (hlm. 1).

Maka dari itu, perlu adanya upaya untuk melestarikan dan memperkenalkan seni bela diri ini, serta menambah *awareness* masyarakat terhadap seni bela diri Shorinji Kempo. Penulis kemudian tertarik untuk mengenalkan seni bela diri Shorinji Kempo melalui perancangan visual iklan pengenalan seni bela diri Shorinji Kempo.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berikut merupakan rumusan masalah dari penelitian ini:

1. Bagaimana merancang visual iklan pengenalan seni bela diri Shorinji Kempo agar dapat meningkatkan *awareness* di kalangan remaja wilayah Jabodetabek?

## **1.3. Batasan Masalah**

Untuk menentukan batasan masalah, penulis menganalisa STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) yang menjadi target utama dari penelitian ini:

### 1. Demografis

- Usia : 17-25 tahun
- Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Pendidikan : Pendidikan SMA dan perguruan tinggi (kuliah)
- Pekerjaan : Pelajar SMA dan mahasiswa perguruan tinggi
- SES : B

## 2. Geografis

- Wilayah : Jabodetabek

## 3. Psikografis

- Masyarakat yang belum mengenal Shorinji Kempo
- Masyarakat yang tertarik dan aktif dalam olahraga dan seni bela diri
- Masyarakat yang berkeinginan untuk melatih mental mereka agar menjadi individu yang lebih berani dan bijak dalam kehidupan sehari-hari

### **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan dari perancangan visual iklan pengenalan seni bela diri Shorinji Kempo ini adalah untuk melestarikan Shorinji Kempo dengan cara memperkenalkan Shorinji Kempo dan meningkatkan *awareness* remaja di Jabodetabek akan keberadaan seni bela diri Shorinji Kempo sebagai seni bela diri yang memiliki berbagai macam keunikan dan manfaat bagi tubuh, seperti pertahanan diri, pelatihan mental, meningkatkan kesehatan, hingga pembentukan karakter seseorang.

### **1.5. Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Manfaat bagi penulis

Manfaat dari penelitian tugas akhir ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan penulis dalam bidang desain grafis, serta menambah pengalaman penulis dalam *advertising* dan mengatur strateginya dengan baik.

## 2. Manfaat bagi Shorinji Kempo

Penulis berharap dengan dilakukannya penelitian ini, seni bela diri Shorinji Kempo menjadi lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat banyak terutama untuk remaja di Jabodetabek, juga dapat bersaing lebih kuat dengan seni bela diri lainnya.

## 3. Manfaat bagi universitas

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi mahasiswa lainnya yang sedang mengerjakan tugas akhir, terutama yang berfokus kepada *advertising* ataupun periklanan.