



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Desain Komunikasi Visual



Gambar 2.1. Bagan Teori

Menurut Agus Sachari, dalam buku budaya rupa, (2005 : h. 3) desain adalah kata baru berupa peng-Indonesia-an dari kata Design (bahasa Inggris), istilah ini melengkapi kata ‘rancang/ rancangan/ merancang’ yang dinilai kurang mengekspresikan keilmuan, keluadan, dan kewibawaan profesi. Sejalan dengan itu, kalangan insinyur menggunakan istilah rancang bangun, sebagai penganti istilah design. Namun di kalangan keilmuan seni rupa, istilah ‘desain’ tetap secara konsisten dan formal dipergunakan.

Ada beberapa tokoh menyatakan pendapatnya tentang desain grafis antara lain : Jessica Helfand dalam situs www.aiga.com mendefinisikan desain grafis

sebagai kombinasi kompleks kata-kata dan gambar, angka-angka dan grafik, foto-foto dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seorang individu yang bisa menggabungkan elemen-elemen ini, sehingga mereka dapat menghasilkan sesuatu yang khusus, sangat berguna, mengejutkan atau subversif atau sesuatu yang mudah diingat.

Menurut Danton Sihombing dalam tipografi dalam desain grafis, desain grafis mempekerjakan berbagai elemen seperti marka, simbol, uraian verbal yang divisualisasikan lewat tipografi dan gambar, baik dengan teknik fotografi ataupun ilustrasi. Elemen-elemen tersebut diterapkan dalam dua fungsi, sebagai perangkat visual dan perangkat komunikasi.

2.1.1. Teori Tipografi

Dalam buku hurufontipografi, Suriyanto Rustan menyebutkan bahwa Tipografi adalah salah satu bahasa dalam desain grafis yang tidak berdiri sendiri secara eksklusif, ia sangat erat terkait dengan bidang keilmuan lain seperti komunikasi, teknologi, psikologi, dan lainnya (2011 : h. 1).

Menurut kutipan dari buku “Tipografi dalam Desain Grafis”, Danton Sihombing MFA, tipografi bukan lagi merupakan pelengkap suatu statement visual, tetapi sudah menjadi sajian utama komunikasi grafis yang berbentuk buku, katalog atau brosur. Baik sebagai pelengkap suatu bentuk komunikasi visual, maupun sebagai unsur utama, huruf memainkan peranan sangat penting dalam keberhasilan suatu bentuk komunikasi grafis.

Tipografi bisa saja menjadi inti gagasan suatu komunikasi grafika dan huruf menjadi satu-satunya visualisasi yang efektif. Kekeliruan atau ketidakpekaan dalam tipografi bisa merusak hasil komunikasi grafis, walaupun bentuk visualisasi lainnya telah dibuat dengan prima.

Untuk pemilihan jenis huruf atau font yang tepat, beberapa kriteria yang harus, terpenuhi antara lain :

- a. Clarity adalah bahwa suatu huruf mempunyai fungsi tertentu yaitu harus dapat dilihat secara jelas.
- b. Readability adalah keterbacaan dan jenis huruf tersebut.
- c. Legibility lebih menekankan apakah kita mudah membacanya atau tidak.
- d. Visibility lebih menekankan pada keindahan jenis huruf tersebut.

2.1.2. Teori Layout

Surianto Rustan menyebutkan dalam buku LAYOUT, Dasar dan Penerapan (2009 : h.1-63), pada dasarnya layout dapat dijabarkan sebagai tataletak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/ pesan yang dibawahnya. Me-layout adalah salah satu proses/ tahapan kerja desain. Dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsiteknya, sedangkan layout pekerjaannya).

Dalam layout terdapat elemet yang membangun nya di antaranya :

a. Elemen teks, yang termasuk dalam element teks adalah seluruh element yang berupa teks sebagai pembangun isi dari layout tersebut yang berfungsi sebagai media identitas.

b. Elemen visual, yang termasuk dalam elemen visual dalam kelompok elemen visual adalah semua element bukan teks yang kelihatan dalam suatu layout

c. Invisible element, adalah elemen yang tergolong sebagai invisible elements ini merupakan fondasi atau kerangka yang berfungsi sebagai acuan penempatan semua element layout lainnya.

Layout menurut Gavin Amborse & Paul Harris, (London 2005) adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

Menurut Frank F. Jefkin (1997), untuk mendapatkan layout yang baik diperlukan adanya:

1. Kesatuan komposisi yang baik dan enak untuk dilihat.
2. Variasi, agar tidak monoton / membosankan.
3. Keseimbangan dalam layout sehingga terlihat sepadan, serasi dan selaras.

4. Irama, yang berupa pengulangan bentuk atau unsur-unsur layout dan warna.
5. Harmoni adalah keselarasan atau keserasian hubungan antara unsur-unsur yang memberikan kesan nyaman dan keindahan.
6. Proporsi, yang merupakan suatu perbandingan.
7. Kontras, yang merupakan perpaduan antara warna gelap dan terang.

2.1.3. Teori Ilustrasi

Menurut Martin Salisbury dalam bukunya *“Illustrating Childrens’s Book”*, ilustrasi adalah unsur penting dalam dimensi visual, karena selain mempunyai kekuatan bercerita, juga menambah unsur estetik dan daya tarik. Walau input verbal atau teks memang sangat penting, tetapi dengan kekuatan gambar visual, sebuah informasi dapat diperjelas, didramatisir dan atraktif sehingga unsur jenuh dan kaku dapat diminimalisir).

Sementara menurut Andrew Loomis, *Five P’s* dan *Five C’s* adalah dasar dalam menggambar objek dalam bukunya *Successful Drawing*.

5 P’s mencakup :

- a. Proportion (Proporsional) : proporsi objek dalam 3 dimensi (tinggi, kedalaman, dan ketebalan)
- b. Placement (penempatan) : posisi objek di dalam sebuah ruang
- c. Perspective (perspektif) : hubungan antara sudut pandang dengan subjek

d. Planes (Bidang) : penampang permukaan yang terbentuk oleh cahaya dan bayangan

e. Pattern (Pola) : pertimbangan akan penyusunan tones dari subjek

5C's mencakup:

a. Conception (konsep) : visualisasi atas sebuah ide (rough sketch).

b. Construction (konstruksi) : sebuah upaya untuk menyempurnakan bentuk dari kehidupan ataupun dari pengetahuan dasar.

c. Contour (kontur) : batas-batas dari bentuk dalam ruang, berdasarkan sudut pandang.

d. Character (karakter) : kualitas yang khusus dari masing-masing objek.

e. Consistency (konsistensi) : seluruh esensi dari konstruksi, pencahayaan, dan pattern tergabung sebagai satu kesatuan.

2.2 Teori Promosi

Promosi adalah suatu proses untuk memperkenalkan, memasarkan dan meningkatkan ketertarikan sebuah ide, produk maupun event. Promosi dapat mengarah kepada solusi yang beragam dan eksekusi dengan berbagai media (Designing Brand Experience, Robin Landa, p.198).

Promosi juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk

mempengaruhi sikap dan perilaku. (Dasar-Dasar Pemasaran, E. Jerome McCarthy, William D. Perreault Jr., p. 294).

Berikut adalah contoh – contoh tujuan dan jenis promosi menurut Richard J. Semenik dalam bukunya *Promotion & Integrated Marketing Communication* (Southwestern Thomson Learning, 2002, p. 7).

Tujuan Promosi adalah

1. Memperkenalkan produk seluas mungkin
2. Menyusun produk agar tampil semenarik mungkin
3. Menyampaikan isi pesan semenarik mungkin, tanpa harus berbohong. Isi pesan tersebut harus membangkitkan kesadaran dan hasrat yang kuat sebagai saingan terhadap pesan-pesan promosi lainnya.

2.3 Teori Media

Dalam mempromosikan sebuah produk, harus ada media sebagai perantara antar orang yang mempromosikan dan target promosinya. Inilah yang disebut sebagai media promosi. Media promosi adalah sebuah media yang memiliki tujuan untuk mempromosikan sebuah produk, brand, jasa atau tempat ke masyarakat dengan membawa pesan tertentu didalamnya.

Media promosi paling tua dan efektif adalah media dari mulut ke mulut. Menggunakan media ini memang sangat efektif tapi sangat kurang efisien karena kecepatan penyampaiannya kurang dapat diukur dan diperkirakan. Media promosi

harus dapat menyampaikan informasi yang ingin disebar luaskan dengan cara yang benar dan mudah ditangkap oleh masyarakat.

Ada tiga jenis media promosi yang biasa kita gunakan yaitu media promosi ATL (above the line/media lini atas) , BTL (below the line / media lini bawah) dan TTL (through the line/media lini tengah).

1. Above The Line

Above The Line (ATL) adalah suatu istilah dalam advertising yang berasal dari tahun 1950-1960-an. Dalam perkembangannya, istilah above the line mengalami perluasan arti sebagai teknik pemasaran untuk mempromosikan brand melalui media massa. TV, film, radio, web, web banner, search engine, di internet termasuk dalam Above The Line. Penyebarannya sangat luas dan tidak dapat dibatasi ke segmen tertentu saja, cocok untuk brand yang sangat luas, namun oleh karena itu juga kurang dapat menyentuh target audience secara personal (Rustan, 2009:89)

2. Below The Line

Cocok untuk digunakan untuk target yang lebih terbatas dan spesifik. Direct mail, public relation, sales promotion yang menggunakan flyer, brosur, poster, dengan segmen terbatas termasuk dalam below the line (Rustan, 2009: 89)

3. Through The Line

Terdapat wilayah grey area yang mendorong timbulnya istilah baru, yaitu Through the Line (TTL). Istilah ini secara harfiah berarti cakupan

dari ujung satu ke ujung lainnya. Grey area yang menjadi TTL misalnya ada kegiatan ATL yang mengandung unsur BTL. Atau sebaliknya, BTL yang mengandung unsur ATL. Contoh ATL dengan BTL adalah iklan sebuah brand di majalah yang sekaligus ditempel sample produknya. Sedangkan contoh BTL dengan ATL misalnya kegiatan event di outlet tertentu yang disebarluaskan lewat iklan radio atau TV.

2.3.1 Media

Flier berfungsi sebagai media yang murah dan untuk publisitas suatu produk/ *service* /acara, dll. Ukuran flier bervariasi, kebutuhan dibuat lebih kecil dari kertas surat / A4. Dan yang seukuran A5, dan juga A4 dibagi 3 sering kali tidak berwarna dan diperbanyak hanya dengan difotokopi supaya murah. Flier memiliki elemen: elemen utama (visual maupun teks), judul, subjudul, bodytext, *mandatories* antara lain : yang bisa dihubungi, logo dan lain – lain.

Disebut *flier* karena latar belakang sejarahnya, media tersebut didistribusikan dengan disebarakan melalui udara dari pesawat terbang pada jaman perang dunia II sebagai alat propaganda, saat ini *flier* banyak digunakan oleh berbagai bidang: jasa kuliner dibagikan di mal – mal, property, elektronik dan lainnya di kompleks-kompleks perumahan atau dan saat pameran, jasa hiburan malam seperti *café* dan klab malam, publikasi acara – acara social dan lain sebagainya.



Gambar 2.2. Flier
(<http://www.uprinting.com/cheap-flyer-printing.html> - 2014)

Brosur berfungsi sebagai media publikasi produk/ service/ acara, dan lainnya. Ukuran brosur sangat bervariasi, baik dengan lipatan atau tanpa lipatan. Varisai lipatannya pun sangat beraneka ragam. Brosur memuat lebih banyak elemen layout karena tersedia cukup banyak ruang. Elemen teks yang terutama ada sama dengan pada flier. Selain bisa menggunakan element layout lebih banyak, brosur juga lebih dapat didesain dengan kreatif dan prinsip – prinsip layout lebih dapat diterapkan dengan baik.

Karena mengalami perluasan arti, banyak perdebatan mengenai definisi flier, brosur, leaflet dan pamphlet . Untuk mempermudah, kita hanya bedakan menjadi dua: 1. Flier yang sudah jelas latar belakang sejarahnya, berukuran kecil tanpa lipatan, kadang tidak menggunakan warna hanya hitam putih, dan biaya produksi rendah. 2. Brosur, leaflet , pamphlet berukuran lebih besar dari flyer,

tanpa atau dengan lipatan, umumnya kedua sisinya didesain, berwarna dan karenanya biaya produksi lebih tinggi dari flier.

Tidak hanya mengalami perubahan arti. Kelompok brosur pun mengalami eksplorasi sedemikian jauh hingga kadang kita bingung harus mendefinisikan sebagai apa. Contohnya kartu nama yang bisa dibuka lipatannya berisi informasi mirip brosur, brosur yang bisa digunakan sebagai kartu diskon, atau amplop yang bisa dibuka lipatannya dan berfungsi pula sebagai brosur.

Apapun istilahnya, yang terpenting kita memahami fungsi dan tujuan dari masing – masing media itu dan mendesainnya dengan bijaksana. Karena biaya produksinya yang lebih tinggi, kebanyakan brosur tidak dibagikan begitu saja ditempat umum, tetapi lebih banyak diacara – acara atau tempat dimana target audience banyak berkumpul.



Gambar 2.3. Brosur
(<http://bloomwebdesign.net/2012/05/35-creative-examples-of-brochure-designs-for-inspiration/> - 2014)

Poster berfungsi sebagai media penyampai informasi, digunakan untuk mempromosikan sesuatu, propaganda, kampanye social dan lain-lain. Ukuran poster bervariasi dengan ukuran yang cukup besar diatas A4, ada yang A3, A2, 24 x 36 inchi (sekitar 61 x 91,44 cm), sampai A1 atau lebih. Elemen utama pada poster adalah visual, teks, dan mandatories.



Gambar 2.4. Poster
(<https://www.behance.net/gallery/182136/MBM-Identity-poster> - 2014)

Ukuran poster yang besar dengan sendirinya memberikan keleluasan yang besar kepada desainer dan karena ukuran itu pula poster bisa sangat menarik perhatian bila didesain dengan strategi kreatif dan komunikasi baik.

Seperti karya-karya desain lainnya, poster bisa sangat didominasi oleh segi fungsinya, bisa juga oleh segi kreatifitasnya yang artistic dan mengandung pesan-pesan yang dalam. Misalnya pada poster lomba jurnalistik yang berisi banyak elemen layout: judul (tema), deck, subjudul (syarat peserta, pendaftaran, kriteria penilaian), semua didesain lebih untuk tujuan informatif, bukan artistik. Berbeda dengan poster iklan misalnya, walaupun sangat sedikit menggunakan

elemen layout, namun syarat akan kandungan nilai artistik dan pesan yang dalam. Kesemuanya adalah hasil pengolahan elemen–elemen desain dan layout yang diatur berdasarkan tujuan dari masing–masing poster tersebut.

2.4 Kebugaran Jasmani

Kesegaran jasmani adalah kemampuan tubuh seseorang untuk melakukan tugas pekerjaan sehari-hari tanpa menimbulkan kelelahan yang berarti (Depdiknas, 2002: 1). Untuk dapat mencapai kondisi kesegaran jasmani yang prima seseorang perlu melakukan aktivitas fisik yang melibatkan komponen kesegaran jasmani dengan metode latihan yang benar (Depdiknas, 2002: 1). Pendapat lain dari Junusul Hairy (1989: 9), Kesegaran jasmani adalah kemampuan untuk melaksanakan tugas sehari-hari dengan giat dan dengan penuh kewaspadaan, tanpa mengalami kelelahan yang berarti, dan dengan energi yang cukup untuk menikmati waktu senggangnya dan menghadapi hal-hal yang darurat yang tak terduga sebelumnya.

Menurut Brian J. Sharkey (2003: 354), fitness (kebugaran) adalah kombinasi kapasitas aerobik dan kekuatan serta daya tahan otot yang memantapkan kesehatan dan kualitas hidup. Kebugaran jasmani menurut Sadoso Sumosardjuno (1992: 19), adalah kemampuan seseorang untuk menunaikan tugasnya sehari-hari dengan mudah, tanpa merasa lelah yang berlebihan dan masih mempunyai sisa atau cadangan tenaga untuk menikmati waktu senggangnya dan untuk keperluan-keperluan yang mendadak, dapat pula ditambahkan kebugaran jasmani merupakan kemampuan untuk menunaikan tugas

dengan baik walaupun dalam keadaan sukar, dimana orang yang kebugaran jasmaninya kurang, tidak dapat melakukannya.

Menurut Suryanto dan Panggung Sutapa (2006: 150), kesegaran adalah kondisi fisiologi atau kapasitas fisiologi yang dapat menunjukkan kualitas hidup serta kemampuan tubuh seseorang untuk melakukan tugas pekerjaan sehari-hari tanpa menimbulkan kelelahan yang berarti. Menurut Sumintarsih (2007: 26), secara umum yang dimaksud kebugaran jasmani adalah kebugaran fisik (Physical Fitness), yakni kemampuan seseorang melakukan kerja sehari-hari secara efisien tanpa menimbulkan kelelahan yang berlebihan sehingga masih dapat menikmati waktu luangnya.

Kebugaran memiliki beberapa istilah yang sering digunakan, antara lain: kesegaran, kesemaptan, dan fitness yang memiliki pengertian yang sama, meliputi kebugaran fisik, kebugaran mental, kebugaran emosi, dan kebugaran mental atau diberi istilah total fitness (Djoko Pekik Irianto, 2004: 2). Kebugaran fisik (physical fitness), yakni kemampuan seseorang melakukan kerja sehari-hari secara efisien tanpa timbul kelelahan yang berlebihan sehingga masih dapat menikmati waktu luangnya (Djoko Pekik Irianto, 2004: 2).

2.5 Olahraga Fitness

Menurut Brian J. Sharkey dalam bukunya *Physiology of Fitness: Prescribing Exercise for Fitness, Weight Control, and Health* (2003: 354), fitness (kebugaran) adalah kombinasi kapasitas aerobik dan kekuatan serta daya tahan otot yang memantapkan kesehatan dan kualitas hidup. Menurut Sumintarsih (2007: 26), secara umum yang dimaksud kebugaran jasmani adalah kebugaran fisik (Physical

Fitness), yakni kemampuan seseorang melakukan kerja sehari-hari secara efisien tanpa menimbulkan kelelahan yang berlebihan sehingga masih dapat menikmati waktu luangnya.

2.6 Tae Kwon Do

Menurut Sik, Kang Won; Lee Kyong Myung, dalam *A Modern History of Taekwondo* (1999). Taekwondo adalah seni bela diri Korea yang menggabungkan keahlian bertempur dan bertahan dengan teknik beladiri. Taekwondo dikembangkan oleh berbagai master Korea sejak tahun 1940-an sebagai kombinasi taekkyeon, karate Okinawa, dan tradisi lainnya.

Seni bela diri Taekwondo diciptakan oleh Choi Hong Hi, namun menurut artikel yang ditulis oleh *New York Times* 2002/06/29 *The World Taekwondo Federation* mengklaim bahwa pengembangan taekwondo adalah hasil dari kolaborasi oleh dewan yang terdiri dari anggota dari sembilan kwans asli, sementara *International Taekwon-Do Federation* hanya mengakui Choi Hong Hi.

Taekwondo tradisional mengacu pada seni bela diri seperti yang didirikan pada 1950-an dan 1960-an di militer Korea Selatan dan di berbagai organisasi sipil, termasuk sekolah dan universitas. Secara khusus, nama dan simbolisme kedua pola tradisional dan poomsae baru sering merujuk kepada unsur sejarah Korea, budaya dan filosofi agama. Simbolisme ini direplikasi di bendera Korea.

Olahraga taekwondo dikembangkan pada tahun 1950, Olahraga taekwondo pada gilirannya dibagi menjadi dua gaya utama. Satu gaya dipraktekkan oleh penganut *International Taekwon-Do Federation* yang diciptakan pada tahun 1955 oleh Choi Hong Hi. Gaya lainnya berasal dari *World Taekwondo Federation* atau

Kukkiwon (World Taekwondo Headquarters) adalah pusat taekwondo dan didirikan pada tahun 1973 oleh Dr Kim Un Yong.

Meskipun ada perbedaan pendapat dan teknik antara perdebatan dalam dua gaya utama dan di antara berbagai organisasi, seni taekwondo pada umumnya menekankan lemparan tendangan dan pukulan dari sikap siaga. Pelatihan Taekwondo umumnya mencakup sistem blok, tendangan, pukulan, dan serangan terbuka pada tangan dan juga dapat mencakup berbagai grappling atau melempar, dan kunci. Titik-titik tekanan, yang dikenal sebagai jiapsul, serta teknik bela diri bergulat dipinjam dari seni bela diri lainnya seperti judo Jepang, Korea Hapkido, dan gulat Korea (Ssireum).

Dalam bahasa Korea, tae berarti "untuk menyerang atau menghancurkan dengan kaki"; kwon berarti "untuk menyerang atau menghancurkan dengan tinju"; dan do yang berarti lakukan "jalan hidup". Penulisan nama taekwondo biasanya berupa Taekwon-Do, tae kwon-do, atau tae kwon do oleh berbagai organisasi.

2.7 Muay Thai

Muay Thai adalah olahraga tempur dari seni bela diri Muay dari Thailand yang menggunakan serangan berdiri dengan menggunakan berbagai teknik. Olahraga Muay Thai dikenal dengan penggunaan kombinasi tinju, siku, lutut, tulang kering dan kaki, didukung dengan persiapan fisik yang baik yang membuat petarung Muay Thai menjadi petarung yang sangat efisien.

Muay Thai tersebar secara internasional pada abad kedua puluh, ketika praktisi Muay Thai mengalahkan praktisi terkemuka dari seni bela diri lainnya. Liga profesional Muay Thai diatur oleh World Muay Thai Council.

Muay Thai, awalnya disebut dengan nama yang lebih umum yaitu pahuyuth (dari bahasa Sansekerta yang berarti bahu-Yuddha pertempuran tanpa senjata). Selain sebagai teknik pertempuran praktis untuk digunakan dalam perang, Muay Thai menjadi olahraga bertempur dan hiburan di depan penonton yang pergi untuk menonton hiburan. Kontes Muay Thai ini secara bertahap menjadi bagian dari festival lokal dan perayaan, terutama yang diadakan di kuil-kuil. Muay Thai disebut sebagai "Seni Delapan Tungkai" atau "Ilmu Delapan Tungkai", karena menggunakan pukulan, tendangan, siku dan serangan lutut, sehingga penggunaan delapan "titik kontak", sebagai lawan dari "dua poin" (tinju) di tinju dan "empat poin" (tangan dan kaki) yang digunakan dalam olahraga bela diri lainnya, seperti kickboxing dan Savate. Seorang praktisi Muay Thai dikenal dengan sebutan Nak Muay. Praktisi di luar Thailand atau dari Negara barat kadang-kadang disebut Nak Muay Farang, yang berarti "petinju asing."

2.8 Brazillian Jiujuitsu

Brazillian Jiujuitsu adalah seni bela diri, olahraga tempur, dan sistem pertahanan diri yang berfokus pada bergulat dan ground fighting. Brasil jiu jitsu dibentuk dari Kodokan Judo Ground Fighting (Ne-Waza) fundamental yang diajarkan kepada Luiz Carlos Gracie França oleh guru Mitsuyo Maeda. Brasil jiu jitsu berkembang untuk menjadi seni tersendiri melalui eksperimen, praktik, dan adaptasi dari

pengetahuan Judo dari Carlos dan Hélio Gracie, yang kemudian diteruskan oleh keluarga mereka.

Brazilian Jiu-jitsu menggunakan berbagai teknik untuk menjatuhkan lawan ke tanah setelah mengambil pegangan. Sementara olahraga tempur lain, seperti Judo dan Gulat hampir selalu menggunakan teknik bantingan atau pegangan untuk membawa lawan ke tanah.

Renzo Gracie menuliskan dalam bukunya yang berjudul *Mastering Jiu-jitsu*, bahwa pertempuran fisik dipecah menjadi tahap yang berbeda, yaitu fase bertarung berdiri, fase bergulat, fase bertarung di tanah. Dengan demikian, itu adalah tugas seorang petarung yang cerdas untuk menjaga keseimbangan yang terletak di fase pertempuran yang paling cocok untuk dirinya sendiri.

2.9 Zumba

Zumba adalah program tari kebugaran yang diciptakan oleh penari dan koreografer asal Kolombia Alberto "Beto" Perez pada tahun 1990-an. Zumba melibatkan tari dan unsur aerobik. Koreografi Zumba yang menggabungkan hip-hop, Soca, samba, salsa, merengue, mambo dan seni bela diri. Sekitar 14 juta orang mengambil kelas Zumba mingguan di lebih dari 140.000 lokasi di seluruh lebih dari 185 negara.

Awal mula Zumba tercipta pada tahun 1990-an, Beto Perez lupa membawa tape musik aerobik untuk kelas dia mengajar. Dia pergi ke mobilnya, mendengarkan musik - yang terdiri dari tradisional salsa dan merengue musik - dan improvisasi kelas menggunakan musik ini. Setelah sukses di Kolombia, ia

pindah ke Amerika Serikat pada tahun 2001, di mana ia bekerja sama dengan Alberto Perlman dan teman masa kecilnya Alberto Aghion. Mereka menghasilkan gulungan demo, dan konsep itu dilisensikan oleh sebuah pusat kebugaran bernama Fitness Quest untuk membuat kampanye pemasaran langsung.

2.10 Pilates

Pilates adalah sistem kebugaran fisik yang dikembangkan pada awal abad 20 oleh Joseph Pilates dan populer di banyak negara, termasuk Jerman, Amerika Serikat, Argentina, Australia, dan Inggris. Pada tahun 2005, ada 11 juta orang berlatih pilates secara teratur dan terdapat 14.000 instruktur pilates hanya di Amerika Serikat saja.

Pilates dirancang oleh Joseph Pilates, praktisi fisik dari Mönchengladbach, Jerman. Selama paruh pertama abad ke-20, ia mengembangkan sistem latihan yang dimaksudkan untuk memperkuat pikiran dan tubuh manusia. Pilates percaya bahwa kesehatan mental dan fisik adalah hal yang saling terkait.

Pilates menerbitkan dua buku yang terkait dengan metode pelatihan: Kesehatan Anda: Sistem korektif dari Berolahraga Itu merevolusi Seluruh Bidang Pendidikan Jasmani pada tahun 1934, dan Kembali ke Kehidupan Melalui Contrology tahun 1945 Secara umum dengan budaya fisik awal abad kedua puluh, Pilates memiliki hal yang sangat tinggi untuk orang-orang Yunani dan kecakapan fisik ditunjukkan dalam Gymnasium mereka.