

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual (DKV) adalah disiplin ilmu yang berfokus pada ide, metode, dan media komunikasi yang menggunakan fitur estetika atau visual untuk tujuan menyalurkan dan menyampaikan informasi atau pesan kepada masyarakat. Desain disusun menjadi sebuah proses perencanaan disiplin dan artistik yang diterapkan secara kreatif untuk memecahkan berbagai tantangan. Solusi desain dapat digunakan untuk mengirimkan berbagai pesan dengan tujuan tertentu, seperti persuasi yang bersifat mengajak, informasi yang bersifat penjelasan, dan identifikasi yang bersifat pengenalan (Landa, 2010).

2.1.1 Elemen Desain

Robin Landa memaparkan terdapat empat elemen dasar dari sebuah desain yaitu sebagai berikut (Landa, 2010).

2.1.1.1 Garis

Garis adalah gabungan titik-titik bersatu bersama menjadi panjang dan dapat dibentuk dengan berbagai alat. Garis memiliki berbagai fungsi dalam desain, yaitu menentukan bentuk dasar, mengatur komposisi visual agar estetik, merepresentasikan batasan dan pengaturan, mengarahkan *point of interest*, menentukan area, dan menentukan *emphasis* visual. Garis ini digolongkan menjadi berbagai jenis, seperti garis putus-putus, garis lurus, garis tebal, dan garis lengkung. Jenis garis yang berbeda dapat menciptakan efek dan makna yang berbeda pula. Garis adalah elemen desain yang penting karena dapat digunakan untuk menciptakan berbagai efek dan makna dalam desain. Desainer dapat memanfaatkan garis untuk mengkomunikasikan pesan dan menciptakan karya desain yang estetik menarik dilihat dan efektif.

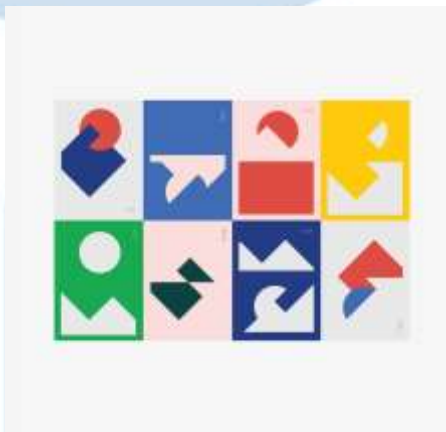


Gambar 2.1 Garis dalam Desain

Sumber: <https://radarbromo.jawapos.com/main-desain/1001628591/makna-garis>

2.1.1.2 Bentuk

Sesuatu memiliki bentuk sebagai garis luarnya. Selain itu, merupakan sebuah bidang yang dapat digambar pada permukaan dua dimensi dengan menggunakan warna, nada, atau tekstur. Pada umumnya, semua bentuk dapat dibagi menjadi tiga bentuk: lingkaran satu sisi, persegi Panjang empat sisi, segitiga tiga sisi, dan persegi empat sisi. Masing-masing bentuk dasar ini memiliki berat dan ukuran yang beragam, seperti tabung, balok, dan kubus.



Gambar 2.2 Bentuk dalam Desain

Sumber: <https://kreativv.com/dasar-desain-grafis>

2.1.1.3 Warna

Komponen warna menjadi elemen yang paling kuat dan paling menguntungkan dari pantulan sinar. Terbentuknya titik fokus juga diwakili oleh warna. Selain itu, mereka dapat menggabungkan emosi dan karakteristik sebuah merek. Warna memiliki bagian subtraktif dan aditif. Warna subtraktif terlihat ketika benda

berpigmen terkena sinar matahari. Warna dasar subtraktif seperti cyan atau biru aqua, magenta atau pink, kuning atau warna cerah, dan hitam atau warna gelap (*CYMK*), sedangkan warna merah, biru, dan hijau (*RGB*) adalah warna dasar aditif. *Hue* (identitas nama warna), *value* (berfokus pada sinar atau gelap), dan *saturation* (jernih atau kuksam) adalah tiga elemen yang membentuk warna aditif.



Gambar 2.3 Warna dalam Desain

Sumber: <https://glints.com/id/lowongan/istilah-dalam-desain-grafis/>

Eiseman menyatakan bahwa penempatan elemen warna pada roda warna berfungsi sebagai pedoman untuk standar harmoni warna (Eiseman, 2017). Namun, pedoman ini tidak selalu benar. Untuk menciptakan harmoni dan keselarasan warna saat merancang karya desain, Anda dapat menggunakan beberapa jenis warna harmoni berikut:

1) *Monotone*

Harmoni warna monoton adalah warna tengah dan cenderung netral yang tersusun warnanya. Dalam kebanyakan kasus, urutan ini tampak seperti tanpa variasi.



Gambar 2.4 *Monotone*

Sumber: <https://www.schemecolor.com/green-monotone.php>

2) *Monochromatic*

Harmoni warna monokromatik yang terdiri dari satu warna dengan berbagai nada dan intensitas, mulai dari paling terang hingga paling gelap.



Gambar 2.5 Monokromatik

Sumber: <https://uxplanet.org/how-to-apply-monochromatic-color-scheme-in-design-10c809d671a5>

3) *Analogous*

Harmoni analogous adalah kombinasi warna yang bersebelahan pada roda kombinasi warna.



Gambar 2.6 Analogus

Sumber: <https://www.color-meanings.com/complementary-colors/>

4) *Complementary*

Kombinasi warna dimana setiap warna yang digunakan adalah warna berlawanan pada roda kombinasi warna.



Gambar 2.7 Komplementari

Sumber: <https://www.color-meanings.com/complementary-colors/>

5) *Split Complementary*

Kombinasi terdiri dari satu warna yang bersebrangan dengan dua warna yang berada di sebelah komplementernya disebut harmoni warna split-complementary.



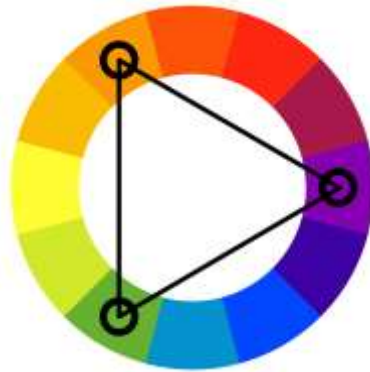
Gambar 2.8 *Split Complementary*

Sumber: <https://www.color-meanings.com/complementary-colors/>

6) *Triads*

Terdiri dari tiga warna utama yang berada pada roda warna dalam posisi yang sama jauh satu sama lain inilah yang disebut sebagai kombinasi triadik.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

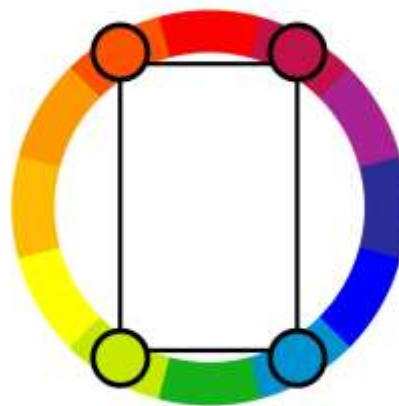


Gambar 2.9 Triads

Sumber: <https://www.color-meanings.com/triadic-colors/>

7) *Tetrads*

Kombinasi dari dua pasang warna komplementer yang berbeda menjadi empat warna yang saling tergabung berhadapan antar pasangan.



Gambar 2.10 Tetrads

Sumber: <https://www.colorexplained.com/tetradic-colors/>

2.1.1.4 **Tekstur**

Jenis tekstur dapat dibagi menjadi dua kategori sentuhan dan visual. Memberikan perasaan sentuhan yang sesuai kenyataan apa yang kita sentuh secara fisik dapat dirasakan dan memperoleh rasa yang sebenarnya inilah yang disebut dengan tekstur sentuhan (Landa, 2010).



Gambar 2.11 Tekstur dalam Desain

Sumber: <https://www.apockdesign.com/2020/02/7-elemen-penting-dalam-desain-grafis.html>

2.1.2 Prinsip Desain

Menurut buku (Landa, 2010) ada enam prinsip dasar dan utama dalam dunia desain sebagai desainer. Hal tersebut adalah format media yang digunakan, keseimbangan antar elemen, hirarki visual penempatan elemen, irama pengulangan elemen yang digunakan, dan kesatuan yang serasi antar elemen. Prinsip-prinsip utama ini melengkapi.

2.1.2.1 Format

Merupakan batasan pada desain yang digunakan dalam desain grafis berdasarkan area yang dilingkupinya (misalnya, kertas, *Billboard*, ponsel, dll.). Setiap bagian dari setiap desain harus memiliki format medium yang telah disesuaikan.



Gambar 2.12 Format

Sumber: <https://www.rawpixel.com/search/smartphone%20mockup?>

2.1.2.2 Keseimbangan

Dalam bidang desain, keseimbangan adalah elemen utama yang dapat berbicara tentang stabilitas pembagian visual yang sama dari sudut pusat. Karena keseimbangan yang ada dalam setiap

desain, penonton akan merasakan keharmonisan. Jenis keseimbangan termasuk keseimbangan radial, simetris, dan asimetris.



Gambar 2.13 Keseimbangan dalam Desain
Sumber: <https://www.kimp.io/balance-in-design/>

2.1.2.3 Hirarki visual

Prinsip hierarki dalam visual sangat penting untuk mengatur dan mengkomunikasikan informasi yang bermanfaat. Desainer menggunakan hirarki visual, mengatur seluruh elemen grafis sesuai dengan urutan kepentingan untuk menunjukkan bagian mana yang paling penting bagi pemirsa. Bagian-bagian tertentu dalam desain dapat menonjolkan elemen tertentu dari elemen lainnya, dan penekanan juga disusun sesuai dengan urutan kepentingan informasi, yang dapat membentuk titik fokus dalam desain.

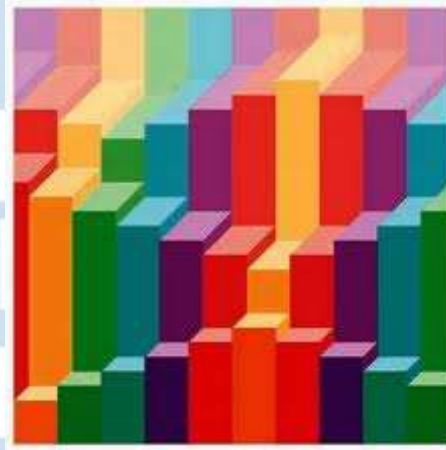


Gambar 2.14 Hirarki Visual
Sumber: <https://digitalsynopsis.com/design/visual-hierarchy-graphic-design-principles/>

2.1.2.4 Ritme

Dibuat dengan mengulangi praktik desain grafis yang menggunakan visual yang konsisten. Selain repetisi, ritme terdiri

dari berbagai jenis elemen yang berasal dari pengulangan elemen visual tertentu untuk menggantikan elemen penting.



Gambar 2.15 Ritme

Sumber: <https://winhart.wordpress.com/2010/08/02/prinsip-desain-grafis/>

2.1.2.5 Kesatuan

Kesatuan elemen dalam desain adalah sebuah prinsip yang penting untuk menciptakan karya yang harmonis dan mudah dipahami. Kesatuan dapat dicapai dengan cara menyatukan berbagai elemen desain, seperti garis, bentuk, warna, dan teks, sehingga membentuk sebuah komposisi yang kohesif dan konsisten.



Gambar 2.16 Kesatuan Dalam Desain

Sumber: <https://www.sitepoint.com/unity-in-design/>

2.1.3 Tipografi

2.1.3.1 Anatomi Huruf

Sebuah tipografi, menurut (Landa, 2010) kombinasi antara desain dan huruf yang ada di media cetak pada waktu dan tempat tertentu Dalam tipografi terdapat beberapa anatomi huruf, Dimana

masing-masing huruf memiliki sifat dan fungsi yang berbeda. Berikut ini adalah istilah yang digunakan dalam anatomi huruf:



Gambar 2.17 Anatomi Huruf dalam Desain

Sumber: <https://www.masvian.com/2021/04/pengertian-tipografi-anatomi-huruf.html>

Bagian paling atas dari masing huruf besar, capline, dan median adalah bagian paling bawah dari setiap huruf kecil yang membentuk garis lurus horizontal. Ketinggian huruf kecil, juga dikenal sebagai jarak antara garis tengah dan garis dasar, diukur dengan simbol X. Ascender termasuk dalam bagian huruf kecil dan terletak di antara *capline* dan *meanline*. Sebaliknya, *descender* itu bagian dari kombinasi huruf *lowercase* yang berada tepat di bagian dasar.

2.1.3.2 Istilah dan Prinsip Tipografi

Istilah dasar tipografi mengacu pada kemajuan industri percetakan. Istilah dasar tipografi masih digunakan secara umum meskipun ada perubahan teknologi. Menurut teori *Ambrose* dan (Harris & Ambrose, 2011) istilah-istilah berikut digunakan dalam tipografi:



Gambar 2.18 Istilah Tipografi dalam Desain

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/352758583316543177/>

1) *Typeface*

Typeface adalah istilah yang mengacu pada desain karakter huruf yang memiliki bentuk, proporsi, dan gaya yang sama. Font-font ini memiliki berbagai ukuran atau ketebalan.

2) *Font*

Typeface terdiri dari *set font* yang terdiri dari berbagai karakter huruf dan simbol yang *dapat* digunakan untuk mencetak atau digunakan pada layar. Jenis font *Times New Roman* termasuk *Times New Roman Regular*, *Times New Roman Italic*, dan sebagainya.

3) *Serif dan Sans Serif*

Sementara *Sans Serif* adalah jenis huruf yang tidak memiliki *Serif*, *Serif* adalah garis tambahan yang muncul pada ujung atau ujung bagian horizontal karakter.

4) *Kerning*

Dalam tipografi, istilah "kerning" mengacu pada space antara dua karakter huruf yang membentuk sebuah kata atau frasa.

5) *Tracking*

Space antar karakter huruf yang dapat terlihat dari dalam kata atau frasa disebut *tracking*.

6) *Leading*

Jarak vertikal antara dua baris huruf dalam teks disebut sebagai garis utama.

7) *Word spacing*

Dalam tipografi, jarak antar kata berarti jarak menyamping yang sudah sengaja disiapkan antara setiap kata dalam teks. Keterbacaan dan penampilan teks dapat dipengaruhi oleh jarak kata.

8) *Alignment*

Alignment adalah menempatkan sebuah teks dalam komposisi sebuah data. Jenis alignment termasuk rata kanan semua, rata kiri semua, rata tengah semua, dan justified yaitu rata kanan dan kiri.

9) Deret *Fibonacci*

Deret Fibonacci adalah deretan angka dimana dimulai dari nol dan satu, dan setiap angka setelahnya menjadi jumlah dari dua angka bagian sebelumnya. Deret ini sering digunakan dalam tipografi bertujuan membagi wilayah teks atau bagian layout sehingga terkesan terlihat seimbang dimana visual dan terlihat estetik.

2.1.3.3 Kategori Tipografi

Selain itu, tipografi juga dapat dibagi menjadi berbagai kategori ragam gaya dan budaya, termasuk:



Gambar 2. 19 Kategori Tipografi

Sumber: <https://www.dumetschool.com/blog/Teori-Tipografi-Jenis-Huruf-Part-1>

1) *Old Style*

Disebut tipografi romani, menjadi populer pada penghujung abad ke 15, secara langsung yang digambarkan ketika huruf yang digambar dengan pena bermata lebar. Typeface Garamond dan Times New Roman termasuk serif kurung dan sudut.

2) *Traditional*

Diciptakan pada diawali abad ke 18 dan diakhiri abad ke 19, menggambarkan peralihan dari gaya yang tidak modern ke gaya modern dengan menunjukkan karakteristik desain keduanya.

3) *Modern*

Tipografi serif transisional. Memiliki kontras goresan yang tipis yang menunjukkan bahwa itu memiliki karakteristik geometris dan simetris. Didot, Bodoni, dan Walbaum adalah beberapa contoh typeface.

4) *Slab Serif*

Pertama kali muncul pada permulaan abad ke 19, tanda yang berat seperti lempengan serif. Alat tulis Amerika, Memphis, Bookman, dan Clarendon adalah contoh typeface ini.

5) *Sans Serif*

Typeface yang mempelopori pada permulaan abad ke 19. Contohnya seperti Gotham, Helvetica, dan Montserrat, dan Gothic.

6) *Blackletter*

Disebut juga sebagai Letter Gothic, dibuat berdasarkan bentuk huruf manuskrip dari abad ke-13 hingga abad ke-15. dengan ciri-ciri stroke beran dengan beberapa lengkungan. Rotunda dan Fraktur adalah dua contoh typeface ini.

7) *Script*

Tipografi cenderung memiliki kemiripan dengan tulisan tangan yang berupa pena bermata pahatan, pena yang fleksibel, pena runcing untuk memberikan kesan detail, atau kuas yang memberikan efek gelombang. Brush dan wiggle adalah contoh typeface ini.

8) *Display*

Jenis tipografi ini dirancang untuk digunakan dalam ukuran yang besar teruntuk judul dan headline dan judul ditulis dengan tipografi ukuran besar.

2.1.4 *Grid Desain*

Menurut (Landa, 2010) *Grid* itu tersusun dari garis *horizontal* dan *vertical* yang gabung jadi kolom berbaris dan margin yang membatasi. *Grid* dan *layout* adalah dua elemen penting dalam desain grafis yang saling berkaitan. *Grid* adalah sistem panduan yang digunakan untuk mengatur elemen-elemen dalam desain, sedangkan *layout* adalah hasil dari penerapan *grid* pada desain. *Grid* berfungsi untuk menciptakan keteraturan dan ketertiban dalam desain, sehingga informasi tersebut disampaikan kepada lebih mudah untuk dipahami oleh target. *Layout*, pada sisi lain, berfungsi untuk mengkomunikasikan pesan desain secara efektif.

1) *Single Column Grid*

Grid satu kolom merupakan sebuah *grid* yang paling sederhana, Jenis *grid* ini paling sering digunakan pada karya desain seperti buku ponsel yang dimana terdiri dari satu kolom yang dikelilingi oleh margin di seluruh bagian piggir dari kolom.



Gambar 2.20 *Single Column Grid* dalam Desain
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/267682771578096524/>

2) *Multicolumn Grid*

Grid multikolom merupakan jenis *grid* dimana secara komposisi terdapat dua atau lebih kolom, sehingga dapat diatur dengan simetris atau asimetris. *Grid* multikolom sering digunakan untuk desain yang membutuhkan lebih banyak ruang untuk konten atau elemen visual.



Gambar 2.21 *Multicolumn Grid* dalam Desain
Sumber: <https://id.pinterest.com/tanyway/multicolumn-grids/>

3) *Modular Grid*:

Modular Grid adalah jenis grid ini dapat memberikan fleksibilitas untuk desainer dalam merancang karya desain dimana dapat menyusun dan memposisikan setiap elemen desain secara bebas tidak terikat. Susunan terdiri dari bentuk-bentuk seperti modul yang saling berpotongan.



Gambar 2.22 *Modular Grid* dalam Desain

Sumber: <https://www.tiny.cloud/blog/a-guide-to-grids-blog-design/>

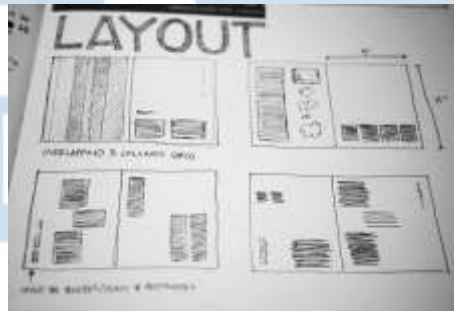
2.1.5 *Layout Desain*

Pengaturan *layout* adalah hasil dari penerapan grid pada desain. *Layout* merupakan sistem menaruh dan meletakkan komponen elemen desain hingga membentuk konten yang menarik dan estetis. Grid adalah sistem mengatur elemen-elemen dalam desain dengan panduan yang terdiri dari garis-garis horizontal dan vertical (Dabner, et al., 2009).

2.1.5.1 *Elemen Layout*

Banyak elemen dalam layout memiliki fungsi yang berbeda. Sangat penting bagi seorang desainer untuk memahami elemen-elemen layout dalam tujuannya untuk membuat susunan layout yang optimal. Ini terkait dengan prinsip layout, yang dapat mudah dipahami ketika seorang desainer memahami sepenuhnya elemen tersebut. Seperti Header pada bagian atas, judul utama yang menjadi fokus, subjudul setelah judul, foto yang menggambarkan, ilustrasi yang dapat menjelaskan, bodytext, textbox, pull quotes, footer, dan nomor halaman adalah semua elemen tersebut. Empat jenis prinsip layout dapat diterapkan setelah mempelajari elemennya.

Pertama, urutan, yang berarti urutan perhatian dalam suatu media, dan kedua, penekanan, yang menunjukkan layout. Ketiga, keseimbangan berfungsi untuk menjaga keseimbangan. Keempat adalah kesatuan untuk membuat layout yang konsisten.



Gambar 2.23 Elemen Layout

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/267682771578096524/>

2.1.5.2 Jenis-jenis Layout

Layout beragam dan digunakan sesuai keinginan dan kebutuhan masing-masing pengguna, sehingga desainer harus mampu memilih layout yang tepat untuk setiap pengguna. Beberapa jenis layout tersebut adalah:

1) *Unstable Layout*

Layout yang tidak stabil menggunakan susunan yang diatur pada kemiringan tertentu dan objek yang diatur sedemikian rupa. Mengingat cara penerapannya yang berbeda dari *layout* yang hanya menggunakan garis lurus, gaya desain ini adalah cara yang unik untuk digunakan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

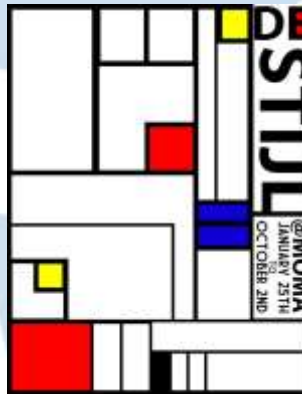


Gambar 2.24 Unstable *Layout*

Sumber: <https://www.slideshare.net/alfar151/unstable-layout-style>

2) *De Stijl*

Dalam bahasa Inggris, "*de stijl*" adalah istilah untuk gaya *layout* yang berasal dari Theo Van Doesburg menciptakan gaya rancang grafis ini, yang pertama kali diadopsi dari majalah dengan nama yang sama, *De Stijl*.



Gambar 2.25 *De Stijl* Layout

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/803118546033457937/>

3) *Multi panel*

Jenis *layout* yang terdiri dari satu bidang yang dibagi menjadi bidang-bidang berdasarkan berbagai tema visual. *Layout* ini biasanya dibagi dalam bentuk yang sama, tetapi jangan lupa bahwa setiap bidang dipenuhi dengan iklan, seperti tampilan produk.



Gambar 2.26 Multi Panel Layout

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/72311725/Multi-Panel-Layout-Brand-Toyota-C-HR/modules/421206023>

4) Copy Heavy

Tata letak yang mengutamakan teks atau naskah iklan pada medianya dan biasanya hanya menggunakan komponen pendukung kecil di sekitarnya.



Gambar 2.27 Copy Heavy Layout

Sumber: <https://id.pinterest.com/marcelinetiffanie/copy-heavy-layout/>

5) Frame Layout

Untuk membentuk cerita menggunakan border dan bingkai. *Layout* biasanya memiliki visual di dalamnya sebagai bingkai *copy*, menarik perhatian pembaca ke visual sehingga layout ini berfungsi dengan baik untuk memusatkan inti dari suatu media.



Gambar 2.28 Flame Layout

Sumber:

<https://id.postermywall.com/index.php/art/template/74ca244d1b030896ffaec376333f0b1d/floral-frame-layout-instagram-design-template>

2.1.6 Copywriting Desain

Teknik penulisan dan niat untuk menarik perhatian pembaca Dalam copywriting, media dapat berupa tulisan atau gambar. (Moriarty, Mitchell, Wood , & Wells, 2018).



Gambar 2.29 Copywriting Desain

Sumber: <https://excellent-branding.com/elemen-desain-media-iklan/>

- 1) *Headline*: *Headline* adalah komponen penting dalam copywriting karena biasanya dibuat dengan ukuran tulisan yang lebih besar dan dimaksudkan untuk menarik perhatian.
- 2) *Bodycopy*: *Bodycopy* adalah kalimat yang memberikan penjelasan atau keterangan. Tulisannya biasanya berukuran kecil dan disajikan dalam paragraf atau kalimat panjang.

- 3) *Tagline*: *Tagline* adalah kumpulan kata-kata pendek yang menggambarkan ide kreatif dan biasanya diletakkan di akhir salinan asli.
- 4) *Call to Action*: *Call to action* adalah kalimat yang berfungsi untuk mendorong seseorang untuk memberikan respons atau informasi dalam menanggapi iklan.

2.2 Kampanye

Menurut (Venus, 2018), kampanye adalah jenis kegiatan komunikasi persuasi yang bertujuan untuk mengubah target audiens dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan keinginan perancang kampanye. Selain itu, menurut Venus, kampanye harus menerapkan prinsip persuasif dan mengubah cara target audiens berpikir sehingga mereka dapat menerima dan bertindak positif.

2.2.1 Tujuan Kampanye

Tujuan kampanye, menurut (Venus, 2018) adalah untuk mengubah cara target audiens berpikir, melihat, dan melakukan hal-hal. Untuk mencapai perubahan ini, kampanye memiliki langkah-langkah (3A). Tahap kesadaran mencakup berbagai informasi tentang produk atau gagasan ajakan untuk menarik perhatian target audiens yang dituju dan membuat mereka lebih tahu tentang mereka. Selanjutnya, sikap pada tahap ini menunjukkan perubahan emosi terhadap target sasaran dalam upaya menumbuhkan rasa simpati, kepedulian, kesukaan, dan ketertarikan. Tahap terakhir, atau tindakan, dari target sasaran adalah tujuan terakhir yang mengubah perilaku.

2.2.2 Jenis Kampanye

1) Promotional Campaign

Kampanye yang berfokus pada produk biasanya dilakukan oleh bisnis secara keseluruhan. Tujuan dari kampanye ini adalah untuk meningkatkan keuntungan finansial melalui pembangunan citra positif suatu produk, meningkatkan traffic penjualan, dan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang produk tersebut.

Kampanye ini biasanya menggunakan media yang dapat menjangkau audiens dalam jumlah besar dan memotivasi mereka untuk membeli, seperti televisi, radio, dan surat kabar.



Gambar 2.30 Promotional Campaign

Sumber: <https://mcdonalds.co.id/newsroom/press-release/mcdonalds-indonesia-resmi-hadirkan-newjeans-chicken-dance-campaign>

2) *Political Campaign*

Kampanye berorientasi calon yang erat kaitannya dengan politik dan didorong oleh keinginan untuk menguasai kekuasaan. Kampanye politik adalah istilah lain untuk kampanye ini. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan kemenangan dalam pemilu atau untuk mendapatkan jumlah suara yang lebih besar. Kampanye ini biasanya menggunakan media massa, seperti televisi, radio, dan surat kabar, untuk menyampaikan pesan politik kepada pemilih.



Gambar 2.31 Political Campaign

Sumber: <https://palapapos.co.id/listing/view/2571/1/Isi-denny-ja-dukungan-nu-untuk-jokowi-maruf-terus-meningkat>

3) *Caused Advertising Campaign*

Kampanye berorientasi alasan atau ideologis kampanye yang berfokus pada perubahan sikap dan perilaku masyarakat terutama tentang masalah sosial. Kampanye ini juga mencakup banyak tema seperti lingkungan, ekonomi, kesehatan, dll. Kampanye ini biasanya menggunakan media massa, seperti televisi, radio, dan surat kabar, untuk menyampaikan pesan tentang isu atau penyebab tersebut.



Gambar 2.32 Caused Advertising Campaign

Sumber: <https://www.instagram.com/p/CFjAr9pHW9b/>

2.2.3 Model Kampanye

1) Model Kampanye Ostegaard

Diciptakan oleh Leon Ostegaard, seorang teoritikus dan praktisi kampanye Jerman yang juga dikenal sebagai Klingeman in Venus. Langkah awal yang harus dilakukan adalah menemukan dan menentukan masalah yang sebenarnya. Setelah masalah ditemukan, fakta digunakan untuk menemukan penyebabnya. Mengelola kampanye, mulai dari perancangan, pelaksanaan, dan evaluasi, adalah langkah berikutnya. Pada tahap ini, mengidentifikasi karakteristik target audiens membutuhkan riset. Hal ini berguna dalam membuat pesan, aktor, dan teknis kampanye yang tepat. Pada tahap ini, tujuan dari seluruh isi konten kampanye adalah untuk membekali dan mempengaruhi aspek pengetahuan dan sikap dari audiens sasaran.

2) Model Kampanye Komunikasi Kesehatan Strategis

Ada kesamaan dengan model ostegaard yang mendorong penggunaan model kampanye kesehatan strategis. Model kesehatan strategis juga digunakan untuk membangun dan mendorong masyarakat untuk berperilaku sehat. Dalam model kampanye kesehatan, penyelenggara harus menentukan apakah kampanye mereka akan menambah pengetahuan baru atau mengubah pengetahuan yang sudah ada di masyarakat. Model ini memungkinkan penyelenggara untuk bertindak berdasarkan teori daripada hanya perasaan.

2.2.4 Media Kampanye

Untuk mendefinisikan media kampanye, perancang kampanye harus memahami pesan apa yang ingin disampaikan di setiap media, serta utilitas, hiburan, informasi, atau pengalaman apa yang ingin mereka sampaikan kepada audiens mereka. Ini disebabkan oleh fakta bahwa pembawa yang berbeda memiliki dampak yang berbeda pada audiens (Venus, 2018).

1) Print

Media cetak dapat menggunakan visual dan ekspresi yang diperlukan untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan dalam berbagai bentuk, seperti majalah, koran, email langsung, poster, atau billboard. Ini dilakukan untuk menarik dan mempertahankan perhatian, relevan, dan memiliki bentuk ajakan untuk bertindak. Boards media di luar harus mudah dibaca berdasarkan jeda yang jauh dari pengendara atau pejalan.



Gambar 2.33 Print Billboard Campaign

Sumber: <https://oaaa.org/blog-posts/political-advertising>

2) Motion, Broadcast, dan Broadband

Menggunakan konsep visual seperti narasi, urutan gambar, dan lainnya untuk menangkap perhatian audiens dan menyampaikan pesan yang diinginkan melalui berbagai peristiwa, bingkai, gambar, dan audio yang berbeda dalam rentang waktu yang berbeda. memiliki gerakan dan gambar yang berbeda. Selain itu, musik di layar digunakan untuk menciptakan suasana yang merangsang dan menarik perhatian penonton saat mereka menanggapi pesan iklan. Untuk berkomunikasi dan memvisualisasikan narasi dan pesan, storyboard atau foto berdasarkan gambar, sketsa, atau set keyframe dapat digunakan untuk membuat media di layar seperti iklan televisi, video, film web, dan lainnya.



Gambar 2. 34 *Broadcast Television Campaign*

Sumber: <https://advanced-television.com/2022/12/02/research-tv-campaign-reach-best-over-40-45-nets/>

3) Website

Media online bertujuan untuk menyampaikan pesan, menghibur, memberikan informasi, dan mengarahkan pengguna ke platform online.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.35 Website Campaign

Sumber: <https://poliengine.com/blog/best-political-campaign-websites>

4) Media Sosial

Media sosial yang efektif mencakup elemen yang relevan, kredibel, bernilai, menarik, dan dapat diakses, sedangkan media kampanye ini dapat digambarkan secara informal, dan percakapan dengan setiap orang dilakukan secara online. Iklan luar ruang muncul di ruang publik dengan menggunakan struktur yang sudah ada. Ini adalah jenis media non-tradisional.



Gambar 2.36 Social Media Campaign

Sumber: <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/boost-social-media-campaigns-personalization/>

2.2.5 Teori Persuasif Kampanye

Bahasa Latin persuasi berarti mengajak atau merayu. Menurut Rakhmat (2007), persuasi adalah proses komunikasi yang memanipulasi psikologis seseorang untuk mempengaruhi tindakan, pendapat, dan sikap mereka. Komunikasi persuasif digunakan untuk memaksa orang lain untuk bertindak dengan cara yang diharapkan komunikator. Maulana dan Gumelar mengatakan bahwa emosional, simpati, dan empati seseorang dapat membantu persuasi (Riyanto, 2015).

2.2.6 Art Direction

Art direction adalah proses mengarahkan elemen visual (*art*) dalam semua bentuk media komunikasi, baik itu film, program TV, digital, iklan, dan sebagainya. *Art director* bertanggung jawab untuk menciptakan tampilan dan nuansa yang menarik dan efektif untuk pesan yang ingin disampaikan (Kotler & Keller, 2016).

2.2.7 Copywriting

Copywriting adalah proses menciptakan pesan persuasif untuk mempromosikan produk, jasa, atau ide. *Copywriting* dapat digunakan dalam berbagai media, termasuk iklan, media sosial, dan situs web (Kotler & Keller, 2016).

- 1) *Informative copywriting* bertujuan untuk memberikan informasi tentang produk atau jasa kepada target *audiens*.
- 2) *Persuasive copywriting* bertujuan untuk membujuk target *audiens* untuk membeli produk atau jasa.
- 3) *Imagery copywriting* bertujuan untuk menciptakan citra yang positif bagi produk atau jasa.
- 4) *Humorous copywriting* bertujuan untuk menarik perhatian target *audiens* dengan menggunakan humor.

2.2.8 Creative Brief

Creative brief adalah dokumen yang menjelaskan tujuan, target *audiens*, dan strategi komunikasi dari sebuah iklan. *Creative brief* digunakan oleh tim kreatif untuk mengembangkan pesan dan materi iklan (Kotler & Keller, 2016).

2.2.9 Strategi dan Taktik Pesan Iklan

Strategi pesan iklan adalah proses menentukan apa yang ingin disampaikan oleh iklan. Taktik pesan iklan adalah proses menentukan bagaimana menyampaikan pesan tersebut (Kotler & Keller, 2016). Beliau

juga menjelaskan bahwa strategi pesan iklan harus disesuaikan dengan tujuan iklan. Misalnya, jika tujuan iklan adalah untuk menciptakan kesadaran, maka pesan iklan haruslah singkat dan mudah diingat. Jika tujuan iklan adalah untuk membujuk, maka pesan iklan haruslah lebih persuasif.

- 1) *What to say* (Strategi pesan iklan) berkaitan dengan isi pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen. Isi pesan iklan haruslah relevan dengan kebutuhan dan keinginan target audiens. Selain itu, isi pesan iklan juga haruslah unik dan menarik perhatian.
- 2) *How to say* (Taktik pesan iklan) berkaitan dengan cara menyampaikan pesan tersebut. Cara menyampaikan pesan iklan haruslah efektif dan persuasif.

2.2.10 Jenis Media Iklan

Teori PESO adalah teori yang dikembangkan oleh David Meerman Scott untuk menggambarkan berbagai jenis media yang dapat digunakan dalam komunikasi pemasaran (Meerman, 2014). Teori PESO terdiri dari empat elemen, yaitu:

- 1) Paid (Berbayar): Media yang membutuhkan biaya untuk digunakan, seperti iklan televisi, iklan radio, dan iklan digital.
- 2) Earned (Diterima): Media yang diperoleh tanpa biaya, seperti publisitas, media sosial, dan influencer marketing.
- 3) Shared (Dibagikan): Media yang dibagikan oleh konsumen, seperti media sosial dan blog.
- 4) Owned (Milik): Media yang dimiliki oleh perusahaan, seperti situs web, blog, dan aplikasi seluler.

2.2.11 Metode Perancangan Kampanye

Dalam sebuah buku berjudul *Advertising by design*, (Landa, *Advertising by design*, 2010) merumuskan metode perancangan desain kampanye yang mencakup proses enam langkah sebagai berikut:

1) Tahap *Overview*

Pada tahap pertama, penulis melakukan pencaharian data dan informasi. Baik itu penelitian ataupun riset data untuk mengumpulkan informasi tentang fenomena yang terjadi saat ini, masalah yang diangkat, dan target audiens yang ingin diarahkan. Tahap ini disebut sebagai fase tinjauan, karena penulis melakukan penelitian dan pengumpulan data terkait topik yang sudah ditentukan.

2) Tahap *Strategy*

Tahap kedua, penulis melakukan analisa data dan informasi yang sudah terkumpul. Penulis sudah mulai merumuskan dan menentukan strategi dengan cara mengamati dan menilai. Setelah itu membuat kesimpulan untuk menentukan solusi yang tepat hasil analisis untuk mengatasi isu permasalahan yang dihadapi.

3) Tahap *Ideas*

Tahap ketiga, penulis menentukan ide dan konsep dari perancangan yang dilakukan. Pada tahap ini, penulis menyalurkan strategi menjadi sebuah ide dan konsep yang dapat direalisasikan. Hasil dari tahap ini adalah konsep strategi kreatif yang akan digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan visual, asset, dan copywriting.

4) Tahap *Design*

Tahap keempat, penulis pada tahap ini mulai menuangkan ide dan konsep desain ke dalam bentuk visual. Pada tahap ini, penulis melakukan berbagai kegiatan, seperti membuat sketsa, key visual, digitalisasi, dan media. Hasil dari tahap ini adalah beberapa pilihan alternatif key visual yang akan digunakan sebagai landasan desain untuk diimplementasikan pada media.

5) Tahap *Production*

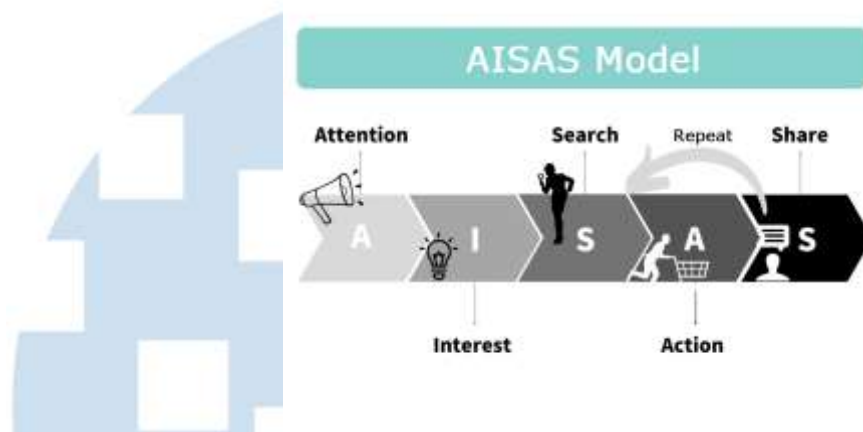
Tahap kelima, Penulis bekerja melakukan eksekusi produksi untuk membuat produk kampanye yang siap untuk disebar. Hasil dari tahap ini adalah produk kampanye yang lengkap, mulai dari materi cetak hingga materi digital.

6) Tahap *Implementation*

Tahap keenam, Penulis menjalankan proses kampanye online maupun offline dari hasil perancangan yang sudah dibuat. Tujuannya nanti akan melakukan evaluasi hasil dari perancangan yang diciptakan.



2.2.12 AISAS



Gambar 2.37 AISAS

Sumber: <https://gmo-research.com/news-events/articles/what-aisas-five-things-you-should-know-about-customer-journey-framework>

1) *Attention*

Pada tahap awal, audiens hanya akan tahu tentang topik dan produk kampanye mereka mungkin tidak tertarik atau tertarik padanya. Pada tahap berikutnya, desain media kampanye sangat penting untuk menarik perhatian audiens.

2) *Interest*

Audiens mulai tertarik dengan topik setelah melihatnya. Namun, mereka mungkin tertarik dan kemudian tidak tertarik dan berhenti pada tahap kesadaran atau perhatian.

3) *Search*

Setelah *audiens* merasa tertarik, mereka akan mulai mencari informasi tentang topik kampanye yang mereka butuhkan atau ingin tahu. *Audiens* akan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang topik dan barang yang dibahas. Proses pencarian ini dapat dicapai dengan mencari informasi pada internet, media cetak, atau dengan mengajukan pertanyaan kepada teman, keluarga, atau orang yang dekat dengan masalah tersebut.

Audiens akan memutuskan apa yang harus dilakukan setelah mendapatkan informasi yang diperlukan.

4) *Action*

Jika kampanye berhasil, *audiens* akan belajar lebih banyak tentang kampanye karena mereka dapat memilih untuk berpartisipasi dalam aktivitas sosial, membeli produk, atau memilih kandidat. Pada tahap ini, tindakan sangat penting karena menentukan apakah seseorang mau memahami atau setidaknya mengubah sikapnya.

5) *Share*

Setelah melakukan aksi, *audiens* akan menjadi *Word-of Mouth* information dimana mereka akan membagikan pengalaman mereka baik dengan komentar atau memposting pada internet.

2.3 Penyakit Degeneratif Dini

Penyakit degeneratif adalah suatu penyakit yang muncul akibat proses kemunduran fungsi sel tubuh yaitu dari keadaan normal menjadi lebih buruk (Suiraoaka, 2012).

2.3.1 Penyebab Degeneratif Dini

Pola makan yang tidak sehat, kurangnya aktivitas fisik, konsumsi rokok, dan peningkatan stres dan paparan penyebab penyakit degeneratif adalah empat faktor risiko utama penyebab penyakit degeneratif (Suiraoaka, 2012).

1) Pola Makan yang Tidak Sehat

Perubahan pola makan yang tidak sehat dipicu oleh perkembangan teknologi pengolahan makanan, munculnya supermarket dan minimarket, penyebaran informasi tentang berbagai produk makanan, urbanisasi dan kemajuan ekonomi, terutama bagi golongan menengah ke atas, dan globalisasi.

Makanan dewasa ini biasanya menggunakan bahan pengawet, tinggi garam dan gula, rendah serat, dan tidak seimbang secara gizi.



Gambar 2.38 Pola Makan Tidak Sehat

Sumber: <https://www.halodoc.com/kesehatan/makanan-tidak-sehat>

2) Kurangnya Aktivitas Fisik

Teknologi modern mempengaruhi penurunan aktivitas fisik secara langsung dan tidak langsung. tidak hanya dalam hal ketersediaan lift dan eskalator sebagai pengganti tangga, atau mesin cuci yang mengurangi jumlah gerakan yang dilakukan seseorang saat mencuci, dll.



Gambar 2.39 Pola Kurangnya Aktivitas Fisik

Sumber: <https://www.sehatq.com/artikel/kurang-olahraga>

3) Konsumsi Rokok

Orang Indonesia sangat akrab dengan tembakau dan produk olahannya, dalam hal ini rokok. Rokok di masyarakat tidak hanya digunakan untuk membuat orang tenang dan nyaman, tetapi juga memiliki manfaat sosial dan pergaulan.



Gambar 2.40 Pola Perilaku Merokok

Sumber: <https://www.alodokter.com/4-dampak-merokok-bagi-kesehatan-kulit>

4) Paparan Lingkungan

Stres adalah kondisi yang mempengaruhi reaksi fisik dan emosional manusia. Dalam skala tertentu, kita membutuhkan stres dalam kehidupan sehari-hari. Stres negatif, yang dikenal sebagai distress, bersifat merusak dan dapat membahayakan kesehatan diri sendiri. Sebaliknya, stres positif, yang dikenal sebagai eustress, diperlukan karena dapat meningkatkan semangat dan mendorong.



Gambar 2.41 Pola Pengaruh Lingkungan Stres

Sumber: <https://www.halodoc.com/kesehatan/stres>

2.3.2 Gejala Degeneratif Dini

Pada umumnya, orang memiliki gejala yang menunjukkan penyakit degeneratif sebelum mereka menderita atau menderita penyakit tersebut, tetapi gejala-gejala ini sering kali diabaikan. Sindrom metabolik adalah nama untuk kumpulan gejala ini. Pada tahun 1988, Dr. Gerard Reaven dari Universitas Stanford menyebutnya "sindrom X", karena penyakit metabolik ini tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi muncul melalui proses yang panjang dan perlahan. Sindrom metabolik ini ternyata terkait erat dengan gaya hidup

seseorang. Hal ini disebabkan oleh pola makan yang tidak sehat dengan banyak gula dan lemak (Suiraoaka, 2012).

2.3.3 Dampak Degeneratif Dini

Penuaan dan penyakit degeneratif sel memiliki dasar yang sama. Penyakit seperti rasa kaku, kesulitan tidur, gemetar, dan gangguan organ tubuh lainnya meningkat dengan bertambahnya usia. Inilah yang disebut sebagai penyakit degeneratif, yaitu penyakit yang penyebabnya tidak diketahui dan sulit disembuhkan kecuali dengan mencegah dan mengurangi rasa sakit dan efeknya pada tubuh. Penyakit ini dapat muncul pada usia tiga puluh tahun, terutama pada usia empat puluh, lima puluh, dan enam puluh tahun. Oleh karena itu, sangat penting untuk diwaspadai dan mencegah penyakit ini muncul sedini mungkin. Kelompok ini mencakup penyakit seperti (Suiraoaka, 2012).

1) Diabetes Mellitus (DM)

Ketika pankreas tidak menghasilkan insulin yang cukup atau ketika tubuh tidak dapat menggunakan insulin yang dihasilkan secara efektif, itu disebut diabetes. Hipoglikemia, juga dikenal sebagai gula darah yang meningkat, adalah efek umum diabetes yang tidak terkontrol. Ini kadang-kadang menyebabkan kerusakan yang signifikan pada berbagai sistem tubuh, terutama saraf dan pembuluh darah (WHO, 2012).

2) Hipertensi

Tekanan dalam arteri meningkat jika sistem kompleks yang mengatur tekanan darah tidak berfungsi dengan benar. Tekanan darah tinggi adalah tingkat tekanan arteri yang terus meningkat. Kedokteran menyebutnya hipertensi, yang berarti tekanan tinggi pada arteri (Mayo Clinic, 2002). Tekanan sistolik tetap 140 mmHg atau lebih atau tekanan diastolik tetap 90 mmHg atau lebih adalah tanda tekanan darah tinggi.

3) Arteriosklerosis

Aterosklerosis adalah kondisi di mana dinding arteri menebal karena akumulasi lemak seperti kolesterol. Ini adalah sindrom yang mempengaruhi pembuluh darah arteri. Ini adalah respon inflamasi kronis pada dinding arteri yang disebabkan sebagian besar oleh akumulasi sel darah putih makrofag dan didorong oleh low-density lipoprotein, yang merupakan plasma protein yang membawa kolesterol dan trigliserida, tanpa fungsi tinggi density lipoprotein (HDL) untuk mengeluarkan lemak dan kolesterol dari makrofag. Ini biasanya disebut sebagai penebalan arteri atau pengerasan arteri.

4) Penyakit Jantung

Meskipun tingkat kematian akibat penyakit kardiovaskular telah menurun di banyak negara berpendapatan tinggi dalam beberapa dekade terakhir, tingkat kematian akibat penyakit kardiovaskular telah meningkat dengan cepat di negara berpenghasilan rendah dan menengah.

5) Kanker

Penyakit yang disebabkan oleh pertumbuhan sel-sel jaringan tubuh yang tidak normal disebut kanker. Sel-sel kanker berkembang dengan cepat, tidak terkendali, dan terus membelah diri, menyusup ke jaringan sekitarnya (invasif), dan menyebar melalui jaringan ikat, darah, dan menyerang organ-organ penting serta syaraf tulang belakang.

6) Stroke

Stroke adalah kondisi di mana sel-sel saraf neurologik mati karena gangguan aliran darah di salah satu area otak karena perdarahan atau sumbatan. Gangguan saraf atau kelumpuhan terjadi pada bagian otak tertentu.

7) Osteoporosis

Menurut definisi WHO, osteoporosis adalah gangguan metabolik tulang yang paling umum ditemukan pada masyarakat berkembang, terutama pada wanita tua pasca menopause. Ini menyebabkan tulang menjadi rapuh dan mudah patah.

8) Hiperurisemia

Penyakit gout, salah satu penyakit arthritis, disebabkan oleh gangguan metabolisme purin. Gangguan ini menyebabkan tingginya kadar asam urat dalam darah, yang mudah mengkristal karena metabolisme purin yang tidak sempurna. Sekitar 20-30% penyakit gout disebabkan oleh kelainan sintesa purin dalam jumlah besar, dan sekitar 75% penyakit gout disebabkan oleh kelebihan produksi asam urat tetapi pengeluarannya tidak teratur.

9) Rheumatoid Arthritis

Rheumatoid arthritis (RA) adalah penyakit inflamasi sistemik yang berlangsung lama dan mempengaruhi banyak jaringan dan organ, tetapi terutama mempengaruhi sendi yang fleksibel (sinovial). Pengembangan pannus (jaringan fibrosa) di sinovium, sekunder pembengkakan sel sinovial (hiperplasia), reaksi inflamasi dari kapsul sekitar sendi (sinovium), dan peningkatan jumlah cairan sinovial terlibat dalam proses ini.

Penghancuran tulang rawan artikular dan ankilosis (fusi) sendi adalah komplikasi yang sering terjadi sebagai akibat dari patologi yang terjadi dalam proses penyakit.

2.3.4 Pencegahan Degeneratif Dini

Mengendalikan tekanan darah, kadar lemak darah, menjaga berat badan ideal, makan makanan yang seimbang, berolahraga, menghindari merokok dan alkohol, adalah langkah penting untuk hidup sehat (Suiraoaka, 2012).

1) Perubahan Gaya Hidup

Perubahan gaya hidup sangat penting untuk mencegah penyakit degeneratif. Tiga hal penting, yaitu diet, aktivitas fisik, dan perubahan kebiasaan, termasuk dalam istilah perubahan gaya hidup atau perubahan kebiasaan.

2) Mencegah Obesitas

Ketika ada kemungkinan Anda tidak akan mengikuti program yang sedang Anda jalankan, itu adalah hal yang sulit untuk mengendalikan berat badan. Misalnya, saat menghadiri resepsi, syukuran, atau undangan pesta, atau saat pergi makan di luar rumah bersama kolega atau keluarga.

3) Mengendalikan Stres

Karena stres merangsang pengeluaran hormon adrenalin secara berlebihan, yang membutuhkan vitamin B, mineral, zinc, kalium, dan kalsium untuk memproduksi hormon tersebut, stres memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap sistem metabolisme tubuh.

4) Melakukan Aktivitas Fisik

Sedangkan olahraga adalah gerakan tubuh yang berirama dan teratur untuk memperbaiki dan meningkatkan kebugaran, aktivitas fisik adalah semua gerakan otot bergaris yang membakar energi tubuh. Untuk menjaga jantung, paru-paru, dan bagian tubuh lainnya sehat, aktivitas fisik harus dilakukan secara teratur selama minimal 30 menit setiap hari.

5) Menerapkan Pola Makan Sehat

Pengertian "gizi seimbang" berarti bahwa jumlah makanan yang kita konsumsi harus sebanding dengan jumlah makanan yang kita keluarkan. Kami membutuhkan enam jenis nutrisi: air, vitamin, mineral, lemak, protein, dan karbohidrat.

2.4 Olahraga Angkat Beban

Menurut Ade Rai (2009), latihan beban pada dasarnya berarti menempatkan tekanan beban pada otot rangka secara sistematis dan dengan gerakan yang sesuai dengan kemampuan gerak sendi.

(Baechle & Earle, 2014) menyatakan bahwa latihan beban dapat meningkatkan kekuatan otot, daya tahan otot, koordinasi neuromuskular, dan kepadatan tulang (membantu mencegah osteoporosis), serta dapat membantu penderita diabetes tipe 2, meningkatkan kesehatan jantung dengan menurunkan tekanan darah dan membantu mengontrol kolesterol dan tingkat lipoprotein dengan baik.

Dapat disimpulkan bahwa latihan beban adalah jenis latihan yang menggunakan beban secara sistematis dan berulang-ulang selama periode dan intensitas tertentu. Tujuan latihan ini adalah untuk meningkatkan kualitas otot, kekuatan, daya tahan, pembesaran otot, pengencangan, penurunan berat badan, dan mencegah cedera, sehingga meningkatkan kesehatan secara keseluruhan.

2.4.1 Jenis olahraga angkat beban

Untuk mencapai tujuan latihan, latihan beban dapat menggunakan beban bebas, berat badan pengangkat sendiri, mesin, atau perangkat lain. Latihan beban dapat dilakukan dengan menggunakan beban dari berat badan sendiri, yang dikenal sebagai beban dalam. Beban luar, yang dikenal sebagai beban bebas, termasuk dumbbell, barbell, dan mesin latihan (Baechle & Earle, 2014). Jenis latihan dengan beban termasuk push up, sit up, crunch, v-up, pull up, back up, extension of back, dan chest dip.

Menggunakan mesin biasanya digunakan untuk latihan beban; ini termasuk beban bebas yang terdiri dari barbell dan dumbbell dan dapat dilakukan dengan berbagai variasi gerakan, yang membuat perkenaan pada masing-masing otot lebih fokus. Namun, tempat terbaik untuk melakukannya adalah di tempat kebugaran. Menggunakan mesin, beban bebas (seperti barbell, dumbbell, dan kettlebell), band resistensi, bola stabilitas, atau kombinasi dari semua ini adalah beberapa jenis peralatan yang dapat digunakan untuk melakukan latihan (Baechle & Earle, 2014).

2.4.2 Cara olahraga angkat beban

Disarankan untuk mempertimbangkan prinsip-prinsip dasar latihan beban saat merancang program latihan beban. Menurut Suharjana (2007), program latihan beban yang efektif harus dibuat dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip berikut:

1) Prinsip Beban Berlebih

Latihan dengan beban di bawah atau sama dengan kemampuan hanya akan menjaga kekuatan otot tetap stabil tanpa mengikuti peningkatan kekuatan; beban kerja harus melebihi ambang rangsang sehingga tubuh dapat menyesuaikan diri untuk meningkatkan kemampuan otot.

2) Prinsip Peningkatan Secara Progresif

Dengan meningkatkan intensitas latihan secara bertahap, prinsip beban progresif dapat diterapkan. Ini berarti bahwa otot-otot yang telah mengalami perangsangan sebelumnya dapat menerima beban yang lebih berat dari sebelumnya.

3) Prinsip Pengaturan Latihan

Program latihan beban harus dirancang dengan baik sehingga kelompok otot besar dilatih terlebih dahulu daripada kelompok otot kecil. Ini karena kelompok otot kecil lebih cepat lelah daripada kelompok otot besar.

4) Prinsip Kekhususan

Prinsip kekhususan latihan beban harus menghasilkan transformasi latihan yang diinginkan. Sudut gerakan tertentu menentukan seberapa jauh otot dirangsang.

5) Prinsip Individu

Setiap orang memiliki karakteristik yang berbeda secara mental dan fisik, sehingga latihan yang akan dilaksanakan harus mempertimbangkan kemampuan masing-masing individu.

6) Prinsip Berkebalikan

Tanpa latihan, kekuatan otot Anda akan secara bertahap menurun, bahkan bisa hilang sama sekali. Jika Anda tidak

melakukan latihan otot secara teratur dan konsisten, kualitas otot Anda akan kembali menurun. Karena itu, menjaga kemampuan otot yang telah dicapai sangat penting.

7) Prinsip Pulih Asal

Program latihan yang baik harus mencakup waktu pemulihan yang cukup. Waktu pemulihan antara set dalam latihan beban harus diperhatikan. Atlet akan mengalami kelelahan yang signifikan dan penurunan penampilan jika tidak diperhatikan. Menghasilkan kembali energi dan menghilangkan asam laktat yang menumpuk di darah dan otot adalah dua tujuan pemulihan.

