

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Minat masyarakat Indonesia terhadap olahraga lari meningkat setelah pandemi, termasuk olahraga kategori Full Marathon. Berdasarkan pengamatan dari Yasha Chatab, pegiat maraton dengan pengalaman lebih dari 14 tahun, pendaftar acara lari 42.195 Km tersebut di Indonesia (dalam contoh kasus Maybank Marathon) meningkat lebih dari 15 kali lipat jika dibandingkan pada tahun 2012. Peningkatan dari minat olahraga dipengaruhi oleh kesadaran kesehatan masyarakat yang meningkat setelah pandemi (Sitohang & Ghani, 2021).

Menurut Devi Ardiani, pegiat maraton asal Jakarta, kategori maraton berbeda dengan kategori jarak jauh di bawahnya, dikarenakan perlunya pengalaman dan kemampuan fisik yang lebih kuat, serta memiliki niat yang kuat serta komitmen melakukan persiapan matang selama berbulan-bulan. Menurut Devi, jika pelari sudah berpengalaman mengikuti kategori Half Marathon, pelari tersebut sudah bisa mengikuti kategori Full Marathon. Namun, berdasarkan hasil diskusi dengan pelari Jabodetabek, pelari dengan pengalaman Half Marathon belum memulai kategori Full Marathon karena tidak percaya diri dengan kemampuan fisik mereka, kesulitan komitmen dalam latihan, kehilangan motivasi, serta tekanan sekitar. Banyak pelari “pemula” maraton berikut yang berpotensi memulai Full Marathon, namun enggan mengikutinya karena tidak percaya diri serta takut akan kegagalan (Higdon, 2020).

Komunitas olahraga bisa menjadi wadah dalam membangun ilmu dan keterampilan, memperluas relasi, serta meningkatkan partisipasi anggota di luar komunitas (Edwards, 2015). Meningkatnya kesadaran lari dan pentingnya komunitas mempengaruhi peningkatan jumlah komunitas lari di Indonesia setelah pandemi (Liputan 6, 2023). Salah satu komunitas lari di Indonesia adalah IndoRunners, yang ingin menghidupkan rasa semangat latihan berlari kepada anggota komunitasnya. Hal tersebut diperkuat dengan hasil diskusi penulis dengan

anggota IndoRunners, yang merasa lebih semangat mengikuti lari dan termotivasi mengikuti Full Marathon setelah mengikuti komunitas.

IndoRunners memiliki wadah program bagi pelari untuk menumbuhkan budaya latihan serta memperluas relasi pelari, yaitu Runiversity. Program Runiversity memiliki tiga cabang pelaksanaan, dengan IndoRunners Jakarta sebagai pelopor dan cabang utama program. Runiversity Jakarta memiliki dua kegiatan utama, yaitu Sunday Morning Social Run, serta Strength Training. Namun, terdapat tiga kegiatan lain yang belum diaktifkan kembali setelah hiatus saat pandemi. Program Runiversity memiliki pembeda dari program komunitas lari lainnya, seperti kegiatan latihan lomba tertentu, variasi kegiatan lari rutin, serta menjadi pionir budaya latihan lari di Indonesia, terkhusus Jakarta dan sekitarnya. Karena mengandung kegiatan utama komunitas, Runiversity menjadi program yang esensial bagi identitas komunitas IndoRunners.

Namun, kegiatan Runiversity kurang diasosiasikan sebagai bagian dari program latihan IndoRunners Jakarta. Hal tersebut terlihat melalui masuknya komunitas IndoRunners Jakarta beserta kegiatan Runiversity dalam rekomendasi komunitas di Jakarta, namun artikel tersebut tidak menyebutkan Runiversity sebagai nama dari program latihan IndoRunners Jakarta (Liputan 6, 2019; Paragram, 2023; Flokq.com, 2020). Selain itu, penggunaan media sosial sebagai satu-satunya media promosi program Runiversity cenderung menghambat pelari dalam memproses informasi yang diperlukan, atau mengalami kondisi *information overload* (Bawden dan Robinson, 2020). Berdasarkan diskusi dengan pengurus Runiversity Jakarta, salah satu kendala penggunaan media sosial Runiversity adalah sering kali informasi kegiatan Runiversity yang tertimbun dengan informasi kegiatan komunitas lain.

Berdasarkan diskusi dengan pengurus, Runiversity sebagai program komunitas, ingin membuka kesempatan kepada berbagai pelari untuk mengikuti program dan kegiatan Runiversity. Riset menunjukkan bahwa penggunaan kampanye dengan berbagai media *online* dapat meningkatkan keterlibatan target audiens terhadap tujuan yang ingin dicapai (Sanders et al., 2018). Oleh karena itu, penulis merancang sebuah kampanye promosi interaktif program Runiversity oleh

IndoRunners, yang dapat mempersuasikan “pemula” kategori maraton daerah Jabodetabek dalam memulai Full Marathon pertama mereka, dan memilih IndoRunners Runiversity Jakarta sebagai program lari sekaligus wadah latihan utama bagi pelari.

## 1.2 Rumusan Masalah

Olahraga lari maraton sedang berkembang di Indonesia, terutama setelah pandemi COVID-19 serta munculnya banyak komunitas lari. Namun, pelari yang memiliki kemampuan ikut maraton sering kali rendah diri dengan kemampuannya dalam mengikut Full Marathon. IndoRunners sebagai komunitas lari Indonesia memberikan wadah latihan untuk para pelari yang ingin mengikuti maraton melalui program Runiversity. Namun, kurangnya asosiasi Runiversity dengan IndoRunners, serta penggunaan media Runiversity Jakarta yang bergantung pada media sosial, membuat program Runiversity terancam kalah saing dengan program komunitas lain yang serupa. Oleh karena itu penulis memiliki pertanyaan mengenai “Bagaimana perancangan kampanye promosi interaktif program Runiversity oleh IndoRunners untuk pemula maraton Jabodetabek?”

## 1.3 Batasan Masalah

Berikut merupakan batasan masalah yang ditentukan penulis untuk memfokuskan media informasi yang akan dibuat:

### 1) Demografis

#### 1) Usia: 21-29 tahun

Pada tahun 2023, terdapat peningkatan pelari dari kelompok usia 18-29 tahun sebanyak 6% jika dibandingkan dengan tahun 2022. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, tingkat partisipasi kerja umur 21-29 tahun jauh lebih tinggi dibandingkan kelompok umur 15-20 tahun. Sehingga, pada umur 21-29 tahun, pelari memiliki kemungkinan tinggi sebagai pemula muda yang sudah memiliki penghasilan. Pemilihan batas umur juga diperkuat dengan keinginan *founder* IndoRunners sekaligus

*program director* dari Runiversity yang ingin menjangkau audiens pelari dari anak muda.

- 2) Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan
- 3) Kelas ekonomi:
  - 1) SES: A
  - 2) Kelas: Menengah ke atas
  - 3) Pengeluaran: Rp4.000.000-Rp8.000.000

Sebagai patokan, penulis mengambil pengeluaran rerata dari acara lari maraton skala besar terdekat. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Litbang Kompas, rerata pengeluaran pelari pada acara Borobudur Marathon di tahun 2023 mencapai Rp4 juta. Pengeluaran rerata dari kelas ekonomi menengah pertama ada di jangkauan Rp3.2 juta hingga Rp6 juta per bulannya (2020), sehingga penulis memilih kelas menengah ke atas. Hal berikut juga diperkuat oleh penelitian penulis terhadap pelari Jabodetabek, yang menemukan bahwa 25,6% pelari memiliki pengeluaran umum dengan kisaran Rp2 juta hingga Rp5 juta, serta 23,2% pelari memiliki pengeluaran dengan kisaran Rp5 juta sampai Rp10 juta.

- 4) Bahasa: Indonesia

## 2) Geografis

- 1) Negara: Indonesia
- 2) Provinsi: Jabodetabek (Provinsi DKI Jakarta, Kota Bogor, Kabupaten Bogor, Kota Depok, Kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan, Kabupaten Tangerang, Kota Bekasi, Kabupaten Bekasi)

Pemilihan Jabodetabek didasari oleh pusat komunitas IndoRunners yang berada di daerah tersebut. Menurut *founder* IndoRunners, kegiatan komunitas regional IndoRunners akan berpatokan pada kegiatan yang sudah ada di komunitas pusat.

## 3) Psikografis

- 1) Gaya Hidup

Pengelompokan gaya hidup target menggunakan teori Values and Lifestyles (VALS) oleh SRI, yang dikembangkan oleh SBI (Strategic Business Insights).

1) *Achievers*

Target merupakan seorang yang pekerja keras, ambisius, memiliki kesadaran terhadap rekan sebaya, profesional, serta pengguna teknologi aktif.

2) *Experiencers*

Target merupakan seorang yang spontan, *trendy*, suka bergaul, menyukai kegiatan fisik, serta kepekaan terhadap visual yang tinggi.

3) *Believers*

Target merupakan seorang yang tidak menyukai ambiguitas, mudah percaya informasi dari sumber non ilmiah, loyal, memiliki preferensi komunikasi yang ramah, serta tidak mencari perubahan.

2) *Targeting* pemula maraton

1) Memiliki pengalaman berlari lebih dari 6 bulan

2) Telah mengikuti kategori jarak 10K dan/atau Half Marathon

3) Belum pernah atau hanya sekali mengikuti acara Full Marathon

Pembatasan kategori tersebut dilakukan karena jarak latihan Sunday Morning Social Run Runiversity Jakarta yang mencapai 15 km. Pembatasan berikut juga dilakukan sebagai penyaringan kemampuan pelari yang dirasa sanggup untuk mengikuti kategori Full Marathon berdasarkan wawancara dengan pelari maraton Jakarta.

3) Sikap

1) *Activities*: Ingin mempelajari olahraga lari jarak jauh, pelari muda di luar komunitas yang tertarik mengikuti kegiatan IndoRunners, anggota pemuda baru IndoRunners.

2) *Interests*: Lari jarak jauh, Half Marathon, Full Marathon

3) *Opinions*:

- Saya ingin ikut maraton tapi tidak tahu mulai dari mana;
- Saya ingin ikut maraton tapi takut akan komitmen persiapannya;
- Saya merasa berlari sendiri tidak efektif, saya ingin mencari ilmu dan relasi dari sesama pelari;
- Saya ingin mengikuti kegiatan IndoRunners, tetapi bingung akan jenis kegiatan yang ada di komunitas.

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

Tujuan dari tugas akhir penulis adalah untuk mengetahui bagaimana perancangan kampanye promosi interaktif program Runiversity oleh IndoRunners untuk pemula maraton Jabodetabek.

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

Manfaat dari perancangan tugas akhir penulis dituju untuk tiga bagian, yaitu untuk penulis, masyarakat, dan universitas.

##### **1. Penulis**

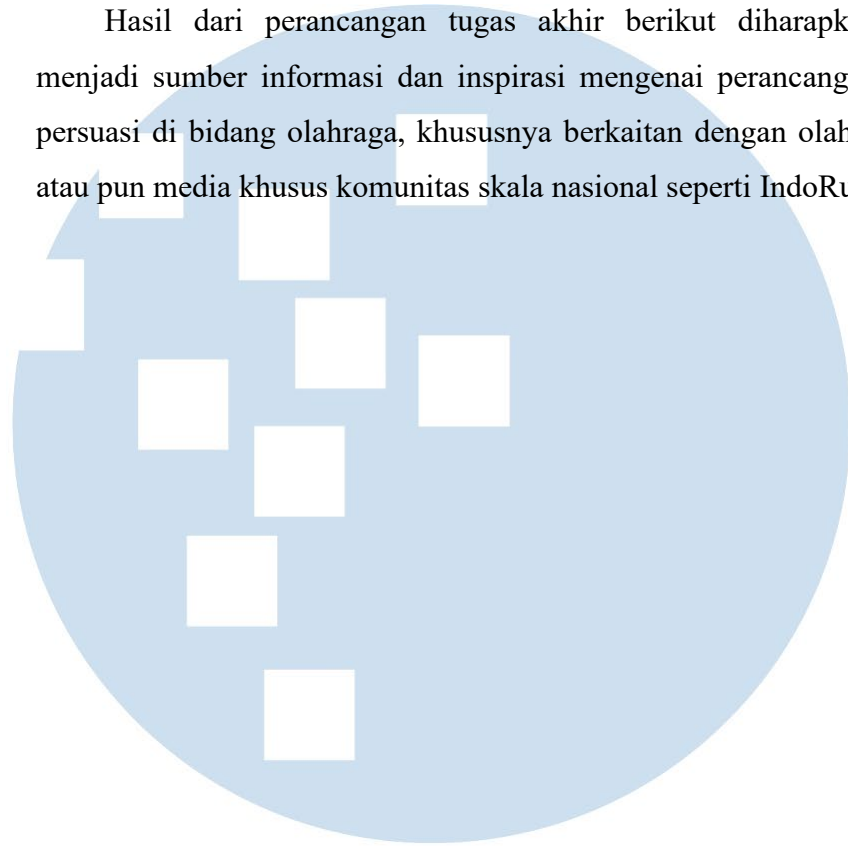
Dari pembuatan tugas akhir berikut, penulis dapat menerapkan ilmu-ilmu desain yang dipelajari selama menempuh perkuliahan ke dalam masalah nyata secara akademis. Selain itu, penulis juga mendapatkan pengetahuan mengenai olahraga lari jarak jauh di Jabodetabek, baik untuk pemula maupun profesional. Penulis juga dapat mengenal lebih dalam mengenai komunitas lari, terutama IndoRunners dan Runiversity.

##### **2. Masyarakat**

Dengan adanya karya tugas akhir berikut, masyarakat diharapkan dapat memahami adanya kemungkinan untuk mempersiapkan maraton bagi pemula yang praktis dan mudah, serta adanya Runiversity sebagai wadah persiapan lari maraton, melalui kampanye. Sehingga, pelari tidak mengalami kekhawatiran dan keraguan untuk memulai maraton bersama IndoRunners Runiversity.

### 3. Universitas

Hasil dari perancangan tugas akhir berikut diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan inspirasi mengenai perancangan media persuasi di bidang olahraga, khususnya berkaitan dengan olahraga lari, atau pun media khusus komunitas skala nasional seperti IndoRunners.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA