

PERANCANGAN KAMPANYE MENINGKATKAN PEMAHAMAN LATIHAN FITNESS UNTUK PRIA BERBADAN KURUS

Ruhollah Moussavi¹, Agus Rahmat Mulyana², Inko Sakti Dewanto³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi
Nasional Bandung

E-mail: ruholahavi@gmail.com

Abstrak

Ukuran tubuh adalah salah satu faktor yang dapat menjadi penyebab seseorang dapat merasa kurangnya percaya diri. Hal ini dikarenakan penampilan fisik yang kurang ideal bagi setiap individu khususnya pria yang berbadan kurus ectomorph. Tipe tubuh ini adalah kerangka kecil dan bentuk yang ramping. Jenis tubuh ini sulit untuk menaikkan berat badan, Sehingga diperlukan pola Latihan yang benar agar efektif untuk mencapai hasil tubuh yang maksimal.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui permasalahan remaja kurus ectomorph dan bagaimana pengaruh latihan fitness terhadap peningkatan massa tubuh kepada pria kurus ectomorph. Target audience dari penelitian ini adalah remaja pria usia 18 – 28 tahun yang cenderung lebih rentan mengalami rasa tidak percaya diri karena fisik.

Metode yang digunakan pada penelitiann ini adalah kualitatif kuantitatif, Dengan menyebarkan kuesioner secara random kepada 100 target audience. Selain itu juga dengan melakukan sesi wawancara kepada 2 orang ahli pada bidang fitness.

Hasil penelitian ini menunjukan jika dominan dari responden ingin menaikkan berat badan mereka untuk mencapai tubuh yang ideal. Walaupun responden tidak merasa bermasalah dengan tubuhnya, namun badan yang kurus pada kenyataannya bisa menjadi faktor yang mengurangi rasa kepercayaan diri responden. Penelitian juga menunjukan bahwa menurut ahli pada bidang olahraga fitness, Olahraga ini memang bertujuan untuk membentuk badan menjadi lebih ideal. Sehingga olahraga fitness dirasa memang paling tepat agar seseorang yang berbadan kurus ectomorph, bisa lebih efektif untuk meningkatkan massa tubuhnya.

Kata kunci : Kurus ectomorph, insecure, fitness, pola latihan

1. Pendahuluan

Banyak faktor-faktor yang dapat membuat seseorang tidak percaya diri salah satunya adalah persoalan penampilan fisik. Seperti yang diungkapkan oleh Mangunhardjana (1987) yaitu faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri salah satunya adalah dari faktor fisik, karena seseorang akan lebih percaya diri bila fisiknya sempurna. Dan juga bagaimana seseorang tersebut mempersepsikan tentang tubuhnya atau penampilan fisiknya. Setiap individu apabila telah mempersepsikan tentang tubuhnya positif, maka tentu akan meningkatkan kepercayaan diri individu tersebut, dan juga sebaliknya ketika seseorang mempersepsikan tubuhnya negatif maka kepercayaan diri individu tersebut akan cenderung rendah. Setiap individu akan lebih percaya diri ketika mereka menyadari bentuk tubuhnya yang ideal dan individu tersebut akan merasa puas melihat bentuk tubuhnya, maka body image yang terbentuk pun menjadi positif. Sebaliknya, jika seseorang memandang tubuhnya tidak ideal atau badannya terlalu gemuk atau terlalu kurus. maka dampak bagi orang tersebut adalah akan memikirkan kondisi fisiknya, sehingga body image yang terbentuk menjadi negatif dan dapat dikatakan bisa jadi orang tersebut kurang memiliki kepercayaan diri atas tubuhnya.

Somatotype atau tipe tubuh seseorang adalah nilai ukur untuk mengetahui dan menganalisis gambaran tubuh seseorang. Ada 3 tipe manusia berdasarkan metabolismenya yaitu *ectomorph*, *mesomorph*, dan *endomorph*. Genetik *ectomorph* disini adalah salah satu gen tubuh yang kurus dengan kerangka kecil dan bentuk yang sangat ramping. Jenis tubuh ini sangat sulit untuk menaikkan berat badan. Cara yang dapat dipilih dan paling tepat bagi tipe tubuh ini adalah dengan menaikkan massa otot karena tipe tubuh ini memang sulit untuk menyimpan lemak. Maka sebanyak apapun mereka makan akan sulit untuk menaikkan massa tubuhnya, dari permasalahan ini maka banyak timbul harapan yang biasanya muncul dari remaja pria yang berbadan kurus agar dapat menaikkan berat badannya dan mendapat tubuh yang lebih terlihat ideal.

Dengan adanya Latihan fitness maka massa otot akan bertambah besar dan ukuran tubuh menjadi terlihat lebih berisi, namun dengan pola latihan yang tepat tentunya. Dengan demikian bentuk badan ideal akan dapat terbentuk dan dapat meningkatkan nilai percaya diri juga kebugaran tubuh bagi individu yang memiliki badan kurus *ectomorph*, namun ketidak tahuan tentang pola Latihan yang tepat serta kurangnya motivasi menjadi hambatan bagi orang-orang yang memiliki permasalahan tersebut. Selain itu juga latihan fitness dan pola hidup sehat tentu akan dapat mengubah kualitas hidup menjadi lebih baik bagi setiap individu, menjaga kebugaran, dan meningkatkan percaya diri. Fitnes menjadi sebuah gaya hidup yang seimbang untuk menjaga pola hidup sehat dan juga kebugaran tubuh yang bisa dicapai dengan memperhatikan 3 faktor utama yaitu olahraga (latihan), asupan nutrisi (makanan), dan juga istirahat. Kegiatan fitnes pada dasarnya adalah berupaya untuk mengabungkan ketiga macam faktor tersebut dalam rangka untuk bisa mendapatkan tubuh yang ideal, sehat, dan juga bugar.

1.1 Tujuan Penelitian

Jangka Pendek

Tujuan penelitian untuk perancangan kampanye sosial berupa iklan layanan masyarakat yang komunikatif, sehingga dapat meningkatkan pengetahuan seputar Pola Latihan fitness mengenai badan kurus *ectomorph*, melalui media komunikasi visual.

Jangka Panjang

Tujuan Perancangan kampanye agar dapat membantu target audience lebih paham mengenai pola latihan tersebut, sehingga mampu menaikkan massa tubuh mereka sesuai yang diinginkan secara lebih efektif, sehingga terbiasa menjalankan pola hidup sehat dengan berolahraga.

Target luaran penelitian

- Digital Imaging dengan informasi : Sebagai konten untuk Media sosial yaitu Instagram yang akan membahas mengenai olahraga, pola hidup sehat, dan pendapat ahli. Hal-hal tersebut yang berkaitan dengan orang berbadan kurus *ectomorph*
- Video motivasi : sebagai media pendukung untuk memberi motivasi agar seseorang memiliki semangat agar memiliki bentuk badan yang diinginkan dan juga memiliki pola hidup/Latihan yang baik

1.2 Kajian Teori

Somatotype adalah klasifikasi bentuk/tipe tubuh seseorang berdasarkan metabolismenya. Tipe tubuh ini sebenarnya bisa diubah dengan adanya kebiasaan seperti pola makan, dan Latihan fisik, selain itu juga bentuk fisik dapat dihubungkan juga dengan kepribadian seseorang menurut William H. Sheldon (Arti Lestari 2013).

Ectomorph pada umumnya kurus dengan tubuh kecil, tulang kecil dengan otot-otot yang tipis, lengan dan tungkai relatif panjang dengan togok pendek ini tidak berarti orang tersebut selalu tinggi, perut dan tulang belakang merata, dada relatif tajam dan naik, bahu sempit, dan otot tidak terlalu terlihat. (Heath & Carter, 2002)

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepercayaan diri, yaitu Penampilan fisik hal ini dikarenakan Penampilan fisik merupakan suatu kontributor yang sangat berpengaruh pada rasa percaya diri remaja. Ketika bersosialisasi, Penampilan fisik secara konsisten berkorelasi paling kuat dengan rasa percaya diri secara umum, yang baru kemudian diikuti oleh penerimaan sosial teman dan lingkungan. (Santrock 2003)

Laki-laki memiliki pola pikir terhadap tubuh yang atletis sehingga cenderung merasa lebih puas terhadap perubahan tubuh seperti berat badan dan tinggi badan yang dikaitkan dengan peningkatan kemampuan fisik dan juga efisiensi tubuh, sehingga laki-laki memiliki harga diri dan kepercayaan diri yang tinggi dalam mengendalikan dirinya. (Ferron, C 1997)

Olahraga adalah suatu bentuk kegiatan fisik yang dapat meningkatkan kebugaran. Olahraga ini merupakan kegiatan yang dilakukan dengan maksud untuk memelihara kesehatan dan memperkuat otot-otot tubuh, selain itu olahraga juga banyak memiliki manfaat seperti Mengontrol berat badan, Menurunkan tekanan darah, Menurunkan risiko terkena penyakit diabetes, serangan jantung, stroke, dan beberapa bentuk kanker. Berolahraga atau melakukan aktifitas fisik yang teratur dapat mengurangi resiko penyakit kronis, mengurangi stress dan depresi, meningkat kesejahteraan emosional, tingkat energi, kepercayaan diri dan kepuasan dengan aktivitas sosial (Jane Ruseski 2014)

Menurut Ade Rai Health Ambassador dan Fitness Motivator (2008) banyak orang yang salah mempresepsikan fitness hanya sekedar olahraga angkat besi yang bertujuan untuk membesarkan massa otot, Padahal definisi fitness sendiri adalah “kebugaran”. Maka dari itu pada dasarnya fitness merupakan lifestyle yang membuat seseorang menjadi lebih bugar dan semakin percaya diri dengan badan yang atletis.

Kampanye adalah proses untuk mengkomunikasikan suatu hal dari individu atau kelompok yang dilembagakan, dengan tujuan untuk mendapat suatu dampak tertentu. (Rogers dan Storey 1987)

Fungsi Kampanye

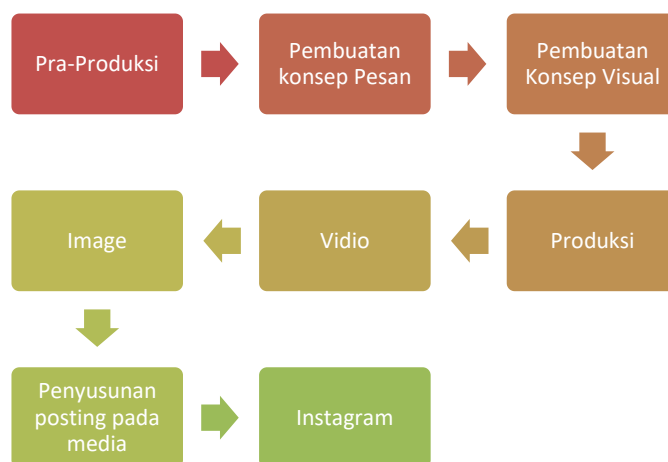
Sebagai media informatif untuk masyarakat agar tergerak untuk merespon informasi yang disampaikan dalam kampanye, Dengan tujuan mendapat simpati, perhatian dan dukungan atas suatu kampanye.

Media sosial adalah media yang memiliki infrastruktur informasi dengan berupa konten-konten yang dapat berisi informasi pribadi, berita, ide, dan produk budaya. Individu, organisasi, dan industri dapat membuat dan mengkonsumsi konten media pada format digital. (P.N Howard dan M.R Parks 2012)

2. Metode dan Message Planning

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif kualitatif. Metode penelitian kuantitatif akan digunakan untuk meneliti jumlah atau populasi pada sampel penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan hasil dari hipotesis yang ditetapkan oleh peneliti.

Metode penelitian kualitatif akan digunakan untuk meneliti atas solusi yang ditawarkan oleh peneliti, apakah akan dapat digunakan atau tidak. hal ini akan melalui wawancara kepada narasumber/ahli fitness. Solusi yang ditawarkan peneliti disini adalah fitness sebagai media untuk meningkatkan massa tubuh pria berbadan kurus khususnya ectomorph.



Bagan 1.1 Flowchart tahapan pembuatan media

2.1 Hasil Temuan Data Primer

Wawancara

Hasil dari wawancara menjelaskan bahwa menurut ahli pada bidang olahraga fitness, Olahraga ini memang bertujuan untuk membentuk badan menjadi lebih ideal. Sehingga olahraga fitness dirasa memang paling tepat untuk seseorang yang ingin menambah massa tubuh mereka, tapi tidak hanya itu faktor cara latihan, istirahat yang cukup, nutrisi dan asupan juga harus diperhitungkan agar bisa mendapat hasil yang maksimal sehingga akan membentuk pola hidup lebih baik.

Kuesioner

Hasil dari kuesioner menjelaskan jika dominan dari responden ingin menaikkan berat badan untuk mencapai tubuh yang ideal. Walaupun responden tidak merasa bermasalah dengan tubuhnya, namun badan yang kurus pada kenyataannya bisa menjadi faktor yang mengurangi rasa kepercayaan diri seseorang.

Selain itu juga yang peneliti lihat disini jika responden kurang adanya pemahaman cara yang tepat untuk menaikkan berat badan mereka. Sehingga walaupun beberapa dari responden mencoba menaikkan berat tubuh, tetapi hasil yang didapat tidak maksimal/tidak efektif.

2.2 Hasil Data Dokumentasi Christian Dicky

Surplus Kalori

Surplus kalori adalah kondisi dimana kalori yang masuk ke tubuh lebih banyak dibandingkan yang keluar. Jika tubuh mengalami kelebihan kalori, maka berat kita akan bertambah.

Rata rata pria dewasa membutuhkan 2000-2200 kalori perhari untuk melakukan aktivitas, makan surplus kalori harus melebihi kalori yang dikeluarkan tersebut.

Rumus kalori –

Basal Metabolic Rate (BMR) / Rasio Metabolisme Dasar = Kalori Harianmu

Pria BMR = $66 + (13.75 \times \text{Berat Badan (Kg)}) + (5 \times \text{Tinggi Badan (Cm)}) - (6.8 \times \text{Umur})$

Wanita BMR = $655 + (9.6 \times \text{Berat Badan (Kg)}) + (1.8 \times \text{Tinggi Badan (Cm)}) - (4.7 \times \text{Umur})$

Lalu hasil dari rumus BMR, dikalikan dengan tingkat aktivitas keseharian sebagai berikut :

Tidak Aktif = 1,2

Cukup aktif berolahraga 1 sampai 3 kali = 1,375

Seminggu aktif berolahraga 3 sampai 5 kali = 1,55

Seminggu sangat aktif berolahraga 6 sampai 7 kali seminggu = 1,725

Untuk surplus kalori hasil terakhir, DITAMBAH 200-400 kalori. Tergantung seberapa banyak takaran yang ditoleransikan.

Intinya untuk menaikkan berat badan harus makan lebih banyak, namun agar memiliki hasil yang diinginkan makanan juga harus ditentukan.

Protein

Menurut research national academy of sciences, dibutuhkan 2x berat badan untuk memaksimalkan pembentukan otot. Contoh berat badan 60 kg berarti $60 \times 2 = 120$ g protein yang dibutuhkan perhari. Sumber protein bisa dari ikan, daging ayam, telur susu atau kacang-kacangan.

Progressive Overload

konsep latihan menaikkan massa otot yaitu Sel tubuh dirusak untuk bisa membentuk sel mitokondria, sel ini adalah sel yang terdapat pada otot. Sel ini efektif dilatih dengan angkat beban maka diperlukannya progressive overload. Progressive overload adalah penambahan volume latihan dari waktu ke waktu. Bisa melalui repetisi ataupun beban.

Istirahat

Menurut study dari American college of physichians 2010 menjelaskan pembentukan otot diperlukan mencukupi kebutuhan istirahat. Tidur minimal 8 setengah jam dalam 1 hari.

Otot akan berkembang pada saat tidur untuk bisa menjadi lebih kuat.

Pada saat latihan beban otot akan dirusak, dan diperbaiki melalui nutrisi/asupan yang bekerja pada saat tidur Maka diperlukan untuk cukup istirahat.

Hypertrophy

Menurut jurnal Maximizing muscle hypertrophy : A systematic review of advanced resistance training techniques and methods. Durasi terbaik untuk latihan adalah 12 - 15 repetisi dengan 3 - 6 set pada setiap gerakan dalam latihan angkat beban.

Full range motion harus diperhatikan pada setiap repetisi untuk menghasilkan otot dengan efektif. Full range motion adalah kesatuan Gerakan yang dilakukan secara full tidak setengah - setengah.

2.3 Problem Statement dan Problem Solution

Problem Statement

Dari Hasil penelitian, disimpulkan jika kurangnya rasa percaya diri dapat disebabkan oleh faktor fisik yang kurus. Kurangnya pemahaman pola Latihan yang efektif menjadi permasalahan, terlebih lagi untuk seseorang dengan tipe tubuh kurus ectomorph yang lebih sulit untuk menaikkan berat badannya.

Solusi yang peneliti tawarkan untuk dirancang pada Tugas Akhir berupa konten visual yang memberi informasi mengenai persoalan seputar kurus Ectomorph, dan bagaimana pola latihan yang efektif untuk meningkatkan massa tubuh target audience agar dapat maksimal.

Problem Solution

Perancangan kampanye untuk memberi pemahaman kepada remaja pria berbadan kurus ectomorph mengenai pola Latihan fitness yang efektif untuk menaikkan massa tubuh, sehingga dapat memiliki pola hidup yang sehat dan menjadi pribadi yang lebih percaya diri.

2.4 Target Audiens

Demografis

Pria 18 - 28 Tahun Kelas Ekonomi Menengah, Menengah Keatas.

Geografis

Daerah Perkotaan, Kota Satelit, Kabupaten. Bandung Kawasan sub-urban dengan Intensitas aktivitas penduduk cukup tinggi.

Psikografis

Personality : Ambisius untuk mengejar tujuan, Curious, Konsisten, Fleksibel dengan kesibukan, suka mencoba hal baru.

Lifestyle: modern, up to date, Hobi olahraga.

Teknografis

Pengguna aktif gadget dan media sosial ponsel, laptop, televisi, komputer, instagram, youtube, tiktok.

Insight

Likes : Mau memulai, Komitmen, Konsisten.

Dream : Menginginkan tubuh yang berisi/ideal.

Fear : Kurang percaya diri karena merasa tubuh terlalu kurus.

2.5 AISAS

Penelitian ini akan didasari dengan metode pendekatan AISAS untuk penyampaian pesan agar efektif dan tertuju pada Target audiens yang tepat. Dengan Penyampaian pesan utama melalui media online (Instagram) penulis rasa cocok didukung dengan model komunikasi AISAS.

Attention

Menarik perhatian target audiens melalui Poster dan video yang memberi kesadaran mengenai meningkatkan massa tubuh untuk pria berbadan kurus melalui fitness.

Interest

Memberi informasi dengan bahasan mengenai meningkatkan massa tubuh untuk pria berbadan kurus melalui postingan feeds Instagram.

Search

Menarik minat target audiens melalui Poster yang dipasang pada tempat fitness braved, kampus itenas, lapang gasmin. Promosi melalui instagram ads / instagram braved fitness.

Action

Target audiens memahami cara meningkatkan massa tubuh dan ingin mencoba fitness, sehingga mampu mencapai tubuh idealnya.

Share

Target audiens Membagikan informasi kampanye kepada teman khususnya kepada yang mengalami permasalahan dengan tubuh yang kurus

2.6 Identifikasi Media**Poster**

- Menjadi media promosi, untuk menarik perhatian TA melalui media online dan offline
- Instagram adalah media sosial yang mengutamakan postingan Gambar & Video, Dengan data umur target audiens di dominasi generasi Z dan milenial. Hal ini sesuai dengan TA dan output utama kampanye.
- Promosi kampanye pada postingan akun instagram Brand GYM, Hal ini akan membantu menarik massa yang luas termasuk TA.
- Menempelkan Poster pada wilayah yang berkesan dan ramai orang berolahraga, Seperti Lapangan Gasmin, Lapangan saparua.
- Menempelkan Poster pada wilayah area kampus dan tempat GYM.

Video

- Fitur Reels pada instagram bisa dimanfaatkan untuk promosi kampanye dengan postingan video pada akun brand GYM.

Promosi dilakukan dengan harapan Engagement yang lebih tinggi, sekaligus dapat bekerja sama dengan Brand GYM, untuk mengisi konten pada media instagram.

2.7 **WTS & HTS**

What to Say

Fitness sebagai pilihan Lifestyle untuk mencapai tubuh berisi yang diimpikan

How to Say

Memberi pemahaman Target audiens mengenai latihan fitness yang tepat untuk kurus ectomorph, Dengan tujuan agar Target audiens dapat memiliki tubuh idealnya dengan cara yang efektif.

2.8 **Creative Approach**

Content Image

Shortcopy dan Ilustration yang selaras digunakan untuk memotivasi sekaligus memberi Pemahaman, melalui kata/kalimat yang mengandung ajakan/rangsangan agar TA INTEREST dan ingin mencoba tahapan ACTION pada AISAS untuk mencapai tubuh idealnya.

Pesan utama :

1. Surplus kalori
2. asupan Protein
3. Progressive Overload / Latihan
4. Pentingnya mineral
5. Istirahat

Pesan pendukung :

1. hindari resiko Cidera
2. Transformasi tubuh
3. Semiotika/tipe tubuh
4. kurangi Kardio
5. Dirty Bulk & Clean bulk
6. Weight Gainer
7. Bentuk Percaya Diri
8. Stereotip Pria kurus

Audio Visual

Memberikan cerita dengan Audio Visual yang faktual, dan to the point dengan tujuan agar meningkatkan INTEREST dan Kesadaran TA mengenai fitness sebagai media untuk meningkatkan massa tubuh.

AudioVisual : Vidio pendek kurang dari 1 menit

Sinopsis -

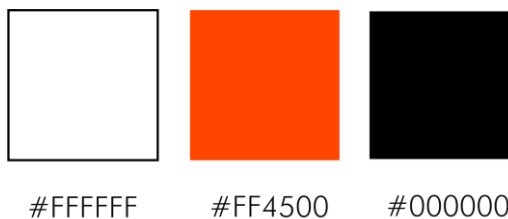
Vidio motivasi dari pria yang sudah berhasil mendapatkan tubuh idealnya, digambarkan melalui audio visual yang memberi motivasi latihan dan pengalaman yang dirasakan oleh pria tersebut, karena sudah sukses mendapatkan tubuh berisi dengan menekuni fitness.

Voice over -

Nama gw anggara, Fitness bagi gw adalah lifestyle yang ngebawa diri jadi lebih baik. 2 bulan lalu gw memulai fitness dan banyak yang berubah dari diri gw badan lebih berisi, bangun pagi lebih fresh dan gw makin percaya diri. dibarengi dengan asupan nutrisi dan istirahat yang cukup kunci utama dari itu semua adalah konsisten. Get your transformation, stop wishing start doing.

Tone & Manner

Tone and manner yang digunakan untuk output menggunakan kesan “on point” Agar pesan yang dituju dapat langsung diterima oleh TA secara jelas. #Transformation #Energic #Kontras #Fokus #Pria



Nama Kampanye

Nama Kampanye “ Get your Transformation ” Penggunaan dengan bahasa inggris dirasa lebih umum dipahami dan tidak asing dalam dunia fitness, selain itu juga akan memberi kesan yang lebih santai/tidak baku sesuai untuk TA.

Transformasi adalah istilah kata yang sering digunakan oleh penggiat olahraga untuk memberikan gambaran untuk perubahan bentuk tubuh.

Hastag - #stopwishingstartdoing

Logo



Konsep Logo

Huruf - G “Get” - dan huruf - T “Transformation” - ditransformasikan menjadi Logo, yang dihubungkan dengan Icon dari “Dumble” untuk mewakili “Fitness” sebagai olahraga yang diangkat pada kampanye.



Warna Oren selain memiliki makna energic, Bagian pada warna ini juga memberi kesan Ringan jika dibandingkan dengan bagian hitam yang solid dan on point, Bagian hitam juga memberi kesan yang lebih Padat/berisi. Hal ini mewakili permasalahan yang diangkat pada kampanye.

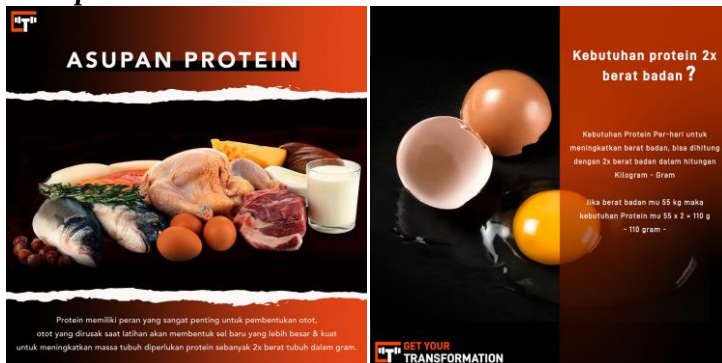
3. Capaian Visual

3.1 Content Image

1. Surplus Kalori



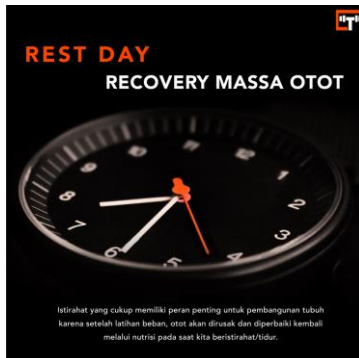
2. Asupan Protein



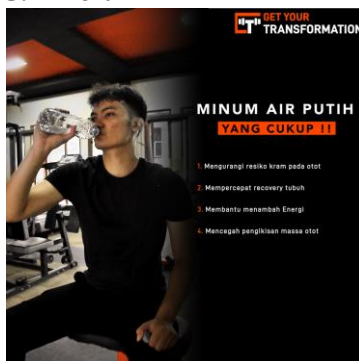
3. Progressive Overload



4. Istirahat



5. Mineral



6. Hypertrophy



7. Resiko Cidera



8. Semiotika/Tipe tubuh



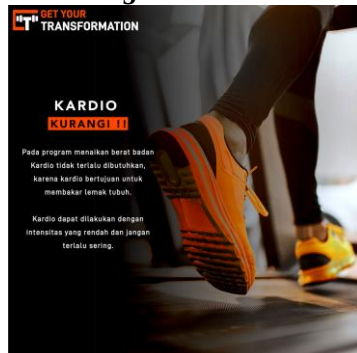
9. Bentuk Percaya Diri



10. Transformasi tubuh



11. Kurangi Kardio



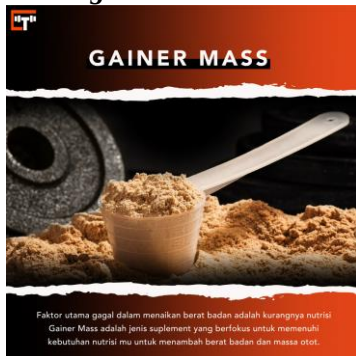
12. Dirty Bulk & Clean Bulk



13. Stereotip Kurus



14. Weight Gainer



15. Konsisten

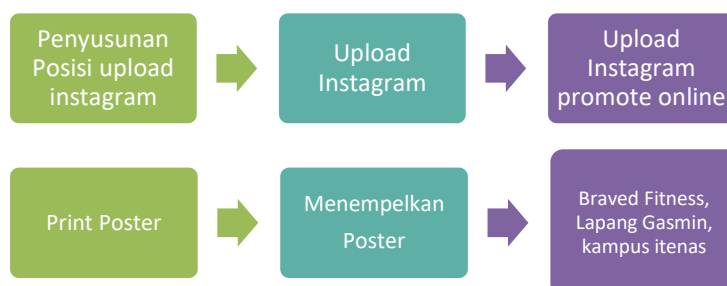


16. Poster



3.2 Audio Visual

Vidio 1920 x 1080 (Potrait)



Bagan 2.1 Flowchart Publikasi Visual

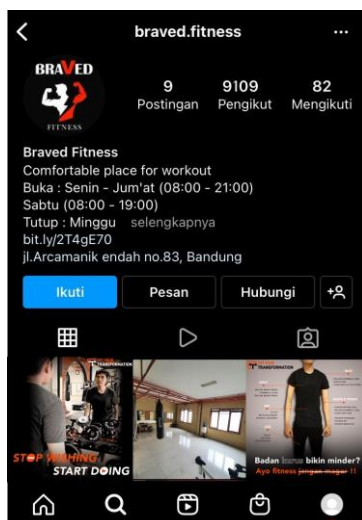
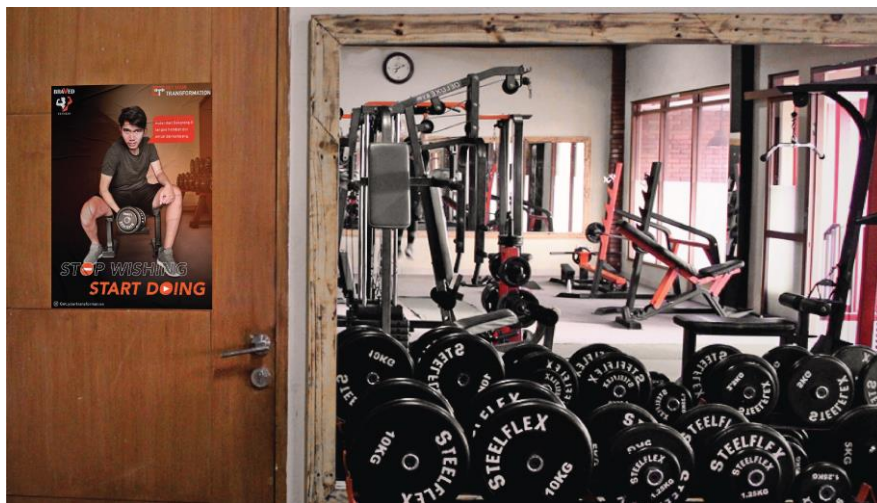
3.3 Instagram Get.Yourtransformation

Posting Instagram



3.4 Tampilan Poster

Braved Fitness



3.5 Software

Adobe Illustrator dan Photoscape



Ai dan Photoscape digunakan untuk mendukung penyusunan visual gambar dan text.

Adobe Premiere Pro



Pr digunakan untuk mendukung pembuatan AudioVisual dan text.

Instagram



Instagram digunakan sebagai media untuk menyampaikan dan menyebarkan konten.

4. Kesimpulan

Get your Transformation adalah kampanye sosial yang memiliki tujuan untuk memberi pemahaman khususnya kepada remaja pria berbadan kurus mengenai fitness sebagai media untuk meningkatkan massa tubuh. Badan yang kurus dengan tipe ectomorph seringkali menjadi permasalahan yang dikeluhkan karena dapat mengurangi rasa percaya diri. Ectomorph adalah tipe tubuh ramping dengan metabolisme cepat, sehingga sulit untuk meningkatkan massa tubuhnya. Dengan adanya kampanye adalah sebagai media informasi dengan harapan agar audiens mendapat pemahaman dan mampu untuk mencapai tubuh idealnya, sehingga lebih percaya diri dan memiliki pola hidup yang sehat.

5. Daftar Referensi

- Mangunhardjana. 1987. Mengatasi Hambatan Kepribadian. Yogyakarta: Kanisius
- Evendi, D.(2015). Somatotype pemain sepak bola unit kegiatan mahasiswa UNY tahun pelatihan 2014/2015. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Lahaba amiruddin.2019. ANALISIS INDEKS MASSA TUBUH TERHADAP DAYA TAHAN AEROBIK PADA SISWA SMA NEGERI 8 MAKASSAR. Makasar : Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Makassar.
- Rasyid Bhirawa.2012. Hubungan antara citra raga dengan kepercayaan diri pada pria.Surakarta : Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Maysizar, Annisa Putri. (2019). Trend Gaya Hidup Sehat di Fitness Center. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Kurniantyo, Firmianus Ganang Yudha. 2013. Hubungan antara fasilitas dan KBM olahraga dengan perilaku hidup sehat mahasiswa FKIP Universitas Kristen satya wacana salatiga .Semarang : Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreations.
- Irianto, Pekik Djoko, Drs, M.Kes. 2004. Bugar dan Sehat dengan Berolahraga. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Nasution Ismawati, Dewi Iriani, Adi Surahman.2020. “ Perancangan Kampanye Pola Tidur yang Baik Berupa Video Iklan Layanan Masyarakat Bagi Mahasiswa Dkv Di kota Bandung”. Bandung : Sekolah Tinggi Teknologi Bandung.
- Zehir, Cemal.2011. The Effects of Brand Communication and Service Quality in Brand Loyalty Through Brand Trust; The Empirical Research On Global Brands. Turkey : Gebze Institute of teckhnology.
- Pujianto. 2013. “Iklan Layanan Masyarakat” . Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Wheeler, Alina.2018. “Designing Brand Identity”.Canada :Ssimultaneously.
- Venus, A. (2012). Manajemen Kampanye. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Christian Dicky, “ 6 Tips Menambah Berat Badan. “
- Christian Dicky, “ 3 komponen penting Hypertrophy. “