

ABSTRAK

Keseharian masyarakat yang memiliki aktifitas padat dalam bekerja, menjadikan masyarakat kurang melakukan aktifitas gerak yang aktif. Kurangnya aktifitas gerak dapat menimbulkan penyakit berbahaya yang dapat menyebabkan kematian seperti obsitas, diabetes, dan jantung. *Freeletics* adalah sebuah olahraga fisik, berintensitas tinggi, serta dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Olahraga ini masih terbilang baru di Indonesia, sehingga tidak banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan olahraga *freeletics*. Keberadaan aplikasi yang telah tersedia, kurang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sebagai pemula olahraga *freeletics*. Perancangan kampanye gaya hidup sehat melalui olahraga *freeletics*, bertujuan untuk mengajak masyarakat hidup lebih sehat dengan berolahraga dimana saja dan kapan saja. Aplikasi *mobile* sebagai media utama untuk menyampaikan kampanye, dengan konten yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Metode SWOT digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan media yang digunakan. Metode AISAS untuk menganalisis seluruh media yang akan digunakan dalam kampanye, sehingga pesan kampanye dapat tersampaikan kepada masyarakat. Kampanye gaya hidup sehat ini, diharapkan menjadi awal dari efek jangka panjang pada masyarakat untuk lebih peduli pada kesehatan yang akan menjadi investasi jangka panjang setiap manusia.

Kata kunci: Olahraga, *Freeletics*, Kampanye

ABSTRACT

People's daily routines nowadays have been making them less active. Not enough body movement will trigger dangerous disease that can cause death as obesity, diabetics, heart attack . Freeletics are physical sports with high-intensity which can be done anywhere, everywhere. These sports are quite recent in Indonesia, not so many people know its existence. The application which is provided is not suitable for people's need as freeletics amateurs. The healthy life style campaign through freeletics, is a solution to persuade people to have healthier life with exercise. Mobile application is functioned as a main idea for the campaign, with the suitable content of what people need. SWOT method is used for analysing the strength and weakness of the media which is used. AISAS method is used for analysing the entire media which is used in the campaign, therefore the message can be delivered well to people. This healthy lifestyle campaign hopes to be the beginning of a long-term effect to people, to gain their awareness of their health which is an every person's long-term investment.

Keywords: Sports, Freeletics, Campaign.