

Strategi Komunikasi Komunitas Olahraga Kalistenik Street Workout Velo dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kelapa Gading akan Pentingnya Olahraga

Mario Komarindo Saputra¹, Iin Soraya², Cindya Yunita Pratiwi³

¹⁻³ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi & Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

Email: Saputramario12@gmail.com

Abstract. *This study discusses the communication strategy of the Street Workout Velo community in increasing awareness of the Kelapa Gading community about the importance of exercise, especially through calisthenics. A less active urban lifestyle can reduce health, so this community offers a flexible and affordable sports alternative. The study used a qualitative descriptive method with observation, interview, and documentation study techniques. The analysis is based on the four-stage communication strategy theory of Cutlip, Center, and Broom, namely fact-finding, strategic planning, implementation, and evaluation. The results of the study show that this community uses social media such as Instagram, TikTok, and Google Maps as the main means of disseminating information and sports campaigns. In addition, face-to-face communication through discussions and direct invitations is also applied to attract community participation. This strategy has proven effective in increasing community awareness and involvement in calisthenics. This study is expected to be a reference for other sports communities in developing communication strategies to increase awareness of the importance of health and exercise.*

Keywords: *Communication strategy, sports community, calisthenics, Street Workout Velo, public awareness.*

Abstrak. Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi komunitas Street Workout Velo dalam meningkatkan kesadaran masyarakat Kelapa Gading akan pentingnya berolahraga, khususnya melalui olahraga kalistenik. Gaya hidup perkotaan yang kurang aktif dapat menurunkan kesehatan, sehingga komunitas ini menawarkan alternatif olahraga yang fleksibel dan terjangkau. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Analisis didasarkan pada teori strategi komunikasi empat tahap dari Cutlip, Center, dan Broom, yaitu fact-finding, strategic planning, implementation, dan evaluation. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas ini memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Google Maps sebagai sarana utama penyebaran informasi dan kampanye olahraga. Selain itu, komunikasi tatap muka melalui diskusi dan undangan langsung juga diterapkan untuk menarik partisipasi masyarakat. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat terhadap olahraga kalistenik. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi komunitas olahraga lainnya dalam mengembangkan strategi komunikasi untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya kesehatan dan berolahraga.

Kata Kunci: Strategi komunikasi, komunitas olahraga, kalistenik, Street Workout Velo, kesadaran masyarakat.

1. PENDAHULUAN

Dalam era modern ini, gaya hidup masyarakat yang semakin sibuk sering kali mengabaikan pentingnya aktivitas fisik, yang dapat berakibat pada penurunan kualitas kesehatan. Di lingkungan perkotaan seperti Jakarta, tingginya polusi dan tekanan kerja menyebabkan masyarakat kurang aktif secara fisik. Oleh karena itu, diperlukan inisiatif dari komunitas olahraga untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya olahraga guna menjaga kesehatan.

Street Workout Velo merupakan komunitas olahraga kalistenik yang bertujuan untuk memberikan akses olahraga yang mudah dan gratis bagi masyarakat. Komunitas ini

mengandalkan strategi komunikasi yang efektif untuk menjangkau lebih banyak orang dan mengajak mereka bergabung dalam kegiatan olahraga yang mereka tawarkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh komunitas Street Workout Velo dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya berolahraga.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Model strategi komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model empat tahap dari Cutlip, Center, dan Broom, yang mencakup:

1. **Fact Finding** – Identifikasi masalah dan analisis situasi masyarakat terkait kebiasaan olahraga.
2. **Planning** – Perencanaan strategi komunikasi yang sesuai dengan target audiens.
3. **Action & Communication** – Implementasi strategi komunikasi melalui media sosial dan interaksi langsung.
4. **Evaluating** – Evaluasi efektivitas strategi yang diterapkan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Komunitas Street Workout Velo

1. **Media Sosial sebagai Sarana Promosi** Komunitas Street Workout Velo menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Google Maps untuk mempublikasikan kegiatan mereka. Konten yang dibuat meliputi video latihan, testimoni anggota, dan ajakan untuk bergabung.
2. **Interaksi Langsung dengan Masyarakat** Selain melalui media digital, komunitas ini juga melakukan pendekatan langsung dengan warga setempat melalui diskusi terbuka dan ajakan personal. Mereka juga aktif mengadakan acara olahraga bersama yang bersifat inklusif bagi semua kalangan.
3. **Pelatihan Gratis sebagai Daya Tarik** Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah menyediakan sesi latihan gratis tanpa biaya. Hal ini menarik perhatian masyarakat yang ingin berolahraga tetapi memiliki keterbatasan finansial.
4. **Kolaborasi dengan Brand dan Media** Komunitas ini juga telah melakukan kerja sama dengan beberapa brand dan media untuk meningkatkan eksposur serta menarik lebih banyak peserta.

Evaluasi Efektivitas Strategi

Dari hasil wawancara dan observasi, ditemukan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan komunitas ini telah berhasil meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam berolahraga. Dengan adanya media sosial sebagai sarana promosi utama dan interaksi langsung sebagai penguat, komunitas ini mampu membangun kesadaran kolektif tentang pentingnya aktivitas fisik.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Strategi komunikasi komunitas olahraga kalistenik Street Workout Velo terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat Kelapa Gading akan pentingnya olahraga. Penggunaan media sosial sebagai platform utama komunikasi, interaksi langsung dengan masyarakat, serta penyediaan sesi latihan gratis merupakan faktor utama yang mendukung keberhasilan strategi ini.

Saran

Untuk meningkatkan efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan, komunitas ini disarankan untuk:

1. Memperluas jangkauan promosi dengan menggunakan platform media sosial lainnya seperti YouTube.
2. Menjalin kerja sama lebih luas dengan pemerintah daerah dan komunitas lain untuk memperbesar dampak sosial.
3. Mengembangkan program edukasi kesehatan untuk melengkapi program latihan yang telah berjalan.

Dengan terus meningkatkan strategi komunikasi, komunitas Street Workout Velo diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam meningkatkan kesehatan masyarakat.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abadini, D., & Wuryaningsih, C. E. (2018). Determinan Aktivitas Fisik Orang Dewasa Pekerja Kantoran di Jakarta Tahun 2018. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 14(1), 15. <https://doi.org/10.14710/jpki.14.1.15-28>
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2010). Teori komunikasi massa (Edisi ke-5). In *Salemba Humanika* (5th ed.). Salemba Humanika.
- Barlund, D. (2008). *Communication in a Global Village*.

- Cangara, H. (2019). Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Keempat. In *PT Raja Grafindo Persada*.
- Gumara, D. (2019). *Pengembangan Model Latihan Kalistenik di UKM Bidang Minat dan Kegemaran Universitas Negeri Semarang*. Universitas Negeri Semarang.
- IP Suraoka. (2012). Penyakit Degeneratif. In *Kemenkes Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan*.
- Lakka, T. A., & Laaksonen, D. E. (2007). Physical activity in prevention and treatment of the metabolic syndrome. *Applied Physiology, Nutrition and Metabolism*, 32(1), 76–88. <https://doi.org/10.1139/H06-113>
- Littlejohn, Stephen, W., A.Foss, K., & Oetzel, J. G. (2017). Theories of Human Communication Eleventh Edition. In *Waveland Press, Inc.* (11th ed., Vol. 53, Issue 95). Waveland Press, Inc.
- Settle, Q. (2018). Introducing Communication Theory: Analysis and Application. *Journal of Applied Communications*, 102(3), 324–345. <https://doi.org/10.4148/1051-0834.1223>
- Sulianta, F., & Pratama. (2017). *Membentuk Tubuh dengan Kedahsyatan Calisthenics Street Workout* (1st ed.). PT. Leutika Nouvalitera.
- Widiantini, W., & Tafal, Z. (2014). Aktivitas Fisik, Stres, dan Obesitas pada Pegawai Negeri Sipil. *Kesmas: National Public Health Journal*, 8(7), 325. <https://doi.org/10.21109/kesmas.v0i0.374>
- Widodo, A. S. (2021). *Estetika Gaya Desain Brand Djarum Black (Kajian Visual Iklan Billboard Djarum Black Tahun 2004-2011)* (Doctoral dissertation, ISI Yogyakarta).
- Wijaya, I. S. (2015). Perencanaan dan strategi komunikasi dalam kegiatan pembangunan. *Lentera*, 17(1).
- Lasswell, H. D. (1948). *The structure and function of communication in society*. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37-51). New York: Harper & Row.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 32.
- Heris, A. (2016). *Ilmu Komunikasi Proses dan Strategi*. Jakarta: Indigo Media.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Alo, R. (2011). *Strategi Komunikasi dalam Organisasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sulianta, A., & Pratama, M. (2017). *Kalistenik: Latihan Tubuh dengan Berat Badan*. Jakarta: Pustaka Olahraga.
- Mutaqin, S. R. (2020). *Perancangan Kampanye Sosial Mengajak Berolahraga Kalistenik Melalui Media Poster* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Mayasari, R. (2016). *Freeletics: Latihan Fisik Tanpa Alat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Imansyah, Y. (2017). *Industri Olahraga Unggulan Mengangkat Citra Kualitas Produk Indonesia*. Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang, Indonesia 7 Oktober 2017, 112.
- Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Press, 1983) h. 143.
- Tönnies, F. (1887). *Gemeinschaft und Gesellschaft [Community and Society]*. Leipzig: Fues

- Satori, D. (2011). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.*
- Sugiyono, (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta*
- Sukmadinata, N. S. (2011). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya.*
- Bungin, B. (2006). Metodologi Penelitian Komunikasi. Jakarta: Kencana, h. 142.*
- Ruslan, R. (2010). Metodologi Penelitian Komunikasi. Jakarta: RajaGrafindo Persada, h. 138.*