

KAMPANYE SEPAKBOLA UNTUK MEREDUKSI RISIKO KENAKALAN REMAJA (KABUPATEN BATANG)



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program DIII Hubungan Masyarakat K.Batang
pada Program Studi Di luar Kampus Utama (PSDKU) Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

Avrizal Hafidz Al Ma'arif
NIM. 40011221060035

**DIII HUBUNGAN MASYARAKAT K.BATANG
PROGRAM STUDI DI LUAR KAMPUS UTAMA
SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Avrizal Hafidz Al Ma'arif
NIM : 40011221060035
Program Studi : DIII Hubungan Masyarakat K. Batang
Judul : **KAMPANYE SEPAKBOLA UNTUK MEREDUKSI
RISIKO KENAKALAN REMAJA**

Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program DIII Hubungan Masyarakat K. Batang pada Program Studi Di luar Kampus Utama (PSDKU) Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Disetujui oleh:

Tanggal

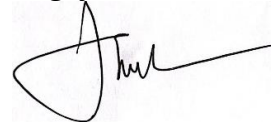
Pembimbing



Nikolaus Ageng Prathama., S.I.Kom., M.I.Kom.
NPPU. H. 7. 198710212021081001

Tanggal

Penguji



Mj Rizqon Hasani, S.Hum., M.I.Kom.
NIPPU. H. 7. 199112102021081001

Disahkan oleh:

Tanggal

Ketua Program Studi
D3 Hubungan Masyarakat K. Batang



Dr. Adi Nugroho, M.Si.
NIP.196510171993111001

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahum...

Syujur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “KAMPANYE SEPAKBOLA UNTUK MEREDUKSI RISIKO KENAKALAN REMAJA.”

Keberhasilan dalam penulisan Tugas Akhir ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Kedua orang tua penulis, bapak Nasokha Al Ma'arif dan ibu Misriati dan gelar ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua penulis tercinta.
3. Ketua Program Studi D3 Hubungan Masyarakat PSDKU Batang Dr. Adi Nugroho, M. Si.
4. Mas Nikolaus Ageng Prathama, S.I.Kom.,M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan saran serta petunjuk dan bimbingan kepada penulis.
5. Seluruh Dosen dan pegawai di PSDKU K. Batang.
6. Hendra permana putra dan Faksalva tegar widodo sahabat penulis yang selalu memberikan semangat untuk penulis
7. Pradipta Dwiky sepupu penulis yang telah memberikan semangat serta pendengar yang baik bagi penulis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia –Nya yang telah memberikan pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Kampanye sepakbola untuk mereduksi risiko kenakalan remaja”. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi DIII Hubungan Masyarakat K. Batang Universitas Diponegoro.

Penelitian ini terdiri dari empat bab. Bab 1 berisi deskripsi latar belakang penelitian, rumusan masalah dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, dan metode penelitian yang meliputi tipe penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data serta teknik dan analisis data. Bab 2 memuat data penelitian terdahulu (*state of the art*), definisi konseptual, operasionalisasi konsep. Bab 3 berisi deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil. Bab 4 terdiri dari simpulan penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

Pembaca diharapkan dapat mengetahui bagaimana Kampanye sepakbola untuk mereduksi risiko kenakalan remaja. Tugas Akhir ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

Semarang, Juni 2025

Penulis

Avrizal Hafidz Al Ma'arif
NIM. 40011221060035

MOTTO

“ Keberhasilan bukanlah tujuan, melainkan perjalanan”

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pesan kampanye dalam mereduksi risiko kenakalan remaja melalui tokoh-tokoh seperti pelatih dan guru olahraga. Menggunakan teori Message design logic dari Barbara O'Keefe, penelitian ini menganalisis cara penyampaian kampanye berdasarkan tiga pendekatan : ekspresif, konvensional, dan retorik. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui wawancara dan observasi. Hasil menunjukkan bahwa kampanye sepakbola efektif membentuk perilaku positif remaja, terutama jika pesan disampaikan dengan pendekatan retorik yang disesuaikan dengan karakteristik audiens. Kampanye juga lebih berdampak saat didukung keteladanan tokoh dan media yang relevan.

Kata kunci: Kampanye sepakbola, kenakalan remaja, logika pesan.

ABSTRACT

This study aims to describe campaign messages in reducing the risk of juvenile delinquency through figures such as coaches and sports teachers. Using the Message design logic theory from Barbara O'Keefe, this study analyzes the way the campaign is delivered based on three approaches: expressive, conventional, and rhetorical. The method used is qualitative descriptive through interviews and observations. The results show that football campaigns are effective in shaping positive behavior in adolescents, especially if the message is delivered with a rhetorical approach that is adjusted to the characteristics of the audience. Campaigns are also more impactful when supported by exemplary figures and relevant media.

Keywords: *Football campaign, juvenile delinquency, message logic.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.4.1 Manfaat Akademik.....	3
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
1.4.3 Manfaat Sosial	4
1.5 Sistematika Penulisan	4
1.6 Metode Penelitian	5
1.6.1 Tipe Penelitian	5
1.6.2 Subjek Penelitian	6
1.6.3 Jenis dan Sumber Data.....	6
1.6.3.1 Data Primer	6
1.6.3.2 Data Sekunder.....	6
1.6.4 Metode Teknik dan Pengumpulan Data	6
1.6.4.1 Wawancara.....	7
1.6.4.2 Observasi	7
1.6.4.3 Studi Pustaka.....	7
1.6.4.4 Analisis Data.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9

2.1	<i>State of the Art</i> (Penelitian terdahulu).....	9
2.2	Landasan Teoritis dan Konsep.....	12
2.2.1	Pengertian Kampanye	12
2.2.1.1	Jenis-jenis kampanye.....	13
2.2.2	Pengertian Strategi.....	13
2.2.2.1	Kampanye Public Relation	14
2.3	<i>Message-design-logic</i>	15
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....		17
3.1	Analisis Berdasarkan Teori <i>Message Design Logic</i>	17
3.1.1	<i>Expressive Logic</i> (Logika Ekspresif)	17
3.1.2	<i>Conventional Logic</i> (Logika Konvensional)	18
3.1.3	<i>Rhetorical Logic</i> (Logika Retoris).....	18
3.2	Interpretasi Data	18
BAB IV PENUTUP		20
4.1	Simpulan	20
4.2	Keterbatasan Penelitian.....	21
4.3	Rekomendasi Penelitian.....	21
DAFTAR PUSTAKA		22
LAMPIRAN		23

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 <i>State of The Art</i> (Penelitian Terdahulu)	9

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	22
Lampiran 2. Hasil Wawancara.....	23