

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi serta kemajuan teknologi yang berkembang pesat ternyata mempengaruhi gaya hidup masyarakat perkotaan di Indonesia. Terutama kota Jakarta yang merupakan ibu kota Indonesia yang menjadi pusat aktivitas, sehingga membuat gaya hidup masyarakat tersebut turut berubah. Terlebih lagi di daerah Jakarta Selatan yang memiliki banyak tempat-tempat makan atau tempat yang hanya sekedar untuk *nongkrong*. Anak muda saat ini memiliki gaya hidup mereka serba cepat, instan dan kurang aktif karena lebih banyak duduk di depan laptop, ditambah dengan kemajuan teknologi *gadget* mereka miliki yang akan makin menjadikan gaya hidup tanpa banyak bergerak (*sedentary lifestyle*). Pola hidup kurang gerak tersebut merupakan kebiasaan-kebiasaan dalam kehidupan seseorang yang tidak banyak melakukan gerakan. Dengan *sedentary lifestyle*, seseorang selain melakukan kegiatan yang tidak membutuhkan banyak energi juga kurang peduli terhadap aktivitas fisik.

Menurut (Dariyo, 2004) seseorang yang melakukan aktivitas fisik yang dimana pada proses metabolisme lancar dan terjadi proses pembakaran lemak dalam tubuh yang akan membuat postur tubuh menjadi tetap terjaga. Berbeda dengan kurangnya aktivitas fisik pada seseorang seperti banyak tidur, banyak menonton televisi, dan kurang olahraga, hal-hal tersebut akan membuat seseorang menjadi gemuk yang akan membuat proses metabolisme menjadi lambat dan terjadi penimbunan lemak pada organ tubuh seseorang tersebut. Sehingga, menjadi salah satu faktor fisiologis penyebab terjadinya kegemukan (obesitas).

Kegemukan (obesitas) masih menjadi salah satu perbincangan dalam masalah kesehatan. Menurut dr. Inge Permadhi, MS, SpGK, spesialis gizi klinik dari Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia mengatakan, 90% obesitas terjadi karena gaya hidup yang tidak sehat, dan salah satu faktornya karena asupan makanan yang melebihi kebutuhan tanpa diimbangi aktivitas yang cukup, atau

sedentary lifestyle (gaya hidup tanpa banyak bergerak). Padahal, aktivitas yang cukup diperlukan untuk membakar kelebihan energi yang ada. Jika hal ini tidak terjadi, maka kelebihan energi akan diubah menjadi lemak dan disimpan di dalam sel-sel lemak (menshealth, 2012).

Menurut Departemen Kesehatan RI (2005) terlihat pada prevalensi kegemukan di Indonesia masih relatif tinggi. Apalagi kegemukan dapat mengurangi kemolekan tubuh, mengurangi kelincahan tubuh dan terkadang dapat menimbulkan rasa cepat lelah dimana hal tersebut dapat menghambat aktivitas seseorang (Badriah, 2011). Menurut Retno Sasongkowati dalam bukunya berjudul “*Bahaya Gula, Garam, dan Lemak*” (2014) berpendapat bahwa Kegemukan (obesitas) adalah terjadinya penumpukan lemak tubuh yang berlebih sehingga membuat berat badan seseorang berlebih dari berat badan orang normal yang dapat membahayakan kesehatan dan memiliki *Body Mass Index* (BMI) lebih dari 30.

Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2013 mengenai obesitas menunjukkan peningkatan jika dibandingkan dengan Riskesdas 2010. Angka obesitas pria pada 2010 sekitar 15 persen dan sekarang menjadi 20 persen. Pada wanita persentasenya dari 26 persen menjadi 35 persen (healthkompas, 2014). Dari hasil Riskesdas 2013 tersebut, dimana presentase obesitas wanita masih tinggi. Ini membuat khawatir sebagian wanita, karena membuat wanita yang memiliki badan kegemukan (obesitas) akan cenderung mengalami dampak psikologis, misalnya muncul rasa *minder* di dalam pergaulan karena berat tubuhnya diatas rata-rata teman sebaya dan mereka menjadi kurang luwes untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Hal ini membuat wanita muda usia 18-25 tahun terganggu terutama pada usia muda tersebut dimana dalam usia tersebut dituntut untuk tetap aktif dan bugar dalam melakukan kegiatannya sehingga dapat mencegah obesitas tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti melihat bahwa saat ini ingin mengajak para wanita muda tersebut untuk mengurangi pola hidup kurang gerak (*sedentary lifestyle*) dengan melakukan aktivitas fisik agar memiliki tubuh yang sehat dan

untuk mencegah resiko obesitas. Maka, peneliti tertarik untuk melakukan perancangan Tugas Akhir jurusan DKV ini dengan judul **“Perancangan Kampanye Aktif Bergerak untuk Mencegah Resiko Obesitas pada Wanita”**.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun di atas maka ditarik beberapa permasalahan yang timbul, antara lain:

1. Gaya hidup kota Jakarta yang serba cepat dan instan dapat memicu *Sedentary lifestyle* (gaya hidup tanpa banyak bergerak).
2. Pola hidup kurang gerak tersebut menjadi salah satu faktor penyebab fisiologis yakni kegemukan (obesitas).
3. Hasil data Riskesdas 2013, presentase obesitas pada wanita di Indonesia meningkat dari tahun 2010 hingga 2013.
4. Kegemukan pada wanita dapat mempengaruhi dampak psikologis dengan usia produktif 18-25 tahun masa dimana sedang memperhatikan penampilan mereka. Sehingga, dapat menghambat kelincahan dalam melakukan aktivitas sehari-hari dan keluwesan dalam pergaulan karena postur tubuh mereka.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas dapat dirumuskan beberapa masalah yaitu:

1. Bagaimana perancangan kampanye yang dilakukan untuk mengajak wanita aktif bergerak dalam mencegah resiko obesitas?
2. Bagaimana merancang media yang tepat dalam kampanye bergerak untuk mencegah resiko obesitas pada wanita?

1.3 Ruang Lingkup Masalah

Dari identifikasi masalah di atas maka ruang lingkup dalam perancangan ini adalah:

1.3.1 Apa

Yang menjadi masalah adalah meningkatnya presentasi obesitas pada wanita dibanding laki-laki pada tahun 2013, salah satunya akibat dari gaya hidup kurang gerak atau *sedentary lifestyle*.

1.3.2 Siapa

Target audiens wanita muda dengan usia produktif 18-25 tahun.

1.3.3 Kapan

Permasalahan tersebut sering terjadi pada masa dewasa awal.

1.3.4 Dimana

Masalah terjadi di kota besar salah satunya DKI Jakarta, khususnya daerah Jakarta Selatan karena terdapat banyak tempat makan dan *nongkrong* yang memiliki gaya hidup *sedentary lifestyle* yang merupakan salah satu penyebab obesitas.

1.3.5 Mengapa

Kurangnya mengetahui dampak dari *sedentary lifestyle* atau kurang gerak tersebut.

1.3.6 Bagaimana

Dengan melakukan tindakan preventif melalui kampanye aktif bergerak dan menggunakan media kampanye yang efektif sesuai dengan target audiens.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan ini adalah:

1. Untuk dapat merancang kampanye yang dilakukan dalam mengajak wanita aktif bergerak agar mencegah resiko terkena penyakit obesitas.
2. Untuk dapat mengetahui media yang tepat dalam kampanye untuk mengajak wanita muda aktif bergerak dalam mencegah resiko obesitas.

1.5 Metodologi Penelitian

Dalam perancangan ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu suatu pendekatan secara alamiah mengenai gejala sosial dengan mendeskripsikannya secara benar dalam bentuk kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan (Satori, 2014).

1.5.1 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Literatur merupakan bahan-bahan yang diterbitkan secara rutin maupun berkala (Satori, 2014). Teknik pengumpulan data dengan melakukan kajian yang berkaitan yakni teori kampanye, teori kebugaran/olahraga, teori kesehatan gizi mengenai obesitas, teori, aplikasi *mobile*, teori psikologi, teori periklanan, dan teori desain komunikasi visual. Dalam pencarian teori tersebut, peneliti akan mengumpulkan informasi dari kepustakaan yang berhubungan seperti buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian (tesis dan disertasi) serta melalui sumber internet, dan lain-lain.

2. Observasi

Observasi merupakan pengamatan terhadap suatu secara langsung untuk mendapatkan mengetahui adanya objek, situasi, konteks, dan makna untuk mengumpulkan data penelitian (Satori, 2014). Peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas wanita muda selama 1 minggu yakni, pada tanggal 1 April 2015 hingga 7 April 2015. Pengumpulan data juga dilakukan dengan cara mengamati, mencatat, dan turun langsung ke lokasi penelitian seperti *café* dan mal di sekitar daerah Jakarta Selatan.

3. Wawancara

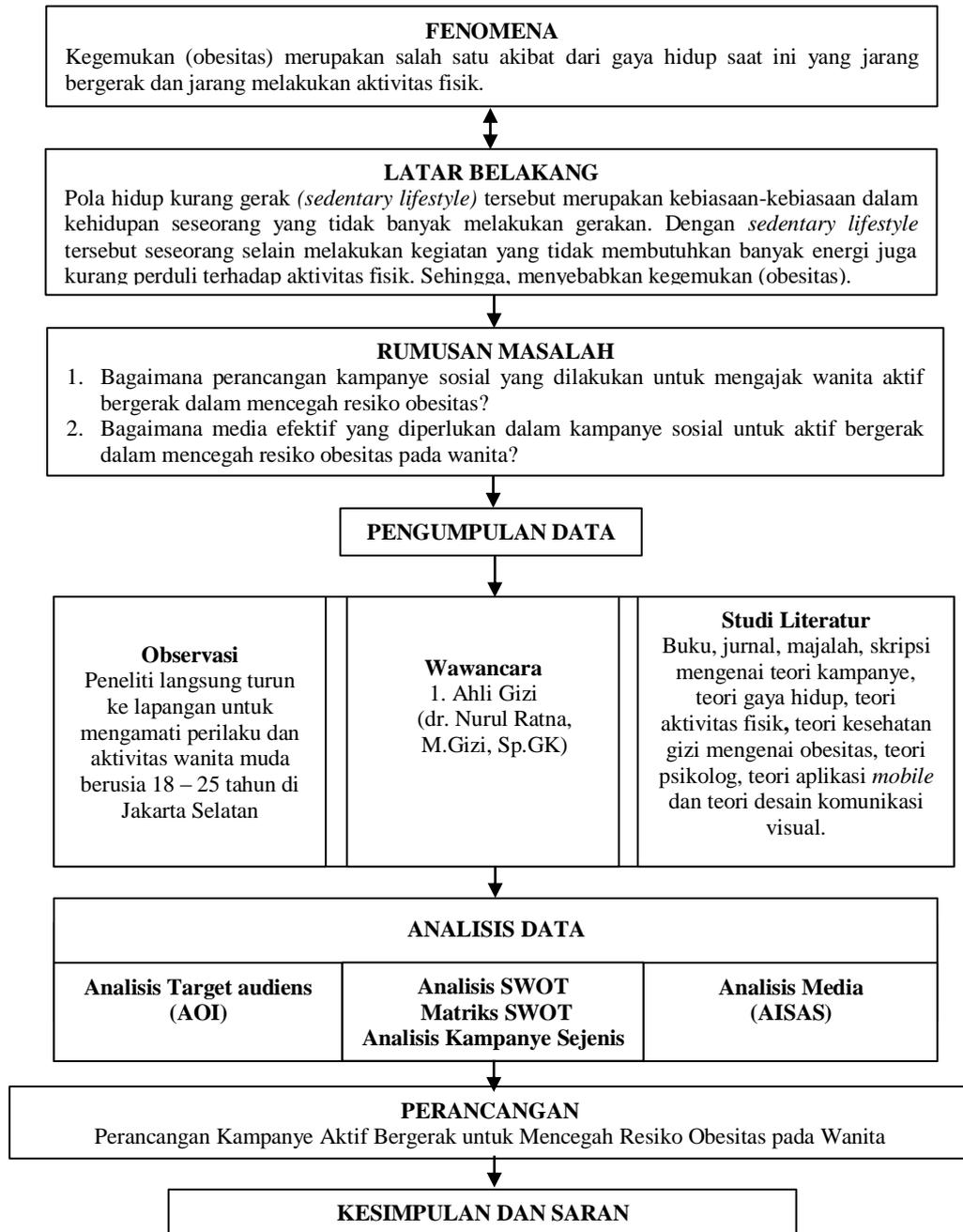
Peneliti melakukan *face-to-face interview* (wawancara berhadapan-hadapan) dengan nara sumber terkait dalam permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Metode wawancara diberikan beberapa pertanyaan-pertanyaan terbuka kepada narasumber yakni ahli gizi dr. Nurul Ratna, M.Gizi,

Sp.GK dari Departemen Ahli Gizi Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia. Baik secara langsung dan tidak langsung melalui media komunikasi jarak jauh memanfaatkan sosial media, e-mail, atau via telepon. Hal ini dilakukan sebagai kelengkapan data.

1.5.2 Analisis Data

Dalam hal ini peneliti untuk merancang kampanye aktif bergerak untuk mencegah resiko obesitas pada wanita dengan menggunakan cara analisis SWOT, Matriks SWOT, AIO, dan AISAS

1.6 Kerangka Perancangan



Bagan 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber : Penulis

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun dalam beberapa bab yang terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini peneliti menjelaskan tentang latar belakang masalah kejadian/fenomena yang diangkat. Masalah perancangan yang meliputi identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup masalah. Serta tujuan perancangan, manfaat perancangan, cara pengumpulan data, kerangka perancangan dan pembabakan. Sehingga permasalahan tersebut memiliki titik fokus dan tidak keluar dari permasalahan yang diangkat.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Bab ini berisikan dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan untuk dijadikan sebagai landasan dalam perancangan kampanye sosial untuk aktif bergerak dalam mencegah resiko obesitas pada wanita. Teori yang digunakan antara lain teori kampanye, teori aktivitas fisik/olahraga, teori kesehatan gizi mengenai obesitas, teori psikologi remaja, teori aplikasi *mobile*, teori periklanan, dan teori desain komunikasi visual.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bab ini berisikan data-data dari nara sumber terkait permasalahan yang diangkat, data khalayak sasaran secara demografis, psikografis, dan geografis, data hasil wawancara yang sudah didapat serta menjelaskan analisis terhadap masalah yang diangkat guna perancangan tugas akhir. Adapun dalam analisis tersebut menggunakan AIO, SWOT dan AISAS.

BAB IV KONSEP & HASIL PERANCANGAN

Berisikan penjelasan konsep (ide besar), konsep kreatif (pendekatan), konsep media (media apa saja yang digunakan, perencanaan media, biaya media), konsep visual (jenis huruf, warna, bentuk, gaya visual), dan hasil perancangan yang telah dibuat dari sketsa hingga penerapan visual.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil perancangan kampanye yang dibuat dalam tugas akhir ini.