

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pola hidup masyarakat pada tahun 2017 sangatlah beragam dan beberapa diantaranya sangat tidak sehat. Salah satunya adalah pola tidur yang kurang baik, dapat dilihat dari jam tidur yang tidak teratur, Bahkan sampai kurang tidur sudah menjadi hal yang biasa pada saat ini. Perlu kita ketahui, kurang tidur dampaknya sangat buruk untuk kesehatan, bahkan dapat meningkatkan resiko kematian. Pola tidur berkaitan dengan proses biologis yang terjadi didalam tubuh. Faktanya, tubuh memiliki jam khusus dalam melakukan proses biologis tersebut, hal itu terjadi di malam hari dan tubuh harus dalam keadaan tidur nyenyak. Namun pada saat ini masyarakat cenderung menyepelekan masalah pola tidur.

Menurut Dr Jang Young Kim penyelidik kunci dari Universitas Yonsei, Korea Selatan "Manusia yang mempunyai waktu tidur sedikit atau kurang tidur perlu menyadari perkembangan efek sindrom metabolik yang menyebabkan munculnya penyakit serius", seseorang yang tidur di bawah enam jam mempunyai efek mengidap sindrom metabolik sebesar 41% (Reuters,30/10/15). Sindrom metabolik merupakan bahasa kedokteran yang artinya adalah kombinasi beberapa keadaan penyakit, yaitu tekanan darah tinggi, Kadar gula darah tinggi, Kadar kolesterol tinggi, dan kegemukan, yang dialami secara berbarengan. Ada penelitian sejenis yang menyatakan pribadi yang sering tidur tidak sampai 6 jam setiap malam, berefek 48% terkena hipertensi, serangan jantung, terkena stroke di usia muda bahkan sampai meninggal dunia, dan juga meningkatkan obesitas. (alodokter,2016). Semakin kurang jam tidur seseorang, semakin besar peluang orang tersebut terancam kesehatannya. Menurut dokter umum RS, Immanuel Dr. Santi ketika di wawancarai mengatakan tidur larut malam atau bisa kita sebut "begadang" merupakan bagian dari jam tidur yang tidak beraturan dan dapat berdampak kurang tidur.

Menurut hasil survey yang penulis lakukan, Fenomena kurang tidur masih sering terjadi dikalangan mahasiswa umur 18-25 tahun, dimana mereka sudah diberi kepercayaan oleh orang tua mereka untuk mengatur manajemen waktu mereka sendiri sehingga sudah tidak ada disiplin waktu tidur. Berbagai kegiatan dapat mereka lakukan hingga larut malam, bahkan menjelang pagi hari. Didukung hasil kuesioner yang penulis lakukan mendapat 108 responden 80 persen yang memberi responden adalah mahasiswa, sebanyak 100 persen pernah begadang dan sering mengabaikan pola tidur, alasan begadang tak jauh dari aktivitas internet atau *online* dan mengerjakan tugas.

Internet sangat berkaitan dengan teknologi komunikasi, dan teknologi dapat menghasilkan cahaya biru. Para ahli berpendapat, semakin sering terkena cahaya biru dari teknologi pada saat malam hari dapat melenyapkan siklus tidur alami (2016,liputan6.com) sinar biru mengganggu produksi hormon melatonin yang membantu siklus tidur. Hormon melatonin yaitu elemen yang di hasilkan oleh kelenjar pineal pada otak dan pembuatannya di picu akibat gelap. Otak seseorang mulai memproduksi hormon melantonin ketika seseorang siap tidur, dan sinar biru dari teknologi mengganggu proses produksi tersebut. Hormon melatonin merupakan hormon kekebalan yang dapat memberantas dan menghalau bermacam-macam penyakit, salah satunya adalah kanker, baik itu kanker prostat dan kanker payudara.

Mengerjakan tugas pada tengah malam sampai pagi atau istilah yang sering disebut sistem kebut semalam, merupakan hal yang sering terjadi dikalangan mahasiswa ketika dikejar deadline, Hasilnya mahasiswa harus begadang dan kurang tidur untuk menyelesaikan tugasnya. Padahal begadang dan kurang tidur sangat tidak sehat bagi tubuh. menurut spesialis tidur dokter Andreas Prasadja, RPSGT, dari RS Mitra Kemayoran begadang dapat menurunkan performa, Niat begadang yang tadinya untuk menjaga produktivitas malah bisa jadi tak berarti, karena seseorang salah prioritas (detikhealth,2016). Menunda mengerjakan tugas merupakan faktor utama mahasiswa mengerjakan tugas dengan sistem kebut semalam, agar tugas selesai tepat waktu. Sering menunda

mengerjakan tugas merupakan ciri manajemen waktu yang buruk. Manajemen waktu menjadi sesuatu yang penting untuk mengatur waktu, agar lebih optimal.

Menurut hasil wawancara dengan dokter umum RS, Immanuel Dr. Santi orang yang sering tidur larut malam/begadang dan kurang tidur merupakan ciri dari manajemen waktu buruk, manajemen waktu yang baik sangat dibutuhkan untuk mengatasi solusi begadang dan kurang tidur. Hal ini disebabkan karena tidak adanya prioritas terhadap jam tidur, sehingga seseorang menggunakan jam tidurnya untuk hal-hal yang mereka inginkan. Manajemen waktu sendiri adalah cara menggunakan sumber daya berupa waktu yang dimiliki dengan seefektif mungkin, dapat dikatakan pula sebagai suatu kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan, pelaksanaan, dan pengorganisasian (Pangabean dan Budiman, 2017:32) Maksud manajemen waktu adalah mengelola dan melaksanakan prioritas setiap individu yang menjadi kewajiban. Dengan menata waktu secara lebih baik maka akan tercipta keseimbangan Antara waktu belajar, bekerja, bersantai, dan beristirahat/tidur yang akhirnya akan membuat hidup sedikit lebih muda dan bahagia. Seperti yang kita ketahui pembagian waktu yang ideal bagi usia produktif adalah 8 jam kerja, 8 jam tidur dan 8 jam melakukan hal-hal yang lebih *rileks* (Robert Owen).

Melihat fenomena tersebut, maka perlu ada suatu tindakan dan komunikasi untuk mahasiswa agar dapat merubah perilaku kearah hidup yang lebih sehat dan menjadi lebih baik lagi. Penulis berasumsi melakukan sebuah tindakan kampanye pola hidup *triple 8* atasi kurang tidur akibat manajemen waktu yang buruk. Agar pola pikir mahasiswa mengenai begadang serta mengerjakan tugas dengan sistem kebut semalam dapat berubah dan hilang. hal ini sangat berbahaya karena pola pikir tersebut menyebabkan tidak adanya disiplin waktu tidur yang menjadi bagian penting untuk kesehatan tubuh. Penelitian sebelumnya mengenai pola tidur yang sudah dilakukan oleh Vidie Hasiana dari Universitas Telkom pada tahun 2015 dengan judul kampanye aktivitas pola tidur sehat pada remaja, kampanye ini lebih berfokus pada lingkungan kamar tempat tidur dan membuat suasana ruangan kamar yang nyaman untuk tidur. Namun belum ada Kampanye pola tidur lebih kearah manajemen waktu untuk atasi kebiasaan begadang yang sedang penulis lakukan. Diharapkan dengan adanya kampanye ini dapat mengubah pola pikir,

perilaku dan kebiasaan masyarakat khususnya mahasiswa agar lebih memperhatikan masalah pola tidur yang buruk.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka didapatkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurang tidur dampaknya sangat buruk untuk kesehatan, bahkan dapat meningkatkan resiko kematian.
2. Tidur larut malam atau bisa kita sebut begadang yang dapat berdampak kurang tidur, banyak terjadi dikalangan mahasiswa umur (18-25) tahun.
3. Sering menunda mengerjakan tugas mahasiswa harus begadang dan kurang tidur untuk menyelesaikan tugasnya.
4. Belum ada Kampanye pola tidur lebih kearah manajemen waktu untuk atasi kebiasaan begadang dan kurang tidur.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dalam tugas akhir ini, penulis merumuskan beberapa masalah yang akan diangkat, yaitu:

1. Bagaimana strategi kampanye yang tepat menyampaikan pola hidup sehat melalui *triple* “888” untuk mahasiswa?
2. Bagaimana rancangan media visual kampanye yang akan di lakukan untuk mahasiswa?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada perancangan ini akan dibatasi dalam hal yang dapat dikerjakan melalui pendekatan Desain Komunikasi Visual sesuai bidang studi penulis yaitu Desain Komunikasi Visual, konsentrasi di bidang *Advertising*. Perancangan ini berupa pembuatan kampanye pola hidup *triple* “888” untuk mahasiswa. Menginformasikan hal-hal yang harus dilakukan untuk menghilangkan kebiasaan buruk tidur larut malam dan kurang tidur di masyarakat

khususnya mahasiswa dengan manajemen waktu. Batasan yang akan dilakukan selama proyek tugas akhir ini antara lain sebagai berikut:

1. Apa

Merancang sebuah kampanye manajemen waktu untuk atasi kebiasaan kurang tidur.

2. Siapa

Kampanye ini ditujukan untuk masyarakat khususnya mahasiswa usia 18-25 tahun, dimana usia tersebut, mereka sudah diberi kepercayaan oleh orang tua mereka untuk mengatur manajemen waktu mereka sendiri sehingga sudah tidak ada disiplin waktu tidur. Berbagai kegiatan dapat mereka lakukan hingga larut malam, bahkan menjelang pagi hari. Dan pada usia ini pribadi sudah realistis terhadap situasi-situasi baru dan fleksibel terhadap kenyataan. Selain itu juga memiliki kemauan yang realistis dan memahami bahwa dirinya tidak selalu benar, sehingga terbuka untuk saran demi peningkatan dirinya.

3. Kapan

Perancangan kampanye sosial akan dimulai dari bulan oktober 2017 hingga mei 2018.

4. Dimana

Kampanye ini akan berlangsung dikawasan Universitas Telkom yang berada di Kabupaten Bandung. Universitas Telkom merupakan salah satu universitas dengan jumlah mahasiswa yang banyak dan mahasiswa merupakan target utama dari kampanye ini. Kampanye ini bekerja sama dengan Dinas Kesehatan Kabupaten Bandung. Karena belum ada kampanye tentang pola tidur sehat di Kabupaten Bandung, padahal angka penyakit yang di sebabkan akibat kurang tidur banyak terjadi di Kabupaten Bandung hal ini sesuai data yang penulis dapatkan ketika melakukan wawancara.

5. Bagaimana

Mengangkat cukup tidur dan menginformasikan pola hidup *triple* “888” untuk menciptakan pola tidur yang baik di masyarakat khususnya mahasiswa dengan cara manajemen waktu.

1.4 Tujuan Perancangan

Penelitian tugas akhir ini memiliki beberapa tujuan, diantaranya:

1. Membuat strategi kampanye yang tepat untuk mahasiswa agar dapat memahami dengan baik manajemen waktu untuk menghindari bahaya kurang tidur dan manfaat pola tidur yang baik serta benar.
2. Membuat konsep media visual yang akan diimplementasikan menjadi media kreatif dan komunikatif untuk mahasiswa sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik.

1.5 Manfaat Perancangan

A. Bagi Mahasiswa

1. Dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan tentang bahaya kurang tidur, serta manfaat pola tidur yang baik dan benar untuk kesehatan.
2. Menambah ilmu dan pengetahuan tentang membuat sebuah strategi media perancangan kampanye sosial cukup tidur melalui manajemen waktu.
3. Memberi pengalaman pribadi dalam merancang sebuah kampanye sosial.
4. Dapat menjadi salah satu informasi bagi mahasiswa DKV dan masyarakat umum tentang perancangan kampanye sejenis.

B. Bagi Akademis

Dapat menerapkan ilmu desain komunikasi visual ke dalam ruang lingkup edukasi untuk mahasiswa. Sehingga memberikan dampak positif kepada bidang keilmuan tersebut.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1. Metode Yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam perancangan Tugas Akhir ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan teknik

penelitian yang menghasilkan data deskriptif, berupa kata-kata tertulis maupun lisan yang didapat dari orang-orang dengan mengamati perilaku serta fenomena yang terjadi. Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan (Bogdan dan Taylor, Moleong, 2007:3). Penulisan kualitatif merupakan penulisan yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kelebihan dari suatu pengaruh atau masalah sosial yang tidak dapat dijelaskan dan diukur melalui pendekatan kuantitatif. (Saryono, 2010: 1).

1.6.2. Metode Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah kegiatan mempelajari, mendalami, dan mengutip teori-teori atau konsep-konsep dari sejumlah literatur baik buku, jurnal, majalah, Koran atau karya tulis lainnya yang relevan dengan topik, fokus atau variable penelitian. (Widodo, 2017:75)

Penulisan mengumpulkan beberapa teori dan referensi dari buku untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan kebutuhan penyusunan laporan dan perancangan tugas akhir ini.

2. Metode Observasi

Metode *observasi* merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013:145).

Penulis melakukan pengamatan langsung di kampus-kampus Bandung, khususnya kampus Telkom Universitas. Dan mendatangi Dinas Kesehatan Kabupaten Bandung.

3. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (Esterberg, dalam Sugiono, 2013:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Penulis melakukan wawancara kepada pihak Dinas Kesehatan Kabupaten Bandung, pihak Dokter, Psikolog dan mahasiswa di Bandung, khususnya mahasiswa Telkom University.

4. Kuesioner/Angket

Menurut Didit Widiatmoko (2013:35) kuesioner/angket adalah suatu daftar pertanyaan mengenai sesuatu hal atau dalam satu bidang, yang harus diisi secara tertulis oleh “responden”, yakni orang yang merespon pertanyaan.

Kuesioner digunakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diajukan. Responden yang dibagikan kuesioner adalah target audience yaitu mahasiswa usia 18-25 tahun, Namun ada juga yang mengisi kuesioner bukan dari kalangan mahasiswa melainkan kalangan pekerja rentan usia 18-25 tahun sebagai data pendukung.

5. Metode Penulisan Lapangan

Metode ini dilakukan dengan cara *browsing* melalui internet dengan melihat berita dan website terkait fenomena masalah yang sedang diteliti.

1.6.3. Metode Analisis

Ada beberapa metode analisis yang penulis gunakan untuk perancangan kampanye ini, yaitu :

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT memperhitungkan faktor internal yang terdiri dari *Strength* (kekuatan), dan *Weakness* (kelemahan), serta faktor luar yang terdiri dari *Opportunity* (kesempatan) dan *Threat* (ancaman). (Soewardikoen, Didit. 2013: 62) hal ini berfungsi untuk membandingkan beberapa kampanye sejenis untuk dapat di jadikan sebagai acuan dalam membuat strategi kampanye yang lebih efektif.

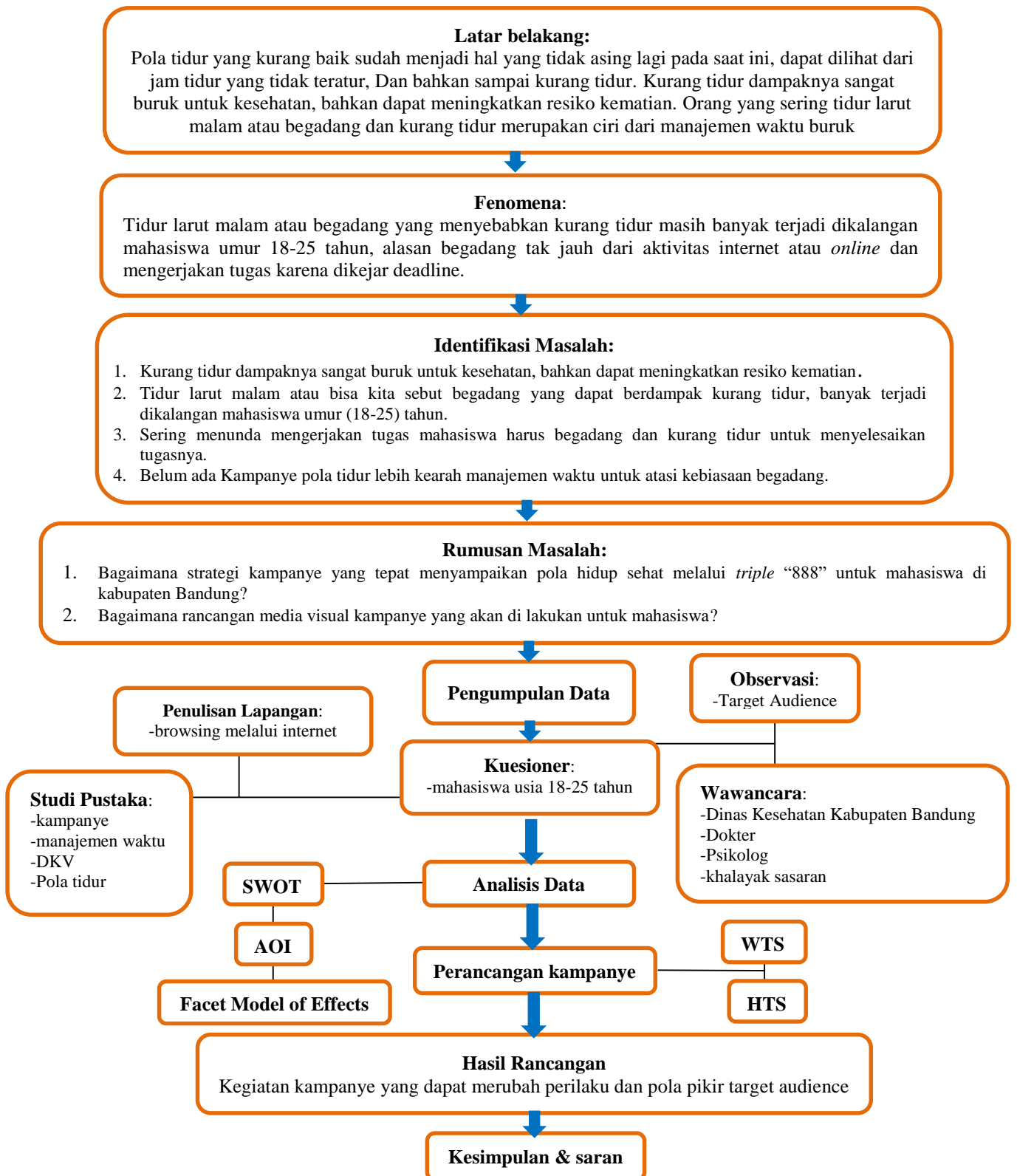
2. Analisis AOI

Analisis ini digunakan untuk mendapat data profil psikografis target audience kampanye. Ristiyanti dan Jhon (2004:57) mengemukakan bahwa AOI adalah *Activity* (aktivitas) merupakan tindakan nyata yang mengungkapkan apa yang dikerjakan Target audience, kegiatan apa yang akan target audience lakukan untuk mengisi waktu luang. *Opinion* (pendapat) merupakan pandangan atau perasaan, kepercayaan dan sikap target audience. *Interest* (minat) merupakan keinginan terhadap suatu objek, kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup target audience. Dari analisis ini dapat mendeskripsikan target audience dari segi perilaku mereka, sehingga dapat mengarahkan penulis dalam membuat rancangan kampanye yang sesuai dengan khalayak sasaran.

3. Facet Model of Effects

Analisis ini digunakan untuk memperoleh respon target audience dalam perancangan kampanye. Iklan yang efektif akan menciptakan enam tipe respons konsumen yaitu Lihat/Dengar: persepsi, Merasakan: sisi afektif atau emosional, Memahami: sisi kognitif, Koneksi: sisi asosiasi, Keyakinan: sisi persuasi, Tindakan: sisi perilaku. Semuanya bekerja sama untuk menciptakan respons terhadap pesan *brand*. Efeknya bersifat holistik dan menimbulkan kesan yang disebut persepsi yang terintegrasi (Moriarty, Sandra. 2011: 133)

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran
(sumber: penulis)

1.8 Sistematika Penulisan

Laporan perancangan tugas akhir ini terdiri dari lima bab yaitu bab pendahuluan, bab dasar pemikiran, bab uraian data dan hasil analisis masalah, bab konsep dan hasil perancangan, serta bab penutup.

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pendahuluan merupakan bab yang menjelaskan secara singkat mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, fokus, tujuan penelitian, cara pengumpulan data, kerangka perancangan dan pembabakan.

BAB II. DASAR PEMIKIRAN

Bab dasar pemikiran merupakan bab yang menjelaskan dengan jelas mengenai landasan teori yang digunakan dalam melakukan penelitian.

BAB III. URAIAN DATA DAN HASIL ANALISIS MASALAH

Bab uraian data dan hasil analisis masalah merupakan bab yang menjelaskan mengenai hasil pengumpulan data dan analisis data yang telah didapatkan.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Bab konsep dan hasil perancangan berisi konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media dan konsep visual perancangan. Selain itu juga terdapat hasil perancangan mulai dari sketsa dan penerapan visualisasi pada media.

BAB V. PENUTUP

Bab penutup merupakan bab yang menjelaskan kesimpulan dan saran dari hasil perancangan tugas akhir penulis.