

KAMPANYE AKTIVITAS POLA TIDUR SEHAT PADA REMAJA

HEALTHY SLEEP PATTERN ACTIVITY FOR TEENAGER

Vidie Hasiana

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual , Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

vidiehasiana@rocketmail.com

Abstrak

Perilaku pola tidur pada remaja di Kota Bandung yang terbiasa terjaga hingga malam hari. Penelitian ini bertujuan untuk merubah pola tidur pada masyarakat khususnya remaja dan mensosialisasikan fakta-fakta mengenai tidur yang baik. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kualitatif dan mendapatkan data dengan cara wawancara, observasi, dan literatur untuk memperoleh data yang dibutuhkan pada karya Tugas Akhir ini. Dari hasil analisis data, didapatkan adanya beberapa faktor penyebab pola tidur yang tidak teratur yang berdampak pada aktivitas di siang harinya. Maka dari itu diperlukan suatu kampanye sosial sebagai media sosialisasi yang dapat mengembalikan aktivitas pola tidur yang sehat. Kampanye sosial ini berjudul “Rubah Hari Kamu dengan *Set Think*”, dimana pesan yang ingin disampaikan adalah pola tidur sehat yang berkualitas, agar masyarakat lebih fokus dalam mengerjakan aktivitas. Kampanye sosial ini kemudian menggunakan Aplikasi *Mobile* sebagai media utama yang disalurkan melalui gadget pengguna atau target audiens.

Kata kunci : Kampanye, Pola tidur, Remaja, Aplikasi *Mobile*.

Abstract

Sleeping patterns behavior in adolescents in the city of bandung who habitually awake until night. This study attempts to change the pattern going to bed at public especially teenagers and socialize the known facts regarding sleep good. This study using data collection method of qualitative and get the data by means of an interview , observation , and literature to obtain the data required in the work of the task of the end of this. Of the analysis of data , get the presence of several factors sleeping patterns cause irregular that impact on the activity in the day. Then from that campaign should be a social media as the socialization that can restore the activity of a pattern of healthy sleep. Social campaign is called a “Change your day with “Set Think” , whereby messages are want to be transmitted by is of many patterns morbid sleep quality , so that the citizens more focused in working on the activity of. This social campaign then use the application of mobile as mainstream media that were distributed through gadget user or a target audience.

Keyword : Campaign , Sleeping patterns , Teenagers , Mobile Application.

1. Pendahuluan

Tidur adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh manusia untuk melepaskan kelelahan jasmani dan kelelahan rohani. Tidur merupakan keadaan seseorang memasuki alam bawah sadarnya, dimana seseorang masih dapat dibangunkan dengan pemberian rangsangan sensorik atau dengan rangsangan lainnya. Tidur adalah keadaan tanpa sadar, penuh ketenangan dan tanpa kegiatan yang merupakan urutan siklus yang berulang-ulang.

Faktor lingkungan yang mempengaruhi kualitas tidur dan dapat menyebabkan gangguan tidur pada setiap individu yaitu, suara/ kebisingan, ventilasi yang baik, ruang dan tempat tidur yang nyaman, suhu yang terlalu panas/ terlalu dingin, bau yang tidak nyaman, serta cahaya/ lampu yang terlalu terang, sehingga pola tidur menjadi tidak teratur.

Dampak-dampak yang disebabkan dari pola tidur yang tidak teratur antara lain, tidur kurang dari lima jam dalam satu malam, dapat beresiko terjerakit depresi, stres, penyakit jantung, struk dan diabetes. Pada wanita, yang tidur sebanyak 6 jam atau kurang dari jumlah tersebut setiap malam memiliki peluang 62% lebih besar terkena kanker payudara, disbanding mereka yang tidur sebanyak 7 jam. Kurangnya jam tidur telah terbukti dapat mengakibatkan siklus hormon dan metabolisme menjadi tidak seimbang (Green, 2009: xviii).

Dari permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka perlu adanya kampanye sosial mengenai “Kampanye Aktivitas Pola Tidur Sehat”. Masyarakat khususnya remaja diharapkan dapat lebih memperhatikan dampak yang di akibatkan dari pola tidur yang buruk. Kampanye sosial ini ditujukan untuk remaja, karena remaja merupakan fase dimana seseorang masih menentukan sikap, baik dalam emosional, sosial, dan fisik (Hurlock, 1991, dalam Ali dan Asrori, 2011).

1.1 Tujuan

Adapun tujuan dari proses perancangan tugas akhir ini yang ingin di capai oleh penulis sebagai berikut :

1. Mendapatkan hasil kampanye sosialisasi mengenai penerapan pola tidur sehat pada remaja.
2. Mendapatkan media kampanye sosialisasi yang komunikatif mengenai penerapan pola tidur sehat pada remaja.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat disimpulkan beberapa identifikasi masalahnya.

1. Minimnya kesadaran masyarakat khususnya remaja akan dampak dari pola tidur yang buruk.
2. Belum adanya kampanye sosial mengenai pola tidur sehat.

1.3 Metode Pengumpulan dan Analisis Data

Proses untuk melakukan penelitian menggunakan metode kualitatif ini melibatkan upaya penting seperti pengumpulan data spesifik dari sumber data, menganalisis dan menafsirkan makna data (Creswell, 2007: 5). Dalam hal ini penulis meneliti fenomena yang terjadi di masyarakat mengenai pola tidur sehat. Data-data yang diperoleh akan diolah menjadi media sosialisasi dalam bentuk kampanye sosial mengenai aktivitas pola tidur sehat.

1. Studi Kasus
Metode studi kasus merupakan metode yang di dapat dengan cara turun langsung ke lapangan, metode ini di dapat melalui survey berupa observasi, kuisioner (angket), dan wawancara. Sehingga metode ini dapat semakin memperkuat data yang dikaji selain itu pula pribadi mampu mengkaji sesuai atau tidaknya dengan asumsi yang ada di lapangan.
2. Metode Kepustakaan
Penulis menggunakan metode kepustakaan yang berpedoman pada buku, karya ilmiah, dan situs internet sebagai acuan dan sebagai pelengkap data yang berhubungan langsung dalam masalah yang diangkat pada tugas akhir ini.

2. Dasar Teori

2.1 Kampanye

Kampanye merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan dengan tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu (*Rogers & Storey* dalam Venus, 2912: 7). Adapun pengertian dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kampanye adalah gerakan atau tindakan serentak untuk melawan, mengadakan aksi dan sebagainya, berkampanye mengadakan kampanye untuk melawan, mengadakan aksi, dan sebagainya.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa kampanye merupakan sebuah gerakan atau tindakan serentak untuk mengadakan aksi, berupa suatu kegiatan komunikasi pengenalan sesuatu yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya, dan tindakan ini memiliki suatu jadwal tertentu untuk menunjukan peran satu atau berbagai media, yang memiliki batas waktu tertentu. Merujuk kepada definisi ini maka setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus mengandung empat hal, yakni:

1. Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu
2. Jumlah khalayak sasaran yang besar
3. Biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu
4. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi

2.2 Kesehatan Remaja

Remaja adalah salah satu kelompok yang beresiko terhadap masalah kesehatan yang membutuhkan perhatian dan pelayanan khusus. Selama ini, model pelayanan kesehatan remaja masih disamakan dengan pelayanan kesehatan lainnya, sehingga membuat remaja merasa sulit jika membutuhkan bantuan terkait kesehatan (Tim Penulis Poltekkes Depkes Jakarta I, 2010: 123).

2.3 Aplikasi *Mobile*

Aplikasi *mobile* saat ini sangat diperlukan oleh masyarakat karena penggunaan alat komunikasi yang semakin maju agar mempermudah pengguna untuk melakukan suatu aktivitas maupun untuk mendapatkan sebuah informasi secara cepat. Menurut Sugiono dalam jurnal *Aplikasi Mobile* (2010: 7), informasi merupakan hasil dari proses analisis, manipulasi dan presentasi data untuk mendukung proses pengambilan keputusan.

Menurut Buyens dalam jurnal *Aplikasi Mobile* (2010: 7), aplikasi adalah satu unit perangkat lunak yang dibuat untuk melayani kebutuhan akan beberapa aktivitas. Sedangkan *Mobile* diartikan sebagai perpindahan yang mudah dari satu tempat ke tempat lain.

3. Material dan Metodologi

3.1 Software yang Digunakan

Tahap awal yang dilakukan dalam tugas akhir ini adalah persiapan software yang dibutuhkan, yaitu:

1. *Adobe Photoshop*
2. *Adobe Illustrator*
3. *Invision Apps*

3.2 Metodologi

Dalam konsep perancangan karya yang dilaksanakan oleh penulis, didapatkan data-data hasil pengamatan yang dijadikan sebagai bahan acuan, untuk membuat suatu perancangan yang sesuai dengan tujuan serta berdasarkan rumusan permasalahan yang akan diberi solusinya. Dan terdapat tahap-tahap kegiatan proses produksi kampanye sosial ini, yaitu:

1. Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahap awal dalam perancangan media kampanye sosial “Atur Hari Kamu dengan *Set Think*”. Terdapat empat langkah yaitu:

a. Ide

Landasan dari perancangan media kampanye berupa aplikasi *mobile* ini berawal dari alasan diperlukannya sebuah media sosialisasi yang dapat menyampaikan pesan yang dapat langsung dirasakan oleh target khalayak.

b. Deskripsi Perancangan

Tema : Aktivitas Pola Tidur Sehat
 Judul : “Atur Hari Kamu dengan *Set Think*”
 Format : Aplikasi *Mobile*
 Layer : 9 page

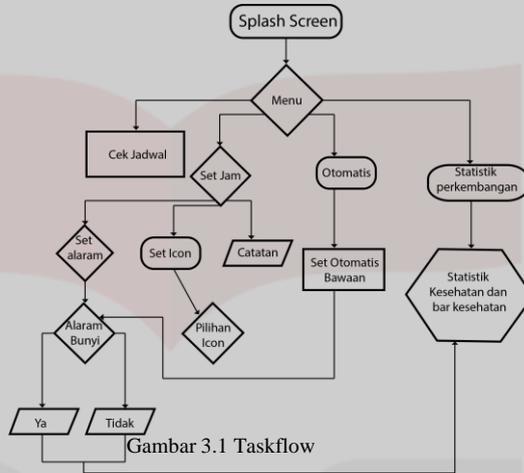
c. Aplikasi *Mobile*

Dalam perancangan ini penulis menyampaikan pesan melalui sebuah aplikasi *mobile*, yang memudahkan masyarakat remaja dalam *me-manage* waktu, dan dapat langsung melihat perkembangan pola hidup yang sehat, hanya dengan melihat statistik perkembangan kesehatan pada pengguna aplikasi *mobile* dengan nama “*Set Think*”. Aplikasi *mobile* ini juga dapat diatur dengan *mode* otomatis, yang di dalamnya terdapat saran kegiatan yang baik, seperti ; jam makan, waktu istirahat, waktu berolah raga, hingga waktu untuk tidur. Aplikasi *mobile* ini menggunakan sistem dasar sebagai pengingat waktu, dimana aplikasi ini dapat membantu di setiap aktivitas yang dijalankan, agar lebih teratur dan dapat *me-manage* waktu. Penggunaan

secara rutin secara tidak disadari masyarakat remaja terbawa oleh program kampanye yang bertujuan untuk pola hidup sehat dengan mendapatkan kualitas tidur yang baik.

d. *Taskflow*

Agar mempermudah perancangan aplikasi *mobile* sebagai media utama kampanye tidur sehat ini menggunakan *taskflow* sebagai acuan untuk perancangan aplikasi.



Gambar 3.1 Taskflow

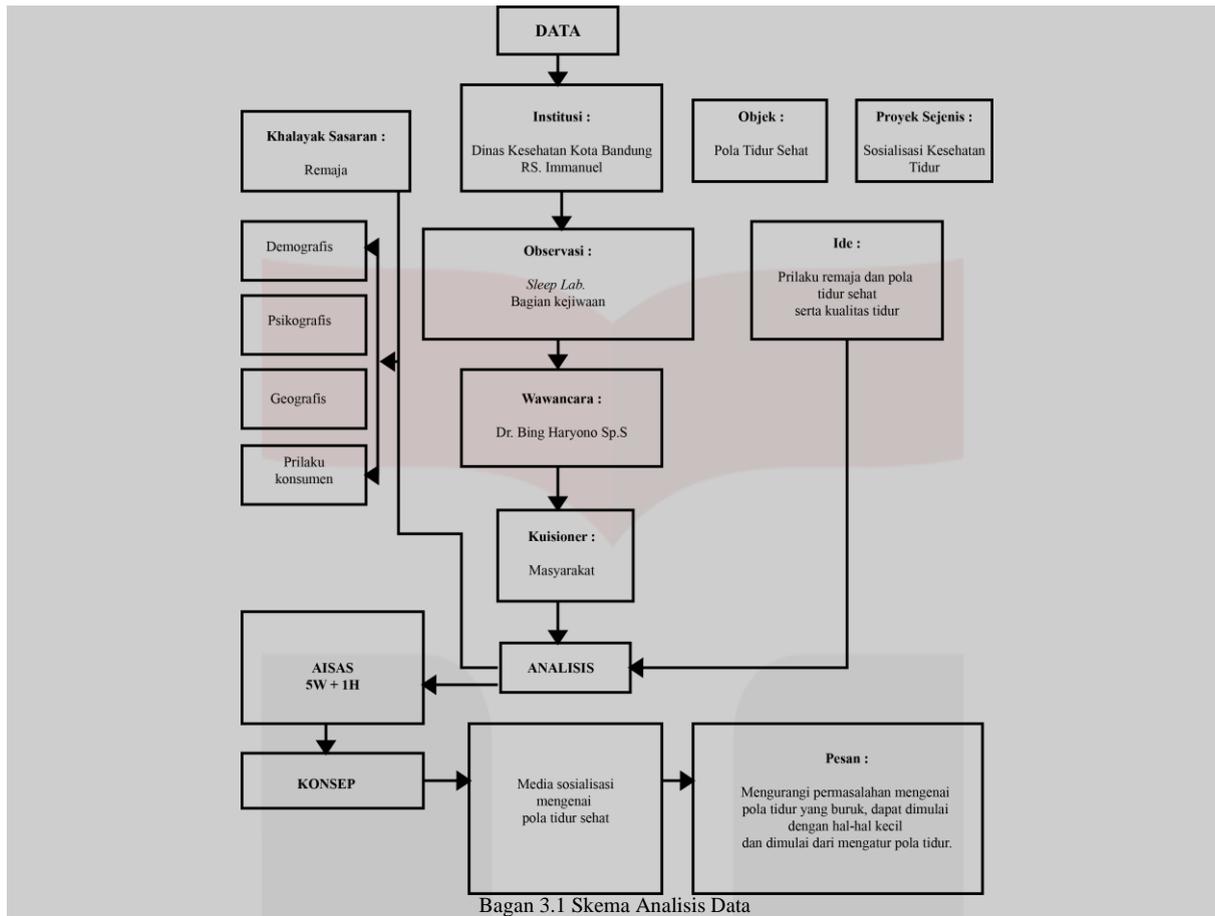
2. Produksi

Proses produksi merupakan tahap dimana perancangan *layout*, *background*, *icon*, *typografi*, warna dan elemen-elemen pendukung pembuatan Aplikasi *Mobile*.

3. Pasca Produksi

Dalam pasca produksi dilakukan proses penggabungan semua elemen-elemen aplikasi yang telah dibuat di proses produksi. Yang kemudian disusun pada *template* aplikasi dan kemudian di-*apply* di *smartphone*.

4. Skema Perancangan



5. Kesimpulan

Kesimpulan dari perancangan tugas akhir ini berawal dari ide yang mulanya melihat dari permasalahan yang terjadi pada masyarakat khususnya remaja, dimana remaja khususnya di wilayah Kota Bandung masih kurang menyadari bahaya dari dampak pola tidur yang tidak teratur. Oleh sebab itu, dalam tugas akhir dirancang kampanye sosial berjudul “Atur Hari Kamu dengan *Set Think*” sebagai upaya dalam mengembalikan pola tidur yang tidak teratur. Dalam hal ini diharapkan remaja dapat lebih berkonsentrasi dalam menjalankan aktivitas hariannya.

Daftar Pustaka:

- [1] Cangara, Hafied., Prof. Dr. H., M.Sc., 2014, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Rajawali Pers
- [2] Danesi, Marsel., Prof. Dr., 2010, *Pengantar Memahami Semiotika Media*, Yogyakarta : JALASUTRA
- [3] Green, Wendy., 2012, *50 hal yang bisa anda lakukan hari ini untuk mengatasi INSOMNIA*, Jakarta : PT Elex Media Koputindo.
- [4] Hanun Siregar, Mukhlidah., 2011, *Mengenal Sebab-Sebab, Akibat-Akibat, dan Cara Terapi Insomnia*, Jogjakarta : Buku Kita
- [5] Rangkuti, Freddy., 2014, *Analisa SWOT*, Jakarta : Gramedia Pustaka
- [6] Sugiyama, Kotaro dan Andree Tim., 2011, *The Dentsu Way, United States* : Dentsu Inc
- [7] Supriyono, Rakhmat., 2010, *Desain Komunikasi Visual teori dan aplikasi*, Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET
- [8] Tim Penulis Poltekkes Depkes Jakarta., 2010, *Kesehatan Remaja*, Jakarta : Salemba medika
- [9] Venus, Antar., Drs., M.A., 2012, *Manajemen Kampanye*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media.