

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Obesitas bukan merupakan penyakit namun keberadaannya bisa menimbulkan banyak penyakit. Orang yang mengalami obesitas mempunyai timbunan lemak lebih banyak dari berat badan idealnya. Obesitas merupakan salah satu faktor penyebab munculnya bermacam penyakit yang pada akhirnya menyebabkan kematian. Jumlah orang yang meninggal akibat obesitas diperkirakan tiga kali lebih besar dibandingkan penyakit lainnya. Penyakit yang bisa timbul akibat obesitas ialah serangan jantung koroner merupakan penyakit mematikan kedua, diabetes melitus tipe dua yang merupakan penyakit mematikan keempat, dan penyakit lainnya. Obesitas tidak hanya meningkatkan resiko penyakit diatas, namun juga mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Obesitas meningkatkan masalah pernapasan, tekanan darah, dan masalah ginjal, serta menghalangi pergerakan seseorang sehari-hari.

Penyebab obesitas antara lain dikarenakan keturunan dan faktor yang menyebabkan berubahnya pola perilaku makan seseorang menjadi tidak baik. Perilaku makan yang tidak baik disebabkan oleh karena lingkungan dan sosial. Sebab lain yang menyebabkan perilaku makan tidak baik adalah psikologis, dimana perilaku makan agaknya dijadikan sebagai sarana penyaluran stress, makan yang tidak tepat waktu dikarenakan ketidak tersediaan waktu dirasa belum perlu untuk mengkonsumsi makanan yang baik dan benar tepat pada waktunya.

Obesitas dikatakan terjadi kalau terdapat kelebihan berat badan 20% karena lemak pada pria dan 25% pada wanita. Di Bandung sendiri, prevalensi obesitas pada penduduk diatas 15 tahun berada pada 14.4% pada pria dan 29% pada wanita. Mengingat kota Bandung yang kini dijuluki sebagai kota wisata kuliner, maka berdampak pada pola perilaku masyarakatnya yang menjadikan kuliner sebagai wisata hiburan dari segala kesibukan rutinitas harian. Memanfaatkan kegiatan interaksi sosial dalam kuliner menjadikan suatu pergeseran pola konsumsi

masyarakat di Indonesia terhadap makanan yang bersifat cepat jadi dan meninggalkan makanan pokok sebagai fungsi utama tubuh untuk mendapatkan cukup gizi.

Salah satu cara yang tepat untuk menekan obesitas yang terjadi pada masyarakat ialah pengaturan pola makan secara tepat dan baik untuk menurunkan obesitas. Selain menurunkan obesitas pada tubuh pola makan yang benar juga memberikan manfaat kesehatan bagi tubuh. Pola makan sehat selalu diidentifikasi dengan makanan rendah lemak dan tinggi protein. Pengabaian masyarakat terhadap jam makan yang tepat seringkali menjadi faktor manusia mengkonsumsi makanan lebih banyak diwaktu selanjutnya. Pola makan yang tidak sehat ini menjadi penyebab utama timbulnya obesitas karena ketidakstabilan makananan yang dikonsumsi dengan aktivitas fisik yang dilakukan.

Masyarakat perkotaan cenderung tidak memilih melakukan aktivitas fisik karena kesibukan. Ditambah, kemajuan teknologi yang membuat segala urusan menjadi mudah. Kemudahan mengakses informasi melalui *digital channel* dapat dimanfaatkan untuk mengkampanyekan bagaimana pola makan sehat yang tepat waktu agar masyarakat lebih mengetahui hal-hal yang baik untuk mencegah timbulnya obesitas. Serta, menjadikan media ini sebagai solusi yang memudahkan masyarakat untuk mengatur waktu polanya sendiri.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis melihat perlunya mengkampanyekan pola makan sehat yang tepat untuk anak muda usia 24-29 tahun sebagai salah satu bentuk pencegahan terhadap obesitas dengan memanfaatkan media *digital channel*.

1.2 Identifikasi Masalah

Penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengaruh ekonomi pendapatan masyarakat Bandung berpengaruh pada peningkatan pola konsumsi makanan jadi yang berdampak pada obesitas masyarakatnya.
2. Obesitas semakin meningkat seiring dengan gaya hidup masyarakatnya yang berhubungan dengan pola makan yang tidak tepat.

3. Pola makan yang tidak teratur terkait dengan waktu yang dimiliki masyarakat modern menjadikan masyarakat memilih cara *instant* untuk mendapatkan porsi tubuh ideal.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pengidentifikasian masalah, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi penyebab obesitas terjadi di masyarakat kota Bandung?
2. Bagaimana mengkampanyekan pola makan sehat dikalangan dewasa pekerja usia 24-29 tahun di kota Bandung?
3. Bagaimana memanfaatkan media yang tepat dan efektif untuk mengkampanyekan waktu pola makan sehat untuk mengurangi obesitas?

1.4 Ruang Lingkup

Dalam pengerjaan penelitian dan perancangan untuk tugas akhir ini, penulis menetapkan batasan sebagai berikut:

1. Apa
Permasalahan obesitas yang diidentifikasi adalah sebab dari pola makan yang tidak tepat dan benar.
2. Siapa
Objek penelitian penulis adalah pekerja dewasa yang berumur 24-29 tahun.
3. Mengapa
Perancangan media memfokuskan pada masyarakat perkotaan yang cenderung memiliki waktu pola makan yang tidak tepat.
4. Dimana
Kampanye pola makan sehat ini akan diterapkan di kota Bandung sebagai salah satu kota yang dikenal sebagai wisata kulinernya.
5. Bagaimana
Melalui pendekatan gaya hidup masyarakat perkotaan.

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan pengerjaan perancangan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengkampanyekan pola makan sehat dikalangan pekerja usia 24-29 tahun di kota Bandung.
2. Memanfaatkan sebuah media visual yang efektif untuk mengajak dan menarik perhatian pekerja dewasa dalam mengatur waktu pola makan yang benar sebagai usaha mengurangi akibat resiko obesitas.

1.6 Manfaat Perancangan

Perancangan media ini diharapkan dapat bermanfaat, baik bagi pembaca, instansi maupun penulis sendiri, diantaranya adalah sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Untuk Pembaca

Manfaat untuk pembaca adalah untuk menginformasikan pola makan sehat yang tepat sebagai salah satu tindakan untuk menjaga kesehatan dari obesitas, khususnya dikalangan pekerja dewasa yang berusia 24-29 tahun.

1.6.2 Manfaat Untuk Instansi

Manfaat untuk instansi Universitas Telkom adalah sebagai salah satu kontribusi ilmu dalam Desain Komunikasi Visual dan menjadikan hasil perancangan ini sebagai kampanye yang mampu memberikan solusi tepat melalui karya seni/desain sesuai dengan permasalahan pola makan sehat dalam pembahasan penelitian yang berkaitan dengan jurusan *advertising*.

1.6.3 Manfaat Untuk Penulis

Manfaat yang diperoleh penulis adalah ikut membantu permasalahan yang terjadi di masyarakat tentang obesitas serta menambah pengetahuan dan wawasan penulis akan pola hidup sehat melalui pengkonsumsian makan yang tepat dan manfaatnya bagi kesehatan.

1.7 Metode Penelitian

Dalam melakukan perancangan media penelitian penulis menggunakan beberapa metode penelitian kualitatif untuk menyempurnakan data yang telah didapat sebagai acuan untuk mencapai target sasaran. Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisa fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran manusia secara individu atau kelompok (M. Djunaidi dan Fauzan dalam Metodologi Penelitian Kualitatif, 2012:13).

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Studi Literatur

Metode berikut merupakan metode yang menggunakan teori-teori pada buku-buku yang mendukung penelitian atau referensi dan situs internet yang berkaitan dan berhubungan langsung dengan masalah yang diangkat sebagai bagian laporan tugas akhir. Dengan cara mempelajari berbagai sumber dari buku-buku ilmiah kesehatan makanan yang berkaitan dengan obesitas, perilaku konsumen, dan beberapa jurnal penelitian sejenis sebagai data primer yang digunakan. Serta pengamatan fenomena yang terjadi dengan menjadikan situs internet dan artikel majalah sebagai data sekunder.

2. Wawancara Mendalam

Ahli

Wawancara dalam penelitian ini mengutip pendapat para ahli mengenai permasalahan yang terjadi di masyarakat yaitu obesitas untuk memahami persepsi, perasaan, dan pengetahuan masyarakat. Sehingga, didapat beberapa data pendukung untuk nantinya akan ditemukan solusi yang tepat.

Target Audiens

Wawancara mendalam dengan mengambil sampel secara sengaja dengan memperhatikan kriteria yaitu merupakan pasien salah satu dokter terkait yang merupakan pekerja dewasa berat badan berlebih yang berusia 24-29 tahun digunakan untuk mengetahui perilaku target audiens.

3. Analisis

AOI

Guna menentukan penggunaan media yang tepat untuk mengatasi permasalahan diatas, penulis mengamati dan memahami segala bentuk perilaku target khalayak berdasarkan hubungannya dengan *activities*, *opinions*, dan *interests*.

| <i>Activity</i> | <i>Opinion</i> | <i>Interest</i> |
|------------------|------------------------|-----------------|
| Bekerja | Diri mereka sendiri | Keluarga |
| Hobi | Masalah-masalah sosial | Rumah |
| Peristiwa sosial | Politik | Pekerjaan |
| Liburan | Bisnis | Komunitas |
| Hiburan | Ekonomi | Rekreasi |
| Anggota klub | Pendidikan produk | Pakaian |
| Komunitas | Masa depan | Makanan |
| Belanja | Budaya | Media |
| Olahraga | | Prestasi |

Tabel 1. AOI Target Khalayak

Sumber: Sutisna, 2002

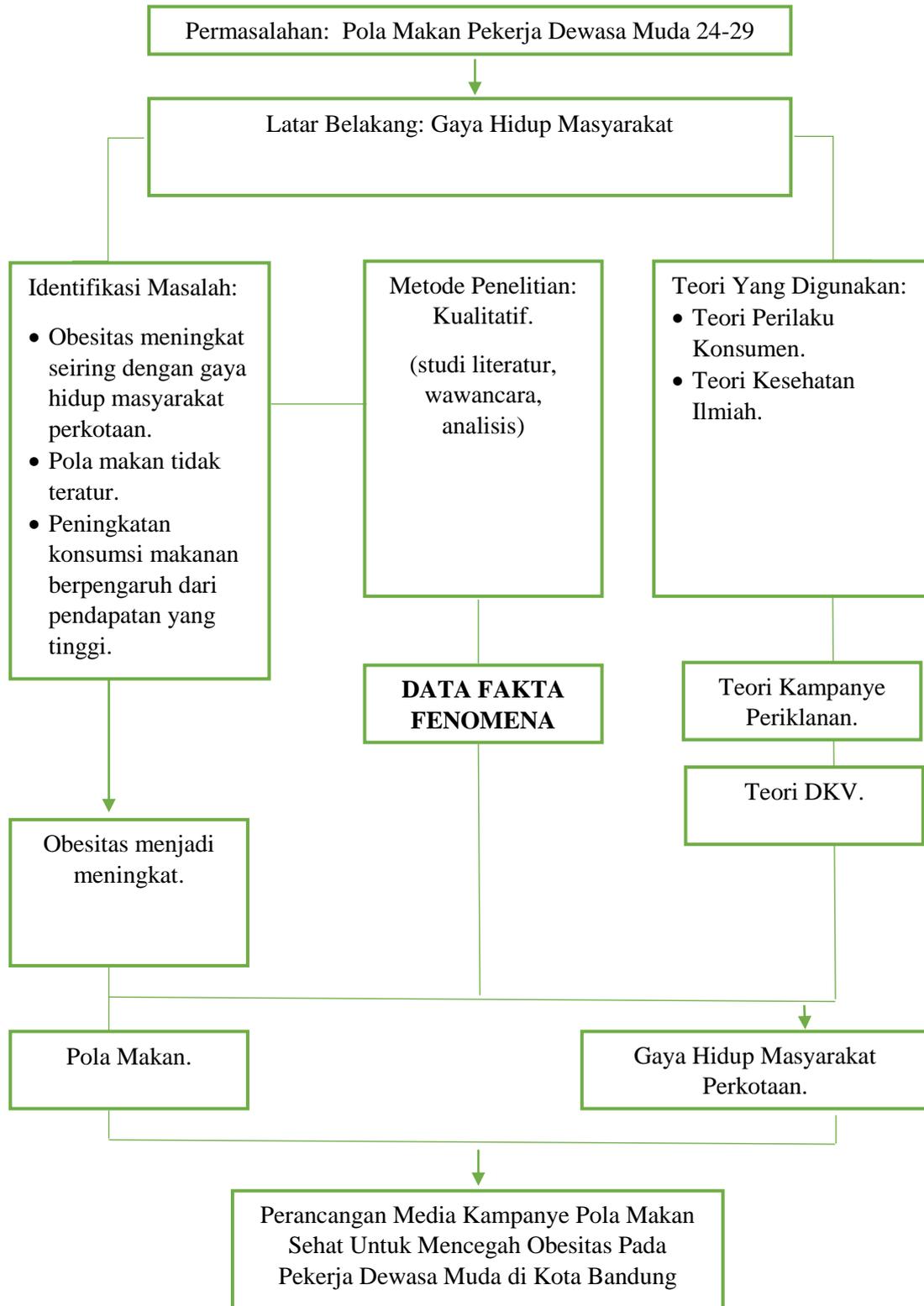
SWOT

Merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

AISAS

AISAS pertama kali ditemukan Dentsu pada tahun 2004 dan telah dipergunakan di Jepang sejak tahun 2005. AISAS bekerja dengan proses memberi perhatian atas keperdulian konsumen akan sesuatu (*attention*), lalu kemudian apabila konsumen merasa butuh dan tertarik (*interest*) maka konsumen bisa mencari tahu (*search*) informasi dan tindakan lanjut atas apa yang mereka ketahui (*act*). Apabila merasa hal tersebut memberikan dampak dan perubahan maka konsumen bisa berbagi apa yang didapat untuk kemudian diketahui oleh khalayak umum (*share*).

1.8 Kerangka Berpikir



Bagan 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Data Penulis

1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut,

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang informasi umum yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Menjelaskan dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan untuk digunakan sebagai dasar untuk merancang.

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH

Berisikan data-data hasil pengamatan yang berasal dari instansi yang berkaitan dengan penelitian, data khalayak sasaran, data proyek sejenis yang pernah dilakukan dan penilaiannya (seperti: jurnal penelitian), dan data hasil observasi, wawancara, kuisisioner. Analisa berupa analisis SWOT, tabel atau diagram, analisis sebab akibat, dan analisis perbandingan untuk menghasilkan konsep perancangan.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Bab ini berisikan konsep pesan (ide besar), konsep kreatif (pendekatan), konsep media (media yang digunakan, perencanaan media), hingga konsep visual. Konsep komunikasi pemasaran yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian. Hasil perancangan, mulai dari sketsa hingga penerapan visual.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian tugas akhir yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.