

PERANCANGAN KAMPANYE POLA TIDUR YANG BAIK BERUPA VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT BAGI MAHASISWA DKV DI KOTA BANDUNG

Ismawati Nasution¹, Dewi Iriani², Adi Surahman³

Program Studi Desain Komunikasi Visual^{1,2,3}

Sekolah Tinggi Teknologi Bandung. Jl. Soekarno Hatta No. 378 Bandung^{1,2}

Nasutionismawati8@gmail.com¹, dewiiriani@sttbandung.ac.id², adisurahman@gmail.com³

Abstrak

Saat ini tidur hingga larut malam sudah menjadi hal yang biasa, salah satunya bagi mahasiswa DKV di kota Bandung, yang selalu menghabiskan waktu tidurnya untuk begadang karena mengerjakan tugas, bermain game, maupun mengakses media sosial. Hal ini tentunya tidak baik bagi kesehatan, apalagi jika begadang terus dilakukan dalam jangka waktu yang panjang yang menyebabkan kurangnya jam tidur. Padahal tidur memiliki fungsi penting bagi tubuh yang tidak bisa digantikan. Oleh karena itu diperlukan sebuah upaya dalam mencegah terjadinya dampak negatif yang akan terjadi dari pola tidur yang buruk ini. Maka dari itu perancangan kampanye ini adalah untuk menyadarkan mengenai pentingnya pola tidur yang baik melalui iklan layanan masyarakat berupa video dengan penyampaian pesan berupa sindiran, dengan harapan bahwa mahasiswa-mahasiswi DKV di Kota Bandung dapat menerapkan pola tidur yang benar dan sehat.

Kata kunci :

Tidur, video, iklan layanan masyarakat, kampanye

Abstract

Now sleeping late into the night has become a habit, one of them Visual Communication Design's students in Bandung, who always stay up late because of working on assignments, playing games, or accessing social media. This certainly not good for health, especially if the habit of staying up all night occurs for a long period of time, it would cause a lack of sleep though sleep has an important role for the body that can not be replaced. So it need an action to prevent negative effect of bad sleeping habits. Therefore the design of this campaign is to raise awareness about the importance of good sleep habit through the video of public service announcements that contains messages in the form of innuendo. There is a hope that it would bring Visual Communication Design's students in Bandung to get good and health sleeping habits.

Keywords :

Sleep, videos, public service advertisements, campaign

I. PENDAHULUAN

Tidur pada malam hari merupakan kebutuhan dasar yang dibutuhkan oleh setiap orang, karena dengan tidur yang cukup maka tubuh akan berfungsi dengan normal. Banyak manfaat yang didapatkan ketika kita memiliki pola tidur yang baik, seperti memperpanjang hidup, meningkatkan daya ingat, mencegah peradangan, menghindari kecelakaan dan masih banyak manfaat lainnya[1].

Beberapa orang terkadang memiliki masalah kualitas tidur yang buruk, yaitu kurangnya jam tidur maupun jam tidur yang berlebihan. Jam tidur yang tidak beraturan ini sering di alami di usia remaja maupun dewasa. Ada beberapa faktor yang menjadi penyebab tidak beraturanya jam tidur, beberapa di antara nya yaitu; lingkungan, kelelahan, penyakit, gaya hidup, obat-obatan, merokok, *game*, media sosial, mengerjakan tugas kuliah, pekerjaan dan lain sebagainya.

Dampak negatif dari pola tidur yang buruk dapat terjadi pada siapa pun dan pada usia berapapun. Durasi tidur yang baik pada usia balita adalah 10 sampai 14 jam, sementara dampak negatif yang bisa terjadi jika kekurangan jam tidur pada usia tersebut yaitu, anak akan mudah rewel, tidak mudah berkonsentrasi, cepat lelah, dan juga menghambat tumbuh kembang anak dan beresiko obesitas. Durasi tidur pada usia remaja adalah 8 sampai 10 jam, pada usia dewasa

7 sampai 9 jam. Sementara dampak negatif yang bisa terjadi dari kekurangan jam tidur pada usia tersebut yaitu, gangguan kemampuan belajar, mudah marah, mudah lupa, depresi, obesitas, darah tinggi, menghambat pertumbuhan, tidak produktif, stroke dan resiko penyakit jantung. Selain itu, pola tidur buruk pada usia lanjut tidak baik bagi kesehatan, selain mudah lelah karena beraktivitas dampak buruk yang dapat terjadi yaitu gejala demensia yang akan menimbulkan penyakit Alzheimer karena durasi tidur yang dibutuhkan oleh usia lanjut adalah 7 sampai 8 jam.

Kurangnya jam tidur juga dialami oleh mahasiswa/mahasiswi DKV di kota Bandung. Sebagian besar dari mereka tidur lebih dari jam 12 malam, dengan alasan mengerjakan tugas kuliah, bermain game, dan mengakses media sosial. Hal ini menyebabkan terlambatnya bangun tidur sehingga terlambat masuk kelas, pikiran tidak fokus, tubuh kurang fit, wajah yang terlihat kusam, mudah lelah dan lain sebagainya.

Sebagian besar dari mereka beranggapan tugas yang diberikan dapat diselesaikan dengan mudah dan cepat, sehingga mengerjakan 3 hari atau 2 hari sebelum pengumpulan tugas, bahkan mengerjakan 1 hari sebelum pengumpulan yang akhirnya membuat mereka tidur hingga dini hari atau bahkan tidak tidur sebelum tugas yang akan dikumpulkan selesai. Mereka tahu, bahwa sering begadang akan berdampak buruk bagi kesehatan.

Jika begadang terus menerus dilakukan dan pola tidur yang baik terus diabaikan, dikhawatirkan akan mempengaruhi kesehatan dikemudian hari. Maka dari itu dibuatlah kampanye sosial berupa iklan layanan masyarakat melalui media video yang bertujuan untuk menyadarkan mahasiswa/mahasiswi agar peduli terhadap pola tidur yang baik demi kelangsungan hidup yang sehat. Dengan harapan bahwa kampanye ini akan menimbulkan kesadaran bagi mereka yang memiliki pola tidur yang tidak baik.

A. Perancangan Media

Dalam merancang video kampanye ini melalui beberapa tahap, diantaranya:

- 1) *Tahap Pra-produksi*:
 - 1) Menentukan tema
 - 2) Menentukan/memilih talent
 - 3) Menentukan lokasi *shooting*
 - 4) Membuat diagram plot
 - 5) Membuat *storyline*
 - 6) Membuat sinopsis
 - 7) Membuat naskah
 - 8) Membuat *storyboard*
 - 9) Menentukan/memilih talent
 - 10) Lokasi *shooting*
- 2) *Tahap Produksi*
Pada tahap produksi ini dilakukan proses shooting.
- 3) *Pasca-produksi*
 - 1) *Editing* video
 - 2) Koreksi warna
 - 3) Menambah suara
 - 4) *Rendering*
 - 5) *Publish*

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kampanye

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, kampanye dapat diartikan sebagai gerakan (tindakan) serentak (untuk melawan, mengadakan aksi, dan sebagainya)[3]. Pendapat lain mengatakan pengertian dari kampanye adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan secara terlembaga[4]. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa arti dari kampanye adalah kegiatan terorganisir yang bertujuan untuk menyerukan atau mengemukakan suatu hal.

B. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan dapat diartikan sebagai berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan [2]. Iklan layanan masyarakat menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum.

C. Pola Tidur

Tidur adalah suatu keadaan yang berulang-ulang disertai

perubahan status kesadaran yang terjadi selama periode tertentu[5]. Tidur sebagai keadaan tidak sadar yang relatif lebih responsif terhadap rangsangan internal[6]. Pola tidur yang baik akan mempengaruhi kesehatan setiap individu baik kesehatan mental maupun fisik.

III. KAJIAN PERMASALAHAN

A. Analisis Masalah

Berdasarkan hasil mengolah data dari *target audience* yang telah dikumpulkan, maka dibutuhkan analisa data sebagai data pendukung perancangan. Dalam hal ini, analisa yang digunakan dalam perancangan kampanye ini adalah analisa 5W + 1H dan analisis SWOT. Analisa 5W + 1H dilakukan untuk memecahkan masalah yang ada dan mencari solusi dari permasalahan yang ada, sementara analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui kelebihan serta kekurangan suatu perancangan kampanye.

B. 5W+1H

1) What (apa masalahnya)?

Mahasiswa yang tidur hingga larut malam disebabkan oleh:

- 1) Mengerjakan tugas
- 2) Bermain game
- 3) Mengakses media sosial

2) Who (Siapa targetnya)?

Target audience merupakan mahasiswa DKV di kota Bandung yang diambil sampel dari beberapa kampus, seperti STTB, UNIBI, dan Universitas Telkom yang merupakan sub urban dari kota Bandung.

3) Where (Dimana masalah ini terjadi)?

Masalah ini dapat terjadi dimana saja, tetapi perancangan ini lebih difokuskan kepada mahasiswa DKV di kota Bandung.

4) When (Kapan masalah ini terjadi)?

Masalah ini terjadi ketika mahasiswa mulai masuk dunia perkuliahan, karena tugas mulai bermunculan dan mereka bingung harus mengerjakan mana yang dulu, kemudian muncul rasa malas untuk mengerjakan tugas, dan lebih memilih bermain *game* atau membuka sosial media.

5) Why (Kenapa masalah ini terjadi)?

Kurangnya tingkat kesadaran mahasiswa/mahasiswi mengenai dampak yang akan terjadi, jika terus-menerus tidur hingga larut malam.

6) How (Cara mengatasi masalah)?

Merancang sebuah kampanye yang memberikan informasi mengenai dampak negatif yang akan terjadi dari seringnya tidur hingga larut malam dan juga menyadarkan mahasiswa/mahasiswi DKV kota Bandung agar peduli terhadap kesehatan, sehingga mereka dapat mengubah pola tidur.

C. SWOT

Analisa *SWOT* ini dilakukan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari suatu perancangan

kampanye kesadaran pola tidur yang baik bagi mahasiswa adalah sebagai berikut:

- 1) Strength
 - 1) Dapat diakses oleh setiap orang yang memiliki media sosial
 - 2) Dapat diakses dimana saja dan kapan saja
 - 3) Penyampaian pesan tidak memaksa
- 2) Weakness
 - 1) Harus memiliki akun sosial media
 - 2) Harus membuka instagram, facebook, atau youtube untuk bisa melihat video ini
 - 3) Harus memiliki kuota untuk melihat video ini
- 3) Opportunity
 - 1) Dapat dilihat oleh setiap orang yang memiliki sosial media
 - 2) Timbulnya kesadaran bahwa, tidur hingga larut malam tidak baik bagi kesehatan
 - 3) Masyarakat yang menonton video ini tidak akan sadar, bahwa ia sedang menyaksikan kampanye sosial
- 4) Threat
 - 1) Mahasiswa yang tetap tidak peduli dengan dampak negatif yang akan terjadi
 - 2) Ada media kampanye lain, seperti *mobile apps* dan poster

IV. KAJIAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI VISUAL

A. Segmentasi

1) Target Primer

Geografis : Kota Bandung

Demografis : Mahasiswa/mahasiswi DKV dengan usia 18 – 23 tahun

Psikografis : Memiliki kebiasaan tidur larut malam

2) Target Sekunder

Geografis : Umumnya seluruh wilayah Indonesia

Demografis : Semua usia, semua gender

Psikografis : Orang-orang yang peduli terhadap kesehatan.

Orang-orang yang dekat dengan target primer(keluarga, teman, pacar)

B. Targeting

Dengan adanya iklan layanan masyarakat ini diharapkan dapat merubah dan menyadarkan mahasiswa/mahasiswi DKV di kota Bandung khususnya dan umumnya bagi semua orang yang memiliki pola tidur yang tidak sehat. Maka dari itu untuk memperkenalkan atau memperlihatkan iklan layanan masyarakat ini dilakukan melalui media sosial berupa *instagram*, *facebook* dan *youtube* agar dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja. Selain itu *instagram*, *facebook* dan *youtube* juga merupakan media

sosial yang sering di akses oleh *target audience*.

C. Positioning

Sebuah kampanye mengenai pola tidur yang disajikan melalui iklan layanan masyarakat untuk mengajak mahasiswa/mahasiswi DKV di kota Bandung khususnya dan masyarakat Indonesia lainnya untuk merubah pola tidur mereka menjadi lebih baik.

D. Creative Brief

Merancang sebuah kampanye berupa video iklan layanan masyarakat dengan cara memperlihatkan aktivitas sehari-hari pada aktor yang selalu tidur hingga larut malam dengan tujuan agar *target audience* merasakan betapa lelahnya begadang jika terus-menerus dilakukan.

Menjelaskan tentang rincian umum dari sebuah perancangan yang dilakukan sehingga dapat mempermudah penulis untuk menyelesaikan perancangan ini.

Target Audience : Mahasiswa/mahasiswi DKV di Kota Bandung

Produk : Video kampanye tentang pola tidur

Job Description : Video

Durasi : 60 detik

1) Pencarian Data

1) Data tentang dampak kurang tidur

2) Jurnal dan Penelitian terkait

3) Kuesioner dan wawancara

2) Tujuan

Meningkatkan kesadaran kepada *target audience* agar merubah pola tidur mereka, sehingga tidak kekurangan jam tidur.

3) Media Habit

Target audience yang memiliki kebiasaan menggunakan gadget dan media sosial.

4) Big Idea

Tidur itu gratis. Kuota baru bayar!

E. Tone and Manner

Dalam perancangan ini ingin menyampaikan pesan secara menyindir kepada *target audience*, dengan menampilkan kegiatan yang biasa dilakukan oleh *target audience* hampir setiap harinya pada dinihari.

Pendekatan pesan perancangan : Emosional

Jenis Tampilan : Video Iklan Layanan Masyarakat

Gaya Penyampaian Pesan : Sindiran

F. Media Placement

Untuk media penerapannya, video iklan layanan masyarakat ini akan dipublikasikan media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *youtube*, maupun media sosial yang lain. Dipublikasikan baik dari akun khusus maupun dengan cara dibagikan dari akun pribadi dan akun lain yang ingin membagikannya.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan apa yang telah dibahas sebelumnya, tidur yang cukup merupakan hal yang penting bagi kesehatan setiap orang. Maka dari itu dibuat sebuah kampanye sosial berupa video iklan layanan masyarakat yang memperlihatkan kegiatan yang biasa dilakukan oleh target audience yang menyebabkan tidur hingga larut malam, dengan tujuan agar mereka sadar bahwa yang dilakukannya selama ini tidak baik untuk kesehatan.

Video iklan layanan masyarakat ini akan dipublikasikan melalui media sosial, karena dilihat dari kebiasaan target audience yang setiap harinya tak pernah lepas mengakses media sosial. Selain itu video ini dapat dilihat kapan saja dan oleh siapa saja. Dengan adanya perancangan ini diharapkan tumbuhnya kesadaran khususnya dari target audience dan umumnya bagi orang-orang yang memiliki masalah dalam pola tidur, dan juga memberikan informasi agar terhindar dari dampak negatif yang akan terjadi.

REFERENSI

- [1] Ana, Chy. 21 Manfaat Tidur untuk Kesehatan Tubuh. <https://manfaat.co.id/manfaat-tidur> (Diakses pada 3 Mei 2020)
- [2] <https://kbbi.web.id/iklan> (Diakses pada 10 Mei 2020)
- [3] <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kampanye> (Diakses pada 10 Mei 2020)
- [4] Venus, Antar. Manajemen Kampanye Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2012
- [5] Nurmansyah, Trusna. Hubungan informasi tentang tindakan keperawatan dengan pola tidur pasien dewasa di ruang rawat inap kelas III RSUD kota semarang. Jurnal. Semarang: Unimu. 2009
- [6] Martini, Santi. Pola Tidur yang Buruk Meningkatkan Risiko Hipertensi. Jurnal MKMI. Vol 14(3). 2018