

BAB II

ANALISIS DATA DAN FAKTA

2.1 Analisis Kelayakan Masalah

Pada saat ini, kesalahpahaman mengenai tidur masih banyak terjadi, contohnya, masih banyak orang yang menganggap tidur yang baik minimal 8 jam. Apabila kebiasaan ini masih dilakukan, kemungkinan akan terjangkit Hypersomnia yang berbahaya. Banyak dampak yang bisa ditimbulkan apabila penyakit ini tidak ditanggulangi. Ada tiga tahap gejala yang ditimbulkan dari hypersomnia, yaitu, tahap ringan, penderita akan mengalami kesulitan berkonsentrasi, mudah lupa, mudah stres, dll. Tahap sedang, penderita akan mengalami gangguan metabolisme dan hormonal, biasanya di tahap ini penderita bisa terserang penyakit diabetes. Bahkan dalam beberapa kasus, dalam tahap ini penderita bisa mengalami stres oksidatif atau kekurangan oksigen namun jantung bekerja lebih keras dari biasanya. Di tahap berat, penderita akan mengalami gangguan pada organ dalam seperti hati dan jantung, sehingga apabila dibiarkan bisa mengalami penyumbatan darah hingga kematian.

2.1.1 Root Cause Analysis

Berdasarkan analisis kelayakan masalah yang telah diuraikan diatas, maka Root Cause Analysis dalam penelitian ini menggunakan metode 5W+1H, antara lain:

- **What**

Hypersomnia, yaitu penyakit gangguan tidur yang bisa disembuhkan dengan menerapkan manajemen diri.

- **Who**

Mahasiswa Bandung, laki-laki. Memiliki sifat dinamis, senang bersantai, dan memiliki selera humor.

- **Why**

Dampak dari hypersomnia bukanlah hal yang sepele, maka dari itu hypersomnia perlu disosialisasikan.

- **When**

Saat ini, belum ada data resmi mengenai berapa jumlah pengidap hypersomnia. Hypersomnia bisa diatasi apabila penderita mulai menerapkan manajemen diri sedini mungkin.

- **Where**

Sosialisasi akan dilakukan di Kota Bandung, khususnya daerah-daerah yang terdapat banyak mahasiswa.

- **How**

Melakukan kampanye sosial adalah upaya agar masyarakat tahu mengenai hypersomnia dan bahayanya, selain itu solusi dari penyakit ini harus diketahui oleh masyarakat.

2.1.2 Matrikulasi SWOT

<p style="text-align: center;">Matrikulasi SWOT</p>	<p><i>Weakness</i></p> <p>Masih banyak yang belum mengetahui apa itu hypersomnia, dan banyak yang memiliki pemahaman yang salah mengenai pola tidur.</p>	<p><i>Threat</i></p> <p>Masih banyak kebiasaan yang membuat masyarakat memiliki pola tidur yang buruk.</p>
<p style="text-align: center;"><i>Strength</i></p> <p>Dengan adanya kampanye sosial mengenai bahaya hypersomnia, masyarakat bisa menjadi lebih waspada dan mulai memperbaiki pola tidurnya.</p>	<p><i>Strength-Weakness</i></p> <p>Kampanye ini bisa memberikan pemahan yang benar mengenai hypersomnia kepada target.</p>	<p><i>Strength-Threat</i></p> <p>Dengan kampanye ini, masyarakat sadar dan akan memiliki pola tidur yang baik.</p>
<p style="text-align: center;"><i>Opportunity</i></p> <p>Belum adanya kampanye mengenai bahaya hypersomnia.</p>	<p><i>Opportunity-Weakness</i></p> <p>Dengan belum ada kampanye hypersomnia sebelumnya, kampanye ini bisa berdampak lebih efektif.</p>	<p><i>Opportunity-Threat</i></p> <p>Kampanye ini akan terlihat mencolok bagi target.</p>

tabel 2.1 Matrikulasi SWOT

2.2 Problem Statement & Problem Solution

a. Problem Statement

Masih banyak masyarakat, terutama mahasiswa sebagai target utama, yang belum mengetahui pola tidur yang baik. Sebagian dari mereka masih memegang pemahaman yang salah, dan berpotensi terjangkit hypersomnia.

b. Problem Solution

Dari permasalahan di atas, dapat disimpulkan bahwa kampanye sosial bisa menjadi solusi, agar masyarakat mengetahui apa itu hypersomnia.

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Teori Utama

1. Kampanye Sosial

a. Pengertian kampanye

Pengertian kampanye secara umum yang dikenal sejak 1940-an, Kampanye secara umum yaitu menampilkan suatu kegiatan yang bertitik tolak untuk membujuk, dan telah banyak dikemukakan beberapa ilmuan, Adapun menurut beberapa ilmuan, para ahli, dan praktisi komunikasi didefinisikan sebagai berikut:

Leslie B. Snyder(2002)

Secara garis besar bahwa kampanye komunikasi merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung ditujukan

khalayak tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu.

Rogers dan Storey (1987)

Mendesripsikan bahwa kampanye sebagai serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu terhadap sebagian besar khalayak sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu.

Pfau dan parrot (1993)

Mengungkapkan bahwa suatu kampanye yang secara sadar, menunjang dan meningkatkan proses pelaksanaan yang terencana pada periode tertentu untuk bertujuan mempengaruhi khalayak sasaran tertentu.

Rajasundaram (1981)

Suatu kampanye merupakan suatu koordinasi dari berbagai perbedaan metode komunikasi yang memfokuskan perhatian pada permasalahan tertentu dan sekaligus cara pemecahannya dalam kurun waktu tertentu.

Pemaparan dari berbagai definisi para pakar mengenai kampanye tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu terdapat kegiatan – kegiatan diantaranya; 1). Adanya aktifitas proses komunikasi kampanye untuk mempengaruhi khalayak tertentu, 2). Untuk membujuk dan memotivasi khalayak untuk berpartisipasi, 3). Ingin menciptakan efek atau dampak tertentu seperti yang direncanakan, 4). Dilaksanakan dengan tema spesifik

dan narasumber yang jelas, 5). Dalam waktu tertentu natau telah ditetapkan, dilaksanakan secara terorganisasi dan terencana baik untuk kepentingan kedua belah pihak atau sepihak.

b. Segmentasi Khalayak ala Grunig

Dalam konteks kampanye perubahan sosial, James E. Grunig (Baran & Davis, 2000) menyarankan bahwa segmentasi khalayak harus dimulai dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut :

- Apakah khalayak memandang suatu situasi sebagai masalah atau tidak.
- Apakah khalayak terlibat atau tidak dalam situasi tersebut.
- Apakah khalayak merasa memiliki kontrol pribadi terhadap situasi tersebut atau tidak (kemampuan khalayak)
- Apakah khalayak berpikir mereka memiliki solusi yang mungkin dapat memecahkan masalah tersebut.

Arens (1999) mengatakan bahwa identifikasi dan segmentasi sasaran kampanye dilaksanakan dengan melakukan pemilihan segmentasi terhadap kondisi yaitu :

- Geografis : Daerah, jenis budak komunikasi
- Demografis : Jenis kelamin, usia, suku, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan sasaran
- Behavioristik : Status, gaya hidup, dan jenis perilaku lainnya

- Psikografis : Emosi, nilai budaya yang dianut.

c. Menentukan Pesan

Ada empat tahap yang perlu dilakukan dalam merencanakan pesan dan menurunkannya dari tema kampanye, yaitu :

- Mengambil persepsi yang berkembang di masyarakat berkenaan dengan hal yang akan dikampanyekan.
- Mencari celah dimana kita bisa masuk dan mengubah persepsi.
- Melakukan identifikasi elemen-elemen persuasi.
- Meyakinkan bahwa pesan sudah layak untuk disampaikan dalam program kampanye.

d. Tahapan Kampanye

Rancang program kampanye diperlukan sebuah perencanaan untuk menciptakan keteraturan dan kejelasan arah tindakan. Kampanye yang telah direncanakan merupakan tahap agar kampanye dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana program kampanye dapat dilakukan dalam beberapa tahap sebagai berikut.

- Analisis Masalah

Tahap awal dalam perancangan kampanye adalah melakukan analisis agar permasalahan dapat diidentifikasi dengan tepat, maka analisis hendaknya dilakukan secara terstruktur. Informasi yang terkumpul berhubungan dengan permasalahan harus dilakukan secara obyektif dan

tertulis serta memungkinkan untuk dilihat setiap saat, sehingga dapat menghindari pemecahan masalah yang kurang tepat.

- **Penyusunan Tujuan**

Tujuan harus disusun dalam bentuk tertulis dan bersifat realistik. Realistik dalam penyusunan ini merupakan hal yang harus dilakukan dalam proses perencanaan kampanye agar kampanye yang dibuat memiliki fokus terhadap tujuan yang ingin dicapai. Tujuan yang ingin dicapai dalam sebuah kampanye antara lain menyampaikan pesan baru, memperbaiki kesalahpahaman, menciptakan kesadaran, mengembangkan pengetahuan baru, menghilangkan prasangka, menganjurkan sebuah kepercayaan, mengkonfirmasi persepsi, serta mengajak khalayak untuk melakukan sesuatu.

- **Identifikasi dan Segmentasi Sasaran**

Identifikasi dan segmentasi sasaran perlu dilakukan karena kampanye tidak dapat ditujukan kepada semua orang secara acak. Identifikasi dan segmentasi sasaran yang berjalan dengan baik akan membuat proses selanjutnya menjadi lebih mudah, hingga akhirnya akan memperlancar proses pelaksanaan kampanye. Proses pelapisan sasaran akan mempermudah proses identifikasi dan segmentasi sasaran yaitu sasaran utama, sasaran lapis satu, sasaran lapis dua, dan seterusnya. Identifikasi dan segmentasi sasaran dilakukan dengan melihat karakteristik publik secara keseluruhan, kemudian dipilih sasaran mana yang akan diprioritaskan. Gregory Anne (dalam Iman Suryaman, Kampanye Bahaya

Kanker Payudara pada Wanita di Kota Bandung, 2010:65) membagi publik menjadi 3 jenis sebagai berikut.

a. Latent Public

Kelompok masyarakat yang menghadapi masalah berkaitan dengan isu kampanye, namun tidak menyadarinya. Kelompok masyarakat ini membutuhkan banyak informasi yang sifatnya informatif dan disajikan secara lengkap. Tahap perencanaan kampanye hendaknya dilakukan dari awal, sehingga masyarakat tidak merasa informasi yang disampaikan datang secara tiba-tiba tanpa adanya pengantar.

b. Aware Public

Kelompok masyarakat yang menyadari tentang adanya permasalahan tersebut. Informasi yang dimiliki oleh kelompok masyarakat ini lebih banyak dibandingkan dengan kelompok latent public. Informasi yang diperlukan tidak sekedar informatif, tetapi pada tahap yang lebih jauh dengan asumsi bahwa informasi yang mereka miliki telah memenuhi syarat informatif.

c. Active Public

Kelompok masyarakat yang mau bertindak sehubungan dengan permasalahan tersebut. Informasi yang ada pada kelompok masyarakat ini, selain cukup memadai juga telah melalui proses seleksi dan pemikiran yang lebih jauh.

Pesan telah dipikirkan secara matang dan siap untuk menentukan sikap. Komunikator memberikan arahan yang bersifat ajakan yang membuat kelompok masyarakat ini melakukan perubahan yang sesuai dengan tujuan pesan.

- Menentukan Sasaran

Pesan dalam kampanye merupakan sebuah sarana yang akan membawa kampanye sampai pada pencapaian tujuan kampanye. Tahap perencanaan adalah pembuatan tema kampanye. Tema kampanye merupakan ide utama yang bersifat umum, sebagai induk dari berbagai pesan yang akan disampaikan kepada sasaran. Tema dibuat kemudian dilakukan pengelolaan pesan yang akan disampaikan. Pesan merupakan pernyataan spesifik dengan ruang lingkup tertentu dan di dalamnya terkandung ide utama.

- Strategi dan Taktik

Strategi dan taktik merupakan pendekatan secara keseluruhan yang akan diterapkan dalam kampanye, atau untuk lebih mudahnya dapat disebut sebagai the big idea. Strategi dan taktik dapat diartikan sebagai pendekatan yang diambil untuk menuju pada suatu kondisi tertentu dari posisi saat ini, yang dibuat berdasarkan analisa masalah dan tujuan yang ditetapkan. Taktik sangat bergantung pada tujuan dan sasaran yang akan dituju program kampanye. Taktik yang digunakan akan semakin berkembang apabila permasalahan tujuan dan sasaran semakin kompleks.

- Evaluasi

Evaluasi berperan penting untuk mengetahui sejauh mana pencapaian yang dihasilkan kampanye. Evaluasi merupakan bagian yang terus berjalan seiring dengan kegiatan kampanye tersebut. Hasil evaluasi nantinya akan menjadi bahan tinjauan untuk program kampanye yang akan dilaksanakan di masa datang.

2. Komunikasi

Berdasarkan konteks dan tingkatan analisisnya, teori komunikasi dapat dibagi menjadi lima :

Intra Personal Communication

Yaitu proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Fokusnya adalah pada bagaimana jalannya proses pengolahan informasi yang dialami seseorang melalui sistem syaraf dan inderanya. Umumnya membahas mengenai proses pemahaman, ingatan, dan interpretasi terhadap simbol-simbol yang ditangkap melalui panca inderanya

Interpersonal Communication

Yaitu komunikasi antar perorangan dan bersifat pribadi baik yang terjadi secara langsung (non-media) atau tidak langsung (media). Fokus teori ini adalah pada bentuk bentuk dan sifat hubungan, percakapan, interaksi dan karakteristik komunikator.

Komunikasi Kelompok

Fokus pada interaksi diantara orang-orang dalam kelompok kecil. Komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antar pribadi, namun

pembahasannya berkaitan dengan dinamika kelompok, efisiensi dan efektifitas penyampaian informasi dalam kelompok, pola dan bentuk interaksi serta pembuatan keputusan.

Komunikasi Organisasi

Mengarah pada pola dan bentuk komunikasi yang terjadi dalam konteks dan jaringan organisasi. Komunikasi organisasi melibatkan bentuk-bentuk komunikasi formal dan informal. Pembahasan teori ini menyangkut struktur dan fungsi organisasi, hubungan antarmanusia, komunikasi dan proses pengorganisasiannya serta budaya organisasi.

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa yang ditujukan pada sejumlah khalayak yang besar. Proses komunikasi melibatkan ke empat teori sebelumnya. Teori ini secara umum memfokuskan perhatiannya pada hal-hal yang menyangkut struktur media, hubungan media dan masyarakat, hubungan antara media dan khalayak, aspek-aspek budaya dari komunikasi massa, serta dampak komunikasi massa terhadap individu.

a. Strategi Komunikasi

Interaksi

Menekankan gagasan emosi yang mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan ataupun kebingungan.

Transmisi Informasi

Fungsi bahasa, menghubungkan masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi

Langkah – langkah untuk mengembangkan komunikasi yang efektif antara lain :

1. Mengenali target audience

Audience sasaran yang sangat berpengaruh terhadap komunikator. Apa yang dikatakan, dan apa yang akan dikatakan, bagaimana mengatakannya, kapan mengatakannya, dimana mengatakannya dan siapa yang akan mengatakannya.

2. Menetapkan tujuan komunikasi

6 tahapan yang diinginkan komunikator antara lain ialah : keadaran, rasa suka, keingin tahuan, preferensi, keyakinan, pembelian

3. Merancang pesan

Setelah menetapkan respon audience komunikator beralih ke pembuatan pesan yang efektif, idealnya pesan harus mampu mengundang *Attention, Interest, search, action* dan *share*. Atau biasa disebut dengan istilah AISAS

3. Khalayak

a. Sikap Khalayak

Menurut kamus bahasa Indonesia oleh W.J.S Poerwodarminto, pengertian sikap adalah perbuatan yang didasari keyakinan berdasarkan norma-norma yang ada di masyarakat. Sikap yang ada pada seseorang setelah melihat iklan suatu kampanye akan menentukan seseorang

berperilaku. Khalayak sasaran akan mencari informasi mengenai berbagai alternatif untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Khalayak sasaran bisa saja mengandalkan pengalaman dan pengetahuan terdahulu atau mungkin mencari informasi dari sumber pribadi, sumber komersial, sumber publik dan sumber pengalaman (Kotler, 1997:190). Dikatakan juga bahwa sikap memiliki tiga komponen yaitu :

- **Komponen Kognitif**

Berhubungan dengan pengetahuan dan persepsi yang dikumpulkan dari kombinasi antara pengalaman dengan objek yang berhubungan dengan informasi dari dan berbagai sumber, yang biasanya berbentuk keyakinan.

- **Komponen Afektif**

Hal ini menyangkut masalah emosional subjektif yang positif atau negative yang menyertai sikap individu terhadap objek.

- **Komponen Behavior**

Merupakan kecenderungan seseorang untuk bertindak laku dengan cara tertentu terhadap suatu objek atau aktifitas tertentu.

Agar iklan dapat sampai kepada khalayak sasaran, perlu adanya daya tarik yang menarik perhatian audiens. Faktor – faktor yang menentukan perhatian dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori utama yaitu :

- **Determinan Pribadi**

Determinan pribadi merujuk kepada karakteristik individu yang memengaruhi perhatian. Faktor-faktor tersebut harus diperhatikan sebagai evaluasi strategi. Faktor-faktornya yaitu, kebutuhan atau motivasi, sikap, tingkat adaptasi dan rentang perhatian.

- **Determinan Stimulus**

Faktor yang dapat dikendalikan sehingga dapat meningkatkan perhatian. Menurut Darmadi Durianto, faktor-faktor pemerhati tersebut dapat ditampilkan melalui beberapa bentuk stimulus yang diantaranya adalah ukuran, warna, intensitas, kontras, posisi, gerakan, kebaruan, stimulus pemikat perhatian yang dipelajari dan juru bicara yang menarik.

b. Model Perilaku Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran mengambil banyak macam keputusan tindakan setiap hari. Faktor utama yang memengaruhi perilaku khalayak sasaran antara lain :

- **Kebudayaan**

Khalayak sasaran yang dibesarkan dalam sebuah masyarakat mempelajari seperangkat nilai dasar, persepsi, preferensi dan perilaku melalui sebuah proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan berbagai lembaga penting lainnya. Jadi seorang khalayak sasaran yang dibesarkan dalam kebudayaan tertentu akan mempunyai nilai-nilai kebudayaan tertentu pula (seperti nilai, prestasi dan keberhasilan, aktivitas, efisiensi

dan kepraktisan, kemajuan, kenyataan, kenyamanan materil, individualisme, kebebasan, kenikmatan eksternal, kemanusiaan dan sikap serta jiwa). Sikap dan tindakan individu dalam suatu masyarakat akan menimbulkan sikap dan tindakan yang cenderung homogen. Artinya, jika setiap individu mengacu kepada nilai, keyakinan, aturan dan norma kelompok, maka sikap dan perilaku mereka akan cenderung seragam.

- **Kelas Sosial**

Kelas sosial adalah sebetuk kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sejumlah masyarakat yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat dan tingkah laku sama.

c. Faktor-Faktor Sosial

Perilaku seorang Khalayak sasaran juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti :

- **Kelompok Referensi**

Perilaku seseorang amat dipengaruhi oleh berbagai kelompok-kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang.

- **Keluarga**

Para anggota keluarga dapat memengaruhi dengan kuat terhadap perilaku.

- Peranan dan Status

Sepanjang kehidupan, seseorang terlibat dalam beberapa kelompok, yaitu keluarga, klub dan organisasi. Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat diartikan sebagai peranan dan status.

- Faktor Pribadi

Keputusan seseorang juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia dan daur hidupnya, pekerjaannya, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

- Faktor Psikologis

Pilihan seseorang melakukan aksi tindakan juga dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi belajar, kepercayaan dan sikap.

4. Tidur

Tidur adalah keadaan istirahat alami pada berbagai binatang menyusui, burung, ikan, dan binatang tidak bertulang belakang seperti lalat buah *Drosophila*. Pada manusia dan banyak spesies lainnya, tidur penting untuk kesehatan.

Tanda tanda kehidupan seperti kesadaran, puls, dan frekuensi pernapasan mengalami perubahan. Dalam tidur normal biasanya fungsi saraf motorik juga saraf sensorik untuk kegiatan yang memerlukan koordinasi dengan sistem saraf pusat akan diblokade, sehingga pada saat tidur cenderung tidak bergerak dan daya tanggap pun berkurang

Fase peralihan dari sadar ke tidur disebut sebagai *pradormitium* dan fase peralihan dari tidur kembali ke sadar disebut sebagai *postdormitium*.

a. Fenomena kesalahpahaman Seputar Tidur

Kesibukan seringkali membuat tidur kita terganggu, atau tidak nyenyak. Hal ini tak hanya dialami oleh orang yang sering bekerja hingga larut malam. Namun kita sering mendengar mitos, sesuatu yang belum bisa dibuktikan kebenarannya, mengenai tidur yang membuat kita memutuskan sesuatu. Misalnya, tidak apa-apa jika beberapa hari ini tidur kita kurang, toh hari Sabtu dan Minggu kita bisa tidur lebih banyak. Agar tidak terjerumus dengan berbagai mitos seputar tidur ini, mari kita lihat apa yang sering kita dengar seputar tidur.

Membayar tidur

Mitos: Disarankan untuk membayar tidur saat bisa, seperti tidur sampai siang pada akhir minggu.

Fakta: Bangun siang saat akhir minggu memang terdengar menyenangkan, namun lebih penting jika mengatur jadwal tidur yang teratur setiap hari. Apabila ingin membayar tidur, lakukan saat menjelang siang hari, atau sekitar jam 11.00, maksimal dilakukan selama 45 menit. Waktu tidur dan bangun yang teratur akan membantu tertidur pada waktunya setiap malam. Efek samping dari kebiasaan yang salah bisa dirasakan langsung seperti berkurangnya daya fokus dan pusing atau disebut juga Inersia.

Berolahraga sore hari

Mitos: Berolahraga pada sore hari akan membuat lelah sehingga dapat tidur lebih cepat.

Fakta: Berolahraga secara teratur memang membuat kita lebih mudah tidur. Namun pastikan selesai berolahraga sedikitnya tiga jam sebelum tidur. Tubuh yang lebih dingin membuat kita lebih mudah tertidur, karena latihan meningkatkan suhu tubuh. Butuh minimal sekitar tiga jam untuk mengembalikan tubuh kita pada suhu normal.

Orangtua tidur lebih sedikit

Mitos: Bertambahnya umur membuat kita tidur kita makin berkurang, atau hanya membutuhkan tidur beberapa jam saja.

Fakta: Sepintas memang terlihat seperti itu, namun orang yang sudah tua membutuhkan waktu tidur yang sama dengan orang yang lebih muda, yaitu enam hingga tujuh jam sehari. Pola tidur mereka yang berubah: cenderung tidur lebih banyak saat siang hari, atau tidur-tidur ayam.

Mengistirahatkan otak

Mitos: Tidur diperlukan agar otak dapat beristirahat.

Fakta: Tidur memang sangat diperlukan, namun bukan otak yang butuh beristirahat, melainkan tubuh. Otak kita masih bekerja saat kita tidur, dan mengontrol fungsi-fungsi tubuh. Contohnya, bernafas.

Bangun tengah malam

Mitos: Jika terbangun tengah malam, sebaiknya tetap berbaring dan mencoba tidur kembali. Bangun hanya membuat terjaga lebih lama.

Fakta: Jika tidak dapat tertidur kembali dalam 15-20 menit, bangunlah. Pergilah ke ruangan lain, dan lakukan sesuatu yang rileks, seperti mendengarkan musik atau membaca. Bila hanya berbaring dan berusaha keras tidur kembali, Anda hanya akan merasa gelisah, dan sulit tidur kembali.

Tidur-tiduran dulu di kamar

Mitos: Sebelum benar-benar tidur, sebaiknya kita beraktivitas dulu di dalam kamar. Hal ini akan membuat siap tertidur.

Fakta: Makin banyak aktivitas yang Anda lakukan di kamar tidur - entah nonton TV, main internet- makin sulit Anda tertidur di sana . Sebaiknya gunakan kamar tidur hanya untuk tidur dan melakukan hubungan seksual.

Seks pada malam hari

Mitos: Berhubungan seks pada malam hari hanya akan membuat Anda segar dan terjaga terus.

Fakta: Sebenarnya, hubungan seks melepaskan hormon endorfin yang membuat Anda merasa nyaman dengan diri Anda. Melepaskan stres tentu membuat Anda lebih mudah tertidur.

Durasi tidur

Mitos: Durasi yang dibutuhkan untuk tidur yaitu minimal 8 jam

Fakta: Membiasakan untuk tidur lebih dari 8 jam hanya akan membuat terjangkitnya penyakit hypersomnia, dan akan memancing penyakit-penyakit serius seperti diabetes, depresi, hipertensi, dll. Bahkan tidur terlalu lama efek sampingnya bisa dirasakan langsung, seperti berkurangnya konsentrasi dan keseimbangan tubuh.

Mendengkur

Mitos: Mendengkur biasa terjadi, dan tidak membahayakan kesehatan.

Fakta: Memang umum terjadi, dan tidak membahayakan kebanyakan orang. Namun hal ini mungkin juga merupakan gejala kelainan tidur yang disebut “sleep apnea” yang dapat mengancam kesehatan. Jika Anda mendengkur dengan keras, dan ada jeda yang

panjang pada dengkurannya, konsultasikan pada dokter. Penyakit ini bisa diobati.

Minum alkohol

Mitos: Segelas anggur dapat membantu menenangkan Anda, dan membuat tidur lebih cepat.

Fakta: Minuman beralkohol dapat membuat Anda lelah, dan tidur lebih cepat (tidak heran jika minum terlalu banyak bisa membuat Anda ambruk), namun hal ini bisa membuat tidur Anda terbagi-bagi, dan terbangun sepanjang malam.

Penyakit seperti diabetes, hipertensi, depresi, obesitas, dll tidak ada hubungannya dengan pola tidur.

Fakta: Banyak penyakit yang mempunyai korelasi dengan kualitas tidur. Sebagai contoh, saat jam tidur, tekanan darah manusia mempunyai fase-fase tertentu, apabila terganggu, bisa menyebabkan terjangkitnya hipertensi, penyakit jantung, dan penyakit Kardiovaskular lainnya. Tidur yang kurang berkualitas juga dapat mengganggu kemampuan tubuh dalam menggunakan insulin, sehingga bisa terjangkit diabetes. Selain itu, kemampuan metabolisme tubuh akan berkurang dan meningkatnya hormon kortisol secara signifikan.

b. Macam macam Gangguan Tidur

Menurut Mohammad Takdir Illahi (2015), tidur yang baik untuk orang dewasa yaitu 6-7 jam perhari. Namun durasi tidur bisa dipengaruhi oleh

beberapa hal, termasuk penyakit gangguan tidur. Ada beberapa macam gangguan tidur beberapa diantaranya:

1. **Insomnia.** Adalah ketidakmampuan memenuhi kebutuhan tidur, baik itu secara kualitas maupun dalam hal kuantitas. Itu adalah sedikit dari *pengertian insomnia*. Macam gangguan tidur ini umumnya ditemui pada individu dewasa. Penyebabnya bisa karena gangguan fisik atau karena bisa juga karena faktor mental seperti adanya perasaan gundah atau pun gelisah.
2. **Parasomnia.** Adalah perilaku yang dapat mengganggu tidur atau muncul saat seseorang terlelap tidur. Gangguan ini umum terjadi pada anak-anak. Beberapa turunan parasomnia antara lain sering terjaga (contohnya : tidur berjalan, night terror), gangguan transisi bangun-tidur (contohnya : mengigau), parasomnia yang terkait dengan *tidur REM* (contohnya : mimpi buruk), dan lainnya (contohnya : bruksisme).
3. **Hypersomnia.** Macam ini adalah merupakan kebalikan dari insomnia, yaitu tidur yang berlebihan terutama pada siang hari atau keterlambatan waktu bangun. Gangguan ini dapat menyebabkan gangguan kesehatan, seperti kerusakan system saraf, gangguan pada hati atau ginjal, atau gangguan metabolisme (contohnya : hipertiroidisme). Pada kondisi tertentu, hypersomnia dapat digunakan sebagai mekanisme koping untuk menghindari tanggung jawab siang hari.
4. **Narkolepsi.** Adalah gelombang kantuk yang tak tertahankan yang muncul secara tiba-tiba pada siang hari. Gangguan ini disebut juga sebagai "serangan tidur" atau sleep attack. Penyebab pastinya belum diketahui.

Diduga karena kerusakan genetik system saraf pusat yang menyebabkan tidak terkendali lainnya periode tidur REM. Alternatif pencegahannya adalah dengan obat-obatan, seperti contohnya adalah amfetamin atau metilpenidase, hidroklorida, atau dengan *antidepresan* seperti imipramin hidroklorida. Sering kali narkolepsi tertukar dengan hypersomnia.

5. ***Sleep Apnea***. Macam gangguan tidur jenis yang satu ini adalah suatu kondisi terhentinya nafas secara periodik pada saat tidur. Kondisi ini diduga terjadi pada orang yang mengorok dengan keras, sering terjaga di malam hari, insomnia, mengatup berlebihan pada siang hari, sakit kepala disiang hari, iritabilitas, atau mengalami perubahan psikologis seperti hipertensi atau aritmia jantung.

c. Penyebab Hypersomnia

Penyebab hypersomnia antara lain :

Gangguan Tidur lainnya

seperti sleep apnea dan narkolepsi bisa menjadi salah satu penyebab terjadinya hypersomnia.

Stres dan depresi

Dua hal ini memang harus dihindari karena dapat menyebabkan banyak gangguan kesehatan jiwa, juga mental, tak terkecuali *hypersomnia*.

Kelelahan

Kelelahan akibat bekerja terlalu keras, gangguan tidur, kehamilan, atau kekurangan tidur merupakan salah satu penyebab utama *hypersomnia*.

Ketika merasa lelah, orang cenderung memutuskan tidur lebih lama, bahkan lebih dari sembilan jam, untuk mencoba agar segar kembali.

Kebiasaan Begadang

Sudah jelas begadang menjadi penyebab kongkret hypersomnia. Apalagi apabila kebiasaan tidur larut dan bangun siang ini sudah lama dilakukan.

Ketergantungan Obat

Menurut para ahli, ketergantungan obat bisa mengubah cara kerja otak kita, dan bisa menjadi penyebab terganggunya pola tidur kita.

Idiopatik

Ada penyebab hypersomnia yang masih bersifat idiopatik atau belum diketahui penyebabnya.

d. Gejala Hypersomnia

Pengidap hypersomnia memiliki beberapa gejala, namun gejala ini tidak bisa dijadikan sebagai diagnosa. Karena bisa saja gejala tersebut diakibatkan faktor lain. Sebaiknya kunjungi dokter apabila ingin mengetahui penyebab dari gejala-gejala tersebut. Gejala hypersomnia dapat berupa:

- Merasa lelah yang hebat sepanjang hari
- Selalu ingin tidur di siang hari

- Merasa tetap mengantuk meskipun telah tidur malam dan tidur siang
- Sulit berpikir dan membuat keputusan, pikiran tidak jernih
- Apati (kurang emosi, motivasi, atau antusiasme)
- Sulit berkonsentrasi dan mengingat
- Libido menurun

e. Dampak Hypersomnia

Dampak dari hypersomnia bukanlah hal yang sepele. Penyakit atau gangguan yang ditimbulkan dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

Ringan : Gangguan kinerja otak sehingga sulit berkonsentrasi, mudah lupa, depresi, dll

Sedang : Gangguan metabolisme dan hormonal. Sehingga membuat penderita mudah sakit. Bahkan dalam beberapa kasus ada yang sampai mengalami stres oksidatif, atau kekurangan oksigen namun jantung bekerja lebih keras daripada biasanya. Ini yang bisa menyebabkan kerusakan jantung hingga mati mendadak.

Berat : Gangguan organ dalam terutama hati dan jantung, apabila dibiarkan bisa mengakibatkan penyumbatan darah hingga kematian.

f. Tidur Siang

Tidur pada siang hari sering kali dihadapkan kepada stigma sosok yang malas atau kurang antusias dalam bekerja, namun hal itu tidak sepenuhnya benar. Justru tidur siang dapat meningkatkan produktivitas seseorang.

Fungsi Positif pada Tubuh

Jika berpikir tidur siang hanya bermanfaat untuk bayi, anak-anak, lanjut usia atau yang sedang sakit, maka sebaiknya berpikir ulang. Tidur siang diklaim dapat memengaruhi tubuh secara positif untuk kesehatan orang dewasa. Berikut ini beberapa manfaat di antaranya:

- Mengurangi rasa lelah.
- Meningkatkan konsentrasi.
- Memperbaiki mood.
- Meningkatkan kinerja, termasuk reaksi yang lebih cepat, daya ingat yang lebih baik, menekan kemungkinan kecelakaan, kesalahan dan kebingungan.

Studi dilakukan untuk membandingkan tiga cara untuk mengatasi kelelahan pada siang hari, yaitu menambah jam tidur malam, tidur siang dan mengonsumsi kafein. Tidur siang merupakan cara yang dianggap paling efektif.

Ketentuan Tidur Siang yang Dibutuhkan

Ada beberapa kondisi yang membuat tidur siang lebih dibutuhkan oleh orang dewasa.

- Orang dewasa yang cenderung mengalami kurang tidur pada malam hari, misalnya karena harus bekerja dengan jangka waktu yang panjang.
- Merasa lelah setelah beraktivitas atau rasa mengantuk yang tidak tertahankan.

Namun tidak semua orang bisa merasa nyaman saat tidur siang. Sebagian orang merasa jika tidur siang menjadi sulit untuk tidur pada malam hari, sementara sebagian lainnya memang tidak terbiasa tidur siang.

Tidur siang memang cara yang efektif sebagai relaksasi dan memulihkan tenaga, tapi sebagian orang dengan kondisi tertentu sebaiknya tidak mempraktekkan tidur siang, misalnya orang-orang dengan kondisi:

Sering mengalami gangguan tidur

Tidur siang yang singkat umumnya tidak akan memengaruhi waktu istirahat di malam hari, namun untuk yang mengalami insomnia atau gangguan tidur yang lain, hal ini dapat memperburuk kondisinya.

Inersia tidur

Yaitu disorientasi dan rasa pening setelah terbangun dari tidur yang sulit hilang.

Memperkirakan Waktu Ideal

Memanfaatkan tidur siang bukan berarti harus mengorbankan waktu tidur pada malam hari. Oleh karena itu, penting untuk memerhatikan hal-hal berikut ini.

- **Perhatikan jangka waktu.** Tidur siang dengan jangka waktu yang terlalu lama tidak disarankan. Coba sisihkan 15-30 menit saja sudah cukup untuk menghindari inersia tidur.
- **Buat perencanaan.** Menunda tidur siang hingga sudah terlalu mengantuk dapat membuat Anda tidak nyaman, bahkan berbahaya. Misalnya ketika menyetir kendaraan. Waktu tidur siang yang teratur bisa membuat terbiasa tidur dan bangun dengan lebih cepat.
- **Perkirakan asupan kafein.** Dibutuhkan beberapa waktu bagi kafein untuk berpengaruh setelah dikonsumsi. Sebaiknya sesuaikan asupan kopi atau teh agar tidak terlalu berdekatan dengan waktu tidur siang.
- **Pilih saat yang tepat.** Waktu terbaik untuk tidur siang adalah sebelum tengah hari atau sekitar jam 11.00. Tidur siang pada saat ini kemungkinannya lebih sedikit mengganggu tidur malam Anda.

Memanfaatkan tidur siang tidak ada salahnya, terutama jika kondisi memungkinkan. Namun jika tiba-tiba mengalami keinginan tidur siang yang lebih kuat dari biasa dan tidak ada alasan khusus yang membuat lelah secara berlebihan, konsultasikan kondisi diri kepada dokter.

g. Solusi Penyembuhan Hypersomnia

Hypersomnia dapat mengganggu aktifitas dan produktifitas seseorang. Untuk atasi hypersomnia ada banyak cara yang bisa dilakukan, diantaranya:

Kembalikan Pola Tidur

Memaksakan pola tidur kembali ke pola yang benar tentu adalah solusi yang paling utama. Tidur yang baik adalah 6-7 jam, dan beranjak tidur tidak lebih dari jam 10 malam. Bangunlah sebelum fajar terbit atau sekitar jam 4-5 pagi. Apabila masih mengantuk, lakukan aktifitas agar rasa kantuknya menghilang.

Olahraga Yang Teratur

Tentu tubuh yang terbiasa dengan olahraga akan memiliki metabolisme yang seimbang, sehingga sistem hormonal dalam tubuh akan normal dan otak akan bekerja dengan optimal.

Konsumsi Asupan Gizi yang Baik

Asupan gizi yang baik akan membuat susunan kimia dalam otak akan seimbang, sehingga rasa kantuk hanya akan muncul pada waktu yang semestinya saja.

Konsultasi Dengan Dokter

Apabila ketiga solusi di atas sudah dijalankan tapi kantuk yang berlebihan masih terasa, segera kunjungi dokter agar keluhan gangguan tidur dapat diobati dengan baik.

h. Perbedaan Hypersomnia dan Narkolepsi

Hypersomnia sering kali tertukar dengan narkolepsi, namun keduanya memiliki perbedaan sebagai berikut:

	Hypersomnia	Narkolepsi
Durasi serangan	1-2 jam	<1 jam
Onset	Gradual	Mendadak
Kontrol	Dapat dikontrol	Tidak dapat dikontrol
Variasi diurnal	Memburuk pagi hari	Memburuk malam hari
Tempat terjadi serangan	Jarang di tempat asing	Sering di tempat asing
Tidur di malam hari	Lama, dalam	Terputus

tabel 2.2 Perbedaan Hypersomnia dan Narkolepsi

i. Pendapat Dr. Andreas Prasadja, RPSGT



Gambar 2.1

Beliau adalah seorang dokter ahli gangguan tidur. Beliau berpendapat, apabila kita merasakan kantuk yang berlebihan, atau hypersomnia apabila kita tahu konteksnya, perhatikan bagaimana saat kita tidur, minta orang lain untuk memperhatikan beberapa gejala penyakit tidur lainnya, beliau berpendapat gejala tersebut ialah:

Sleep Paralysis

Sleep paralysis biasanya ditandai dengan susah bangun dan ingin berteriak, atau orang sunda biasanya menyebutnya dengan *eureup-eureup*. Apabila sering mengalaminya dan sering merasa ngantuk yang sangat hebat, itu adalah indikasi hypersomnia dengan penyebab gangguan tidur lainnya.

Periodically movement in-sleep

Biasanya gejala ini ditandai dengan kaki yang bergerak-gerak cepat secara periodik.

Sleep Apnea

Ini biasanya gejala yang paling umum, *Sleep apnea* adalah gangguan nafas ketika tidur. Biasanya ditandai dengan mendengkur.

Apabila kita mengalami hypersomnia tapi tidak menemukan gejala di atas, kita cari penyebab lainnya seperti stres dan depresi, atau mungkin kita kelelahan atau sering begadang. Atau mungkin dalam pengaruh obat yang membuat kita terjankit hypersomnia. Apabila masih tetap belum ditemukan penyebabnya, segera konsultasikan dengan dokter, karena itu adalah hypersomnia yang disebabkan idiopatik atau belum ditemukan sumbernya, di Indonesia sendiri belum ada riset yang dilakukan. Namun, negara Amerika Serikat sedang melakukan riset ini yang diselenggarakan oleh organisasi *Hypersomnia Foundation*.

Hypersomnia dapat mengganggu aktifitas dan produktifitas seseorang. Untuk atasi hypersomnia ada banyak cara yang bisa dilakukan, diantaranya:

Perbaiki Pola Tidur

Tidur yang baik tidak kurang dari 6 jam dan tidak lebih dari 7 jam, salah satu penyebab hypersomnia adalah tidur lebih dari 7 jam per malamnya. apabila pada siang hari masih terasa mengantuk, hilangkan

dengan cara mencari aktifitas lain, atau bisa juga dengan tidur siang selama 15-30 menit untuk menghindari inersia tidur.

Olahraga Yang Teratur

Tentu tubuh yang terbiasa dengan olahraga akan memiliki metabolisme yang seimbang, sehingga sistem hormonal dalam tubuh akan normal dan otak akan bekerja dengan optimal.

Konsumsi Asupan Gizi yang Baik

Asupan gizi yang baik akan membuat susunan kimia dalam otak akan seimbang, sehingga rasa kantuk hanya akan muncul pada waktu yang semestinya saja.

Konsultasi Dengan Dokter

Apabila ketiga solusi di atas sudah dijalankan tapi kantuk yang berlebihan masih terasa, segera kunjungi dokter agar keluhan gangguan tidur dapat diobati dengan baik.

5. Dewasa Dini

Masa dewasa dini dimulai pada umur 18-40 tahun. Saat perubahan fisik dan psikologis yang menyertai berkurangnya kemampuan reproduktif.

Dewasa Dini Sebagai Masa Bermasalah

Dalam tahun-tahun awal masa dewasa banyak masalah baru yang harus dihadapi seseorang. Masalah-masalah baru ini dari segi utamanya berbeda

dari masalah-masalah sebelumnya. Anak-anak muda muda telah dihadapkan pada banyak masalah dan mereka tidak siap untuk menghadapinya.

Dewasa Dini Sebagai Masa Pengaturan

Telah dikatakan bahwa masa anak-anak dan masa remaja merupakan periode pertumbuhan dan masa dewasa dini merupakan masa pengaturan. Periode ini sangat sulit sebab sejauh ini sebagian besar anak mempunyai orang tua, guru, teman atau orang-orang lain yang bersedia menolong mereka mengadakan penyesuaian diri. Sekarang, sebagai orang dewasa, mereka diharapkan menyesuaikan diri secara mandiri. Apabila menemui kesulitan, mereka enggan meminta nasihat dan pertolongan orang lain karena enggan dianggap “belum dewasa”

2.3.2 Teori Pendukung

1. Desain

a. Pengertian Desain

Desain merupakan perencanaan dalam pembuatan sebuah objek, sistem, komponen atau struktur. Kemudian, kata “desain” dapat digunakan sebagai kata benda maupun kata kerja. Dalam artian yang lebih luas, desain merupakan seni terapan dan rekayasa yang berintegrasi dengan teknologi. Desain dikenakan pada bentuk sebuah rencana, dalam hal ini dapat berupa proposal, gambar, model, maupun deskripsi. Jadi dapat dikatakan, desain merupakan sebuah konsep tentang sesuatu. Desain lahir dari penerjemahan kepentingan, keperluan, data maupun jawaban atas

sebuah masalah dengan metode-metode yang dianggap komprehensif, baik itu riset, brainstorming, pemikiran maupun memodifikasi desain yang sudah ada sebelumnya.

Seorang perancang atau orang yang mendesain sesuatu disebut desainer, namun desainer lebih lekat kaitannya dengan profesional yang bekerja dilingkup desain yang bekerja untuk merancang sesuatu yang menggabungkan atau bereksplorasi dalam hal estetika dan teknologi. Desainer menjadi kata depan untuk menspesifikasi bentuk pekerjaan apa yang secara profesional digarapnya, seperti desainer fashion, desainer komunikasi visual, desainer interior, desainer grafis, dan sebagainya.

lebih spesifik desain merupakan sebuah aktifitas yang bertujuan untuk membangun kualitas multi elemen dalam sebuah objek, proses, layanan dan sistem mereka dalam siklus hidup produk tersebut. Oleh karena itu, desain merupakan faktor utama inovasi manusia dalam teknologi dalam prosesnya berintegrasi dengan budaya, sosial dan ekonomi.

Mendesain merupakan sebuah pola perncangan yang melalui berbagai proses dan pertimbangan estetika, fungsi, masalah, survei dan banyak aspek lain, sehingga seorang yang memilih berprofesi sebagai desainer membutuhkan keahlian, penelitian, pemikiran, model dan pengalaman tertentu dalam orientasinya meng-out-put sebuah karya desain.

Sehubungan dengan defenisi tersebut untuk menemukan nilai struktural, organisasi, fungsi dan ekspresi dengan bidang lain, desain mengemban tugas besar dalam meningkatkan kelestarian global dalam hal lingkungan dan pengolahannya, desain juga dituntut mampu memberikan manfaat dan kebebasan kepada seluruh

komunitas manusia baik secara individu, maupun kolektif, desain memiliki implikasi yang cukup luas dalam pembentukan pola berpikir pasar karna desain menjadi salah satu pendukung keanekaragaman budaya dari berbagai belahan dunia, sehingga desain harus hadir dengan form yang mapan saat lahir sebagai sebuah produk baik dalam teori, visual maupun objek dan koheren dengan kompleksitas yang muncul ditengah-tengah masyarakat. desain saat ini melibatkan spektrum yang luas dimana berbagai profesi, produk, layanan, grafis, interior, arsitektural dalam berbagai aspek kehidupan. Dengan demikian, desainer muncul sebagai individu maupun komunitas yang bertanggung jawab dalam perkembangan dunia yang multi-dimensional.

Dengan defenisi desain yang cukup luas, desain memiliki segudang spesifikasi yang profesional dibidangnya masing-masing, dan belum ada satu institusi yang dapat mengumpulkan semua manifesto desain tersebut secara keseluruhan, meski demikian bukan berarti kita tidak menemukan sekolah-sekolah yang memprakarsai lahirnya desainer-desainer.

b. Prinsip – Prinsip Dasar Desain

Setiap unsur-unsur visual harus dikenali secara cermat sehingga dapat berperan optimal saat satu sama lain dipadukan/dirancang. Tidak ada metode perancangan desain yang paling shahih. Setiap perancang dapat mengembangkan metodenya masing-masing sesuai dengan pola kebiasaan, alat yang digunakan, lingkungan tempat kerja, dsb. Sekalipun begitu terdapat beberapa prinsip perancangan yang dapat dijadikan pedoman untuk menghasilkan mutu perancangan yang berhasil guna.

Unity (Kesatuan)

Sebuah media komunikasi visual terdiri dari elemen-elemen seperti headline, body text, ilustrasi, warna, garis, dll. Semua elemen ini harus dirancang sedemikian rupa sehingga memberikan keseluruhan efek yang menyatu dan terpadu

Variety (Keragaman)

Meskipun demikian, dalam sebuah rancangan media komunikasi visual, keragaman atau variasi sangat dibutuhkan untuk menghindari kesan monoton

Contrast (Kontras)

Contrast adalah upaya untuk membuat penonjolan sebuah unsur (atau kelompok unsur) melalui berbagai cara: kontras nada, kontras arah, kontras ukuran, kontras bentuk. Putuskan unsur mana yang akan ditonjolkan. Bila anda memberi seluruh unsur penonjolan yang sama, media anda akan berakhir tanpa penonjolan sama sekali

Harmony (Keselarasan)

Seluruh unsur tata letak harus saling bekerjasama dan tidak saling bertentangan satu sama lain. Bentuk, huruf, nada dan tekstur harus ditaata secara harmonis sehingga secara keseluruhan enak dipandang

Proportion(Kesepadanan/Sebanding)

Semua unsur harus sepadan. Tinggi dan lebar huruf, point huruf dengan lebar naskah, gambar dengan naskah

Rhythm (Irama)

Media cetak adalah media statis, namun mata pembaca sesungguhnya dapat dibimbing dan diarahkan sehingga mencapai seluruh bagian rancangan. Setiap unsur disusun agar dapat membantu mata bergerak dalam suatu gerakan yang terstruktur. Tempatkan unsur-unsur secara terencana sehingga mata mulai bergerak dari tempat yang anda inginkan hingga ke seluruh bagian. Gerakan mata sebaiknya diarahkan agar mengalir dengan irama yang nyaman. Pola Z dan S adalah susunan yang umum dipergunakan

Balance (Keseimbangan)

Dengan keseimbangan kita mengendalikan ukuran nada, berat dan posisi unsur-unsur dalam sebuah rancangan. Unsur-unsur yang tertata seimbang terlihat aman dan nyaman oleh mata, Cara menguji keseimbangan dengan cara menguji hubungan bagian kiri dan kanan. Pada dasarnya, terdapat dua bentuk keseimbangan yaitu formal dan informal.

Keseimbangan formal.

Rancangan yang seimbang formal mempunyai unsur-unsur berat, ukuran, bentuk yang sama pada sisi kanan dan sisi kiri dalam suatu garis

vertikal imajiner yang di gambarkan di pusat rancangan. Rancangan yang simetris memberikan kesan stabilitas dan konservatisme, tetapi pada suatu saat terlihat tidak imajinatif

Keseimbangan informal

Dalam keseimbangan informal obyek ditempatkan secara acak dalam halaman tetapi secara keseluruhan tampak seimbang. Bentuk penyusunan ini memerlukan pemikiran ketimbang keseimbangan formal bisimetris sederhana, tetapi efeknya dapat imajinatif dan dinamis

c. Elemen- Elemen Desain

Christine Suharto Cenadi (1999:5) menyebutkan bahwa elemen-elemen desain komunikasi visual diantaranya adalah tipografi, ilustrasi, dan simbolisme. Elemen-elemen ini dapat berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan penggunaan media.

Tata Letak Perwajahan (*Layout*)

Pengertian layout menurut **Graphic Art Encyclopedia (1992:296)** “*Layout is arrangement of a book, magazine, or other publication so that and illustration follow a desired format*”. Layout adalah merupakan pengaturan yang dilakukan pada buku, majalah, atau bentuk publikasi lainnya, sehingga teks dan ilustrasi sesuai dengan bentuk yang diharapkan. Lebih lanjut dapat dikatakan bahwa: “*Layout includes directions for marginal data, pagination, marginal allowances, center headings and side head, placement of illustration.*” Layout juga meliputi

semua bentuk penempatan dan pengaturan untuk catatan tepi, pemberian gambar, penempatan garis tepi, penempatan ukuran dan bentuk ilustrasi. Menurut Smith (1985) dalam Sutopo (2002:174) mengatakan bahwa proses mengatur hal atau pembuatan layout adalah merangkaikan unsur tertentu menjadi susunan yang baik, sehingga mencapai tujuan

Tipografi

Menurut **Frank Jefkins (1997:248)** tipografi merupakan:

“Seni memilih huruf, dari ratusan jumlah rancangan atau desain jenis huruf yang tersedia, menggabungkannya dengan jenis huruf yang berbeda, menggabungkan sejumlah kata yang sesuai dengan ruang yang tersedia, dan menandai naskah untuk proses typesetting, menggunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda. Tipografi yang baik mengarah pada keterbacaan dan kemenarikan, dan desain huruf tertentu dapat menciptakan gaya (style) dan karakter atau menjadi karakteristik subjek yang diiklankan.”

Wirya (1999:32) mengatakan bahwa beberapat tipe huruf mengesankan nuansa-nuansa tertentu, seperti kesan berat, ringan, kuat, lembut, jelita, dan sifat-sifat atau nuansa yang lain.

Ilustrasi

Ilustrasi dalam karya desain komunikasi visual dibagi menjadi dua, yaitu ilustrasi yang dihasilkan dengan tangan atau gambar dan ilustrasi yang dihasilkan oleh kamera atau fotografi. Menurut Wirya (1999:32)

ilustrasi dapat mengungkapkan sesuatu secara lebih cepat dan lebih efektif daripada teks

Fungsi ilustrasi menurut Pudjiastuti (1997:70) adalah:

“Ilustrasi digunakan untuk membantu mengkomunikasikan pesan dengan tepat dan cepat serta mempertegas sebagai terjemahan dari sebuah judul, sehingga bisa membentuk suatu suasana penuh emosi, dari gagasan seakan-akan nyata. Ilustrasi sebagai gambaran pesan yang tak terbaca dan bisa mengurai cerita berupa gambar dan tulisan dalam bentuk grafis informasi yang memikat. Dengan ilustrasi, maka pesan menjadi lebih berkesan, karena pembaca akan lebih mudah mengingat gambar daripada kata-kata.

Simbolisme

Simbolisme sangat efektif digunakan sebagai sarana informasi untuk menjembatani perbedaan bahasa yang digunakan karena sifatnya yang universal dibanding kata-kata atau bahasa. Bentuk yang lebih kompleks dari simbol adalah logo. Logo merupakan identifikasi dari sebuah perusahaan karena logo harus mampu mencerminkan citra, tujuan, jenis, serta objektivitasnya agar berbeda dari yang lainnya. Farbey (1997:91) mengatakan bahwa banyak iklan memiliki elemen-elemen grafis yang tidak hanya terdapat ilustrasi, tetapi juga terdapat muatan grafis yang penting seperti logo perusahaan atau logo merek, simbol perusahaan, atau ilustrasi produk.

Warna

Warna merupakan elemen penting yang dapat mempengaruhi sebuah desain. Pemilihan warna dan pengolahan atau penggabungan satu dengan lainnya akan dapat memberikan suatu kesan atau image yang khas dan memiliki karakter yang unik, karena setiap warna memiliki sifat yang berbeda-beda. Danger (1992:51) menyatakan bahwa warna adalah salah satu dari dua unsur yang menghasilkan daya tarik visual, dan kenyataannya warna lebih berdaya tarik pada emosi daripada akal.

Animasi

Penggunaan unsur-unsur gerak atau disebut animasi khususnya dalam multimedia akan menimbulkan kesan tersendiri bagi yang melihatnya. Istanto (2001:61) mengatakan bahwa konsep dari animasi menggambarkan gerak sehingga dapat mendukung tampilan secara lebih dinamis.

Suara

Suara merupakan elemen pendukung yang digunakan untuk lebih menghidupkan suasana interaksi. Dalam multimedia interaktif, suara dibedakan menjadi dua, yaitu suara utama dan suara pendukung. Suara utama adalah suara yang mengiringi pengguna selama interaksi berlangsung, sedang suara pendukung merupakan suara yang terdapat pada tombol-tombol navigasi.

2.4 Kerangka Perancangan Tugas Akhir

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, Data dan Fakta, Identifikasi Masalah Umum dan Identifikasi Masalah Khusus.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas analisa data dan tentang teori-teori yang yang sesuai serta dapat digunakan untuk mendukung penyelesaian masalah dan pencapaian tujuan.

BAB III : PERENCANAAN SRATEGI KOMUNIKASI

Bab ini membahas identifikasi target, strategi pesan, dan strategi media

BAB IV : KONSEP KREATIF PERANCANGAN VISUAL

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai konsep yang akan dipakai dalam kampanye sosial mengenai hypersomnia.

BAB 5 : PENUTUP

Bab ini menjelaskan kendala penulis saat mengerjakan tugas akhir dan saran untuk perancangan kedepannya.