

BAB III ANALISIS DATA

3.1. Data

Pada perancangan kampanye sosial tentang manfaat melakukan olahraga di sela waktu kerja, akibat dari kesibukan dalam bekerja membuat pekerja merasa tidak mempunyai waktu luang untuk berolahraga dan berdampak pada kesehatan mereka.

Terlalu sibuk bekerja, pola hidup yang kurang sehat dan kurangnya aktifitas berolahraga menimbulkan gangguan kesehatan.

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Kota Bandung Menurut Usia dan Jenis Kelamin
Sumber : BPS Kota Bandung

Data Jumlah Penduduk Kota Bandung Menurut Usia dan Jenis Kelamin

Kelompok umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
0 – 4	108.858	104.289	213.156
5 – 9	100.151	94.921	195.072
10 – 14	91.862	89.224	181.086
15 – 19	113.372	116.723	230.095
20 – 24	135.914	127.721	263.635
25 – 29	122.215	112.619	234.834
30 – 34	144.632	107.780	222.412
35 – 39	101.066	97.977	199.043
40 – 44	90.731	89.685	180.416
45 – 49	75.851	77.848	153.699
50 – 54	64.659	65.480	130.139
55 – 59	51.485	51.071	102.556
60 – 64	32.401	31.556	63.957
65+	50.077	61.292	111.369
Jumlah Total	1.253.274	1.228.195	2.481.469

Tabel 3.2 Status Pekerjaan Penduduk Kota Bandung
Sumber : BPS Kota Bandung

Status Pekerjaan Penduduk Kota Bandung

Jumlah penduduk 15 Tahun Ke Atas Menurut Jenis Kegiatan

Kegiatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
Angkatan Kerja	749.718	442.083	1.192.521
Bekerja	686.608	398.921	1.804.989
Pengangguran	63.650	43.882	107.532
Bukan Angkatan Kerja	210.134	504.779	714.913
Sekolah	124.095	103.077	227.172
Mengurus Rumah Tangga	16.487	370.824	387.311
Lainya	69.552	30.878	100.430
Jumlah	959.852	947.582	1.907.434

Tabel 3.3 Status Pekerjaan Penduduk Kota Bandung Menurut Usia dan Jenis Kelamin

Sumber : BPS Kota Bandung

Jumlah penduduk 15 tahun Ke Atas yang Bekerja Menurut Usia dan Jenis Kelamin

Usia	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
15 – 24	99.828	79.950	179.779
25 – 29	94.617	53.204	147.821
30 – 34	99.559	50.883	150.442
35 – 44	184.437	104.680	189.117
45 – 54	131.369	77.509	208.878
55 – 59	39.817	18.547	58.364
60 – 64	18.731	3.176	21.907
65+	17.709	10.972	28.681
Jumlah	686.068	398.921	984.989

3.1.1. Observasi

Observasi dilakukan kepada beberapa responden yang jarang berolahraga dan yang rutin berolahraga selama beberapa hari untuk melihat keseharian serta melihat perbedaanya, dan didapatkan hasil berupa :

Tabel 3.4 Data hasil Observasi

Waktu	Responden A	Responden B
06.00	Bangun pagi	Bangun pagi
06.30	-	Makan pagi
07.00	Buka laptop atau gadget lain, (cek jadwal kerja – proses kerja – serta berselancar di internet.	Olahraga / beres-beres rumah
07.30	Beres beres kamar	Istirahat
07.45	Mandi	Mandi
08.00	Makan pagi sembari bermain gadget	Buka laptop / main gadget
08.15	Bersiap pergi kerja	Pergi kerja
08.45	Sampai di tempat kerja	Sampai di tempat kerja
09.00	Bekerja	Bekerja
12.40	Istirahat kerja	Istirahat kerja
13.00	Makan di kantin atau pantry	Makan di kantin atau pantry
13.30	Kembali bekerja	Kembali bekerja
17.00	Prepare untuk pulang kerja	Prepare untuk pulang kerja
17.15	Pulang kerja	Pulang kerja
17.30	Hangout	Pulang ke rumah lalu makan
18.00	-	Pergi ke gym
19.00	-	Olahraga
20.00	Pulang ke rumah	Pulang ke rumah
21.30	Sampai rumah lalu mandi	Sampai rumah lalu mandi
21.00	Nonton tv, atau bermain gadget	Nonton tv atau bermain gadget
22.00	Tidur	Tidur.

Dari hasil observasi didapatkan perbedaan antara responden yang memiliki kecenderungan tidak berolahraga lebih banyak menghabiskan waktunya dengan hangout atau nongkrong dan bermain *gadget* daripada responden yang rutin berolahraga.

3.1.2. Data Wawancara

Berdasarkan hasil 20 responden yang telah di wawancara secara langsung, didapatkan hasil rata rata memiliki jam oprasional kerja selama 8 jam atau lebih dengan poin-poin wawancara yang didapatkan berupa :

- Hanya sedikit sekali responden yang biasa melakukan olahraga ringan sebelum kerja, serta lbih memilih kendaraan pribadi atau ojek *online*

sebagai sarana transportasi dengan alasan lebih praktis dan tidak perlu jalan dulu untuk mencari kendaraan umum.

- Aktivitas yang rutin dilakukan saat bekerja kebanyakan hanya duduk di depan komputer, bahkan ada yang enggan bergerak dan melakukan segala aktivitas lain seperti makan siang sambil mengerjakan tugas di depan komputer.
- Keluhan dasar dari semua responden yaitu sakit atau merasa pegal pada bagian pinggang hingga leher dan kaki kesemutan.
- Akan tetapi responden merasa bahwa keluhan tersebut adalah hal yang dianggap normal dan lumrah bahkan hanya sedikit yang sadar akan bahaya dari dampak yang ditimbulkan pada aktivitas yang dilakukannya.
- Kebanyakan responden cenderung malas untuk berolahraga dan pergi ke tempat olahraga karena beberapa alasan seperti, terlalu lelah dan ingin segera beristirahat sepulang kerja.
- Atau lebih memilih *refreshing* ke *mall* atau tempat nongkrong untuk menghilangkan *stress* dan jenuh setelah bekerja seharian.

3.1.3. Data Kuesioner

Dari hasil kuesioner yang disebar serta hasil wawancara pada responden didapatkan beberapa perbedaan simpulan dan masalah terkait kesehatan para pekerja diantaranya,

- Hanya sekitar 23% responden yang rutin melakukan kebiasaan olahraga ringan sebelum mulai beraktivitas.
- Mayoritas responden menggunakan sarana transportasi pribadi, tidak dengan kendaraan umum atau berjalan kaki.
- Hampir 80% responden bekerja di depan komputer dengan ruangan ber AC dan memiliki keluhan utama berupa nyeri pada pinggang atau punggung, sakit leher hingga iritasi pada mata.
- Hampir 80% responden menganggap bahwa keluhan seperti itu adalah hal yang wajar.
- Rata-rata sehabis kerja mereka memilih untuk beristirahat di rumah atau hal lain seperti *hangout* atau kumpul bersama teman temannya.

- total 23% responden jarang melakukan olahraga rutin, serta 76% responden yang sudah tidak pernah lagi berolahraga.

3.2. Analisis

3.2.1. *Target audience*

Pada perancangan kampanye sosial tentang manfaat melakukan olahraga di sela waktu kerja, akibat dari kesibukan dalam bekerja membuat pekerja merasa tidak mempunyai waktu luang untuk berolahraga dan berdampak pada kesehatan mereka.

A. DEMOGRAFI

Target audiencenya adalah para pekerja kantoran yang berada di kota bandung. Adapun target utamanya berdasarkan segmen demografi antara lain :

1. Umur : 25 - 35 tahun
2. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
3. Pendidikan : Sarjana
4. Status Ekonomi : Golongan B dan A

B. GEOGRAFI

Segmen geografi mengambil dari pekerja kantoran di Kota Bandung.

C. PSIKOGRAFI

Pekerja yang memiliki rutinitas rata rata bekerja duduk di depan komputer dan sangat sibuk dengan pekerjaannya serta tidak mempunyai waktu luang untuk berolahraga dan berdampak pada kesehatan mereka.

3.2.2. 5w + 2h

1. *What*

Olahraga di sela waktu kerja untuk menjaga kesehatan serta produktifitas pekerja.

2. *When*

Di sela sela waktu kerja, diantaranya pagi, siang, waktu istirahat atau malam hari.

3. *Where*

Di dalam ruangan seperti dirumah, kantor, atau ditempat olahraga seperti *gym* dan *stretching* atau diluar ruangan seperti taman, lapangan atau jalan.

4. *Why*

Untuk meningkatkan kinerja dalam bekerja, serta untuk menjaga kesehatan para pekerja karena terlalu lamanya duduk atau sibuk bekerja serta kurangnya berolahraga.

5. *Who*

Pekerja berusia 25- 35 Tahun

6. *How*

Karena masih menganggap sepele terhadap buruknya dampak dari kegiatan dan pola hidup yang target lakukan terhadap kesehatanya. Masih banyaknya juga yang mengaggap efek samping dari terlalu lama duduk atau bekerja di depan komputer adalah hal yang biasa dan normal.

7. *How much*

Masih banyaknya target yang merasa tidak memiliki waktu untuk berolahraga serta malas berolahraga. Terlalu sibuk dengan pekerjaan, banyaknya pekerjaan serta sempitnya waktu yang target miliki menjadi alasan utama yang target keluhkan.

3.2.3 Consumer Journey

Consumer Journey 1

Nama : Vhelly

Usia : 34 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Karyawan kantor

Tabel 3.5 Consumer Journey I
Sumber : Riset Pribadi Consumer Journey (2018)

Waktu	Kegiatan
06.00	Bangun tidur
06.30 – 07.00	Menyiapkan makan – makan
07.15	Prepare – cek email
07.30 – 08.30	Senam di tempat olahraga
08.45	Pulang menuju rumah
09.00 – 09.30	Mandi – dandan
09.35	Menuju ke kantor
10.00	Sampai di kantor – absen
10.15 – 12.00	Kerja
12.10 – 13.20	Shalat – Istirahat – Makan
13.35 – 15.00	Kerja
15.10	Shalat
15.30 – 17.00	Kerja
17.15	Prepare pulang – absen
18.00	Pulang menuju rumah
18.30 – 18.45	Sampai rumah – beres beres rumah
19.00	Menyiapkan makan malam – makan
19.30	Istirahat – nonton tv / youtube – bermain gadget
20.00	Mandi
20.30 -21.15	Istirahat – nonton tv / youtube – bermain gadget
21.30	Prepare menyiapkan perlengkapan kerja untuk besoknya
22.00	Tidur

Ruang kerja responden berada di lantai 2. Saat waktu kerja kira kira tiap selang waktu 1 hingga 2 jam , responden biasa menyempatkan diri untuk berdiri dan bergerak selama 5 – 10 menit untuk merelaksasikan badan atau sekedar mengambil air mineral ke lantai bawah

Consumer Journey 2

Nama : Dewa
 Usia : 30 tahun
 Jenis Kelamin : laki - laki
 Pekerjaan : Desainer – konten kreator

Tabel 3.6 Consumer Journey 2
 Sumber : Riset Pribadi Consumer Journey (2018)

Waktu	Kegiatan
07.00	Bangun tidur
07.30 – 08.15	Membuka gadget, cek sosmed dan email
08.30	Prepare kerjaan – ngopi
09.00	Mandi
09.15 – 09.45	Pergi menuju kantor
09.50 – 10.00	Sampai di kantor – absen
10.15	Cek email - balesin email – mulai kerja
10.20 – 11.30	Kerja
11.30	Shalat
12.00 – 13.00	Istirahat – Makan – ngopi – merokok
13.15 – 15.00	Kerja
15.10	Shalat
15.20 – 17.00	Kerja
17.15	Prepare pulang – absen
18.00	Pulang – mampir ke tempat nongkrong
18.30 – 18.45	Sampai rumah – prepare futsal
19.00	Pergi ke tempat olahraga
19.30	Olahraga futsal
20.30	Pergi menuju rumah
21.00	Sampai di rumah
21.15	Beres – beres – mandi
21.30	Tidur

Ruang kerja responden berada di lantai 1. Responden terbiasa melewatkan waktu makan pagi dan mengganti makan pagi dengan minum air mineral lalu ngopi. Saat waktu kerja biasanya responden *full* duduk dan bekerja di depan komputer atau rapat sesekali di lantai 2. Responden melakukan olahraga berat berupa futsal rutin selama 2 kali dalam 1 minggu. Dampak yang ditimbulkan adalah merasa pegal dan badan berasa berat di hari pertama setelah futsal, namun di hari ke 2 dan selanjutnya responden merasa badan menjadi ringan dan lentur, serta *fresh* saat bekerja atau mencari ide baru.

Consumer Journey 3

Nama : Nita Putri
 Usia : 25 tahun
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : Karyawan Bank

Tabel 3.7 Consumer Journey 3
 Sumber : Riset Pribadi Consumer Journey (2018)

Waktu	Kegiatan
06.00	Bangun tidur
06.15	Membuka gadget, cek sosmed dan email
06.30	Mandi
07.00	Prepare- dandan
07.30 – 08.00	Pergi menuju kantor
08.15	Sampai di kantor – absen
08.30	Cek email - balesin email – mulai kerja
08.45 – 11.30	Kerja
11.45	Shalat
12.00 – 13.00	Istirahat – Makan
13.20 – 15.00	Kerja
15.10	Shalat
15.20 – 17.00	Kerja
17.15	Prepare pulang – absen
17.30 – 18.00	Pulang ke rumah
18.15	Sampai rumah – mandi
19.00	Pergi ke tempat hangout
19.30	Sampai ke tempat hangout – ngerumpi – nonton bioskop – makan malam
21.00	Pergi menuju rumah
21.30 – 22.00	Sampai di rumah – bermain gadget
22.15	Beres beres – tidur

Ruang kerja responden berada di lantai 2. Saat waktu kerja biasanya responden *full* duduk dan bekerja didepan komputer atau rapat sesekali di lantai yang sama. Responden mengaku sudah sekitar 6 bulan lebih ia tidak melakukan olahraga. Dampak yang ditimbulkan adalah responden sering merasa pegal-pegal pada daerah pinggang dan terkadang penglihatan terganggu dan migrain jika terlalu sering berada di depan layar komputer, serta gangguan pada pencernaan, seperti nyeri pada bagian lambung dan sulit buang air besar.

3.2.3.1. Studi Indikator

Studi Indikator didapat dari Analisa pada target audiens diantaranya:

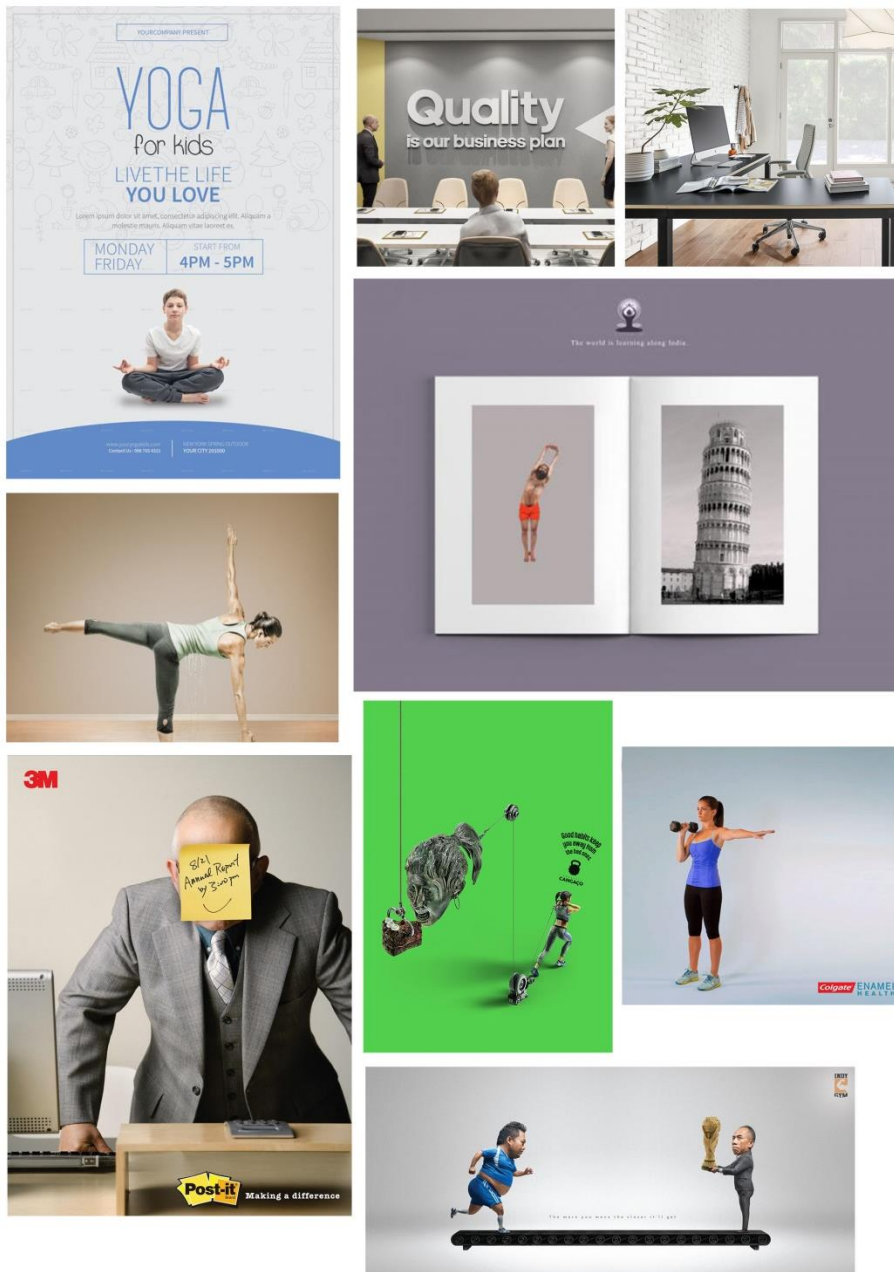
Visual Indikator



Gambar 3.1 Studi Indikator

3.2.3.2 Referensi Visual

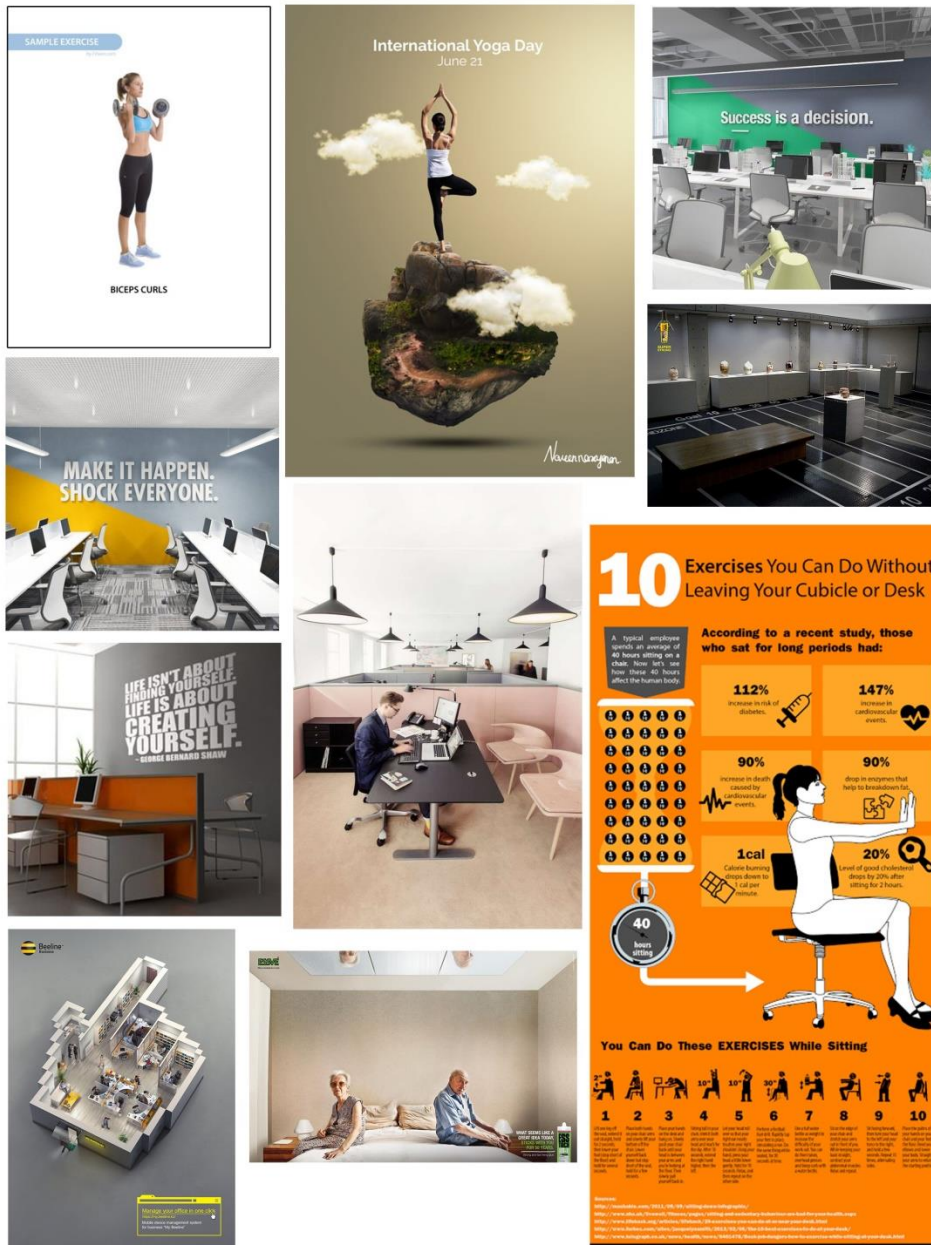
Referensi Visual Referensi Visual didapatkan dari hasil analisa pada target audience. Dimana target lebih cenderung menyukai sesuatu hal yang *simple* dan mudah di mengerti oleh target audiens



Gambar 3.2 Referensi Visual

3.2.3.3 Referensi Desain

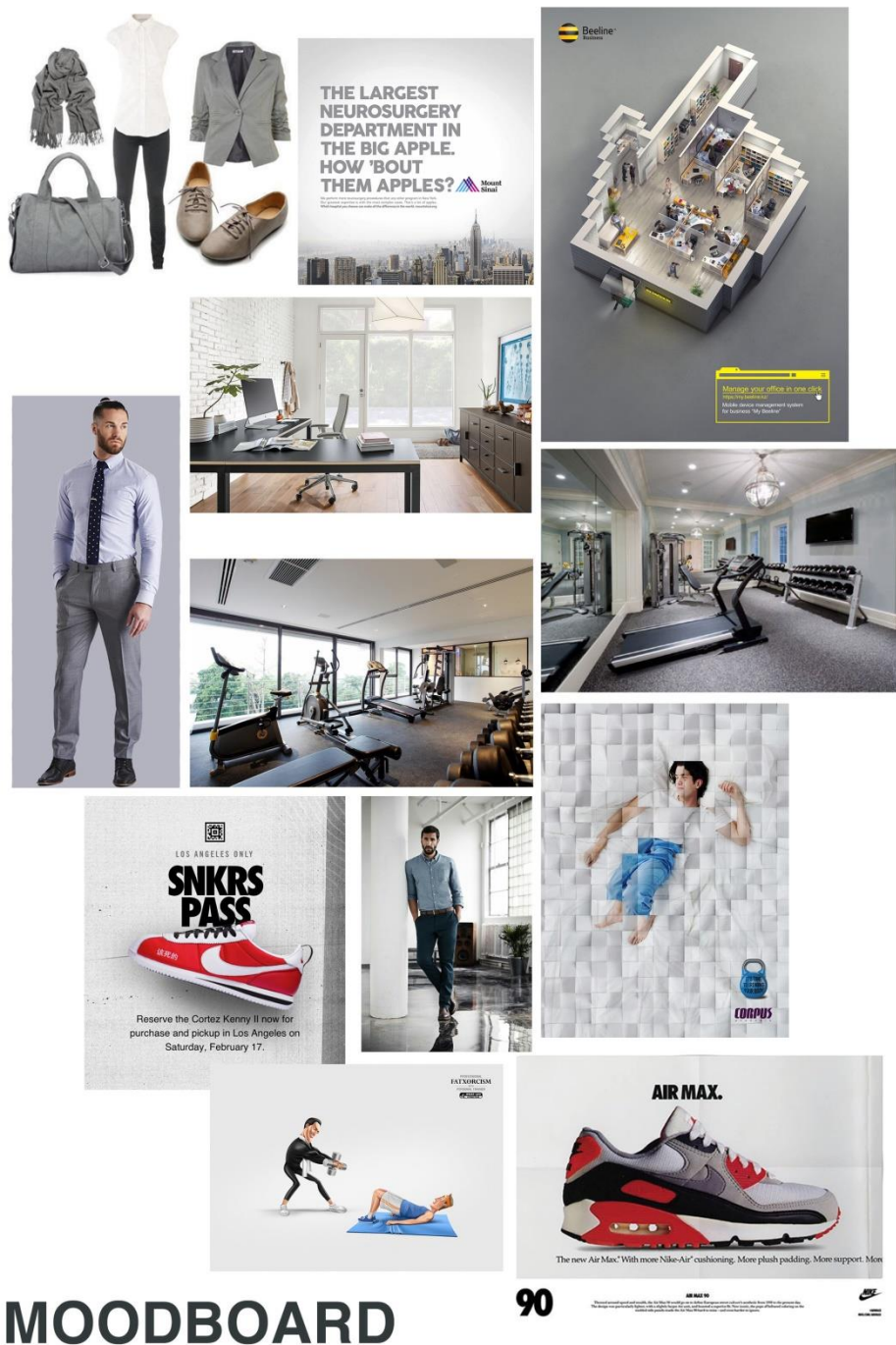
Referensi Desain digunakan sebagai panduan dalam melakukan sebuah perancangan, agar desain yang akan digunakan sesuai dengan keinginan target.



Gambar 3.3 Referensi Desain

3.2.3.4 Mood Board

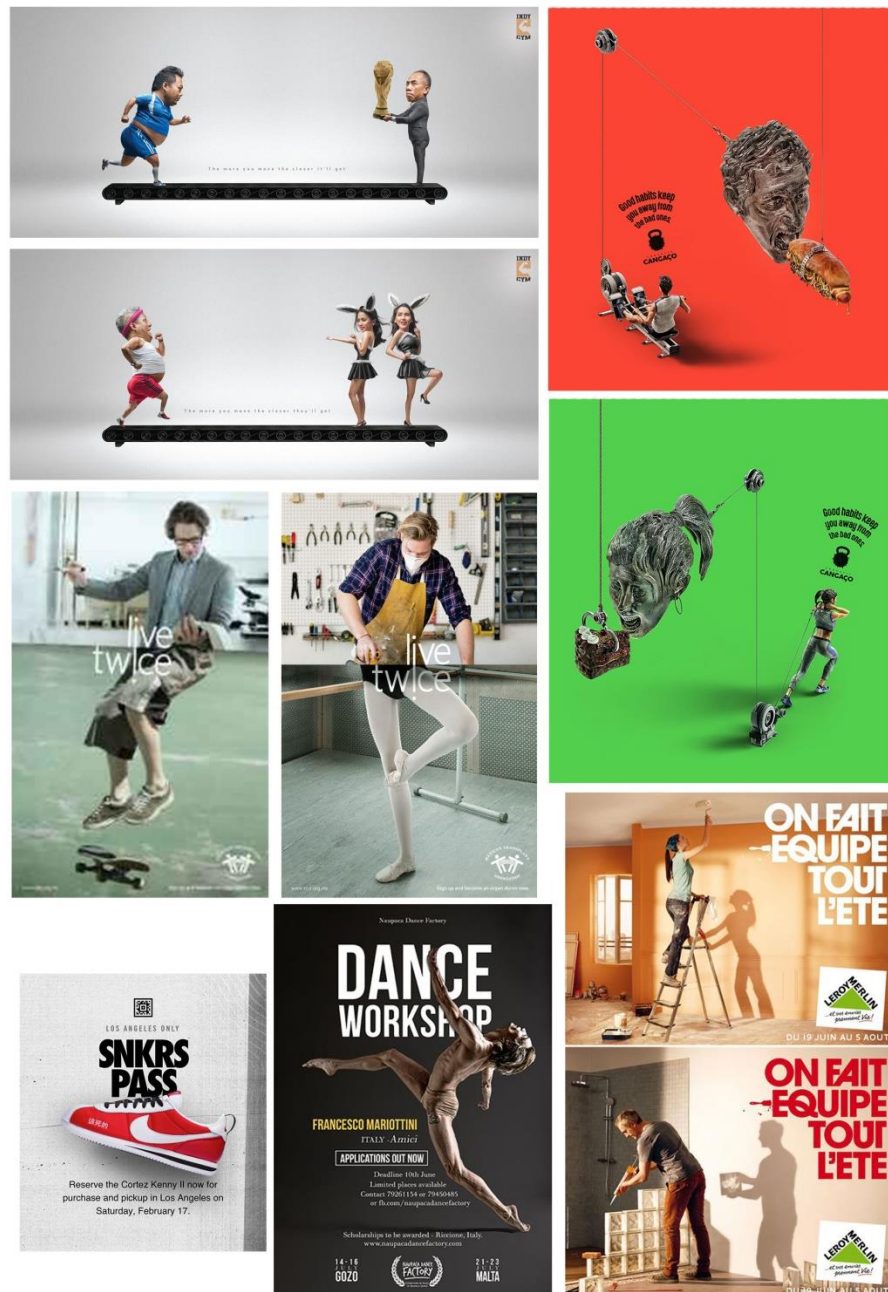
Mood Board di dapatkan dari hasil analisa pada target audiens, yang mana lebih mengacu terhadap visual yang sesuai dengan keinginan target audience.



Gambar 3.4 Moodboard

3.2.3.5 Referensi Media

Referensi Media digunakan sebagai panduan untuk menentukan media yang dekat dengan target audiens, dalam melakukan aktifitas *social campaign*.



Gambar 3.5 Referensi Media

Kesimpulan *Consumer Journey*

Data dari sample diatas dapat ditentukan media apa saja yang akan di gunakan dan dimana saja media itu akan di posisikan. Sehingga pada akhirnya tujuan yang ingin dicapai dapat tepat pada sasaran. Berdasarkan sample consumer diatas, berikut media yang akan digunakan dan di posisikan dimana saja :

Tabel 3.8 Kesimpulan *Consumer Journey* (Pemilihan Media)
Sumber : Riset Pribadi *Consumer Journey* (2018)

NO	MEDIA	TEMPAT
1	Poster	Akan di tempatkan pada tempat umum, pinggiran jalan serta di mading kantor
2	Baligho/billboard	Jalan raya
3	E-banner	Youtube, website
4	Infografis	Media akrilik di pilar bangunan kantor, mading, sosial media, website
5	Flyer	Event, kantin atau di meja Informasi
6	audio visual portrait	Instagram (instastory)
7	X banner	Event
8	Stage	Event
9	Banner	Event
10	Gate	Event
11	Merchendaise	Event
12	Ambient media	Pinggiran jalan
13	Website	Internet

3.3 *What to Say*

“*Stretch your body, Stretch your work*”

“Produktif bekerja, Rutinlah berolahraga”