

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 | Pulang ke rumah | Olahraga |
| 20.00 | Sampai rumah lalu mandi | Pulang ke rumah |
| 21.30 | Nonton tv, atau bermain gadget | Sampai rumah lalu mandi |
| 21.00 | Tidur | Nonton tv atau bermain gadget |
| 22.00 | | 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:

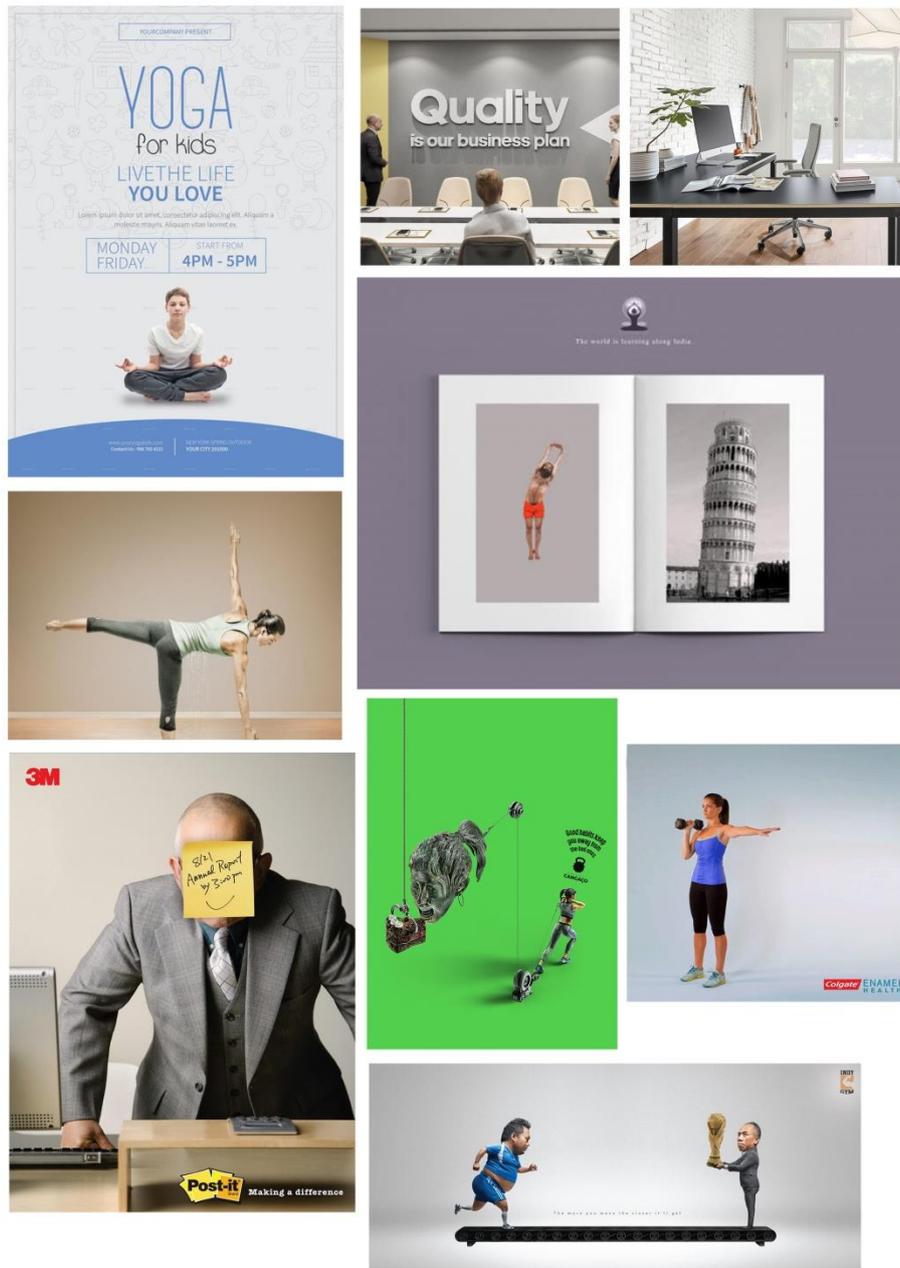
Visual Indikator



Gambar 3.1 Studi Indikator

3.2.3.2 Referensi Visual

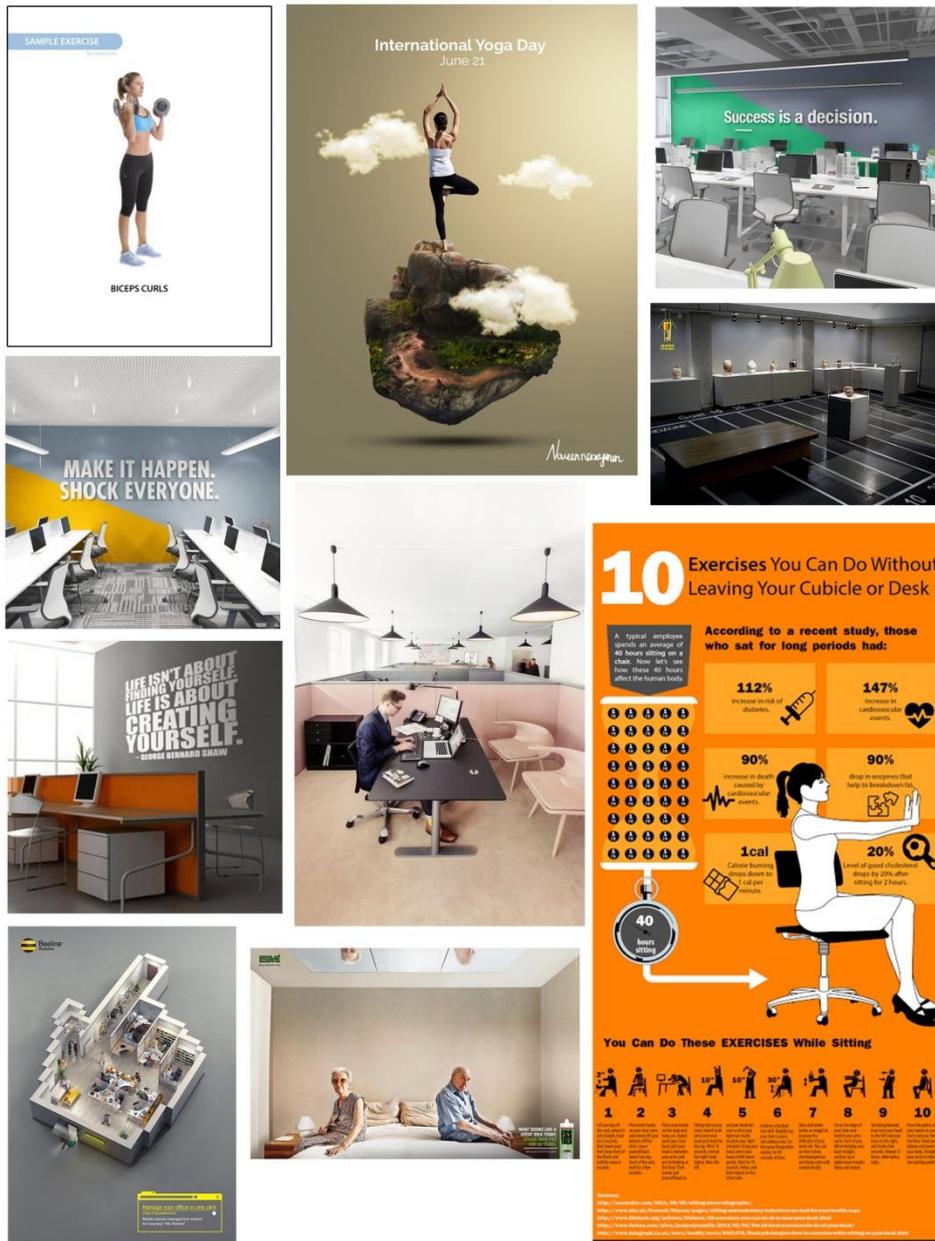
Referensi Visual Referensi Visual didapatkan dari hasil analisa pada target audience. Dimana target lebih cenderung menyukai sesuatu hal yang *simple* dan mudah di mengerti oleh target audiens



Gambar 3.2 Referensi Visual

3.2.3.3 Referensi Desain

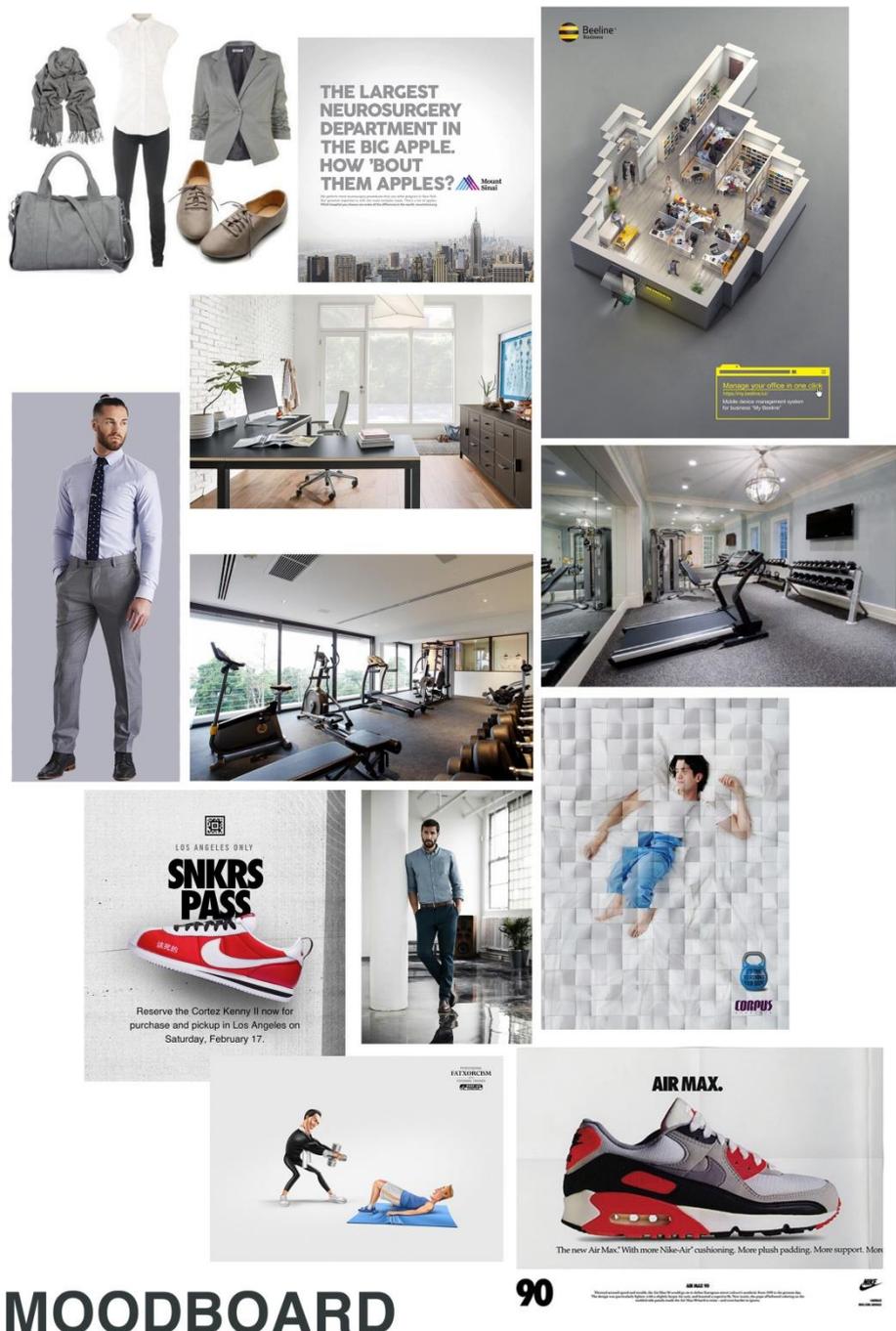
Referensi Desain digunakan sebagai panduan dalam melakukan sebuah perancangan, agar desain yang akan digunakan sesuai dengan keinginan target.



Gambar 3.3 Referensi Desain

3.2.3.4 Mood Board

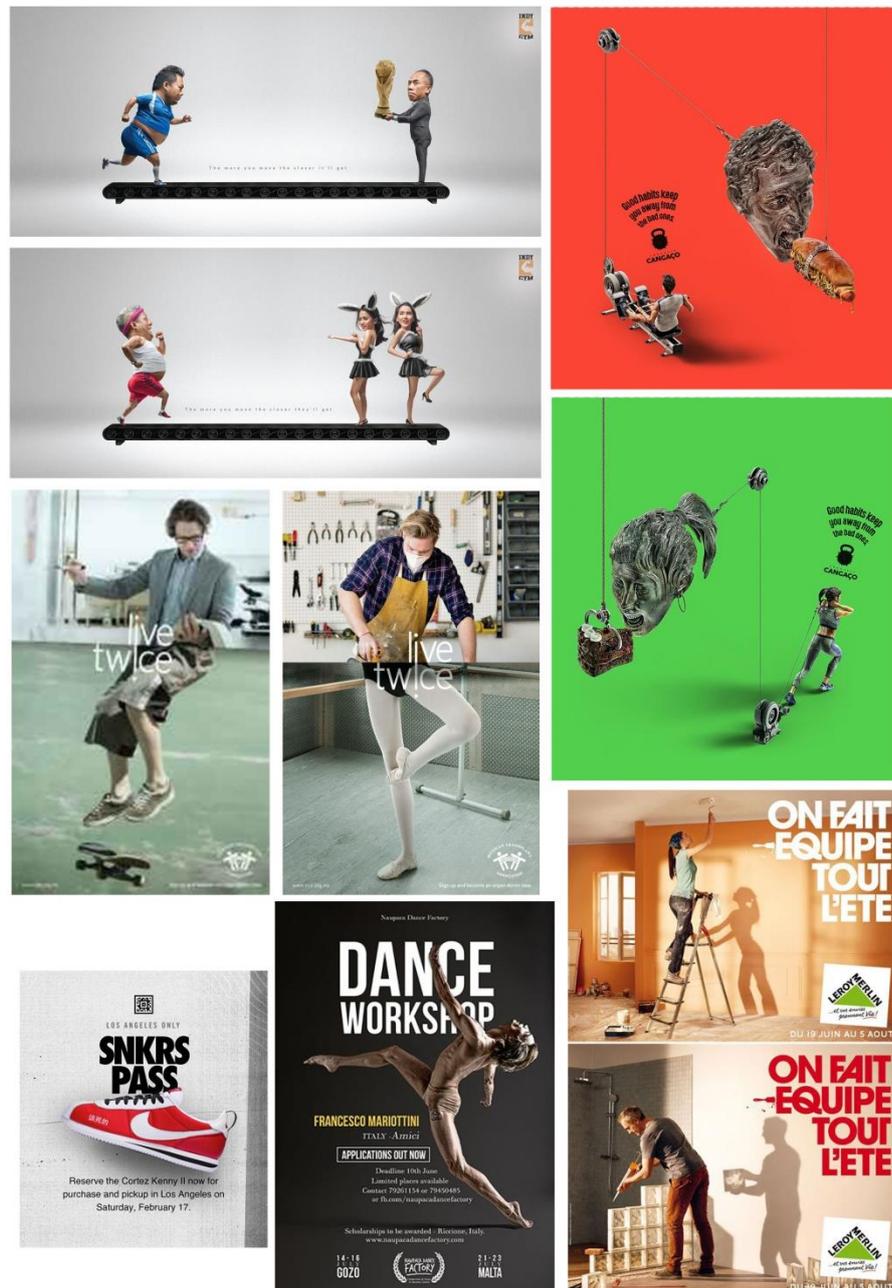
Mood Board di dapatkan dari hasil analisa pada target audiens, yang mana lebih mengacu terhadap visual yang sesuai dengan keinginan target audience.



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”