

BAB III

ANALISIS DATA

3.1 DATA PERMASALAHAN

Dalam menentukan masalah sosial hal pertama yang dilakukan adalah menentukan topik permasalahan berdasarkan pengamatan di lingkungan sekitar. Dalam laporan ini penulis mengambil topik “Gaya hidup bersepeda”. Langkah selanjutnya penulis akan memaparkan data-data yang sudah penulis dapatkan di lapangan.

3.1.1 Analisis Permasalahan

o Hasil Wawancara

Wawancara pada 13 Oktober 2019, dengan Puji seorang karyawan swasta berusia 25 tahun telah menjadi penggiat sepeda sejak tahun 2012. Menurut Puji sepeda sebagai tren gaya hidup juga di pengaruhi oleh media sosial internet, banyak orang muncul keinginan bersepeda karena terpengaruh oleh unggahan kegiatan tersebut di instagram. Puji menuturkan “gara gara saya *instastory sasapedahan*, jadi banyak yang *DM* saya untuk mengajak bersepeda atau sekedar *Kepo* ingin tau beli sepeda dimana”. Bersepeda juga bisa menjadi olahraga alternatif untuk anak muda “Bersepeda adalah olahraga yang cocok untuk saya, karena saya gak bisa main bola, futsal, atau bahkan nge-gym. Jadi bersepeda ini solusi yang tepat untuk saya menjaga kesehatan, karena saya gak bisa futsal dan males nge-gym”. Puji juga menuturkan jika di Bandung untuk yang ingin bersepeda kedaerah Bandung bagian utara seperti Dago dan Setiabudi, ia menyarankan untuk menggunakan sepeda ke tempat yang cenderung menanjak

lebih enaknya menggunakan sepeda *Road bike*, MTB, atau *gear speed*-nya besar. Tapi jika untuk sekedar keliling kota menurutnya lebih nyamannya menggunakan sepeda lipat atau *fixie*. Sepeda yang sering ia lihat yang digunakan oleh pesepeda di kota Bandung adalah sepeda lipat, *road bike*, dan *fixie*. Sepeda tersebut dominan dipakai oleh anak muda atau usia pegawai kantoran muda, mereka sering berkumpul di berbagai titik, khususnya di Balai kota yang sering menjadi titik kumpul pesepeda. Puji juga menambahkan jika harga sepeda juga rata-rata terbilang mahal, maka dari itu kebanyakan penggiat sepeda kebanyakan adalah orang yang sudah bekerja atau punya penghasilan yang lebih.

Wawancara pada 13 Oktober 2019, dengan Rizki seorang *freelancer* berusia 25 tahun. Rizki menuturkan jika ia bersepeda hanya diakhir pekan dan ikut bersama komunitas sepeda mingguan, diantaranya CTCT dan *Ulinbike*. Rizki bersepeda bersama komunitas karena tidak ada teman untuk melakukan aktivitas bersepeda bersama, “saya mau *sasapedahan* karena ada teman, kalo sendiri suka males” tutur Rizki. Rizki bertempat tinggal di Padalarang dan setiap seminggu sekali *riding* bersama teman-teman komunitas keliling kota Bandung.

Wawancara pada 25 November 2019, dengan Faldi seorang mahasiswa berusia 20 tahun. Faldi adalah pengguna sepeda setiap hari untuk alat transportasi. Faldi menuturkan ia memulai kebiasaan bersepeda dari sejak sekolah dasar, hingga dari awal masuk kuliah hingga sekarang terbiasa bersepeda kemanapun dia pergi. Ia bersepeda biasa dipergunakan untuk pergi ke kampus, ke ATM, ke kosan teman, sepeda sudah menggantikan fungsi sepeda motor bagi faldi untuk keperluan mobilitas. Ia justru merasa nyaman menggunakan sepeda ketimbang motor, karena ada nilai keuntungan secara fisik dan materi. Faldi mengatakan

“saya jadi lebih hemat, bisa memotong anggaran bensin yang minimal 15 ribu – 20 ribu perhari. Uang itu bisa saya pergunakan untuk makan..” lalu “secara fisik membantu juga, karena dengan bersepeda saya mempunyai badan yang tetap kurus dan ideal..” tambah faldi. Faldi paling jauh bersepeda di Bandung yaitu ke daerah Bandung bagian selatan, yang menurutnya lebih dari 16KM. Ada hal menarik dari sisi Faldi, ketika orang lain malas bersepeda karena faktor kondisi geografis bandung yang mempunyai jalan naik dan turun, Faldi lebih senang dengan jalan yang menanjak, ada keseruan dan kebanggaan ketika berhasil melewati jalan yang menanjak itu. Ada kepuasan tersendiri ketika bisa membuat orang kagum dengan ceritanya ketika melewati jalan yang menanjak. Faldi adalah pengguna sepeda *road bike*, menurutnya sepeda *road bike* lebih cocok untuk kondisi jalan di Bandung karena punya frame yang ramping, ban yang ringan, dan rem cakram yang baik.

Wawancara pada 27 November 2019, dengan Akbar seorang Mahasiswa berusia 24 tahun. Akbar adalah penggiat *daily cycling* sejak 2018. Dia menuturkan dia mengenal aktivitas bersepeda dari orang tua, ayahnya sering melakukan touring sepeda jarak jauh. Akbar bertempat tinggal di bojongsong, lokasi rumahnya memang sering dilalui oleh *truck* besar yang membawa tanah atau pasir sehingga memberikan rasa tidak nyaman untuk akbar, karena jalanan menjadi becek dan terkadang *kebul* jika musim kemarau. Selain itu juga jalan yang dilaluinya menjadi macet parah, karena sedang ada pembangunan komplek Agung Podomoro. Dari hal tersebut Akbar berinisiatif untuk melakukan *daily cycling* ke kampus, selain dia bisa menemukan jalan memotong yang cepat serta fleksibel, dia juga merasakan hemat untuk ongkos transportasi. Selain itu juga ia punya rasa

prestise tersendiri ketika hadir di kehidupan sosial kampusnya sebagai pesepeda harian, ia juga sempat merasa tidak merasa nyaman karena ketika sampai di hari pertama bersepeda dia merasa lelah dengan kontur jalan Bandung yang naik turun, namun setelah rutin selanjutnya dia merasa terbiasa. Dia juga menjelaskan saat ini dia menjadi jarang sekali sakit dan jam tidur mulai teratur sejak ia bersepeda setiap hari, dan sepeda yang ia gunakan adalah jenis sepeda *road bike* yang menurutnya nyaman ketika melakukan perjalanan yang lumayan jauh. Akbar menuturkan dia sering berkumpul bersama kawan kawan di bengkel bikesystem dago, dan ia juga tergabung dengan komunitas sepeda *Surly Owner Club*. Akbar adalah anggota paling muda diantara anggota lain di komunitas itu, yang rata rata sudah usia kerja dan berkeluarga. Jarak yang ditempuh akbar pulang pergi setiap hari rata rata 32Km, dan sampai saat ini ia tidak merasa kapok dengan jarak yang jauh tersebut “ya cape sih awal awal dong, pasti itu mah.. tapi kesiniin-nya mah engga jadi kebiasaan” tutur Akbar yang seorang mahasiswa jurnalistik unisba itu. Mengenai fasilitas dikampusnya, akbar menuturkan jika kampusnya juga ada parkir khusus sepeda namun kebanyakan yang parkir mungkin dari karyawan atau dosen yang juga pesepeda.

Wawancara pada 10 Oktober 2019, dengan Ghilman seorang karyawan swasta berusia 25 tahun. Ghilman bukanlah pesepeda, ia menuturkan alasan tidak bersepeda karena tidak ada teman untuk melakukan aktivitas bersepeda. Dia juga menambahkan alasan lain untuk tidak bersepeda karena takut terlambat ke tempat tujuan, tidak ingin badan bau keringat ketika sampai tujuan, jarak yang terlalu jauh dan menanjak, jenis sepeda yang diinginkan menurutnya terlalu mahal, takut kehilangan sepeda ketika parkir, dan dia merasa malu jika bersepeda.

Wawancara pada 13 Desember 2019, dengan dr. Andrianor Rahman Sp.N seorang dokter spesialis Neurologi. Mengatakan jika manfaat dan pengaruh pada tubuh manusia saat bersepeda selain membakar kalori adalah juga melatih jantung dan pembuluh darah, pembuluh darah akan lebih sehat karena terlatih, dengan gula darah yang normal ketahanan terhadap stres meningkat. dr. Andri juga menambahkan jika meningkatkan kemampuan koordinasi dan keseimbangan pada jantung dan pembuluh darah yang baik maka aliran darah ke otak pun juga baik, dampaknya dapat membantu meningkatkan fungsi dan kerja otak.

○ **Hasil Observasi**

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini, yakni mengetahui bagaimana aktivitas beberapa komunitas pesepeda dan kondisi di lingkungan untuk pengguna sepeda di kota Bandung.

- Jalan di Bandung yang memiliki kontur menanjak dan turun.
- Tidak banyak jalur khusus sepeda, jalur khusus sepeda hanya di tengah kota.
- Komunitas sepeda mengadakan *riding* bersama di akhir pekan dengan mengelilingi kota Bandung. Komunitas tersebut adalah London *City Bike*, *Ulinbike*, CTCT, DCI, dan pesepeda yang berkelompok tanpa nama komunitas rutin.
- Menurut Doni dari komunitas DCI, pernah dalam satu kali *event riding* mingguan diikuti paling banyak 400 pesepeda.
- Jumlah pesepeda pada sekali *event* mingguan bisa mencapai 4000 pesepeda, hal tersebut didapat dari jumlah peserta pada *event Last Sunday Ride*

- Komunitas sepeda biasanya diikuti oleh usia 18-24 dan 25-35 keatas, dari profesi mahasiswa hingga sudah bekerja dan berkeluarga
- Status ekonomi sosial pengguna sepeda menengah – menengah dan menengah atas.
- Komunitas sepeda, berkelompok karena faktor lingkungan dan ketertarikan yang sama. Hanya ikut-ikutan agar bisa diterima dipergaulan atau biasa disebut dengan istilah *Poser*.
- Pengguna sepeda biasa melakukan perawatan dan membeli keperluan sepeda di toko TRB kawasan Kosambi, karena produk yang original dan lengkap.

o **Studi Literasi**

Artiningsih dalam jurnal Tata Loka; Volume 13, Planogi UNDIP. Mengatakan dari aspek transportasi, perubahan perilaku diterjemahkan dalam peningkatan kepedulian masyarakat yang didorong melalui penciptaan gaya hidup berwawasan lingkungan. Gaya hidup tersebut dipraktekkan atas pilihan moda transportasi yang pro lingkungan, yaitu pilihan penggunaan angkutan umum dibanding kendaraan pribadi, atau melalui penggunaan angkutan *non-motorized* seperti sepeda. Alasan praktek gaya hidup berwawasan lingkungan yang dilakukan cukup beragam. Secara ekonomis, sepeda disukai karena tidak mengeluarkan ongkos sama sekali, kecuali membutuhkan stamina pengendara.

Nanny Kusminingrum, G. Gunawan dalam Jurnal Polusi Udara Akibat Aktivitas Kendaraan Bermotor Di Jalan Perkotaan. Pusat Litbang Jalan dan Jembatan. Mengatakan jika dalam melakukan pengelolaan dan pengendalian pencemaran udara dengan menerapkan kebijakan untuk menghentikan pemakaian atau retrofitting kendaraan yang boros bahan bakar dan menimbulkan pencemaran

tinggi. Selain menerapkan kebijakan juga perlu adanya strategi penyertaan masyarakat dalam melakukan pengelolaan dan pengendalian kualitas udara merupakan alternatif yang sangat penting. Bagian yang sangat kritis dalam pengembangan konsep kota berkelanjutan dan pengelolaan lingkungan adalah mengubah atau mempengaruhi kebiasaan pola konsumsi atau pola pikir masyarakat.

3.1.2 Akar Permasalahan

Untuk dapat menemukan sebuah akar permasalahan maka diperlukan suatu metode analisis yang dapat membantu untuk memfokuskan masalah yang akan diselesaikan. Metode analisis *SWOT* merupakan metode yang mudah digunakan untuk membantu mencari akar permasalahan yang ingin diambil lewat evaluasi dari empat sudut pandang. Maka dari itu penulis akan menggunakan metode *SWOT* untuk mencari akar masalahnya.

Berikut paparan *SWOT*:

Strengtahuns

- Manfaat bersepeda bisa menghemat ongkos transportasi.
- Bisa memanfaatkan waktu ke tempat tujuan dengan bersepeda, bagi yang tidak punya waktu luang untuk berolahraga.
- Bersepeda dapat berdampak pada meningkatnya fungsi dan kerja otak, karena memperlancar aliran darah ke otak.

Weaknesses

- Pengguna sepeda hanya rutin bersepeda sekali dalam seminggu bersama komunitas.
- Pengguna sepeda malas jika bersepeda sendirian.
- Jarak yang jauh dan kontur jalan kota yang menanjak

Opportunities

- Tren di sosial media bisa mempengaruhi gaya hidup bersepeda.
- Bersepeda berkelompok karena faktor lingkungan dan ketertarikan yang sama.
- Ada hal prestise pada pencapaian ketika bisa melewati jalur menanjak atau jarak yang jauh.

Threats

- Takut telat ketempat tujuan
- Takut kehilangan sepeda ketika parkir
- Tidak ingin badan bau keringat atau kelelahan ketika bekerja/kuliah.

Hasil dari analisa permasalahan di atas, penulis menyimpulkan jika pengguna sepeda hanya rutin bersepeda sekali dalam seminggu bersama komunitas yang dipengaruhi oleh ikut-ikutan tren di pergaulan serta status sosial lingkungan dan mereka merasa malas jika bersepeda sendirian untuk aktivitas sehari-hari. Hal tersebut membuat esensi dari sepeda untuk memberikan manfaat pada kesehatan lingkungan dirasa masih kurang, karena untuk perubahan lingkungan yang sehat perlu meminimalisir jumlah kendaraan bermotor sehari-hari.

3.1.3 *Problem Solution*

Solusi yang akan dibuat berdasarkan permasalahan diatas adalah dengan membuat media kampanye sosial yang mengajak untuk merubah gaya hidup bersepeda yang hanya dilakukan di akhir pekan saja bersama komunitas, menjadi gaya hidup sehari-hari. Karena kegiatan bersepeda sebagai rutinitas memungkinkan untuk dilakukan setiap orang, serta berdampak langsung pada kehidupan mereka, yaitu dapat menghemat ongkos transportasi dan kesehatan tubuh. Diharapkan dengan hal tersebut target *audience* bisa merubah kebiasaan bersepeda seminggu sekali menjadi aktivitas sehari-hari dan dapat mempengaruhi perilaku orang di lingkungan sosial yang lebih luas lagi.

3.2 DATA TARGET

Menurut KBBI, segmentasi target merupakan proses pembagian struktur sosial kedalam kelompok-kelompok tertentu yang sama. Hal ini bertujuan untuk memudahkan untuk menyimpulkan karakter target *audience* yang disasar.

3.2.1 *Analisis Target Audience*

- *Target Audience*

Pemilihan target *audience* berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi bahwa anak sekitar usia 18-24 tahun adalah penggiat sepeda di komunitas. Untuk pemilihan target primary ditunjukan pada anggota atau individu yang terdapat di komunitas sepeda yang berusia 18-24 tahun, karena pada usia tersebut meliputi usia produktif dari masyarakat yang mempunyai rutinitas harian seperti kuliah atau bekerja. Diharapkan dengan mengajak setiap individu dari

komunitas untuk bersepeda setiap hari dapat mempengaruhi teman sekampusnya atau sekantornya untuk melakukan aktivitas yang sama juga.

- **Segmentasi Target Audience**

Primary

DEMOGRAFIS

Usia : 18-24 tahun
 Jenis Kelamin : Laki-Laki/Perempuan
 Pekerjaan : Mahasiswa dan Karyawan
 Status Ekonomi : SES B

GEOGRAFIS

Kota Bandung, khususnya Tamansari Kec. Bandung Wetan

PSIKOGRAFIS

Penggiat sepeda di komunitas, hobi bersepeda, mahasiswa atau karyawan yang aktif di pergaulan sosial media internet, mahasiswa atau karyawan dengan mobilitas tinggi seperti sering nongkrong bersama teman atau jajan di *cafe*, dan sering ke ATM.

Secondary

DEMOGRAFIS

Usia : 18-24 tahun
 Jenis Kelamin : Laki-Laki/Perempuan
 Pekerjaan : Mahasiswa dan Karyawan
 Status Ekonomi : SES B

GEOGRAFIS

Kota Bandung, khususnya Tamansari Kec. Bandung Wetan

PSIKOGRAFIS

Tidak punya aktivitas bersepeda, mahasiswa atau karyawan yang aktif di sosial media internet, mahasiswa atau karyawan yang sedang menghemat pengeluaran, mahasiswa atau karyawan yang tidak mempunyai waktu luang untuk berolahraga.

- *Consumer journey*

Consumer journey merupakan sebuah presentasi visual yang menggambarkan hubungan interaksi antara konsumen dengan organisasi, atau *brand* tertentu. Tak hanya bidang marketing, *consumer journey* ini bisa membantu menggali *insight* target dalam kegiatan kampanye sosial.

Dalam mendapatkan data untuk *consumer journey* ini, sample yang digunakan sesuai dengan target *audience* yang di tentukan. Berikut sample yang diambil :

Nama : Dinan
 Usia : 23 tahun
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Alamat : Tamansari

Waktu	Kegiatan	<i>Touch Point</i>	<i>Point of Contact</i>
07.30 – 08.00	Bangun tidur, mandi, siap-siap berangkat kuliah	Kamar, <i>handphone</i> , kamar mandi	Poster, majalah, sosial media, kalender, pewangi ruangan, shampo, sabun, pasta gigi,

			sikat gigi
08.00	Berangkat kuliah	Jalan raya, sepeda	<i>Banner</i> , baliho, poster, <i>road banner</i> , spanduk
08.30 – 12.00	Sampai di kampus, kuliah	Kampus	Poster, mading, sosial media, <i>flyer</i>
12.00 – 13.00	Makan siang	Kantin	Poster, banner, spanduk, <i>flyer</i>
13.00 – 16.00	Pulang kuliah	Jalan, sepeda	<i>Banner</i> , baliho, poster, <i>road banner</i> , spanduk
16.00 – 18.00	Nongkrong, jalan-jalan	<i>Cafe, mall, warung</i>	<i>Banner</i> , poster, <i>merch, flyer,</i>
18.00 – 20.00	Sampai di rumah, istirahat, main game, makan cemilan	Kamar, <i>handphone, laptop</i>	Poster, jam, sosial media, pewangi, ruangan, <i>televisi, handphone, laptop</i>
20.00 – 22.00	Mengerjakan tugas	Kamar	Buku, meja, <i>laptop, handphone</i>
22.00 – 07.30	Tidur	Kamar	Selimut, kasur, bantal, jam

Tabel 3.2.1 Consumer journey

Studi indikator *consumer journey*

Produk atau merk yang biasa digunakan :



Sosial media internet yang biasa digunakan :



Media digital dan Konten yang biasa dikunjungi :



Gambar 3.2.1 Studi Indikator Consumer journey

3.2.2 Referensi Visual

Referensi visual didapatkan dari hasil analisa, yang mana diperoleh berdasarkan gaya visual yang terdapat pada media informasi yang diakses oleh target *audience*.



Gambar 3.2.2 Referensi visual yang di peroleh

3.2.3 Bagan Preferensi Visual



Gambar 3.2.3 Bagan Preferensi Visual

3.2.4 *Insight*

Berdasarkan hasil dari analisa pada target *audience*, disimpulkan ialah untuk melakukan aktivitas bersepeda setiap hari dibutuhkan dorongan dan pengaruh dari orang sekitar, mereka perlu tau dan merasakan keuntungan dari gaya hidup bersepeda bagi kehidupan atau lingkungan secara langsung, dan target tidak ingin ketinggalan tren di pergaulan sosial media.

Keyword: Manfaat nyata dari bersepeda setiap hari.

3.3 KESIMPULAN/*WHAT TO SAY*

Pesan yang ingin disampaikan melalui kampanye sosial ini adalah “**Lebih rutin bersepeda, Lebih nyata manfaatnya**”. Atau “***More Cycling, More Benefits***” pesan tersebut disampaikan untuk mengajak dan memberi pemahaman pada target *audience* agar mau melakukan aktivitas bersepeda setiap hari, tidak hanya sebagai hobi bersama komunitas saja. Dengan harapan dari bersepeda setiap hari dapat merasakan manfaat bagi kehidupan secara langsung, dan dapat mencapai kesehatan lingkungan bersama.