



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital ini, teknologi dan inovasi berkembang pesat sehingga tidak menutup kemungkinan manusia menggunakannya secara intens untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dalam berbagai aspek kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier, dilansir dari artikel oleh Bagus Ramadhan (2020). Fajar Sulaiman (2018) menuliskan dalam laman portal berita Warta Ekonomi dan berdasarkan data survei oleh IDC (*International Data Corporation*) bahwa tempat kerja pada era digital tidak luput dari perubahan teknologi digital. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan produktivitas perusahaan dan tenaga kerja sebesar 10% sampai 20% serta mengoptimalkan tingkat efisiensi waktu dan akurasi data pekerjaan.

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi digital, bidang pekerjaan juga dituntut untuk menyesuaikan era digital seperti dijelaskan oleh Nadiyah Rahmalia (2020) bahwa *digital workplace* merupakan kondisi pekerjaan yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seiring berkembangnya kemajuan teknologi sehingga para pekerja dituntut untuk menyesuaikan evolusi teknologi tersebut dalam menyelesaikan pekerjaannya. Hal ini juga berdampak pada pekerjaannya. Pekerja bidang digital dituntut untuk memiliki kemampuan yang sesuai. Menurut data oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (2017) kategori usia 20 – 29 tahun menghabiskan sebagian besar waktunya di depan layar perangkat elektronik untuk melakukan pekerjaan.

Dalam mempermudah dan meningkatkan efisiensi kerja yang dilakukan, umumnya pekerja *digital workplace* dapat menatap layar dalam waktu yang cukup panjang yaitu selama 3 – 5 jam per hari (Kominfo, 2017). Hal ini dapat menimbulkan beberapa efek samping bagi para pekerjaannya baik secara psikologis maupun visiologis, dengan salah satunya yang umum dialami, yaitu astenopia atau dikenal dengan istilah mata lelah. Andre Kurniawan (2021) menjelaskan bahwa

astenopia merupakan kondisi mata lelah akibat penggunaan mata yang intens seperti menatap layar perangkat elektronik dalam jangka waktu yang lama dan memaksakan penglihatan pada kondisi cahaya yang redup. Seorang dokter spesialis mata, dr. Rina La Distia Nora menjelaskan bahwa mata lelah (astenopia) terjadi pada 75% – 90% orang yang menghabiskan waktunya untuk bekerja di depan layar komputer dan televisi. Fenomena ini terjadi dan berisiko menimbulkan penurunan fungsi maksimal mata para penderitanya, sehingga dapat menimbulkan kurangnya kualitas produktivitas dan timbulnya *visual fatigue*, yang dapat berakhir pada berkurangnya kemampuan penglihatan.

Dalam upaya mencegah menderita mata lelah atau astenopia yang dapat mengurangi produktivitas penderitanya, seorang dokter ahli mata, dr. Ann Marie Griff, O.D. (2020) memberi edukasi mengenai pentingnya melakukan *eye exercise* sebagai bentuk terapi penglihatan (*vision therapy*) yang berguna untuk membantu performa motorik mata pada penggunaan intens menatap layar perangkat elektronik. *Eye exercise* yang dimaksud efektif berguna untuk merelaksasi fleksibilitas otot mata adalah metode *figure of eight*.

Berdasarkan fenomena yang dijabarkan, maka penulis membuat kampanye sosial mengenai pentingnya *figure of eight eye exercise* bagi para pekerja *digital workplace* berusia 20 – 29 tahun di Jabodetabek.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan topik yang dibahas dalam penelitian dan telah dijabarkan pada latar belakang di atas, maka dibentuklah rumusan masalah yang menjadi fokus dalam menciptakan solusi, yaitu

- Bagaimana perancangan kampanye sosial *figure of eight eye exercise* sebagai terapi astenopia bagi pekerja *digital workplace* berusia 20 – 29 tahun di Jabodetabek?

1.3 Batasan Masalah

Sesuai dengan topik penelitian yang diangkat, yaitu Perancangan Kampanye *Figure of Eight Eye Exercise* sebagai Terapi Astenopia bagi Pekerja *Digital Workplace*, dilakukan penjabaran segmentasi dalam penelitian sebagai berikut:

- 1) Demografis
 - a) Usia : 20 – 29 tahun
 - b) Jenis kelamin : Laki- laki dan perempuan
 - c) Tingkat Pendidikan : Minimal sedang menempuh D3 atau S1
 - d) Pekerjaan : Pegawai tetap, *freelancer*, magang
 - e) Kelas ekonomi : SES B – A
 - f) Pengeluaran : > Rp 2.500.000
 - g) Bahasa yang digunakan : Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia

Menurut data klasifikasi usia oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (2017) berdasarkan data survei penelitian penggunaan Teknologi Informasi Komunikasi (TIK), masyarakat produktif tergolong dalam jangka usia 20 – 29 tahun.

Menurut data Nielsen (2010) *socioeconomic segments* atau SES di Indonesia terbagi dalam enam kategori berdasarkan pengeluaran biaya untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari per bulan.

- 2) Geografis
 - a) Kota/kabupaten : Segmentasi primer, yaitu Jabodetabek, dan Segmentasi sekunder terdiri dari Bandung, Surabaya, dan Semarang
 - b) Provinsi : DKI Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur

c) Negara : Indonesia

Menurut data Kominfo (2017) sebanyak 41,85% masyarakat wilayah urban memiliki komputer atau laptop, lebih besar dibandingkan persentasi masyarakat rural sejumlah 17,43%. Dan persentase klasifikasi berdasarkan wilayah pulau pada posisi tertingginya adalah pulau Jawa.

Menurut data Portal Informasi Indonesia (2019) terdapat empat kota di Pulau Jawa yang merupakan kota metropolitan yang terdiri dari wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi), Bandung, Surabaya, dan Semarang.

3) Psikografis

a) Sikap/*attitude* : Memaksimalkan waktu harian untuk melakukan pekerjaan secara digital

b) Gaya hidup : Menggunakan perangkat gawai (*gadget*) dalam melakukan dan menyelesaikan pekerjaan

c) *Behavior* : Menyukai efisiensi waktu serta energi, kecanggihan teknologi, dan *work enthusiast*

d) Preferensi : Memprioritaskan hal bersifat *online* dalam memperoleh informasi dan melakukan komunikasi

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang kampanye sosial *figure of eight eye exercise* sebagai terapi astenopia bagi pekerja *digital workplace* berusia 20 – 29 tahun di Jabodetabek.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan tugas akhir dengan bentuk luaran kampanye yang dilakukan dengan memberikan manfaat sebagai berikut:

1) Manfaat bagi penulis

Perancangan kampanye yang mengangkat topik pentingnya menjaga kesehatan mata bermanfaat sebagai penerapan hasil seluruh proses pembelajaran penulis masa kuliah program studi Desain Komunikasi Visual (DKV).

2) Manfaat bagi orang lain

Kampanye yang dibuat diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat urban untuk tidak menyepelekan kesehatan mata meskipun berkewajiban untuk aktif menggunakan perangkat elektronik dalam menyelesaikan pekerjaan.

3) Manfaat bagi universitas

Perancangan tugas akhir kampanye diharapkan dapat bermanfaat bagi kelanjutan pembelajaran mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara dalam segi akademik.

