

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Karbohidrat menjadi pilihan utama makanan masyarakat Indonesia karena sifatnya yang cepat mengenyangkan dan memberi energi. Pollock (2013) menyatakan bahwa karbohidrat yang dikonsumsi akan dicerna menjadi glukosa, yang kemudian diolah menjadi energi untuk sel dengan bantuan hormon insulin. Selain mengenyangkan, olahan karbohidrat menjadi populer karena harganya yang murah dan didukung keberadaan agrikultur beras yang masif di Indonesia. Berdasarkan hasil Survei KSA yang diliput dalam Berita Resmi Statistik Maret 2023, luas panen beras sepanjang tahun 2022 mencapai 10,45 juta hektar dan diperkirakan akan mencapai 4,51 juta hektar pada tahun 2023. Melansir dari situs cnbcindonesia.com, Indonesia menjadi konsumen beras keempat terbesar di dunia dengan angka 35,3 juta metrik ton per Juli 2023.

Faktor kultural, agrikultur, dan ekonomi membuat masyarakat Indonesia cenderung memiliki diet dengan jumlah karbohidrat yang superior ketimbang nutrisi lainnya seperti protein dan serat. Ludwig (2018) menjelaskan bahwa karbohidrat adalah satu-satunya komponen pangan yang memiliki pengaruh langsung terhadap jumlah gula darah. Secara spesifik, karbohidrat terproses tinggi seperti nasi putih, roti putih, pasta, dan minuman atau hidangan manis mampu meningkatkan gula darah dan kalori secara signifikan dalam waktu yang dekat dan dapat meningkatkan risiko berbagai penyakit.

Kasingku (2023) masyarakat Indonesia kurang memiliki kesadaran dalam pola konsumsi, terutama konsumsi karbohidrat yang berlebih. Beberapa kampanye terdahulu yang mengajak masyarakat Indonesia membatasi konsumsi karbohidrat nyatanya belum berjalan efektif dan kurang tepat sasaran. Seperti pada tahun 2020 telah diadakan kampanye Diversifikasi Pangan Lokal yang menyarankan makanan

pengganti karbohidrat kepada masyarakat, tetapi ternyata olahan pangan pengganti tersebut masih memiliki kandungan gula yang tinggi.

Berdasarkan Bhardwaj (2016) penyakit-penyakit yang diakibatkan dari konsumsi karbohidrat berlebih adalah diabetes tipe 2, hati berlemak, obesitas, penyakit jantung, inflamasi, hipertensi, dan ketahanan insulin. Data yang disediakan oleh International Diabetes Federation di situs diabetesatlas.org menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 19,47 juta penderita diabetes pada tahun 2021 di Indonesia. Berdasarkan data Riskesdas 2018 menyatakan prevalensi penyakit jantung koroner sebesar 1,5% (2013-2018), hipertensi meningkat dari 25,8% (2013) hingga 34,1% (2018), dan obesitas pada dewasa mencapai angka 21,8% (2018). Selain itu, Clemente-Suárez (2022) menambahkan bahwa karbohidrat berlebih dalam jangka panjang juga berdampak pada kesehatan mental, yaitu adanya asosiasi dengan depresi, *anxiety*, dan agresi.

Terdapat banyak kasus dimana penderita yang terlambat menyadari dan sudah menjadi penyakit kronis atau bahkan berakibat fatal. Menurut dr. R. Bowo Pramono, Sp.PD.KEMD(K) sebanyak 60% penderita diabetes melitus tidak sadar mengidap diabetes (UGM, 2016). Apabila hal ini tidak ditangani dengan tepat, maka kebiasaan dan kegemaran masyarakat Indonesia terhadap karbohidrat ini dapat mengakibatkan akumulasi penyakit. Bahkan, angka kematian di Indonesia akibat obesitas mencapai 8,4% dan hipertensi mencapai 40,3% serta meningkat setiap tahunnya (Our World in Data, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa isu pola konsumsi karbohidrat berlebih sangat krusial untuk ditangani di Indonesia.

Atas permasalahan dan urgensi tersebut, penulis merancang kampanye sosial mengenai bahaya konsumsi karbohidrat berlebih bagi masyarakat berusia 20-30 tahun dan berdomisili di Jawa Barat. Landa (2010) mendefinisikan kampanye sebagai urutan kegiatan terorganisir yang berbagi strategi, konsep, dan komponen visual yang terpadu. Kegiatan ini mencakup beragam platform media, termasuk saluran digital dan tradisional. Kampanye sosial ini bertujuan untuk menyadarkan target audiens mengenai potensi bahaya akibat konsumsi karbohidrat berlebih, agar tidak berakibat fatal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan oleh penulis, maka dapat ditemukan permasalahan sebagai berikut,

1. Kebiasaan konsumsi karbohidrat berlebih di Indonesia sangat tinggi dan dapat berbahaya bagi kesehatan, seperti penyakit obesitas, diabetes tipe 2, hipertensi, jantung koroner, depresi, *anxiety*, dan agresi.
2. Masyarakat Indonesia masih kurang memiliki kewaspadaan dan pemahaman akan bahaya terhadap kesehatan fisik dan mental dari konsumsi karbohidrat yang berlebih.
3. Kampanye yang sudah dilakukan kurang solutif dan tidak tepat sasaran.

Oleh karena itu pertanyaan masalah dari perancangan ini adalah: Bagaimana perancangan kampanye sosial mengenai bahaya konsumsi karbohidrat berlebih bagi masyarakat berusia 20-30 tahun yang berdomisili di Jawa Barat?

1.3 Batasan Masalah

Berikut adalah batasan masalah yang penulis dasari dari latar belakang di atas. Penulis membagi batasan masalah menjadi tiga kategori yaitu, demografis, geografis, dan psikografis.

1. Demografis

- a. Usia: 20-30 Tahun (usia produktif)

Berdasarkan informasi yang dilansir dari situs Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, rentang usia produktif adalah usia 20-59 tahun, usia dimana seorang individu sudah seharusnya sepenuhnya bertanggung jawab terhadap kesejahteraan dirinya untuk mendukung produktivitas dan kualitas hidup. Selain itu, Sinubu (2015) menyatakan kesibukkan akibat pekerjaan juga berdampak pada perhatian individu terhadap pola makan dan olahraga sehingga meningkatkan potensi terkena penyakit. Penulis juga menargetkan usia 20-30 tahun karena untuk memotivasi adanya perubahan terhadap pola konsumsi dan gaya hidup agar

dapat mencegah timbulnya penyakit kronis akibat konsumsi karbohidrat berlebih, sebelum menjadi kebiasaan dan menjadi penyakit kronis di usia yang lebih tua. Bersifat preventif agar tidak terjadi kerusakan yang *irreversible* akibat penyakit kronis.

- b. Pendidikan Akhir: SMA, ditujukan agar pesan dan informasi dari kampanye tidak eksklusif terhadap golongan masyarakat berpendidikan tingkat tinggi. Sekaligus membantu penulis untuk menentukan gaya bahasa, cara penyampaian, dan istilah-istilah dalam pesan yang hendak dibawakan dalam kampanye, menyesuaikan tingkatan pendidikan agar tidak hanya yang bertingkat tinggi yang memahami pesan dalam konten kampanye.
- c. Pendapatan: SES A3, golongan masyarakat dengan pendapatan 4.25 – 7 juta Rupiah per bulannya berdasarkan data oleh PERPI. Pemilihan kategori ini didasarkan atas alasan bahwa individu dengan pendapatan yang lebih stabil akan memiliki lebih banyak kesempatan untuk mengatur pola makan yang lebih sehat. Puluhalawa (2013) menemukan korelasi positif antara tingkat pendapatan dengan kualitas kesehatan.

2. Geografis

Teruntuk target geografis dari perancangan kampanye sosial ini adalah daerah Jawa Barat. Berdasarkan data yang disajikan oleh BPS pada tahun 2019, Jawa Barat menempati peringkat pertama sebagai konsumen beras terbanyak di Indonesia, selain beras Jawa Barat juga termasuk salah satu daerah konsumen mie terbanyak berdasarkan databoks.katadata.co.id dan roti terbanyak menurut BPS.

3. Psikografis

Psikografis dari target perancangan kampanye sosial ini adalah masyarakat Indonesia yang memiliki kebiasaan konsumsi karbohidrat berlebih baik karena rasanya yang enak, cepat mengenyangkan, sering mengemil, atau jajan melalui aplikasi online karena terpancing tawaran dan iklan, tetapi mereka bersikap cuek terhadap bahaya yang sebenarnya

mengancam dari kebiasaan tersebut. Selain itu, target juga memiliki kesibukan sehari-harinya yang menyebabkan mereka tidak memperhatikan pola makan.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir ini adalah untuk merancang kampanye sosial mengenai bahaya konsumsi karbohidrat berlebih untuk usia 20-30 tahun.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Meski penulisan laporan dan perancangan tugas akhir ini jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap perancangan kampanye sosial mengenai bahaya konsumsi karbohidrat berlebih dapat memberi manfaat bagi penulis, pembaca, dan juga universitas.

1. Bagi Penulis

Melalui proses penulisan laporan dan juga perancangan kampanye sosial ini penulis memiliki pemahaman yang lebih dalam mengenai pengaruh karbohidrat bagi tubuh dan juga dampak buruk yang dapat terjadi akibat dari konsumsi berlebih. Selain itu, perancangan kampanye juga merupakan sebuah tugas akhir penulis untuk mendapatkan gelar sarjana desain.

2. Bagi Orang Lain

Perancangan kampanye ini diharapkan agar dapat memberi pemahaman dan edukasi bagi pembaca terhadap konsumsi karbohidrat berlebih, terutama bagi individu yang memiliki kebiasaan tersebut, agar terhindar dari potensi-potensi bahaya.

3. Bagi Universitas

Penulis berharap penulisan laporan dan perancangan kampanye sosial ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa/i yang mengambil topik dan media serupa dalam perancangan karya ilmiahnya.