

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Stres merupakan hal yang sering ditemukan dalam keseharian, baik akademis maupun pekerjaan. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Merry dan Mamahit (2020) di beberapa Universitas Swasta DKI Jakarta menemukan bahwa lebih dari 46% mahasiswa mengalami stres akademik yang cukup tinggi hingga stres tinggi. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Rohmah (2022) di Universitas Negeri Semarang menemukan bahwa 50.9% dari responden menggunakan makanan sebagai pelega stres.

Makanan adalah hal yang sangat mudah di akses oleh banyak orang. Kebiasaan tersebut dapat menimbulkan ketergantungan terhadap makanan. *Compulsive overeating* merupakan kondisi dimana individu mengkonsumsi makanan tanpa adanya kontrol dalam jangka waktu yang pendek, bahkan ketika tidak merasa lapar. Berdasarkan Susan dari *Eating Recovery Center*, mereka juga menyebutkan bahwa orang-orang yang bermasalah dengan berat sering kali tidak memahami bahwa jumlah makanan berkaitan dengan kondisi emosi individu.

Berdasarkan kuesioner yang penulis lakukan, ditemukan sebesar 72% responden merasa permasalahan kuliah dan pekerjaan menimbulkan stres. Selain itu, 66% responden merasa sangat pernah menggunakan makanan sebagai pelampiasan stres bahkan ketika tidak lapar. Kebiasaan yang terbangun melalui jumlah makan yang berlebihan dapat mempengaruhi terbentuknya *compulsive overeating* sebagai bentuk *coping mechanism*.

Berdasarkan hasil kuesioner, dari 50 responden hanya 40% yang pernah mendengar mengenai *compulsive overeating* dan banyak dari responden merasa mengubah pola makan adalah hal yang sulit. Salah satu dampak utama dari *compulsive overeating* adalah obesitas. Obesitas dapat mempengaruhi produktivitas dan kualitas Kesehatan seseorang karena obesitas merupakan salah satu faktor besar yang dapat menimbulkan penyakit tidak menular seperti diabetes, penyakit jantung, dan kanker. Psikolog Yanuar Lurisa Aldio yang di

wawancarai penulis juga menjelaskan bahwa *compulsive overeating* apabila tidak ditangani bisa memburuk dan mengarah kepada *binge eating disorder* atau *eating disorder* lainnya.

Minimnya gerakan yang mendorong masyarakat Indonesia untuk mempelajari mengenai bahaya *compulsive overeating*, atau *eating disorder* dapat memperburuk permasalahan *compulsive eating disorder*. Informasi mengenai masalah *compulsive overeating* di Indonesia masih sebatas teks penjelasan di beberapa website kesehatan Indonesia. Kampanye yang sudah berjalan merupakan kampanye yang bersifat lebih umum, yaitu kampanye *I Am Okay*. Kampanye tersebut sayangnya masih menggunakan teks dan artikel untuk menjelaskan masalah mental secara mendetail tanpa ada nya interaktivitas.

Ketertarikan masyarakat bergeser terhadap hal yang menggunakan visualisasi dan lebih interaktif. Berdasarkan *The Elaboration Likelihood Model of Persuasion* (Petty, Richard. & Cacioppo, John., 1986) disebutkan bahwa manusia memproses pesan persuasif melalui dua rute yang salah satunya adalah melalui rute sentral yang membuat orang berpikir ditambahkan dengan rute lainnya yang sifatnya lebih mengarahkan dan tidak menunjukkan secara langsung makna pesan.

Roger dan Story dalam Venus (2018) menyatakan kampanye adalah cara komunikasi yang bertujuan menciptakan suatu reaksi kausalitas terhadap audiens yang bersifat berkelanjutan dalam waktu yang ditentukan. Kampanye interaktif mengambil peran sebagai sumber informasi karena informasi lebih mudah dipahami melalui hubungan timbal balik antara media dengan audiens (Ananta & Waryanti, 2018). Atas dasar tersebut, penulis merancang kampanye interaktif untuk membantu mengenalkan mahasiswa terhadap bahaya *compulsive overeating* dan memberikan saran preventif.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, berikut merupakan masalah-masalah yang terdapat dalam perancangan:

1. Kurangnya kesadaran dan pemahaman dewasa muda terhadap bahaya *compulsive overeating*.

2. Kurangnya dorongan bagi dewasa muda untuk membangun gaya hidup yang lebih baik untuk menghindari bahaya *compulsive overeating*.

Sehingga, penulis mengajukan rancangan penelitian dengan pertanyaan berikut: Bagaimana perancangan kampanye interaktif yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan edukasi mengenai bahaya *compulsive overeating* dan cara mengatasinya bagi dewasa muda?

### 1.3 Batasan Masalah

#### 1. Batasan Demografis

- a. Usia : 18-25 tahun
- b. Status pendidikan : Lulusan SMA/ sederajat – S1/ sederajat
- c. Pekerjaan : Mahasiswa
- d. Tingkat Ekonomi : SES A

Zakia (2022) menjelaskan bahwa gaya hidup, daya beli, dan tingkat konsumsi berkaitan erat dengan kelas sosial yang dimiliki. Ditemukan bahwa mereka yang memiliki status sosial ekonomi yang lebih tinggi akan lebih mudah memenuhi kebutuhan primer karena kemampuan beli yang lebih tinggi sehingga mereka cenderung membeli dan mengonsumsi lebih banyak hal. Dengan sosial ekonomi yang lebih tinggi membuka kemungkinan bagi dewasa muda untuk mengonsumsi makanan diluar kebutuhan primer sebagai pelega, selain itu tingkat sosial ekonomi juga berpengaruh terhadap tingkat pendidikan, terutama dalam memahami urgensi masalah mental.

#### 2. Batasan Geografis

- a. Negara : Indonesia
- b. Provinsi : Jabodetabek

#### 3. Batasan Psikografis

- a. Mereka yang sering menggunakan makanan sebagai solusi dari berbagai masalah hidup.
- b. Mereka yang kurang paham atau tidak pernah mendengar mengenai permasalahan *compulsive overeating*.

- c. Memiliki kebiasaan makan/menyemil tetapi kurang paham terhadap masalah *compulsive overeating* atau *binge eating*.

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan dibuatnya perancangan tugas akhir ini adalah untuk merancang kampanye interaktif yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan edukasi mengenai bahaya *compulsive overeating* dan cara mengatasinya bagi dewasa muda, dengan harapan mencegah munculnya masalah *compulsive overeating* dan efek negatifnya terhadap kesehatan tubuh dan juga produktivitas mahasiswa.

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Dengan adanya perancangan ini, diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap berbagai pihak sebagai berikut:

##### **1.5.1 Manfaat bagi Penulis**

Manfaat utama penulis adalah memperoleh kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu Desain Komunikasi Visual kedalam solusi masalah sosial. Perancangan tugas akhir ini juga memberikan pengalaman dan pengetahuan baru seputar bidang keilmuan diluar Desain Komunikasi Visual, terutama mengenai permasalahan *compulsive overeating* maupun *eating disorder*.

##### **1.5.2 Manfaat bagi Orang Lain**

Dengan perancangan tugas akhir ini orang lain dapat lebih memahami dan lebih waspada terhadap *compulsive overeating*. Dengan begitu, akan terciptanya kebiasaan baru yang dapat mengontrol dan menghindari munculnya permasalahan *compulsive overeating* dan pengaruh buruknya bagi kesehatan tubuh dan juga kejiwaan.

##### **1.5.3 Manfaat bagi Universitas**

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat bermanfaat untuk universitas sebagai referensi dan/atau inspirasi bagi mahasiswa/i Desain Komunikasi Visual yang ingin membahas permasalahan yang serupa.