

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Skinny fat adalah istilah untuk seseorang yang berbadan ideal namun memiliki massa lemak yang tinggi (Wijayatunga et al., 2021 h. 2142). Terdapat stigma baik mengenai mengonsumsi makanan *junk food* secara rutin, memiliki gaya hidup yang tidak sehat, tetapi masih bisa memiliki badan yang kurus. Namun nyatanya mereka memiliki kadar lemak tubuh yang tinggi dan kurangnya massa otot. Penulis melakukan pre-kuesioner dan mendapatkan 57,1% mengalami fenomena makan secara sembarangan tetapi tetap memiliki tubuh yang kurus yang merupakan karakteristik awal kondisi *skinny fat*.

Banyak kasus kematian yang terjadi akibat penyakit tak menular menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) menghimpun sejak 1 Januari 2017 hingga 2020/2022, jumlah kematian mencapai 7,03 juta dari penyakit tak menular seperti stroke, jantung, ginjal, diabetes yang disebabkan oleh kadar lemak yang tinggi dalam tubuh. Seseorang dengan kadar lemak tinggi tidak selalu ditandai dengan tampak fisik yang gemuk. *Skinny fat* adalah kondisi dimana massa lemak tinggi seperti yang disampaikan Wijayatunga et al. (2021 h. 2142 & 2150-2152), namun tubuh tetap tampak kurus.

Masalah *skinny fat* masih jarang untuk mendapatkan perhatian di Indonesia. Karena kurangnya *awareness* masalah *skinny fat* dan masyarakat yang tidak sadar bahwa mereka termasuk dalam kategori *skinny fat*. Masalah *skinny fat* dapat terjadi pada generasi muda. Dalam penelitian yang dilakukan Novianti dan Merida (2021, h. 13-14) tentang mahasiswa Indonesia, membuktikan adanya persepsi mengenai tubuh yang kurus adalah tubuh yang ideal. Sehingga menciptakan adanya kondisi “aman” jika memiliki tubuh yang kurus, persepsi ini membuat individu dengan kondisi *skinny fat* merasa tidak berisiko. Penelitian yang dilakukan oleh Whitford (2021, h. 66) menemukan bahwa jika mahasiswa memasuki dunia perkuliahan akan mengurangi kegiatan yang melibatkan aktivitas fisik, yang

berkontribusi pada rendahnya massa otot, salah satu karakteristik kondisi *skinny fat*. Selain itu, mahasiswa tidak terbiasa untuk memahami kandungan gizi makanan cepat saji yang dikonsumsi (Munasiroh et al., 2019 h. 51) sehingga memperbesar risiko menumpuk lemak tubuh meskipun berat badan normal. Intervensi perilaku berperan dalam masalah *skinny fat*. Meski sadar akan peningkatan lemak dalam tubuh, status “normal” berdasarkan BMI membuat mereka kurang menyadari risiko kesehatan dan menurunkan motivasi hidup sehat (Wijayatunga et al., 2021 h. 2151).

Dengan membiasakan diri dengan rutinitas yang buruk dapat berakibat menjadi sebuah kebiasaan negatif yang sulit diubah (Anadya et al., 2024 h. 351). Maka, pembiasaan terhadap keuntungan teknologi yang membuat manusia menjadi malas bergerak perlu untuk dikhawatirkan (Risnawati, Manda, & Suardi., 2022 h. 128). Karena memperburuk kondisi *skinny fat* melalui penurunan aktivitas fisik dan massa otot.

Pemerintah telah melaksanakan kampanye untuk mendorong anak muda untuk berolahraga. Kampanye dengan nama gerakan #AyoOlahraga yang diluncurkan oleh Kemenpora. Namun kampanye ini diselenggarakan atas penyambutan Asian games 2018, bukan atas dasar kebiasaan negatif dari orang dalam kondisi *skinny fat*. Sehingga hanya membangkitkan *euforia* sesaat lalu padam. Saat ini, sudah terdapat perancangan kampanye dengan tema *skinny fat* seperti contoh perancangan kampanye sosial yang dilakukan peneliti dari Universitas Multimedia Nusantara. Namun, tujuan kampanye lebih berfokus pada pencegahan dan belum menekankan aspek penanggulangan pada individu yang telah mengalami kondisi *skinny fat*, kenyataannya penanggulangan memiliki peran penting untuk mengatasi masalah *skinny fat*. Oleh karena itu, penulis berencana menghadirkan kampanye interaktif sebagai pendekatan yang menarik dan mampu berupaya mengubah kebiasaan mengabaikan kondisi *skinny fat* di kalangan mahasiswa. Dengan interaktifitas seperti *brand activation* dari *brand* kecantikan, terbukti mampu memikat minat anak muda dibanding memanfaatkan seminar dengan tujuan edukasi.

1.2 Rumusan Masalah

Maka dari latar belakang yang telah dipaparkan, masalah yang diangkat dapat dirumuskan sebagai berikut,

1. Isu *skinny fat* masih belum mendapatkan perhatian di masyarakat Indonesia, karena persepsi umum yang mengutamakan tubuh langsing justru menutupi permasalahan ini.
2. Masalah desainnya sudah ada beberapa topik mengangkat *skinny fat* di Indonesia, Sebagai contoh diberlakukannya kampanye berolahraga dari pemerintah, namun tidak meng-*highlight* masalah *lifestyle* maupun *skinny fat* masyarakat Indonesia, dan hanya meningkatkan *euforia* pola hidup sehat untuk sesaat. Tetapi ada pula media Informasi *post* Instagram dan webinar. Namun media ini masih memanfaatkan topik *skinny fat* sebagai topik sesaat. Maka belum cukup untuk menyelesaikan masalah karena waktu yang dipakai terbatas sehingga belum bisa mencapai *awareness* pada target sasaran.

Dari masalah-masalah tersebut, dapat dirumuskan menjadi pertanyaan sebagai berikut :

Bagaimanakah perancangan kampanye interaktif untuk mengatasi bahaya dari *skinny fat*?

1.3 Batasan Masalah

Terdapat beberapa batasan masalah yang ditetapkan dalam perancangan kampanye interaktif ini. Secara geografis, penelitian difokuskan pada universitas di wilayah Tangerang untuk mendapatkan data yang relevan, sekaligus mempertimbangkan lokasi strategis di mana mayoritas universitas dikelilingi rumah makan *junk food*. Dari sisi demografis, target audiens adalah perempuan berusia 18-22 tahun dengan tingkat pendidikan S1 dan berasal dari status sosial ekonomi menengah ke atas (AB). Secara psikografis, audiens digambarkan sebagai mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial, sibuk menuntut ilmu, cenderung malas berolahraga atau “mageran”, serta tidak memperhatikan pola makan karena sering mengonsumsi *junk food*. Fokus utama dari kampanye interaktif ini bukanlah pada pencegahan *skinny fat*, melainkan pada penanganan individu yang telah masuk

dalam kategori *skinny fat*, khususnya dalam konteks lingkungan pendidikan dan media sosial.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk membuat Perancangan Kampanye Interaktif untuk Mengatasi Bahaya *Skinny fat*.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Maka harapan penulis dari tugas akhir ini, mampu memberikan manfaat dari segi teoretis dan praktis,

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan menjadi ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, khususnya membahas materi kampanye interaktif untuk mengatasi bahaya *skinny fat*. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat meningkatkan referensi akademik mengenai kampanye interaktif yang mampu mengatasi masalah *skinny fat* di Indonesia.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk merancang strategi kampanye interaktif yang efektif, serta memahami masalah *skinny fat* di Indonesia lebih dalam. Kemudian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain. Untuk melanjutkan penelitian mengenai bahaya *skinny fat* di Indonesia yang kurang mendapatkan perhatian. Untuk universitas, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu karya ilmiah yang unggul. Selain itu, menjadi contoh untuk bahan ajar kuliah yang relevan dan mampu meningkatkan kualitas penelitian di universitas.