

PERANCANGAN APLIKASI SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SARAPAN PAGI BAGI MAHASISWA USIA 19-23 TAHUN DI SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI BANDUNG

Tiffany Zeta D

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Teknologi Bandung

Jl. Soekarno Hatta No. 378, Kota Bandung, Jawa Barat 40235

tifzeta@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuat perancangan aplikasi sebagai media kampanye sarapan pagi dengan menyediakan informasi dan mengedukasi mahasiswa tentang pentingnya sarapan pagi. Adapun yang menjadi latar belakang dalam penulisan ini karena kurangnya kesadaran mahasiswa dengan melewatkan waktu sarapan pagi karena terburu-buru, yang terjadi pada mahasiswa usia 19-23 tahun di Sekolah Tinggi Teknologi Bandung. Metode Penelitian yang digunakan adalah Metode Kualitatif (wawancara dan observasi) sebanyak 7 responden dan Metode Kuantitatif (Kuesioner online) sebanyak 101 dan kuesioner *offline* 66 responden yang merupakan mahasiswa di Sekolah Tinggi Teknologi Bandung. Hasil yang ingin dicapai adalah sebuah perancangan aplikasi sebagai media kampanye yang dapat memberikan informasi dan edukasi kesehatan kepada mahasiswa mengenai pentingnya sarapan pagi, baik manfaat serta kandungan gizi pada menu sarapan, sehingga timbulnya kesadaran pada mahasiswa bahwa sarapan pagi itu penting guna tercapainya hidup sehat dengan sarapan sehat.

Kata Kunci : Kampanye, Sarapan, Remaja.

Abstract

This study aims to create an application design as a campaign media for breakfast by providing information and educating students about the importance of breakfast. As for the background in this writing because of the lack of students awareness by skipping breakfast because of the rush, which occurs in students aged 19-23 years at the Bandung College of Technology. The research method used was a qualitative method (interview and observation) of 7 respondents and a quantitative method (online questionnaire) of 101 respondents and an offline questionnaire of 66 respondents who were students at the Bandung College of Technology. The results to be achieved is an application design as a campaign media that can provide information and health education to students about the importance of breakfast, both the benefits and nutritional content of the breakfast menu, so that students are aware that breakfast is important in order to achieve healthy living with breakfast healthy.

Keywords: Campaign, Breakfast, Youth.

I. PENDAHULUAN

Salah satu kelompok usia masa perkembangan untuk mencapai kematangan fisik maupun sosial-psikologis adalah masa remaja. Masa remaja adalah salah satu kelompok usia yang rentan terhadap perubahan fisik maupun sosial-psikologis yang terjadi di lingkungan sekitar, khususnya pola konsumsi sarapan pagi. Bagi sebagian remaja, melewatkan sarapan pagi merupakan hal yang biasa. Selain itu, menurut mereka faktor yang dapat menjadi alasan saat melewatkan waktu sarapan pagi diantaranya terburu-buru, malas, sakit perut dan faktor lainnya

yaitu waktu yang terbatas karena harus berangkat ke kampus, dirumah tidak tersedia makanan untuk dikonsumsi, makanan tidak sesuai selera, terdapat kesibukan lain dan *deadline* tugas. Remaja yang tinggal di perkotaan seringkali melewatkan waktu makan terutama makan pagi yang disebabkan kesibukan ibu bekerja dan waktu yang terbatas karena harus kerja (Irdiana dan Nidya, 2017: 3). Pola konsumsi sarapan pagi yang tidak baik pada remaja khususnya mahasiswa seharusnya bisa diperbaiki apabila ada sebuah media yang memberi informasi pentingnya sarapan pagi yang dapat membantu mahasiswa membangun

sebuah kebiasaan sarapan pagi. Di zaman seperti ini peran teknologi komunikasi sangat penting karena banyaknya tuntutan kebutuhan akan pertukaran informasi yang cepat dan tepat. Salah satu yang menjadi pusat informasi zaman sekarang adalah informasi berbasis digital yang diimplementasikan melalui *smartphone*. Maraknya penggunaan aplikasi *mobile* yang diimplementasikan melalui *smartphone* ini mampu memberi berbagai manfaat dan kemudahan bagi penggunanya terutama bagi mahasiswa untuk membantu mengeksplorasi berbagai pengetahuan baru dan menunjang berbagai aktivitas sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian kuesioner terhadap 101 responden mahasiswa Sekolah Tinggi Teknologi Bandung didapatkan bahwa responden laki-laki sebanyak 39,6% dan responden perempuan sebanyak 60,4% yang sering melewatkan sarapan pagi dengan alasan terburu-buru, malas, sakit perut dan faktor lainnya. Dinyatakan dari hasil data responden yang “sering” melewatkan sarapan pagi sebanyak 50,5%. Berdasarkan hasil data kuesioner diketahui bahwa sebanyak 72,3% mahasiswa menyatakan sarapan pagi itu penting namun tidak acuh terhadap perilaku sarapan pagi.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengingat dan menghimbau mahasiswa dengan cara mengkampanyekan sarapan pagi menggunakan media *digital* yang dekat dengan mahasiswa. (2) Merancang bentuk kampanye yang dapat menjadi solusi permasalahan pada mahasiswa yang berusia 19-23 tahun di Sekolah Tinggi Teknologi Bandung yang telah menyadari pentingnya sarapan pagi, tetapi tetap diabaikan.

Identifikasi Masalah

1. Terdapat permasalahan dimana mahasiswa yang berusia 19-23 tahun di Sekolah Tinggi Teknologi Bandung mengalami gangguan pola makan yang tidak baik terutama sarapan pagi.
2. Mahasiswa yang berusia 19-23 tahun di Sekolah Tinggi Teknologi Bandung sebanyak 50,5% telah melewatkan waktu sarapan pagi karena terburu-buru berangkat ke kampus, faktor lainnya malas, sakit perut, tidak tersedia makanan untuk dikonsumsi, makanan tidak sesuai selera, tidak biasa sarapan dan *deadline* tugas.
3. Mahasiswa yang berusia 19-23 tahun di Sekolah Tinggi Teknologi Bandung sebanyak 72,3% menyadari pentingnya sarapan pagi, tetapi tetap diabaikan.

Maksud Perancangan

Maksud dari perancangan ini sebagai solusi kampanye untuk meningkatkan kesadaran pada mahasiswa yang berusia

19-23 tahun di Sekolah Tinggi Teknologi Bandung agar tidak melewatkan sarapan pagi.

Tujuan Perancangan

1. Mengingat dan menghimbau mahasiswa dengan cara mengkampanyekan sarapan pagi menggunakan media digital yang dekat dengan mahasiswa.
2. Merancang bentuk kampanye yang dapat menjadi solusi permasalahan pada mahasiswa yang berusia 19-23 tahun di Sekolah Tinggi Teknologi Bandung yang telah menyadari pentingnya sarapan pagi, tetapi tetap diabaikan.

Perencanaan Media

1. Identifikasi masalah serta pemilihan kelompok sasaran
2. Menentukan tujuan khusus kampanye
3. Anggaran kampanye selama satu periode tertentu
4. Perencanaan media
5. Menciptakan pesan-pesan kampanye
6. Menilai keberhasilan kampanye
7. Pasca produksi

METODE PENELITIAN

Desain, tempat dan waktu

Penelitian ini dimulai dengan menentukan subjek yang akan diteliti, dalam hal ini subjek yang akan diteliti yaitu pentingnya sarapan pagi. Metode pengambilan data penelitian ini dilakukan dengan 2 cara yaitu: kualitatif dan kuantitatif. Diantaranya:

1. Kuesioner dilakukan kepada *target audience* usia 19-23 tahun, pada 02-Juni-2018, 15-April-2019 di Sekolah Tinggi Teknologi Bandung. Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan data-data serta informasi tentang sarapan pagi.
2. Wawancara ini dilakukan kepada *target audience* pada 30-Agustus-2018, 29-April-2019 di Sekolah Tinggi Teknologi Bandung. Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan data-data serta informasi tentang sarapan pagi, *consumer journey*, *consumer insight*, *point of contact*, warna yang disukai.

3. Observasi yang pengambilan data penelitian ini dilakukan pada 02-Juni-2018 sampai 15-April-2019. Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan data-data serta informasi tentang apa saja yang dilakukan *target audience* terkait sarapan pagi.

II. TINJAUAN MASALAH

Landasaan Teori

A. Kampanye

Kampanye adalah rencana kegiatan komunikasi pemasaran yang berkesinambungan dan dilaksanakan berdasarkan suatu jadwal yang menunjukkan peran satu atau berbagai media (televisi, radio, majalah, surat kabar, dan film) (Nuradi, 1996: 28). Salah satunya kampanye sosial, kampanye sosial digambarkan seperti pengetahuan sosial dan kebajikan sosial, yang bertujuan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik terkait, misalnya: anti *HIV*, kampanye pelestarian lingkungan dan lain-lain.

B. Sarapan

Sarapan pagi adalah makanan yang dimakan pada pagi hari sebelum beraktivitas, yang terdiri dari 4 sehat 5 sempurna, jumlah yang dimakan kurang lebih 1/3 dari makanan dalam sehari (Amrannur dalam Indriani, 2014).

Sarapan yang baik harus banyak mengandung karbohidrat karena akan merangsang kadar gula dan nutrisi dalam otak, yang dapat menghasilkan energi, memacu otak menjadi fokus belajar dan mudah memahami pelajaran (Moehji, 2009). Sarapan yang baik harus mencukupi 15-30% dari kebutuhan energi atau total diet harian (Hardinsyah dan Aries, 2012).

Sarapan pagi sangat bermanfaat bagi setiap orang. Bagi remaja, sarapan cukup terbukti dapat memelihara ketahanan fisik, mempertahankan daya tahan tubuh dan meningkatkan produktivitas kerja. Membiasakan sarapan juga berarti membiasakan disiplin bangun pagi, beraktivitas pagi dan mencegah dari makan berlebihan pada makan siang dan malam hari (Depkes, 2014).

Seseorang yang tidak sarapan pagi, mempunyai kondisi tubuh yang tidak dapat beraktivitas dengan baik, hal ini dikarenakan tubuh menguras energi dan jika ini habis maka

cadangan lemak yang diambil (Moehji, 2009). Berikut ini adalah beberapa kerugian tidak sarapan pagi:

1. Seseorang yang tidak sarapan pagi, tubuhnya tidak berada dalam kondisi yang baik untuk melakukan pekerjaan. Selain itu, bila tidak sarapan pagi, dapat menyebabkan kurang fokus belajar, kecepatan bereaksi menurun tajam, sehingga kemampuan dalam memecahkan masalah menjadi menurun yang kemudian akan menyebabkan prestasi belajar ikut menurun, hal ini akan menghambat proses belajar di sekolah (Ahmad dkk, 2011).
2. *Hipoglikemia* (kadar gula dasar di bawah batas normal)

Pada remaja yang tidak sarapan, dapat mengakibatkan menipisnya ketersediaan *glikogen* otot tidak tergantikan, yang mengakibatkan menjadi gelisah, bingung, pusing, mual, berkeringat dingin, kejang perut, bahkan pingsan (Rahmawati, 2001).

C. Remaja

Remaja atau bahasa aslinya *adolescence*, berasal dari bahasa latin yang berarti tumbuh untuk mencapai kematangan, baik kematangan fisik maupun sosial-psikologis (Sanderwitz & Paxman, 1985). Perilaku makan adalah suatu keadaan yang menggambarkan perilaku seseorang terhadap pola makan, kesukaan makan dan pemilihan makanan. Biasanya makanan yang sangat disukai remaja ialah makanan *junk food* yang merupakan termasuk makanan cepat saji, seperti burger, pizza, fried chicken, kentang goreng, biskuit gurih dan manis, serta minuman bersoda (Sari, 2008).

D. Aplikasi

Aplikasi adalah penerapan suatu konsep yang menjadi pokok pembahasan untuk melaksanakan suatu fungsi bagi pengguna atau sebagai program komputer yang dibuat untuk menolong manusia dalam melaksanakan tugas tertentu (Kadir, 2008: 3). Aplikasi memiliki perangkat lunak, perangkat lunak yang digunakan kampanye ini adalah berjenis perangkat lunak pendidikan (*Educational Software*).

E. Android

Android menurut (Safaat, 2012: 1) merupakan “*Open Mobile Platform*” yang dikembangkan oleh *google*, secara sederhana android merupakan sistem operasi untuk telepon seluler yang berbasis *Linux*. Android menyediakan *Platform* terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi

mereka sendiri untuk digunakan oleh bermacam peranti bergerak. Android umum digunakan di *smartphone* dan juga di tablet PC.

F. Elemen-Elemen Desain

- a. Garis
- b. Bentuk
- c. Tekstur
- d. Ruang kosong
- e. Ukuran
- f. Warna
- g. Layout

G. Teori Psikologi Warna

Nidjam menuliskan bahwa dalam bukunya *theory of colours*, setiap warna memberi kesan yang positif dan negatif yang berpengaruh pada emosi. Warna yang memberikan kesan positif adalah kuning, sedangkan warna yang memberikan kesan negatif adalah biru.

III. KAJIAN & STRATEGI KOMUNIKASI

Segmentasi

- a. Geografis: Kota Bandung
- b. Demografis: Mahasiswa usia 19-23 tahun di Sekolah Tinggi Teknologi Bandung, dengan status ekonomi B ke C (menengah ke atas)
- c. Psikografis: mahasiswa yang melewati waktu sarapan pagi karena terburu-buru melakukan aktivitas sehari-hari di pagi hari.

Targeting

Perancangan kampanye ini diharapkan dapat mencapai *target audience* yaitu dengan menggunakan Aplikasi sebagai media kampanye yang bersifat informasi dan edukasi kesehatan dengan *optional* kalori meter untuk mengurangi mahasiswa yang melewati waktu sarapan pagi karena terburu-buru melakukan aktivitas sehari-hari. Perancangan kampanye melalui media aplikasi bersifat informasi edukasi kesehatan ini mampu memberikan informasi tentang pentingnya sarapan pagi, mulai dari definisi, manfaat, dampak serta kandungan gizi yang ada pada asupan menu sarapan pagi.

Positioning

Media Aplikasi Pentingnya Sarapan Pagi merupakan sebagai media kampanye yang bersifat informasi dan edukasi

kesehatan yang bertujuan untuk menginformasikan dan menghimbau mahasiswa tentang pentingnya sarapan pagi dengan isi dari konten aplikasi sarapan sehat ini meliputi definisi sarapan pagi, manfaat sarapan pagi, dampak dari tidak sarapan pagi, kandungan gizi tiap menu sarapan pagi serta *optional* kalori meter dari menu sarapan pagi.

a. Media Utama



Gambar 1 Tampilan Aplikasi Sarapan Sehat



Gambar 2 Tampilan Aplikasi Sarapan Sehat

b. Logo Kampanye



Gambar 3 Logo Kampanye Sarapan Sehat

c. Media Pendukung



Gambar 4 Ads Wifi Sarapan Sehat



Gambar 5 Poster Sarapan Sehat



Gambar 6 Bantal Sarapan Sehat



Gambar 5 Mug Sarapan Sehat



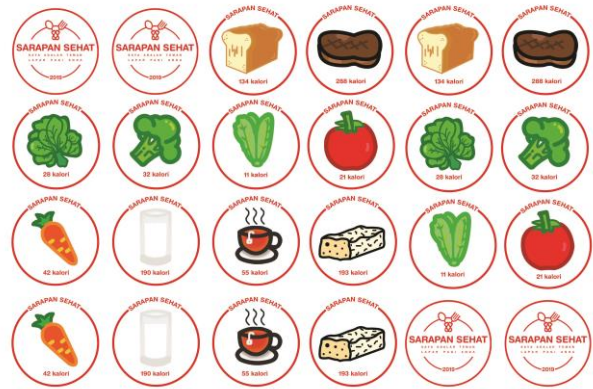
Gambar 7 Totebag Sarapan Sehat



Gambar 8 Notebook Sarapan Sehat



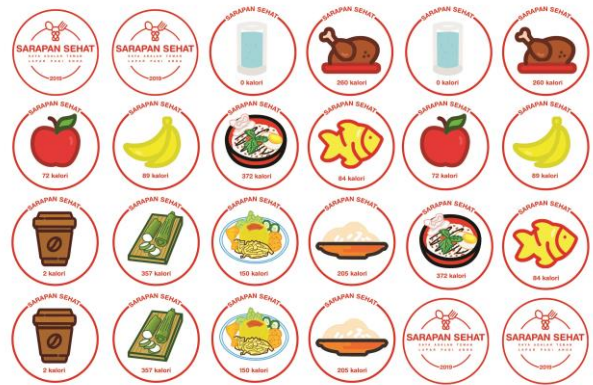
Gambar 9 Tumbler Sarapan Sehat



Gambar 12 Stiker Sarapan Sehat



Gambar 10 Gantungan Kunci Sarapan Sehat



Gambar 13 Stiker Sarapan Sehat



Gambar 11 T-Shirt Kunci Sarapan Sehat

Tone and Manner

Dalam perancangan kampanye melalui media aplikasi ini warna yang digunakan adalah didominasi perpaduan warna merah, dan putih. Dengan tambahan warna pendukung meliputi orange, kuning, hijau, ungu, biru, coklat, hitam, dan abu-abu. *Background* didominasi warna merah dan putih yang merupakan warna yang memiliki kemampuan *rev desire*, menyimbolkan minimalis, sederhana, memiliki kekuatan, kepercayaan diri, memberi kesan *friendly*, bersemangat, dan gembira.

IV. KESIMPULAN

Dalam penelitian Tugas Akhir ini bertujuan untuk memberikan informasi edukasi kesehatan dan menghimbau mahasiswa usia 19-23 tahun di Sekolah Tinggi Teknologi

Bandung untuk mengurangi perilaku melewatkan waktu sarapan pagi dengan menggunakan aplikasi sebagai media kampanye. Dikarenakan aplikasi adalah teman yang dekat dengan mahasiswa, di jaman modern seperti ini, semua informasi tersebar secara luas, cepat dengan waktu yang efisien. Aplikasi ini pun berisikan tentang informasi seputar gizi dari menu sarapan pagi, manfaat, dampak, informasi tentang aplikasi sarapan pagi serta *optional* dari kalori meter pada aplikasi sarapan sehat ini.

REFERENSI

- [1] Irdiani, W., dan Nindya T.S. (2017). Hubungan Kebiasaan Sarapan dan Asupan Zat Gizi dengan Status Gizi Siswi SMAN 3 Surabaya. *Jurnal Ilmu Pendidikan. (Online)*, Vol 1, No. 3 (<https://e-journal.unair.ac.id>), diakses 13 April 2018)
- [2] Istiningtyas, A. (2010). Hubungan Antara Pengetahuan dan Sikap Tentang Gaya Hidup Sehat dengan Perilaku Gaya Hidup Sehat Mahasiswa Di PSIK UNDIP Semarang, *Jurnal Kesehatan Kusuma Husada. (Online)*, Vol 1 No. 1 (<http://www.jurnal.stikeskusumahusada.ac.id>), diakses 02 Mei 2019)
- [3] Larson, Charles U. *Persuasion, Reception and Responsibility*. California: Wadsworth Publishing Co., 2012.
- [4] Lexy. J. Moleong, *Metodologi*, h. 186
- [5] Lefebvre, R. C. (2013). Chapter 1: The History and Domains of Social Marketing. From R. C. Lefebvre, *Social Marketing and Social Change: Strategies and Tools for Improving Health, Well-being and The Enviroment*. San Francisco, CA: Jossey-Bass
- [6] Moehji, S. 2009. Ilmu Gizi 2. Penerbit Papas Sinar Sinarti. Jakarta: 63, 66
- [7] Muchtar, dkk. (2011). Sarapan dan Jajan Berhubungan dengan Kemampuan Pada Remaja. *Jurnal gizi klinik indonesia. (Online)*, Vol. 8, No. 1 (<https://journal.ugm.ac.id>), diakses 02 Mei 2019)
- [8] Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- [9] Papalia, D. E., Old, S. W., Feldman, & R. D. (2008). *Human Develomment* (terjemahan A. K. Anwar). Jakarta: Prenada Media Group
- [10] Purba, A. D. (2017). Faktor Determinan Kebiasaan Sarapan Pagi Siswa SDN 2 Way Gubag. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dokter. (Online)*, (<http://digilib.unila.ac.id>), diakses 13 Juni 2018)
- [11] Safaat H, Nazruddin. (2011) ANDROID, Pemograman Aplikasi *Mobile Smartphone* dan Tablet PC Berbasis Android. Bandung: Penerbit Informatika.
- [12] Soekanto, Soerjono. 2013. *Suatu Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Raja Grafinnda
- [13] Sutoyo, Anwar. (2009). *Pemahaman Individu, Observasi, Cheklist, Interviu, Kuesioner dan Sosiometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- [14] Venus, A. (2007). *Manajemen Kampanye" Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi"*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media
- [15] Rustan, Suriyanto. (2009). *Layout dasar & penerapannya*. Jakarta: Kompas Gramedia Building
- [16] e-books : Junindar, (2017). *Xamarin Android : Mudah membangun aplikasi mobile*. Microsoft MVP. VB. Penerbit : <https://books.google.co.id>
- [17] Farantika, Auria. (2015). Pengaruh Psikologi Kombinasi Warna dalam Website. *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia. (Online)*, Vol. 01 No. 01 (<https://dinus.ac.id>), diakses (28 Juni 2019)
- [18] Jasse James Garret, (2011). *The Elements Of User Experience, Second Edition : User-Centered Design For The Web And Beyond*, USA (united states of america): Peachpit, A Division Of Pearson Education.

