

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Belakangan ini banyak masalah yang terjadi baik masalah keuangan, masalah kesehatan dan masalah lainnya yang menimpa masyarakat. Masalah-masalah tersebut sering membuat mereka frustrasi bahkan stres, akibatnya kualitas kehidupan mereka rusak.

Salah satu contoh misalnya dalam segi kesehatan, apabila orang mengalami stres maka imunitas tubuh mereka akan menurun sehingga mudah terserang penyakit, stres juga dapat mempengaruhi perilaku orang tersebut seperti makan terlalu banyak sehingga menimbulkan obesitas, dari obesitas dapat memicu penyakit-penyakit lainnya seperti jantung, kolesterol dan masih banyak lagi. Frustrasi dan stres yang berlebihan dapat membuat orang kehilangan akal sehatnya, bukan mustahil orang tersebut bisa melakukan bunuh diri.

Apapun masalah kehidupan yang terjadi seperti masalah ekonomi masalah percintaan, masalah lainnya, ternyata hal tersebut dapat ditanggulangi dengan selalu berpikir positif sehingga muncul pepatah “Jangan tunggu badai berlalu, tetapi menarilah di tengah badai.” (Jeannie Lancaster) yang dikutip dari buku Jack Canfield (2010: 9) yang berjudul *Chicken Soup for The Soul* yang artinya dalam kondisi yang sangat buruk pun kita harus mampu selalu berpikir positif dalam menghadapinya.

Buktinya ada beberapa buku tentang berpikir positif dan orang-orang yang bekerja sebagai motivator untuk mengajak masyarakat selalu berpikir positif setiap saat. Contohnya Mario Teguh. Beliau sangat piawai dalam memberikan masukan dan ajakan terhadap pemirsanya untuk selalu melihat sisi baik dalam setiap situasi, akan tetapi motivator dan buku-buku tersebut hanya diperuntukan untuk kalangan

menengah ke atas saja, kata-kata yang diucapkan oleh Mario Teguh tidak mudah dicerna oleh kalangan menengah kebawah, padahal kalangan menengah kebawah juga perlu mengetahui pentingnya cara selalu berpikir positif mengingat kalangan menengah kebawah cenderung memiliki lebih banyak masalah terutama di bidang ekonomi. Berpikir positif memiliki banyak manfaatnya selain baik untuk kesehatan dengan menjaga daya tahan tubuh terhadap penyakit ternyata masih banyak manfaat lainnya seperti membuat hidup lebih bermakna, dapat mengubah kesulitan menjadi kesempatan, dapat lebih bersyukur kepada Tuhan, dapat menemukan sisi baik di setiap situasi dan lain-lain.

Melihat hal ini desain komunikasi visual dapat membantu dengan cara mengkampanyekan tentang pentingnya selalu berpikir positif untuk mencegah penyakit yang timbul karena frustrasi, depresi dan stres, yakni dengan memberikan informasi tentang berpikir positif dari segi manfaat bagi kualitas kehidupan. Sehingga nantinya kualitas kehidupan mereka dapat meningkat.

Melihat fenomena di atas, bahwa selalu berpikir positif memiliki manfaat yang begitu besar namun belum terlalu dikenal oleh masyarakat menengah kebawah di Indonesia. Serta melihat masyarakat yang memiliki pikiran negatif dan pesimis yang nantinya menimbulkan bibit-bibit penyakit dan masalah di masa yang akan datang. Maka penulis mengangkat “Perancangan Kampanye Selalu Berpikir Positif untuk Kalangan Menengah Kebawah ” dengan cara pro bono dan tepat secara visual.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Setelah melihat latar belakang masalah di atas maka permasalahan utama adalah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pentingnya berpikir positif yang banyak manfaat serta dari segi DKV menyampaikan hal tersebut dengan media-media serta cara yang tepat dan efektif.

Ruang Lingkup penelitian ini adalah target utama yakni masyarakat menengah kebawahkota Bandung, pada usia 20-34 tahun. Sebab menurut Daniel Levinson dalam bukunya yang berjudul *The Season of Man's Life* pada usia 20-34 merupakan usia periode transisi dimana orang harus menghadapi persoalan penentuan tujuan yang lebih serius. (<http://www.psikologizone.com>)

Batasan masalah dari penelitian yang akan dilakukan adalah memberi informasi kepada masyarakat terhadap pentingnya berpikir positif serta mengajaknya melakukan dan mengubah cara berpikir mereka yang salah. Sebab mengingat kurangnya pengetahuan masyarakat menengah ke bawah tentang pentingnya berpikir positif. Kemudian batasan lainnya adalah target atau sasaran yang akan dituju oleh kampanye ini adalah kalangan dewasa, untuk kelas menengah kebawah. Maka melihat pernyataan di atas rumusan masalah yang akan dibahas :

1. Bagaimana memberikan informasi tentang pentingnya berpikir positif yang banyak sekali manfaatnya sehingga masyarakat menengah ke bawah lebih mengenal dan mengetahuinya ?
2. Bagaimana mengajak masyarakat menengah kebawah untuk melakukan dan dapat mengubah cara berpikir mereka yang negatif menjadi positif ?

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan karya Tugas Akhir ini adalah :

1. Memberikan informasi kepada masyarakat menengah kebawah tentang manfaat dari berpikir positif bagi kualitas kehidupan mereka, melalui kampanye.
2. Melakukan kampanye selalu berpikir positif dan memberitahukan kepada masyarakat menengah kebawah tentang manfaat dari berpikir positif.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Berupa data serta keterangan dari internet, buku, majalah dan koran untuk memperoleh teori tentang manfaat berpikir positif.

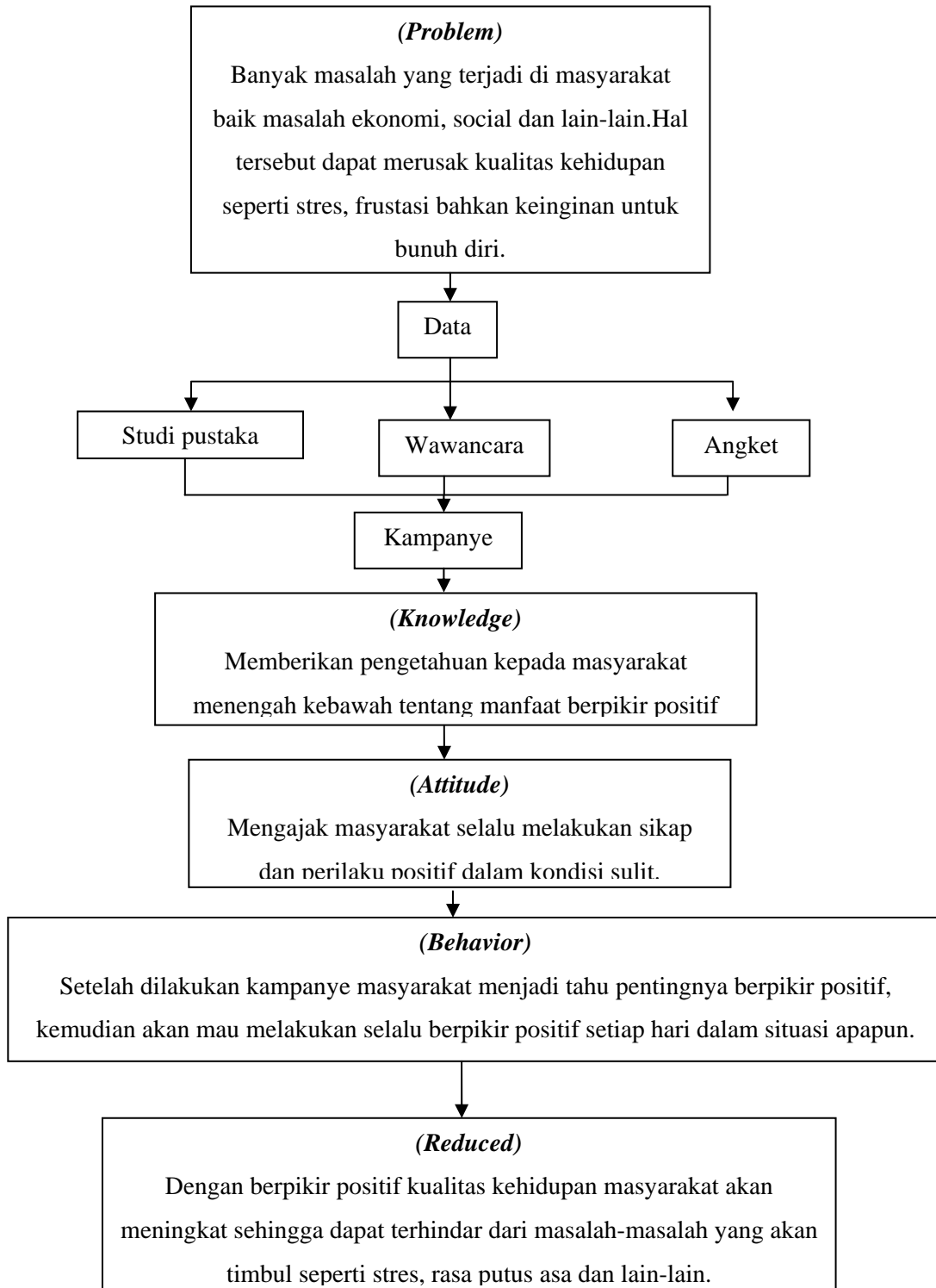
2. Wawancara

Dengan mewawancarai orang yang ahli terhadap manfaat berpikir positif yaitu psikolog.

3. Angket

Dengan menyebarkan ke masyarakat luas, untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan responden tentang manfaat berpikir positif.

1.5 Skema Perancangan



Tabel 1.1 Skema Perancangan