

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman *modern* ini, persaingan pun menjadi semakin ketat. Orang yang bekerja di kantor atau perusahaan berusaha untuk menunjukkan prestasi agar bisa mendapatkan kenaikan jabatan atau kenaikan gaji. Sedangkan yang sedang kuliah, berusaha agar nilai-nilainya bagus sehingga pada saat lulus, mencari pekerjaan pun tidak sulit dengan prestasinya. Ketika lulus kuliah – *fresh graduate*, ternyata mencari pekerjaan tidak semudah yang dipikirkan, dengan modal nilai yang bagus saja tidak cukup. Ditambah lagi dengan budaya materialistik yang semakin kuat (segala sesuatunya membutuhkan uang – yang paling penting adalah uang) membuat orang menjadi mudah *stress* (terutama perempuan) karena ingin mempunyai uang yang banyak.

Tentunya ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengusir *stress*, antara lain : *refreshing*, *spa* dan *massage*, membaca buku atau komik, menonton film, berolahraga, makan, berbelanja, atau berkumpul dengan teman-teman. Kebanyakan orang, terkadang sulit / segan untuk meluangkan waktu untuk melakukan olahraga, padahal dengan berolahraga kadar *stress* dapat diturunkan. Salah satunya dengan yoga, yang dapat membuat tubuh menjadi lebih *relax* dan segar. Sayangnya, kebanyakan orang tidak menyukai yoga karena dianggap membosankan. Orang lebih mencari olahraga yang membakar kalori lebih banyak. Padahal ada banyak manfaat yang bisa didapatkan bila rajin / rutin melakukan yoga, antara lain : melatih fleksibilitas tubuh, memperbaiki postur tubuh, mengusir *stress*, melatih otot dalam tubuh, melatih konsentrasi, dan membuat pikiran menjadi lebih fokus sekaligus santai.

Kurangnya peminat yoga disebabkan salah pengertian terhadap yoga yang dianggap membosankan. Padahal manfaat yoga justru lebih banyak ketimbang olahraga lainnya,

selain itu gerakannya pun mudah dan nyaman karena bisa dilakukan di mana saja. Maka dari itu, perlu dilakukan sebuah kegiatan kampanye untuk mensosialisasikan yoga kepada masyarakat dan untuk mengubah *mind set* orang terhadap yoga.

Kata ‘Yoga’ berasal dari bahasa Sanskrit yang artinya: perpaduan. Secara umum diartikan sebagai perpaduan dari pikiran, tubuh dan jiwa. Yoga berasal dari India dan sudah ada sejak hampir 3000 tahun yang lalu. Banyak orang mempertanyakan, apakah Yoga hanya sebuah bentuk olahraga atau juga mengandung nilai spiritual? Praktik Yoga yang murni memang mengandung unsur spiritual. Menurut ajaran Yoga yang murni, raga kita adalah “*Finite Jiva*” (fana) dan segala sesuatu yang di luar raga adalah “*Infinite Brahman*” (kekal). Di dalam praktik Yoga ada perpaduan di antara keduanya dan ditambah satu unsur lagi yaitu meditasi - perpaduan raga dan alam semesta. Praktik Yoga modern biasanya minus pengucapan “mantra” yang diucapkan sewaktu melakukan meditasi.

Di dalam filosofi yoga, ditentukan bahwa tubuh manusia adalah suatu kreasi alam yang luar biasa. Karena tubuh tempat bersemayamnya jiwa, sudah selayaknya diperlakukan secara istimewa (dihargai / dihormati). Jika tubuh, pikiran dan pernafasan seimbang dan selaras, maka tubuh akan memancarkan cahaya energi. Filosofi yoga percaya bahwa jiwa bersifat abadi dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Sifat dasar semua makhluk hidup adalah damai dan bahagia. Oleh karena itu, latihan yoga bertujuan memelihara suasana hati yang damai. Filosofi yoga sangat bagus dan dapat diterapkan ke dalam kehidupan sehari-hari untuk mendapatkan kehidupan yang bahagia, menyenangkan, dan jauh dari *stress*. Selain membuat kehidupan menjadi lebih positif, ada banyak manfaat lainnya yang dapat dirasakan setelah mengikuti yoga dengan teratur.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, penulis akan merumuskan pokok-pokok masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana mensosialisasikan yoga kepada masyarakat kota Bandung?
2. Bagaimana merancang kampanye yang menarik atau mampu memperkenalkan nilai-nilai lebih dari yoga ?
3. Bagaimana mengemas kampanye yoga agar menarik sehingga banyak diminati oleh orang-orang untuk melakukan yoga dan menjadikannya sebagai sesuatu kebutuhan?

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, penulis akan memaparkan secara garis besar hasil-hasil pokok yang akan dicapai dalam pembahasan : mensosialisasikan yoga melalui sebuah kampanye kepada anak muda di kota Bandung melalui pendekatan *lifestyle*/gaya hidup anak muda dengan teknik fotografi.

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan dari pembuatan laporan ini adalah untuk memperkenalkan yoga kepada masyarakat kota Bandung, sehingga dapat menarik minat masyarakat dan menjadikan yoga sebagai sebuah bagian dari hidup mereka. Target yang dipilih adalah orang-orang yang mempunyai minat terhadap yoga, terutama bagi mereka yang sudah bekerja dan masih bersekolah di bangku kuliah dengan tipe “*seeker*”. Karena untuk mempopulerkan dan menjadikan yoga sebagai gaya hidup setidaknya harus mulai diterapkan sedini mungkin. Anak muda zaman sekarang, rentan sekali terhadap stress (akibat sekolah, masalah pekerjaan, maupun masalah hidup lainnya) dan emosi yang labil. Sehingga dibutuhkan sebuah solusi untuk mengatasi hal itu, antara lain dengan yoga dan bagaimana menerapkan filosofi yoga ke dalam hidupnya sehingga bukan hanya sekedar melakukan tetapi menjadi sebuah gaya hidup mereka.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik penelitian yang digunakan oleh penulis untuk membuat perancangan kampanye dan penyusunan laporan berasal dari sumber-sumber yang meliputi :

1. Observasi, mengumpulkan data-data dan informasi yang diperoleh dengan cara melakukan pengamatan terhadap hal-hal yang memiliki hubungan dengan yoga, seperti : tempat khusus yoga (misal : Yoga Leaf), tempat *fitness / gym* yang ada.
2. Wawancara, secara langsung terhadap pengajar yoga yang berpengalaman dan terhadap praktisi yoga.
3. Studi pustaka, mencari buku-buku yang berhubungan dengan yoga dan kesehatan.
4. Pengunduhan data-data terkait melalui *internet*.
5. Kuisioner terhadap masyarakat, anak muda dan orang tua.

Tujuan metode studi pustaka adalah mencari data pasti yang dibuat oleh atau seseorang atas penelitian yang dilakukan, dan mendapatkan pengetahuan dari data tersebut. Tujuan digunakan metode wawancara dan kuisioner adalah agar data yang didapat jelas, digunakan untuk membandingkan dari hasil penelitian studi pustaka dan wawancara atau kuisioner, maka bisa diketahui bagaimana cara melakukan promosi yang tepat mengenai sasaran.

1.5 Skema Perancangan

