

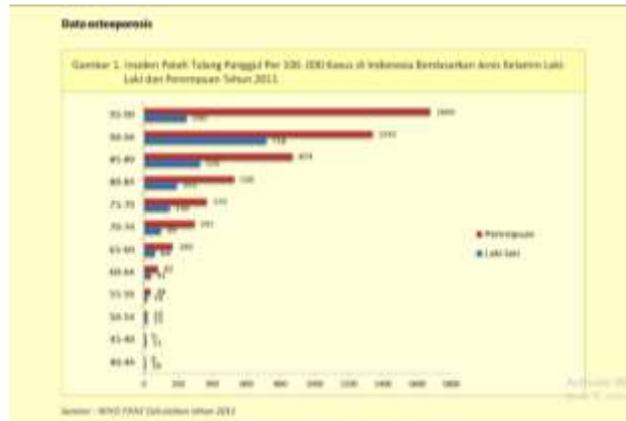
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tulang berfungsi untuk menyangga tubuh manusia saat bergerak dan melakukan aktifitas. Tanpa tulang, pasti tubuh kita tidak bisa tegak berdiri. Menjaga kesehatan tulang sangat penting bagi kita semua, karena tulang adalah penyokong tubuh kita agar dapat berdiri tegak dengan baik, membuat kita dapat duduk nyaman dan melakukan berbagai aktifitas lainnya. Namun meski demikian kuat, bukan berarti tulang tahan akan penyakit-penyakit yang dapat menyerangnya. Hasil survei Fonterra Brand Indonesia bersama dengan Perosi mengungkapkan, masyarakat Indonesia masih menghabiskan waktunya selama rata-rata 10 jam dalam sehari dengan aktivitas yang tidak aktif seperti duduk bekerja di balik meja dan menghabiskan waktu berkendara. Walaupun tulang yang kuat disadari sebagai pendukung untuk bergerak aktif, tetapi 68% orang yang menganggap tulang sebagai pendukung untuk bergerak aktif tidak menjaga kesehatan tulang mereka dengan berolahraga teratur dan 84% dari mereka tidak mengonsumsi nutrisi berkalsium tinggi yang sangat dibutuhkan oleh menjaga kesehatan tulang. Presiden Direktur, Fonterra Brands Indonesia Achyut Kasireddy, menjelaskan bahwa hasil penelitian tersebut menunjukkan masyarakat Indonesia perlu kesadaran lebih untuk mulai menjalankan gaya hidup sehat

Salah satu penyakit tulang adalah Osteoporosis. Osteoporosis merupakan kondisi saat kualitas kepadatan tulang menurun. Kondisi ini membuat tulang menjadi keropos dan rentan retak. Osteoporosis umumnya baru diketahui setelah ditemukan retak pada tulang, setelah pasien mengalami jatuh ringan. Retak pada pergelangan tangan, tulang pinggul, dan tulang belakang adalah kasus yang paling banyak ditemui pada penderita osteoporosis. Di Indonesia, sebanyak 23 persen wanita berusia 50-80 tahun dan 53 persen wanita berusia 70-80 tahun mengidap osteoporosis, berdasarkan hasil penelitian pada tahun 2006. Risiko wanita mengidap osteoporosis empat kali lebih besar dibandingkan dengan risiko pada pria.



Gambar: 1. Data Osteoporosis

Sumber: *WHO FRAX Calculation* tahun 2011

Faktor-faktor risiko osteoporosis dibagi menjadi 2, ada faktor risiko yang dapat diubah dan faktor risiko yang tidak dapat diubah. Menurut Departemen Kesehatan, faktor risiko yang dapat diubah antara lain kurang aktivitas fisik atau malas bergerak, asupan kalsium yang rendah, kekurangan protein, kurang asupan vitamin D, dan kebiasaan merokok. Sedangkan faktor risiko yang dapat diubah antara lain riwayat keluarga, usia, menopause, dan ukuran badan. Untuk mencegahnya, kita bisa melakukan beberapa hal seperti mengonsumsi makanan-makanan yang sehat serta mengandung vitamin dan gizi yang bisa memperkuat tulang, minum susu merupakan salah satu cara menjaga kesehatan tulang dan memberikannya nutrisi yang cukup untuk memperkuat tulang kita. Serta melakukan olahraga atau aktifitas lainnya yang bertujuan untuk menjaga kesehatan tulang.

Pola hidup sehat memang harus dijalani dari sejak dini bahkan harusnya sudah menjadi kebutuhan untuk kita. Perilaku hidup sehat juga merupakan tanggung jawab kita masing-masing. Dengan menjalani pola hidup sehat, kita juga mensyukuri apa yang diberikan oleh Tuhan YME. Banyak penyakit yang bersumber dari pola hidup yang tidak sehat. Cara menjalani hidup sehat antara lain, lakukan kegiatan fisik (olahraga), memilih makanan yang tepat, menghindari kebiasaan buruk seperti merokok, minum alkohol dsb. Selanjutnya istirahat yang cukup, minum banyak air putih dan menjaga kebersihan.

Berkaitan dengan cara pola hidup sehat, kontribusi Anlene untuk kesehatan Indonesia juga sering dilakukan. Salah satunya yang diucapkan oleh perwakilan

Fonterra Brands Indonesia, Vienno Monintja, menyatakan Fonterra Brands Indonesia merasa terhormat dapat menjadi mitra strategis kampanye Osteoporosis. Tahun ini, untuk memeriahkan peringatan HON yang ke-10, Fonterra Brands Indonesia berpartisipasi aktif dalam peringatan HON 2012 melalui kegiatan *Charity Walk*, Kampanye Indonesia Bergerak 2 Minggu Demi Esok yang Lebih Baik. *Charity walk*, merupakan kegiatan pengumpulan dana untuk edukasi pencegahan Osteoporosis, dengan cara mengajak masyarakat berjalan dari 4 kota, Surabaya, Solo, Semarang, Bandung. Jumlah langkah yang terkumpul akan diakumulasikan dalam sejumlah dana untuk didonasikan kepada Perosi dan Perwatusi. Selain itu, Fonterra Brands Indonesia juga menyediakan pemeriksaan tulang secara gratis bagi masyarakat Indonesia, ujar Vienno. (Sumber: Depkes.com)

Selain itu Anlene Indonesia juga mengadakan acara yang didukung oleh Kementerian Pemuda dan Olahraga RI yaitu Festival Komunitas 2017. Festival Komunitas 2017 diselenggarakan untuk mengajak masyarakat Indonesia supaya aktif berolahraga dan menjalani gaya hidup sehat melalui berbagai komunitas olahraga, untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang lebih kuat dan lebih sehat. Festival Komunitas 2017 yang diresmikan oleh Kepala Bidang Pembinaan Olahraga Massal dan Kesehatan Olahraga Kementerian Pemuda dan Olahraga dr. I Nyoman Winata, Sp.KO ini sejalan dengan misi global *World Health Organization* (WHO) serta mendukung Gerakan Ayo Olahraga dari Kementerian Pemuda dan Olah Raga dan Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (Germas) dari Kementerian Kesehatan. Kegiatan ini diikuti oleh 1.200 masyarakat dari berbagai komunitas olahraga, penggemar gaya hidup sehat, serta atlet taekwondo Tya Ariestya dan brand ambassador Anlene Titi Rajo Bintang dan Indy Barends yang hadir untuk merayakan semangat hidup sehat dan aktif melalui berbagai kegiatan fisik dan olahraga bersama. Festival Komunitas 2017 merupakan bagian dari gerakan Anlene #tetapbisa yang mendorong masyarakat Indonesia untuk memprioritaskan kesehatan dan kesejahteraan mereka dengan menjalani gaya hidup sehat dan aktif, serta mengonsumsi makanan bergizi seimbang, termasuk mengonsumsi susu yang diformulasikan untuk mendukung kesehatan tulang, sendi dan otot secara teratur demi Indonesia yang lebih kuat dan lebih sehat. (Sumber: Fonterra Group)

Dalam rangka menjalankan pola hidup sehat yang salah satunya adalah mengonsumsi makanan yang bergizi yang disertai kandungan vitamin yang cukup. Vitamin D merupakan vitamin yang berperan penting untuk kesehatan tulang. Makanan yang mengandung vitamin D salah satunya adalah produk susu. Susu kaya kalsium dan vitamin D. Susu juga merupakan minuman yang disukai semua kalangan. Namun kebiasaan minum susu tidak di biasakan oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan hasil riset Nielsen RUU Data tahun 2014 silam, konsumsi susu masyarakat Indonesia masih rendah dibandingkan dengan negara-negara lain, hanya 12 liter per orang per tahun atau sekitar tiga sendok makan sehari. Padahal segelas susu yang difortifikasi dapat memenuhi sampai 20% kebutuhan gizi harian anak dan dewasa dan juga menyumbang 180 kkal energi. (Sumber: <https://kumparan.com>)

Menurut Wakil Menteri Pertanian (Wamentan) Rusman Heriawan konsumsi susu orang Indonesia masih sangat rendah bahkan di ASEAN, “Ya tadi selain karena suplainya sudah kurang, konsumsi susu kita juga masih sangat kecil. Mengapa masih kecil, pertama karena kita masih banyak impor susu, kedua minum susu di Indonesia ini masih dianggap barang *lux* (mewah) dan ketiga bagi masyarakat Indonesia minum susu juga bukan menjadi budaya, akibatnya konsumsi susu kita sangat rendah. (Sumber: Finance.Detik.com)

Sosial media merupakan wadah terbaru bagi semua khalayak untuk mengungkapkan apa yang mereka pikirkan, termasuk dalam menyampaikan pesan-pesan tertentu. Dalam menggunakan sosial media seseorang atau sebuah organisasi pasti memiliki strategi khusus untuk menarik perhatian khalayak. Ada yang menggunakan sosial media untuk kehidupan pribadi, untuk bekerja, dan untuk kegiatan marketing. Dari sekian banyak layanan social media di Indonesia, hanya beberapa saja yang paling diminati pengguna. Salah satu sosial media yang digemari dan banyak di gandrungi adalah Instagram. Menurut data yang disiarkan oleh Mastel dan APJII 2016, Instagram menjadi aplikasi jejaring sosial yang paling banyak digunakan, sebesar 82 persen. Meninggalkan Facebook (66 persen) dan Path (49 persen). (Sumber: <http://selular.id>)

Salah satu fitur di Instagram yakni publikasi kegiatan sosial. Dengan demikian Instagram menjadi salah satu alat promosi yang baik dalam menyampaikan sebuah kegiatan itu. Selanjutnya yaitu kegunaan Instagram adalah untuk publikasi organisasi. Banyak dari produk-produk tersebut yang sudah menggunakan media sosial untuk memperkenalkan produk-produk terbarunya kepada masyarakat, hal ini dikarenakan agar mereka tidak harus mengeluarkan biaya sedikit pun untuk melakukan promosi tersebut. Tidak hanya itu saja, produsen tersebut dapat berinteraksi secara langsung dengan para konsumen mereka melalui Instagram.

Berkaitan dengan fungsi dan fitur yang ada di Instagram, sesuai dengan tugasnya, seorang PR juga harus mampu menyampaikan pesan agar khalayak yang dituju memahami akan pesan tersebut. Apabila khalayak yang dituju mengerti akan pesan tersebut, akan timbul pula kepuasan pada hati seorang PR. *Public relations* merupakan semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Berkaitan dengan hal tersebut, aktivitas PR dalam komunikasi terintegrasi dalam sebuah program kampanye PR.

Kampanye *public relations* merupakan salah satu kegiatan komunikasi yang dilaksanakan dengan suatu tujuan dari setiap masing-masing perusahaan yang memiliki tujuan yang berbeda-beda. Kampanye *public relations* menjadi hal penting bagi suatu perusahaan atau organisasi karena dapat memperoleh dukungan dan kepercayaan masyarakat terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh perusahaan melalui kampanye yang dilaksanakan. Dampak positif yang akan diberikan oleh masyarakat akan berdampak baik juga kepada perusahaan dan organisasi. Jadi penting bagi perusahaan dan organisasi harus memiliki tujuan dan khalayak yang jelas.

Masyarakat menjadi sasaran yang penting bagi kegiatan kampanye. Karena pesan kampanye bertujuan untuk mempersuasi masyarakat agar dapat merubah perilaku menjadi sesuai dengan tujuan diadakannya kampanye tersebut. Perilaku merupakan pikiran, perasaan dan kecenderungan seseorang yang kurang lebih

bersifat permanen mengenal aspek-aspek tertentu dalam lingkungannya. Struktur perilaku terdiri dari tiga komponen aspek, yaitu aspek afektif, aspek kognitif dan aspek konatif. Dari ketiga aspek itulah akan terlihat apakah kampanye tersebut berhasil merubah perilaku masyarakat yang dituju.

Salah satu produk susu yang menggunakan sosial media untuk berkampanye adalah Anlene. Lewat sosial media yang mereka punya, mereka membagikan kegiatan-kegiatan mereka yang mengusung kesehatan. Lewat hashtag #TetapBisa, Anlene mengajak masyarakat Indonesia untuk tetap bergerak aktif walaupun dengan usia yang tidak muda lagi. Label/hashtag #TetapBisa yang digunakan oleh Anlene salah satunya untuk berkampanye tentang pentingnya menjaga kesehatan tulang.

Dari penjabaran penelitian di atas bahwa kampanye *public relations* dapat membawa perubahan yang signifikan apabila kampanye tersebut dilakukan dengan metode dan strategi yang tepat dengan khalayaknya. Kampanye yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya kurang lebih menggunakan kampanye langsung tanpa perantara seperti media. Keterkaitan antara kampanye dengan para khalayak dapat disesuaikan dengan fenomena yang terjadi saat ini. Pada penelitian ini, penulis merasa tertarik akan metode kampanye yang dilakukan oleh Anlene Indonesia. Kegiatan Anlene Indonesia yg bertajuk #TetapBisa membuat sebagian masyarakat menjadi peduli akan kesehatannya. Oleh karena itu, peneliti merasa adanya keterkaitan antara kegiatan Anlene Indonesia dengan khalayak terhadap sikap hidup sehat. Mereka menggunakan sosial media dengan tujuan dari perusahaan mereka yaitu sebagai kampanye untuk mengingatkan konsumen tentang pentingnya peduli terhadap kesehatan tulang mereka. Dengan uraian tersebut diatas maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Kampanye *Public Relations* Kegiatan Anlene Indonesia Dan Sikap Hidup Sehat (Survei Pada Komunitas Indo Sweat Camp Depok)”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut: Seberapa besar adanya pengaruh kampanye *Public Relations* kegiatan Anlene Indonesia terhadap sikap hidup sehat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, peneliti menyimpulkan tujuan penelitian ini adalah mengukur besar pengaruh kampanye *Public Relations* pada kegiatan Anlene Indonesia terhadap sikap hidup sehat.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pengembangan studi ilmu komunikasi, serta dapat dijadikan literatur ilmiah dan referensi untuk kajian penelitian dalam bidang ilmu komunikasi khususnya *Public relations*

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan Susu Anlene agar dapat meningkatkan pesan-pesan yang akan disampaikan kepada khalayak lewat sosial media agar khalayak pun lebih *aware* tentang kesehatan masing-masing khususnya kesehatan tulang mereka. Karena apabila peminum susu Anlene terus sehat dan terus memberikan testimoni tentang kesehatan mereka, pihak susu Anlene pun selalu semangat dalam memberikan yang terbaik agar selalu dapat dipercaya dan tetap bertahan menjadi pelopor susu yang mencegah osteroporosis.

Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat, agar dapat menggunakan sosial media dengan hal positif dan dengan cara apapun dapat menjaga kesehatan serta merubah perilaku kurang sehat menjadi sehat lewat hal yang lebih mudah.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi, penulis membuat kerangka sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam bab ini, berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini meliputi uraian berbagai teori-teori dan pengertian-pengertian yang menjadi dasar untuk menguraikan masalah dan dalam memecahkan masalah yang dikemukakan dalam penulisan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan uraian mengenai metode penelitian, jenis penelitian, metode analisis data, metode pengumpulan data, teknik analisis data serta waktu dan tempat penelitian dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan penguraian secara mendetail mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, analisis inferensial dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

Berisi judul buku, jurnal, dan bahan – bahan penerbitan lainnya yang dilengkapi dengan tahun terbit, nama pengarang, dan informasi seputar berbagai sumber yang digunakan.

LAMPIRAN

Lampiran ini berisikan data-data pendukung untuk penelitian seperti perhitungan statistik dan dokumentasi.

