Perancangan Media Kampanye Gaya Hidup Sehat sebagai Edukasi Pencegahan Fenomena Remaja Jompo bagi Kalangan Remaja

Firdha Fasa Sabila
Universitas Tarumanegara, Indonesia

Corresponding Author's e-mail : *firdhafasaa12@gmail.com*

ARMADA
JURNAL PENELITIAN MULTIDISIPLIN

e-ISSN: 2964-2981

ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin

https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/armada

Vol. 04, No. 10 Oktober, 2026

Page: 6533-6540

DOI:

https://doi.org/10.55681/armada.v4i10.4380

Article History:

Received: Agustus 10, 2026

Revised: September 19, 2026

Accepted: Oktober 19, 2026

Abstrak *: This study examines the design of a healthy lifestyle campaign addressing the phenomenon of "aged teenagers" among Generation Z, particularly physical complaints associated with prolonged sitting duration, poor body posture, and low levels of physical activity. The study employed a quantitative descriptive approach through an online questionnaire involving 108 respondents aged 19–23 years in Jakarta. The findings indicate that 64 respondents (59.3%) experienced neck, back, or shoulder pain regularly, with prolonged sitting (50.0%) and insufficient physical activity (33.3%) being the most frequently reported factors. A total of 57 respondents (52.8%) engaged in stretching or light exercise as preventive efforts. Instagram was the most frequently used source of health information (38.9%), followed by TikTok (31.5%). Furthermore, 90 respondents (83.3%) expressed interest in digital tools providing posture reminders and stretching guidance. These findings served as the foundation for developing an Instagram-based visual campaign using a Design Thinking approach, focusing on education regarding posture, physical activity, and awareness of daily physical conditions without claiming behavioural change outcomes.*

Keywords : Body Posture; Generation Z; Health Education; Physical Activity; Social Media.

Abstrak : Penelitian ini mengkaji perancangan kampanye gaya hidup sehat terkait fenomena "remaja jompo" (*aged teenagers*) pada Generasi Z, khususnya keluhan fisik akibat durasi duduk yang panjang, postur tubuh kurang baik, dan rendahnya aktivitas fisik. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif melalui kuesioner daring terhadap 108 responden berusia 19–23 tahun di Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 64 responden (59,3%) mengalami nyeri leher, punggung, atau bahu secara berkala, dengan duduk lama (50,0%) dan kurang aktivitas fisik (33,3%) sebagai faktor yang paling banyak dilaporkan. Sebanyak 57 responden (52,8%) melakukan peregangan atau olahraga ringan sebagai upaya pencegahan. Instagram menjadi sumber informasi kesehatan yang paling banyak digunakan (38,9%), disusul TikTok (31,5%). Sebanyak 90 responden (83,3%) menunjukkan ketertarikan terhadap alat digital pengingat postur dan panduan peregangan. Temuan tersebut menjadi dasar perancangan kampanye visual berbasis Instagram dengan pendekatan *Design Thinking* yang berfokus pada edukasi mengenai postur tubuh, aktivitas fisik, dan kesadaran terhadap kondisi fisik sehari-hari tanpa mengklaim perubahan perilaku.

Kata Kunci : Aktivitas Fisik; Generasi Z; Media Sosial; Pendidikan Kesehatan; Postur Tubuh.

PENDAHULUAN

Fenomena "remaja jompo" merujuk pada deskripsi informal tentang anak muda yang mengalami keluhan fisik seperti nyeri punggung, leher, bahu, dan pinggang, kelelahan, atau ketidaknyamanan postur yang umumnya terkait dengan kelompok usia yang lebih tua. Di kalangan dewasa muda, duduk lama dan aktivitas fisik rendah menjadi perhatian penting karena aktivitas sehari-hari semakin melibatkan perangkat digital dan pekerjaan berbasis layar. Studi sebelumnya melaporkan hubungan antara perilaku duduk, posisi duduk, dan nyeri punggung bawah di antara siswa dan populasi muda lainnya (Nenoliu et al., 2023; Tifani et al., 2023). Isu ini relevan bagi Generasi Z karena rentang usia 19-23 tahun mewakili periode di mana banyak individu menghabiskan waktu yang cukup banyak untuk belajar, bekerja, dan menggunakan media digital. (Babaeer et al., 2022) meninjau aktivitas fisik dan perilaku duduk di antara mahasiswa universitas, sementara (Stockwell et al., 2021) mendokumentasikan perubahan dalam aktivitas fisik dan perilaku sedentari selama pandemi COVID-19. Studi-studi ini memberikan konteks untuk memeriksa kebiasaan duduk di kalangan dewasa muda, meskipun tidak secara mandiri membuktikan bahwa semua anak muda mengalami keluhan fisik yang sama.

Dalam kuesioner ini, keluhan fisik diperiksa langsung bersamaan dengan kebiasaan duduk, aktivitas fisik, perilaku pencegahan, dan penggunaan media. Pendekatan ini memungkinkan studi untuk mendeskripsikan hubungan antara pengalaman yang dilaporkan responden dan kebutuhan komunikasi audiens sasaran tanpa mengklaim adanya hubungan sebab-akibat. Hasil kuesioner ini berfungsi sebagai data audiens untuk mengembangkan kampanye visual. Studi sebelumnya telah meneliti aktivitas fisik, perilaku duduk, posisi duduk, dan nyeri punggung bawah pada anak muda, sementara studi komunikasi kesehatan telah meneliti penggunaan media sosial dan media visual untuk audiens yang lebih muda. Namun, studi ini secara khusus berfokus pada menerjemahkan data audiens mengenai keluhan fisik, kebiasaan pencegahan, dan preferensi media ke dalam desain komunikasi visual. Oleh karena itu, studi ini menempatkan pengembangan kampanye visual sebagai kontribusi desain, bukan sebagai intervensi klinis.

Dalam lingkup studi ini, keunikan terletak pada menghubungkan temuan kuesioner deskriptif dari 108 responden usia 19–23 tahun dengan proses komunikasi visual berbasis Design Thinking. Hasil kuesioner digunakan langsung untuk menentukan fokus komunikasi kampanye, format konten, dan platform utama. Hal ini menempatkan kampanye sebagai respons komunikasi visual yang digerakkan oleh audiens terhadap fenomena "remaja jompo" daripada sebagai solusi medis atau klinis. Secara global, (Organisasi, 2019) melaporkan bahwa 81% remaja usia 11–17 tahun tidak memenuhi tingkat aktivitas fisik yang direkomendasikan. Kelompok usia ini berbeda dari responden usia 19–23 tahun dalam studi ini, sehingga statistik ini hanya digunakan sebagai konteks yang lebih luas untuk penurunan aktivitas fisik di populasi muda dan tidak diperlakukan sebagai perbandingan langsung.

Peningkatan penggunaan perangkat digital juga dapat berkontribusi pada rutinitas harian yang tidak aktif. Namun, dalam studi ini, hasil kuesioner digunakan untuk menggambarkan penyebab ketidaknyamanan yang dilaporkan oleh responden daripada menentukan efek kausal. Di antara penyebab pilihan ganda, duduk lama dipilih oleh 54 responden (50,0%), kurangnya aktivitas fisik oleh 36 responden (33,3%), postur duduk yang buruk oleh 13 responden (12,0%), dan penggunaan gadget berlebihan oleh 9 responden (8,3%). Karena responden dapat memilih lebih dari satu penyebab, persentase ini tidak mewakili kategori yang saling eksklusif. Postur duduk yang buruk juga telah dibahas dalam studi terbaru pada orang dewasa muda. (Tifani et al., 2023) menemukan hubungan signifikan antara posisi duduk dan durasi serta nyeri punggung bawah di antara mahasiswa kedokteran selama kuliah online, sementara (Nenoliu et al., 2023) menemukan hubungan signifikan antara posisi duduk dan nyeri punggung bawah tetapi tidak antara durasi duduk dan nyeri punggung bawah dalam sampel mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa postur dan perilaku duduk adalah faktor yang relevan, sekaligus menunjukkan bahwa hubungan mereka dengan keluhan fisik dapat bervariasi di setiap populasi.

Dari perspektif komunikasi, temuan ini menunjukkan perlunya pesan yang mudah dipahami dan relevan dengan rutinitas sehari-hari.(Putri & Alfrioza, 2024) membahas pendidikan kesehatan media sosial terkait Generasi Z, sementara (Farrokhi et al., 2023) meninjau media sosial sebagai alat promosi kesehatan. Dalam studi ini, temuan ini mendukung penggunaan konten Instagram yang ringkas, mudah dihubungkan, dan berorientasi visual. Berdasarkan temuan kuesioner dan kajian literatur yang telah dilakukan, penelitian ini merumuskan pertanyaan utama mengenai bagaimana kampanye gaya hidup sehat dapat dirancang secara efektif untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya menjaga postur tubuh dan meningkatkan aktivitas fisik pada remaja usia 19–23 tahun. Perancangan kampanye tersebut mempertimbangkan berbagai aspek, meliputi keluhan fisik yang dialami oleh remaja, kebiasaan dalam melakukan tindakan pencegahan terhadap gangguan kesehatan, serta preferensi penggunaan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini berupaya menghasilkan strategi kampanye yang mampu membangun kesadaran remaja terhadap pentingnya penerapan gaya hidup sehat serta mendorong perubahan perilaku yang lebih aktif dan preventif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring untuk mendeskripsikan keluhan fisik responden, penyebab yang dipersepsikan, cara mengelola ketidaknyamanan, frekuensi peregangan atau aktivitas fisik, penggunaan informasi kesehatan digital sebelumnya, platform informasi kesehatan yang disukai, serta minat pada aplikasi pengingat postur dan panduan peregangan. Kuesioner melibatkan 108 responden berusia 19–23 tahun di wilayah Jakarta. Responden dipilih menggunakan sampling tujuan berdasarkan rentang usia target kampanye. Kuesioner ini didistribusikan melalui Google Forms. Studi ini tidak memperlakukan sampel sebagai representatif dari seluruh Generasi Z atau semua dewasa muda di Indonesia. Teknik pengambilan sampel adalah sampling tujuan karena responden dipilih berdasarkan audiens target yang dituju. Kuesioner didistribusikan secara daring selama Maret 2025. Dataset akhir terdiri dari 108 respons.

Kuesioner terdiri dari delapan indikator utama: frekuensi nyeri leher, punggung, atau bahu; penyebab nyeri yang dirasakan olehnya; metode yang digunakan untuk mengelola nyeri; frekuensi peregangan atau aktivitas fisik; penggunaan media digital sebelumnya untuk postur dan informasi kesehatan fisik; platform informasi kesehatan yang paling sering digunakan; dan minat pada aplikasi pengingat postur digital dan panduan peregangan. Pertanyaan penyebab memungkinkan banyak jawaban. Tanggapan dianalisis menggunakan analisis kuantitatif deskriptif. Frekuensi dan persentase dihitung untuk setiap kategori respons. Untuk pertanyaan respons ganda tentang penyebab nyeri, persentase dihitung terhadap total jumlah responden, sehingga persentase gabungan melebihi 100%. Temuan tersebut kemudian digunakan sebagai dasar untuk menentukan fokus komunikasi kampanye dan strategi media. Tidak ada hubungan kausal atau efektivitas kampanye yang diuji. Proses desain menerjemahkan temuan kuantitatif ke dalam kampanye Instagram yang berfokus pada kesadaran postur, gerakan, dan tindakan pencegahan sederhana. Hasil kampanye dikembangkan sebagai respons komunikasi visual terhadap kebutuhan audiens yang teridentifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini melibatkan 108 responden berusia 19-23 tahun di wilayah Jakarta. Temuan kuesioner disajikan di bawah ini untuk menunjukkan distribusi keluhan fisik, perilaku pencegahan, dan preferensi media digital.

Keluhan dan Penyebab Fisik

Sebanyak 64 responden (59,3%) melaporkan mengalami nyeri leher, punggung, atau bahu beberapa kali dalam seminggu atau lebih sering. Ini terdiri dari 30 responden (27,8%) yang mengalami keluhan hampir setiap hari dan 34 responden (31,5%) yang mengalaminya beberapa kali dalam seminggu. Sebanyak 20 responden lainnya (18,5%) mengalami keluhan beberapa kali dalam sebulan, 22 responden (20,4%) jarang mengalaminya, dan 2 responden (1,9%) melaporkan tidak pernah mengalaminya.

Manajemen Nyeri dan Aktivitas Fisik

Respons paling umum untuk mengelola ketidaknyamanan adalah peregangan atau olahraga ringan, yang dilaporkan oleh 57 responden (52,8%). Respons lain termasuk menggunakan alat pijat atau balsem (28 responden; 25,9%), mengubah posisi duduk secara rutin (18 responden; 16,7%), tidak melakukan apa-apa (2 responden; 1,9%), mengonsumsi obat pereda nyeri (2 responden; 1,9%), dan pijat (1 responden; 0,9%). Untuk aktivitas pencegahan, 22 responden (20,4%) melaporkan melakukan peregangan atau olahraga setiap hari, 32 responden (29,6%) melakukannya beberapa kali seminggu, 18 responden (16,7%) beberapa kali sebulan, 33 responden (30,6%) jarang, dan 3 responden (2,8%) tidak pernah.

Penggunaan dan Minat terhadap Media Digital

Sebanyak 57 responden (52,8%) melaporkan bahwa mereka sebelumnya telah menggunakan aplikasi atau media digital untuk memperoleh informasi tentang postur tubuh yang baik dan kesehatan fisik, sementara 51 responden (47,2%) belum. Hasilnya menunjukkan bahwa informasi kesehatan digital sudah dikenal oleh sedikit lebih dari setengah responden, tetapi tidak menunjukkan bahwa responden secara rutin menggunakan aplikasi pendidikan postur khusus.

Platform Digital yang Digunakan

Instagram adalah platform yang paling sering digunakan untuk memperoleh informasi kesehatan, dipilih oleh 42 responden (38,9%). TikTok mengikuti dengan 34 responden (31,5%), YouTube dengan 24 responden (22,2%), Facebook dengan 5 responden (4,6%), dan Twitter/X dengan 3 responden (2,8%). Oleh karena itu, Instagram dipilih sebagai platform kampanye utama karena memiliki pangsa terbesar di antara platform yang terdaftar, meskipun tidak digunakan oleh mayoritas responden. Minat terhadap aplikasi digital yang menyediakan pengingat postur dan panduan peregangan umumnya positif. Dua puluh responden (18,5%) sangat tertarik dan 70 responden (64,8%) cukup tertarik, sementara 16 responden (14,8%) netral dan 2 responden (1,9%) kurang tertarik. Hasil ini menunjukkan minat terhadap jenis konten yang diusulkan, tetapi tidak boleh diartikan sebagai bukti bahwa aplikasi tersebut akan mengubah perilaku pengguna.

Wawasan Utama dari Temuan

Temuan utama adalah kesenjangan antara frekuensi keluhan fisik dan konsistensi perilaku pencegahan. Meskipun 64 responden (59,3%) melaporkan nyeri leher, punggung, atau bahu beberapa kali seminggu atau lebih sering, hanya 22 responden (20,4%) yang melaporkan melakukan peregangan atau olahraga setiap hari. Perbedaan ini mendukung kebutuhan komunikasi yang mendorong tindakan pencegahan sederhana sekaligus tetap dapat dipahami oleh audiens sasaran. Berdasarkan temuan ini, hasil kampanye dikembangkan untuk mengkomunikasikan kesadaran postur, gerakan, dan panduan peregangan sederhana. Hasil ini dirancang untuk Instagram karena merupakan platform informasi kesehatan yang paling sering dipilih dalam kuesioner.

Output Kampanye Visual

Logo

Logo kampanye mewakili konsep postur sehat dan kontras antara masa muda dan penuaan dini. Logo ini dirancang agar sederhana, mudah dikesan, dan dapat disesuaikan di media digital maupun cetak.



Gambar 1: Logo Kampanye
Sumber: Dokumentasi desain pribadi, (2025)

Poster

Poster menyajikan pesan kesehatan postur yang sederhana, termasuk menjaga hidrasi, menjaga gerakan, dan memperbaiki postur duduk. Desain visualnya dikembangkan agar menarik dan mudah dipahami oleh audiens muda.



Gambar 2: Kampanye Poster "20 Going On 60".
Sumber: Dokumentasi desain pribadi, (2025)

Konten Instagram

Konten Instagram terdiri dari postingan feed, reel singkat, pengenalan karakter, tips praktis, dan informasi pembongkar mitos terkait kesehatan postur. Konten ini dirancang dengan pendekatan yang ringan, mudah dihubungkan, dan menarik secara visual untuk berkomunikasi secara efektif dengan audiens Gen Z.



Gambar 3: Postingan Instagram
Sumber: Dokumentasi desain pribadi, (2025)

Batasan Penelitian

Studi ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, sampel terdiri dari 108 responden berusia 19–23 tahun di wilayah Jakarta sehingga tidak boleh digeneralisasi ke seluruh Generasi Z di Indonesia. Kedua, kuesioner menggunakan respons yang dilaporkan sendiri, yang mungkin dipengaruhi oleh memori dan interpretasi responden. Ketiga, analisis bersifat deskriptif dan tidak menguji hubungan kausal antara perilaku duduk, keluhan fisik, dan tindakan pencegahan. Akhirnya, desain kampanye dikembangkan dari temuan audiens, tetapi studi ini tidak melakukan uji efektivitas eksperimental untuk menentukan apakah kampanye mengubah kesadaran atau perilaku.

Pembahasan

Temuan kuesioner menunjukkan bahwa keluhan fisik relatif umum di antara responden. Enam puluh empat responden (59,3%) melaporkan nyeri leher, punggung, atau bahu beberapa kali seminggu atau lebih sering. Hasil ini memberikan masalah audiens yang jelas untuk kampanye ini, tetapi tidak boleh diartikan sebagai bukti bahwa semua orang dewasa muda mengalami fenomena "remaja jompo". Duduk berkepanjangan adalah penyebab yang paling sering dipilih yang dirasakan oleh 54 responden (50,0%), diikuti oleh kurangnya aktivitas fisik (36 responden; 33,3%). Postur duduk yang buruk dipilih oleh 13 responden (12,0%), sementara penggunaan gadget berlebihan dipilih oleh 9 responden (8,3%). Hasil ini konsisten dengan penelitian yang mengaitkan posisi duduk dan durasi dengan nyeri punggung bawah pada populasi siswa, meskipun temuan berbeda antar studi. (Tifani et al., 2023) menemukan hubungan signifikan antara posisi duduk dan durasi dengan nyeri punggung bawah, sedangkan (Nenoliu et al., 2023) Menemukan hubungan signifikan dengan posisi duduk tapi tidak dengan durasi duduk.

Kuesioner juga menunjukkan bahwa perilaku pencegahan tidak dipraktikkan secara konsisten. Meskipun peregangan atau olahraga ringan adalah metode yang paling umum digunakan untuk mengelola ketidaknyamanan (52,8%), hanya 20,4% melaporkan melakukan peregangan atau aktivitas fisik setiap hari, sementara 30,6% melaporkan melakukannya jarang. Pola ini relevan dengan literatur tentang perilaku sedentari, yang menekankan implikasi kesehatan dari duduk lama dan aktivitas fisik yang kurang (Babaeer et al., 2022; Lynch et al., 2022; Stockwell et al., 2021). Namun, studi ini menggunakan sumber-sumber tersebut sebagai dukungan kontekstual dan tidak mengklaim hubungan sebab-akibat berdasarkan kuesioner. Temuan tersebut menunjukkan bahwa informasi tentang postur tubuh dan aktivitas fisik perlu disampaikan dalam bentuk yang mudah diakses dan relevan dengan kebiasaan media harian audiens. (Putri & Alfrioza, 2024) membahas edukasi kesehatan media sosial terkait Generasi Z, mendukung relevansi media sosial sebagai lingkungan komunikasi. Dalam studi ini, pertimbangan ini dikombinasikan dengan hasil kuesioner bahwa Instagram adalah platform informasi kesehatan yang paling sering dipilih.

Oleh karena itu, kampanye ini mengadopsi nada visual yang mudah dihubungkan, bukan presentasi klinis atau sangat instruksional. Keputusan ini merupakan interpretasi desain dari profil audiens dan literatur komunikasi yang ditinjau, bukan klaim yang telah diuji bahwa penceritaan atau humor secara universal lebih efektif untuk Generasi Z. Kuesioner menunjukkan bahwa 57 responden (52,8%) sebelumnya telah menggunakan media digital untuk memperoleh informasi tentang postur tubuh dan kesehatan fisik, sementara 51 responden (47,2%) tidak. Hasilnya tidak mendukung klaim sebelumnya bahwa media digital telah "digunakan secara rendah." Sebaliknya, kuesioner ini menunjukkan bahwa informasi kesehatan digital sudah menjadi bagian dari pengalaman sekitar setengah responden, menciptakan peluang untuk kampanye yang lebih fokus dan menarik secara visual.

Instagram dipilih sebagai platform utama karena menerima pangsa respons terbesar (38,9%), diikuti oleh TikTok (31,5%) dan YouTube (22,2%). Pilihan platform ini didasarkan pada data kuesioner, bukan asumsi umum tentang Gen Z. Kampanye ini menggunakan postingan berbasis feed dan konten video pendek untuk mengakomodasi sifat visual dan digital dari platform yang dipilih. Berdasarkan temuan tersebut, strategi kampanye kreatif dikembangkan di bawah ide besar "Take the Hint". Konsep ini mendorong anak muda untuk memperhatikan sinyal fisik sehari-hari seperti nyeri atau kekakuan dan menghubungkannya dengan kebiasaan postur dan gerakan sederhana. Konsep ini tidak mengklaim bahwa gejala-gejala tersebut mendiagnosis kondisi medis; sebaliknya, konsep ini berfungsi sebagai pemicu komunikasi untuk kesadaran pencegahan.

Maskot Twennie dan Sixtie mewakili kontras antara masa muda dan metafora visual penuaan dini yang digunakan dalam kampanye. Peran mereka adalah membuat pesan lebih mudah dipahami dan berkesan, sambil menghindari nada menghakimi kebiasaan responden yang sudah ada. Instagram dipilih sebagai saluran komunikasi utama karena merupakan sumber informasi kesehatan yang paling sering dipilih dalam kuesioner. Oleh karena itu, kampanye ini menerjemahkan temuan penelitian ke dalam sistem visual khusus platform daripada mengasumsikan bahwa satu platform disukai secara universal oleh Generasi Z (Johannes et al., 2024; Powell & Pring, 2024; Purba, 2022). Output visual menyederhanakan informasi postur dan aktivitas fisik menjadi pesan singkat, ilustrasi, dan contoh praktis. Pendekatan ini konsisten dengan

tujuan studi untuk memudahkan informasi pencegahan dalam penggunaan media digital sehari-hari. Studi ini tidak mengevaluasi apakah output tersebut menghasilkan perubahan perilaku yang terukur. Strategi kampanye menekankan tiga kebutuhan komunikasi yang diidentifikasi dari temuan: mengenali sinyal fisik, memahami peran postur dan gerakan, serta mengambil tindakan pencegahan sederhana. Kebutuhan ini diterjemahkan ke dalam konten Instagram yang dapat dihubungkan sehingga desain merespons langsung hasil kuesioner.

Keterbatasan Penelitian

Studi ini dibatasi oleh ukuran sampel dan cakupan geografisnya, yang mencakup 108 responden berusia 19–23 tahun di wilayah Jakarta. Temuan ini bersifat deskriptif dan tidak boleh digeneralisasi ke seluruh Generasi Z. Kuesioner daring juga mengandalkan data yang dilaporkan sendiri, yang dapat menimbulkan bias respons. Selain itu, kampanye ini belum dievaluasi melalui studi eksperimental atau pra-tes/pasca-tes, sehingga efektivitasnya dalam mengubah kesadaran atau perilaku tidak dapat disimpulkan dari penelitian saat ini. Penelitian di masa depan dapat menggabungkan temuan kuantitatif dengan wawancara kualitatif atau pengujian kampanye untuk mengeksplorasi bagaimana audiens muda menafsirkan pesan terkait postur dan apakah kampanye visual memengaruhi kesadaran atau niat pencegahan. Studi lebih lanjut juga disarankan untuk membandingkan berbagai format visual dan platform, serta menguji kampanye dengan sampel yang lebih besar dan lebih beragam.

KESIMPULAN DAN SARAN

Studi ini menemukan bahwa keluhan fisik umum ditemukan di antara 108 responden berusia 19-23 tahun di wilayah Jakarta. Enam puluh empat responden (59,3%) melaporkan nyeri leher, punggung, atau bahu beberapa kali dalam seminggu atau lebih sering. Duduk lama adalah penyebab yang paling sering dipilih (50,0%), diikuti oleh kurangnya aktivitas fisik (33,3%). Temuan ini memberikan dasar yang jelas untuk mengembangkan komunikasi yang berfokus pada postur dan gerakan, tetapi tidak menetapkan hubungan sebab-akibat. Kuesioner juga menunjukkan bahwa 57 responden (52,8%) sebelumnya telah menggunakan media digital untuk postur tubuh dan informasi kesehatan fisik. Instagram adalah platform informasi kesehatan yang paling sering dipilih (38,9%). Minat terhadap aplikasi pengingat postur digital dan panduan peregangan juga positif, dengan 90 responden (83,3%) melaporkan bahwa mereka cukup atau sangat tertarik. Temuan ini mendukung pemilihan Instagram dan pengembangan konten kampanye edukatif yang berorientasi visual.

Berdasarkan temuan ini, kampanye dirancang untuk menjembatani kesenjangan antara keluhan fisik yang sering dan rutinitas pencegahan yang tidak konsisten dengan mengkomunikasikan praktik postur dan gerakan yang sederhana. Kampanye ini harus dipahami sebagai respons komunikasi visual, bukan sebagai intervensi klinis. Studi ini menunjukkan bagaimana data audiens deskriptif dapat diterjemahkan ke dalam strategi komunikasi visual. Proses desain menggunakan temuan kuesioner untuk menentukan topik kampanye, nada, dan platform utama. Karena tidak ada tes efektivitas yang dilakukan, studi ini tidak menyimpulkan bahwa kampanye itu sendiri mengubah perilaku. Kontribusi studi ini terletak pada menghubungkan penelitian audiens tentang keluhan fisik dan kebiasaan pencegahan dengan pengembangan kampanye visual berbasis Instagram untuk dewasa muda. Pendekatan ini menyediakan kerangka kerja berorientasi desain untuk menerjemahkan temuan kuantitatif audiens ke dalam output komunikasi. Penelitian di masa depan dapat memperluas pekerjaan ini melalui eksplorasi kualitatif dan pengujian kampanye untuk mengkaji interpretasi audiens, penerimaan pesan, dan kemungkinan hasil perilaku.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner sehingga penelitian ini dapat memperoleh data mengenai keluhan fisik, kebiasaan pencegahan, serta preferensi media dalam mendukung perancangan kampanye gaya hidup sehat. Apresiasi juga disampaikan kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, masukan, dan kontribusi selama proses penelitian hingga penyusunan karya ini.

DAFTAR PUSTAKA

Babaeer, L., Stylianou, M., Leveritt, M., & Gomersall, S. (2022). Aktivitas fisik, perilaku sedentari, dan hasil pendidikan pada mahasiswa universitas: Tinjauan sistematis. *Jurnal Kesehatan Perguruan Tinggi Amerika*, *70*(7), 2184–2209.

Farrokhi, F., Ghorbani, Z., Farrokhi, F., Namdari, M., & Salavatian, S. (2023). Media sosial sebagai alat promosi kesehatan mulut: Tinjauan sistematis. *PLOS ONE, 18*(12), e0296102. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0296102

Johannes, C., Roman, N. V, Onagbiye, S. O., Titus, S., & Leach, L. L. (2024). Strategi dan praktik terbaik yang meningkatkan tingkat aktivitas fisik mahasiswa sarjana: Tinjauan sistematis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *21*(2), 173. https://doi.org/10.3390/ijerph21020173

Lynch, J., O'Donoghue, G., & Peiris, C. L. (2022). Istirahat gerak di kelas dan pembelajaran aktif secara fisik memungkinkan, mengurangi perilaku sedentari dan kelelahan, serta dapat meningkatkan fokus pada mahasiswa: Tinjauan sistematis dan meta-analisis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *19*(13), 7775. https://doi.org/10.3390/ijerph19137775

Nenoliu, S., Kareri, D. G., Manafe, D. T., & Setiawan, I. M. (2023). Korelasi antara lama waktu dan posisi duduk dengan keluhan nyeri punggung bawah pada mahasiswa Fakultas Kedokteran dan Kedokteran Hewan Undana. *Jurnal Medis Cendana*, *11*(1), 129–139. https://doi.org/10.35508/cmj.v11i1.10721

Organisasi, W. H. (2019). *Empat dari lima remaja tidak cukup berolahraga, peringatan badan kesehatan PBB*. https://www.who.int/news/item/22-11-2019-four-in-five-adolescents-do-not-exercise-enough-un-health-agency-warns

Powell, J., & Pring, T. (2024). Dampak influencer media sosial terhadap hasil kesehatan: Tinjauan sistematis. *Social Science & Medicine*, *340*, 116472. https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2023.116472

Purba, D. O. (2022). Analisis konten video pendek Instagram Reels Bintang Emon "Jompo adalah kita." *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, *8*(2), 59–74. https://doi.org/10.32509/dinamika.v8i2.4063

Putri, S. A., & Alfrioza, S. (2024). Pengaruh penyuluhan media sosial terhadap kesehatan fisik Gen-Z. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal*, *15*(2), 446–450. https://doi.org/10.34305/jikbh.v15i02.1286

Stockwell, S., Trott, M., Tully, M., Shin, J., Barnett, Y., Butler, L., McDermott, D., Schuch, F., & Smith, L. (2021). Perubahan aktivitas fisik dan perilaku sedentari dari sebelum hingga selama lockdown pandemi COVID-19: Tinjauan sistematis. *BMJ Open Sport & Exercise Medicine*, *7*(1), e000960. https://doi.org/10.1136/bmjsem-2020-000960

Tifani, A., Setiawan, M. R., & Faizin, C. (2023). Hubungan posisi duduk, durasi duduk, dan jenis tempat duduk terhadap keluhan low back pain (LBP) saat kuliah online pada mahasiswa Fakultas Kedokteran. *Jurnal Ilmu Kedokteran Dan Kesehatan*, *10*(10). https://doi.org/10.33024/jikk.v10i10.9289