

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Softlens adalah alat kesehatan yang telah menjadi tren hingga saat ini terutama dikalangan perempuan. Masyarakat memakai alat kesehatan tersebut untuk mengganti fungsi kacamata yaitu membantu mereka melihat bagi mereka yang memiliki kelainan refraksi. Penggunaan *softlens* menjadi pilihan masyarakat karena dengan *softlens* pengelihatannya menjadi lebih jelas, tidak ada gangguan dari *frame* kacamata, dan juga membuat mata terlihat lebih indah. Seiring perkebangannya, *softlens* juga digunakan oleh mereka yang bermata normal karena dapat menjadi penunjang penampilan. *Softlens* lebih banyak oleh para perempuan karna selain berfungsi sebagai pengganti kacamata, *softlens* pun juga dapat menambah penampilan menjadi lebih cantik karena warna-warnanya yang cerah sehingga membuat mata penggunanya terlihat indah (*American Academy of Ophthalmology* dalam Rizka Nazhriyah, 2003). Salah satu hal yang harus dilakukan pengguna *softlens* yang baik adalah dengan konsultasi dokter karena tidak semua orang mempunyai kondisi mata yang sama. Pada kenyataannya banyak masyarakat yang menggunakan *softlens* sembarangan demi menunjang penampilan mereka. *Softlens* yang mereka gunakan, bukanlah berkualitas baik karena yang mereka gunakan memiliki harga yang sangat terjangkau dari harga yang seharusnya. Banyaknya penjualan *softlens* serta harganya yang murah membuat masyarakat tertarik membelinya ditambah untuk mendapatkannya sangat mudah jangkauannya. Namun, tidak semua *softlens* yang dijual oleh para produsen sesuai dengan standar kesehatan yang dapat berdampak buruk pada kesehatan mata.

Softlens harus disertai dengan konsultasi dokter karena rentan akan efek samping. Salah satu hal yang dapat menjadikan mata iritasi akibat *softlens* adalah kurangnya kelembapan pada mata karena kurangnya oksigen yang masuk ke mata akibat *softlens*. Menurut dr. Tri Rahayu Spm, *softlens* yang direkomendasikan oleh para ahli yaitu *softlens* yang memiliki kandungan *Silicone Hydrogel*, kandungan

tersebut dapat membuat oksigen yang mengalir ke mata menjadi lebih banyak yang berdampak mengurangi resiko mata kering dari penggunaan *softlens*. Dampak buruk dari penggunaan *softlens* yang tidak sesuai adalah iritasi ringan, radang kornea mata, hingga yang terparah adalah kebutaan. Data lain dari harian Kompas menyebutkan, sudah banyak gangguan mata akibat *softlens* dan membuat mereka masuk (UGD).

Data lain berasal dari epidemiologi. Dari penelitian tersebut diketahui, sekitar 6% dari penggunaan *softlens* per tahun akan mengidap beberapa komplikasi mata. Studi terbaru pun telah mendapatkan fakta bahwa 9,1% dari pengguna *softlens* telah datang pada Unit Kedarratan Mata. Delapan dari penelitian epidemiologi pun menghitung insiden *softlens* per tahunnya yang berhubungan dengan keratitis yaitu bakteri ulseratif 0,21% pada pasien yang menggunakan *softlens* yang berkepanjangan dan 0,04% untuk para pasien yang menggunakan *softlens* untuk keseharian. (FDA) mengatakan, lebih dari 700.000 orang mengunjungi UGD setiap tahunnya karena penggunaan *softlens*. Seperempat kasus yang memiliki hubungan dengan *softlens* diantaranya menyebabkan infeksi dan iritasi ringan hingga berat pada mata.

Penggunaan *softlens* yang tidak sesuai memiliki banyak dampak buruk bagi penggunaannya. Salah satu ciri dari *softlens* yang tidak sesuai adalah memiliki harga dibawah standar. *Softlens* yang baik memiliki harga Rp. 200.000,00-Rp. 500.000,00, harganya yang lebih tinggi yang membuat masyarakat tergiur dengan *softlens* yang memiliki harga terjangkau. 40-60%, adalah batas minimal kelembapan pada *softlens* seperti yang dikatakan oleh Kementerian Kesehatan, sedangkan *softlens* yang tidak sesuai standar memiliki kelembapan yang kurang sehingga mudah kering dan menyebabkan iritasi. Di Bandung, efek samping dari *softlens* yang dialami pengguna pun cukup banyak. Data penelitian dari Departemen Ilmu Kesehatan Mata Rumah Sakit Cicendo Eye Center Bandung pada dua tahun yaitu 2013-2014, terjadi 640 kasus keratitis dan ulkus kornea yang disebabkan oleh penggunaan *softlens*, atau tidak berfungsinya jaringan kornea mata. Menurut wawancara dari Dinas Kesehatan menyebutkan kasus cedera mata di Bandung akibat *softlens* termasuk tinggi. Salah satu sumber datanya adalah dari Puskesmas Pasundan yang menyebutkan perhari mereka menangani pasien yang cedera akibat *softlens* sebanyak 4-5 kasus dan pertahunnya

mencapai 1200 pasien yang rata-rata pasiennya adalah perempuan berusia 18-22 tahun. Jumlah tersebut hanya data dari Puskesmas Pasundan yang dibandingkan dengan jumlah penduduk Bandung di usia remaja perempuan yang berjumlah 116.723. Banyaknya kasus cedera mata akibat *softlens* di Bandung dan kebanyakan pengguna *softlens* adalah Bandung dibandingkan kabupaten menjadi dasar penelitian untuk melakukan kampanye di Bandung.

Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai bahaya *softlens* yang mereka gunakan dikarenakan belum ada yang mengkampanyekan bahaya *softlens* pada masyarakat. Kampanye mata sebelumnya membahas mengenai pencegahan pupil putih yang diadakan di Cidendo Eye Hospital Bandung. Kampanye tersebut berupa *talkshow* yang diinformasikan melalui media poster. Adapun kampanye lainnya yang membahas tentang kesehatan mata pada anak yang diadakan oleh perusahaan Panasonic di Jakarta. Berdasarkan fakta tersebut, dibutuhkan kampanye yang dapat memberi efek perubahan pada masyarakat disertai pesan yang sesuai dengan fenomena yang ada. Diharapkan dengan perancangan kampanye yang efektif dan tepat sasaran dengan menggunakan pendekatan desain komunikasi visual masyarakat bisa mendapatkan informasi mengenai bahaya *softlens* dan terjadi efek dari perubahan masyarakat.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Banyak masalah mata timbul akibat penggunaan *softlens* murah yang tidak sesuai dengan standar kesehatan.
2. Kurangnya informasi pada masyarakat akibat yang akan timbul dari penggunaan *softlens* yang tidak sesuai standar.
3. Tidak ada kampanye sebelumnya yang membahas bahaya *softlens* murah pada masyarakat.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perancangan strategi kreatif untuk mengkampanyekan bahaya *softlens* akibat dari penggunaan yang tidak sesuai?
2. Bagaimana perancangan media visual yang sesuai untuk mengkampanyekan bahaya *softlens* yang tidak sesuai standar?

1.4 Ruang Lingkup

Mencegah terjadinya pembahasan yang terlalu meluas, penulis melakukan penulisan ruang lingkup. Tugas akhir ini membahas kampanye kesehatan dari bahaya *softlens* yang tidak mengandung *Silicone Hydrogel*. Kampanye kesehatan dari dampak buruk dari penggunaan *softlens* ini yang tidak sesuai ini, ditujukan kepada perempuan berusia 18-22 tahun dengan SES menengah ke bawah. Perempuan pada usia tersebut sudah memasuki usia dewasa awal yang sudah mengerti bagaimana cara berpenampilan. Kampanye ini akan dipublikasikan di Kota Bandung dalam waktu yang sudah ditentukan. Kampanye dilakukan di Bandung karena banyaknya kasus cedera mata yang terjadi di Bandung berdasarkan data dari Puskesmas Pasundan yaitu pertahunnya mencapai 1200 pasien di Puskesmas tersebut.

Kampanye ini akan dimulai pada bulan Juni hingga bulan Juli. Kampanye ini dirancang untuk menginformasikan pada masyarakat tentang bahaya dibalik penggunaan *softlens* yang tidak sesuai standar. Menjamurnya peminat *softlens* memicu juga banyaknya penjual *softlens*. Akses yang mudah dijangkau oleh masyarakat, membuat masyarakat tertarik terhadap *softlens* tersebut. Banyak masyarakat yang tidak sadar bahaya dari *softlens* tersebut dapat mendatangi mereka sewaktu-waktu. Fenomena ini sudah cukup lama terjadi di kalangan masyarakat, perancangan kampanye yang sesuai dapat mengurangi atau mengatasi fenomena tersebut. Berdasarkan fenomena tersebut, dapat dilakukan perancangan dengan sebuah kampanye kesehatan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Bahkan ada sebagian masyarakat yang sebenarnya sudah mengetahui namun tidak peduli. Kampanye ini sebagai pengingat bagi masyarakat pengguna *softlens* agar lebih bijak dalam pemilihan *softlens* yang akan mereka gunakan. Masyarakat perlu mengetahui tentang informasi ini karena jika iritasi yang mereka alami terus dibiarkan akan semakin parah dan bisa mengalami kebutaan untuk kemungkinan terburuknya.

1.5 Tujuan Perancangan

Berikut ini adalah tujuan dari perancangan kampanye yang ingin dicapai atau diraih:

1. Terancangnya strategi kreatif untuk masyarakat agar memahami dampak dari penggunaan *softlens* yang tidak tepat..
2. Terancangnya strategi media visual yang tepat untuk kampanye dari bahaya *softlens*.

1.6 Manfaat Perancangan

Berikut adalah manfaat yang diperoleh dari kampanye tersebut:

1. Bagi Akademis
Dapat menerapkan keilmuan Desain Komunikasi Visual ke dalam ruang lingkup kesehatan.
2. Bagi Penulis
Penulis mendapat wawasan lebih mengenai dampak yang akan timbul dari penggunaan *softlens* dan proses perancangan sebuah kampanye kesehatan melalui keilmuan Desain Komunikasi Visual.
3. Bagi Masyarakat
Masyarakat jadi mengetahui informasi dari dampak yang akan timbul akibat kesalahan penggunaan *softlens* sehingga dapat mengurangi efek samping pada *softlens* bagi masyarakat pengguna *softlens*.

1.7 Metode Penelitian

Kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan penulis. Metod kualitatif merupakan metod yang prosedur penelitiannya menghasilkan data deskriptif yang berasal dari narasumber secara tertulis maupun lisan, serta perilaku yang diamati. Penelitian ini digunakan karena permasalahan yang belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi dari permasalahan, mengerti interaksi sosial yang ada, pengembangan teori, dan untuk memberi kepastian data.

1.7 Metode Pengumpulan Data

1.7.1 Metode yang Digunakan

Berikut adalah metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam proses penulisan:

1. Observasi

Peneliti melakukan observasi di kawasan Kota Bandung dan Kabupaten Bandung. Khalayak masyarakat yang peneliti amati adalah masyarakat pengguna dan penjual dari *softlens* tersebut berusia 18-22 tahun dan rata-rata masih berstatus mahasiswa. Penjual dari *softlens* sendiri sangat mudah ditemukan dimana-mana mulai dari pinggir jalan hingga di dalam pusat perbelanjaan.

2. Wawancara

Untuk mendapatkan data yang diperlukan, peneliti melakukan wawancara pada ahli mata dan masyarakat pengguna *softlens*. Wawancara dengan ahli dilakukan di Puskesmas Pasundan bersama dr. Erna dan wawancara dengan pengguna *softlens* dilakukan melalui wawancara digital yaitu *Line*.

3. Studi Pustaka

Buku yang digunakan penulis untuk proses penelitian adalah buku dari Prieharti dan dr. Yekti Mumpuni yang berjudul 45 Penyakit Mata yang terbit pada tahun 2016. Buku lainnya adalah buku Monle Lee dan Carla Johnson yang berjudul Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global di rilis pada tahun 2004.

4. Literature

Untuk metode yang satu ini, penulis mencari dan mendapatkan informasi lainnya melalui internet dengan melihat website yang membahas hal terkait dengan penelitian tersebut.

1.7.2 Metode Analisis

Demi mencapai tujuan, maka dibutuhkannya analisis lapangan. Analisis yang digunakan untuk penulisan adalah analisis matriks untuk menganalisa kampanye-kampanye sebelumnya.

1.8 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan dalam penyajian tugas akhir:

BAB I Pendahuluan

Dalam Bab ini dibahas tentang fenomena yang belakangan ini sedang banyak terjadi. Fenomena yang terjadi adalah penggunaan *softlens* tidak sesuai standar dikalangan masyarakat. Menjamurnya penjualan *softlens* yang tidak standar dan memiliki harga murah membuat masyarakat tertarik untuk memilikinya. Menurut para peneliti dan dokter, penggunaan *softlens* harus disesuaikan dengan resep dokter dan tidak sembarangan. Hasil dari beberapa metode penelitian, kasus iritasi mata akibat *softlens* yang tidak sesuai pun telah banyak terjadi

BAB II Dasar Pemikiran

Berdasarkan data dan fenomena yang terjadi ada beberapa teori yang digunakan. Diantaranya adalah teori Kampanye, Advertising, Perilaku Konsumen, Komunikasi, Media, DKV, dan Kesehatan Mata

BAB III Data dan Analisis Masalah

Bab ini membahas data-data yang dikumpulkan penulis melalui beberapa metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara, studi pustaka, serta analisis.

BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini berisikan penjelasan konsep dari perancangan mulai dari ide hingga media yang digunakan untuk proses kampanye.

BAB V Penutup

Bab ini berisikan simpulan dan saran untuk penjelasan dari bab-bab sebelumnya.

1.9 Kerangka Perancangan

