

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Vitamin D adalah vitamin yang berperan penting dalam meningkatkan sistem kekebalan tubuh. Kekurangan vitamin D, atau yang biasa disebut hipovitaminosis D dapat menyebabkan sel tentara dalam tubuh (makrovag) kurang berfungsi dengan baik (Finny Fitry Yani, 2019: 167-170). Sehingga sistem imun menurun, dan tubuh menjadi rentan terkena infeksi, bakteri, sehingga dapat meningkatkan resiko terkena penyakit (wawancara dengan Sumartini Dewi, 1 Agustus 2019). Sumber utama vitamin D untuk tubuh adalah paparan sinar matahari (Risky Candra Swari, 2020).

Vitamin D yang terbentuk dari paparan sinar matahari dapat mencegah infeksi pada tubuh dan melawan penyakit, seperti penyakit jantung, multiple sclerosis, beberapa jenis penyakit autoimun dan kanker, serta flu (Soesanti Harini Hartono, 2020). Para ahli kedokteran dari Fakultas Kedokteran UNPAD di Rumah Sakit Hasan Sadikin Bandung, meneliti tentang peranan vitamin D terhadap berbagai penyakit, seperti penyakit lupus, gangguan muskuloskeletal, dan tuberkulosis (TB), yang secara umum tergolong penyakit autoimun. Penelitian tersebut dilakukan terhadap pasien-pasien yang ada di Bandung dan sekitarnya.

Hasil penelitian terhadap pasien lupus menunjukkan bahwa pasien mengalami kekurangan vitamin D. Dan penyakit tersebut dapat di perbaiki dengan bantuan asupan Vitamin D (Y Maslim dkk, 2014: 20). Hasil penelitian terhadap pasien yang mengalami gangguan muskuloskeletal pun menunjukkan bahwa pasien mengalami kekurangan vitamin D, dan asupan vitamin D dapat membantu perbaiki penyakitnya (Renaldi Hartman Malik dkk, 2015). Begitupun hasil penelitian terhadap pasien tuberkulosis, kekurangan vitamin D menjadi faktor risiko penyakit tuberkulosis (Ahmad Ramdan dkk, 2017: 69). Dan asupan vitamin

D yang cukup sejak dini pun, tentu dapat mencegah dari penyakit-penyakit tersebut (wawancara dengan Sumartini Dewi, 1 Agustus 2019).

Namun, saat ini, disamping penemuan-penemuan para ahli kesehatan, tentang banyaknya penyakit yang dapat dicegah maupun diperbaiki dengan asupan vitamin D, justru masih banyak masyarakat yang tidak tahu tentang pentingnya sinar matahari. Hal tersebut berdasarkan hasil survei penulis terhadap 37 responden yang merupakan pekerja dan mahasiswa. Hasil survei menunjukkan bahwa, 86,5% menganggap waktu sinar matahari yang baik untuk kesehatan adalah di bawah jam 09.00, dan cenderung menghindari paparan sinar matahari siang. Sehingga secara umum masyarakat masih menganggap bahwa sinar matahari yang baik adalah di pagi hari. Padahal, menurut ahli kesehatan, Prof dr Siti Setiati, SpPD-KGER, mengungkapkan bahwa sinar matahari yang terbaik dan mengandung vitamin D justru ada di atas jam 09.00 sampai jam 15.00 (Nibras Nada N, 2019).

Dokter pun menyarankan untuk berjemur di bawah paparan sinar matahari langsung selama 5 sampai 15 menit, 3 hari dalam seminggu. Hal ini dinilai cukup untuk memberikan asupan Vitamin D dalam tubuh, dan tidak juga menimbulkan penyakit pada kulit karena tidak harus berlama-lama, namun secukupnya untuk mendapatkan asupan Vitamin D (CNN Indonesia, 2019). Berdasarkan keterangan dari Kepala Pusat Studi Imunologi UNPAD, dr. Sumartini Dewi pun menyarankan untuk berjemur selama 15 sampai 30 menit apabila intensitas matahari kurang terik. Namun, hasil survey penulis terhadap 37 responden yang merupakan mahasiswa dan pekerja pun menunjukkan bahwa sebanyak 55,6% pekerja dan 46,2% mahasiswa berangkat di pagi hari dan pulang di sore/ malam hari. Data tersebut menunjukkan bahwa pola hidup rata-rata masyarakat tersebut membuat waktu untuk mereka terkena paparan sinar matahari di siang hari menjadi kurang.

Pada tahun 2017, hasil penelitian menunjukkan bahwa asupan vitamin D orang Indonesia rendah (Adysha Citra R, 2017). Kemudian, pada tahun 2018, hasil penelitian menunjukkan jumlah penderita penyakit autoimun di Indonesia semakin

bertambah. Hasil penelitian di Indonesia dan Malaysia, pada wanita usia 18-40 tahun mengalami penurunan vitamin D sebesar 63% (Israr Itah, 2018). Data-data tersebut selaras dengan hasil survei yang dilakukan penulis terhadap pengetahuan dan kebiasaan masyarakat. Sehingga, dari data-data dan hasil survei tersebut, penulis menyimpulkan bahwa ketidaktahuan masyarakat dan semakin bertambahnya penderita penyakit autoimun menjadi indikator kurangnya penyuluhan/ edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya vitamin D melalui paparan sinar matahari, untuk mencegah penyakit autoimun.

Berdasarkan keterangan dari Kepala Pusat Studi Imunologi UNPAD yang juga Kepala Divisi Reumatologi RSHS Bandung, dr. Sumartini Dewi, mengungkapkan bahwa penyakit autoimun bukanlah penyakit yang mudah disembuhkan jika sudah terjadinya. Penderita autoimun akan sulit untuk disembuhkan secara total, dan beresiko untuk meminum obat seumur hidup (wawancara dengan Sumartini Dewi, 1 Agustus 2019). Oleh karena itu, upaya pencegahan tentu menjadi hal yang penting. Dan jika solusi dalam pencegahan itu ternyata mudah, hal ini harusnya dapat di ketahui dan diterapkan oleh masyarakat.

Oleh karena itu, penulis berkesimpulan, bahwa pembuatan kampanye yang kreatif, edukatif, dan efektif, perlu dirancang dan dibuat untuk mengedukasi masyarakat akan pentingnya vitamin D melalui paparan sinar matahari, serta mengajak masyarakat untuk melakukannya. Dalam penelitian ini, penulis akan merancang kampanye dengan prinsip dan ilmu *Advertising* dan Desain Komunikasi Visual (DKV). Pada bab-bab selanjutnya, penulis akan mengurai masalah-masalah dan merancang solusi berdasarkan kaidah ilmu DKV – *Advertising*.

## **1.2 Identifikasi Permasalahan**

1. Banyaknya masyarakat yang tidak mengetahui pentingnya Vitamin D melalui paparan sinar matahari untuk mencegah penyakit, sehingga cenderung menghindari matahari pada siang hari, dan tidak mengetahui waktu yang benar ketika matahari mengandung vitamin D.
2. Kekurangan Vitamin D dapat meningkatkan resiko terkena penyakit autoimun.
3. Kurangnya penyuluhan dan belum adanya gerakan/metode untuk mengedukasi masyarakat akan pentingnya vitamin D melalui paparan sinar matahari.

## **1.3 Rumusan Permasalahan**

1. Bagaimana perancangan strategi kreatif yang tepat pada kampanye untuk mengedukasi kalangan pelajar dan pekerja Kota Bandung akan pentingnya vitamin D melalui paparan sinar matahari?
2. Bagaimana perancangan strategi visual yang tepat dalam mendukung kampanye yang membiasakan diri terkena sinar matahari di siang hari sesuai dengan ketentuan dokter untuk mengajak kalangan pelajar dan pekerja Kota Bandung?

## **1.4 Ruang Lingkup**

Perancangan kampanye kesehatan ini, sebenarnya memiliki cangkupan yang luas, karena jenis penyakit yang dapat dicegah sangat banyak. Oleh karena itu, dalam kampanye ini, penulis akan memfokuskan pada pencegahan penyakit autoimun. Karena penyakit autoimun cukup mewakili berbagai penyakit yang salah satu faktornya disebabkan karena kekurangan vitamin D, dan perbaikan serta pencegahan penyakitnya pun dengan bantuan asupan vitamin D.

Penyakit autoimun dapat diderita oleh kalangan manapun, mulai dari anak-anak, hingga lanjut usia. Dan, kebiasaan masyarakat urban yang memiliki banyak aktivitas di dalam ruangan pun menjadi sebab kurangnya asupan vitamin D. Oleh karena itu, mahasiswa dan pekerja di dalam ruangan merupakan target audiens dalam kampanye ini. Karena aktivitas yang dilakukan sebagian besar berada di dalam ruangan, dari pagi hingga sore.

Target audiens pada kampanye yang akan dirancang oleh penulis adalah masyarakat Kota Bandung yang tergolong kaum urban (masyarakat perkotaan). Selain itu, Kota Bandung pun merupakan kota dengan penderita autoimun yang terbilang banyak. Pada tahun 2006, dari data yang dimiliki Syamsi Dhuha Foundation (SDF), 90% penderita lupus (yang merupakan kelompok penyakit autoimun) di Indonesia ada di Kota Bandung (detikNews, 2009). Sehingga komunikasi untuk mengedukasi dan mengajak masyarakat untuk berjemur sebagai pencegahan pertambahan penderita di Kota Bandung menjadi penting. Khususnya mahasiswa serta pekerja yang banyak beraktifitas di dalam ruangan, baik itu guru, karyawan, dokter, dosen, pegawai pabrik, dan sebagainya. Untuk rentan usia target audiensnya adalah 20-30 tahun. Erkson mengungkapkan (dalam Monks, Knoers & Haditono, 2001) bahwa tahap dewasa awal yaitu antara usia 20 tahun sampai 30 tahun. Sehingga diharapkan usia tersebut dapat menangkap pesan kampanye dengan baik. Kemudahan berdasarkan hasil penelitian dokter terhadap pasien penderita autoimun menunjukkan persentase terbesar penderita ada pada usia diatas 30 tahun (Annisa Meivira Budiman, Sumartini Dewi, dan Marietta Shanti Prananta, 2018). Sehingga usia 20-30 dapat menjadi usia pencegahan.

### **1.5 Tujuan Perancangan**

Dalam perancangan kampanye yang dilakukan, penulis berharap agar tujuan tersebut tercapai, yakni :

1. Untuk membuat perancangan strategi kreatif yang tepat pada kampanye untuk mengedukasi kalangan pelajar dan pekerja Kota Bandung akan pentingnya vitamin D melalui paparan sinar matahari.
2. Untuk membuat perancangan strategi visual yang tepat dalam mendukung kampanye yang membiasakan diri terkena sinar matahari di siang hari sesuai dengan ketentuan dokter untuk mengajak kalangan pelajar dan pekerja di Kota Bandung.

### **1.6 Manfaat Perancangan**

Harapan yang dituju dengan adanya hasil dari proses perancangan kampanye ini diantaranya dapat bermanfaat bagi penulis, Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom, serta para pembaca, yaitu :

1. Bagi Penulis
  - a. Mengerti tata cara penulisan dalam melakukan penelitian pada suatu studi dalam bidang akademis
  - b. Menjadi media pembelajaran untuk penulis dalam menuangkan ilmu Desain Komunikasi Visual khususnya bidang *Advertising* yang telah didapat, untuk menyelesaikan sebuah permasalahan.
  - c. Memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk menyelesaikan studi S1 Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom.
2. Bagi Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom

Menjadi salah satu referensi dalam menyelesaikan suatu permasalahan dengan cara *Advertising* Desain Komunikasi Visual.
3. Bagi Pembaca
  - a. Menjawab pertanyaan pembaca tentang perancangan kampanye yang tepat untuk mencegah penyakit autoimun.
  - b. Menjadi acuan untuk ikut berpikir secara luas dan menggali ide, dengan tetap fokus pada pemecahan masalah yang sebenarnya.

## **1.7 Metode Penelitian**

### **1.7.1 Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Observasi**

Observasi menurut Kusuma (1987:25), merupakan sebuah kegiatan mengamati aktivitas individu untuk diteliti. Dalam hal ini maka penulis mengumpulkan data dengan cara melihat secara langsung di lapangan, bagaimana perilaku target audiens. Kemudian penulis menganalisis dan menyimpulkan berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan lebih dari 3 kali.

#### **2. Wawancara**

Wawancara menurut Koentjaraningrat (1980:165), merupakan sebuah aktivitas menggali informasi dari narasumber/ individu yang ditanyai mengenai konsep hingga pengalamannya. Berdasarkan teori tersebut, maka penulis melakukan wawancara kepada pihak yang berkaitan dengan tema yang diangkat. Yakni ahli kesehatan (dokter), kemudian pasien / orang yang mengalami masalah kesehatan autoimun, dan masyarakat Kota Bandung, khususnya yang menjadi target audiens, yakni mahasiswa dan pekerja di dalam ruangan.

#### **3. Studi Pustaka**

Yakni dengan mengumpulkan informasi-informasi yang berkaitan dengan topik, yang di dapatkan dari buku-buku, karya tulis, hasil penelitian, jurnal, internet, maupun sumber-sumber terpercaya lainnya.

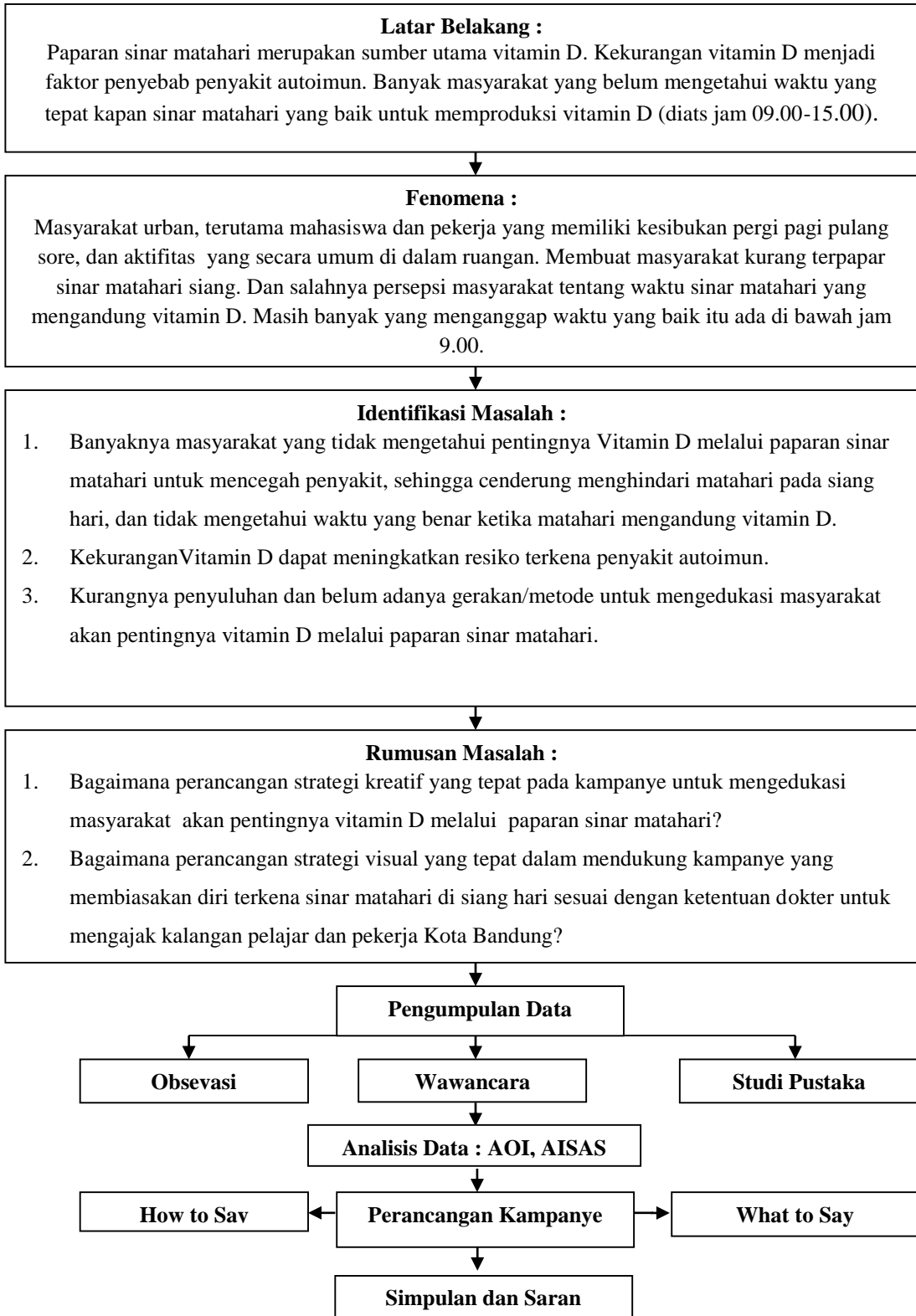
### **1.7.2 Metode Analisis**

Dalam proses menganalisis, penulis menggunakan metode AOI dan AISAS. Metode AOI (*Activity, Opinion, dan Interest*) digunakan untuk menganalisis perilaku target audiens. Dalam hal ini penulis melakukan analisis terkait aktifitas, pemikiran, dan minat/ketertarikan yang dimiliki oleh mahasiswa dan pekerja yang merupakan masyarakat urban di kota Bandung. Hal tersebut dilakukan untuk menentukan pendekatan kampanye yang sesuai.

Kemudian strategi AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Metode AISAS ini digunakan untuk menentukan pendekatan media apa yang sesuai dengan target audiens. Seperti yang pendapat menurut Sugiyama dan Andree (2011:79), bahwa AISAS adalah model yang dirancang untuk melakukan pendekatan secara efektif kepada target audiens dengan melihat perubahan perilaku yang terjadi khususnya terkait dengan latar belakang kemajuan teknologi internet. Oleh karena itu, metode AISAS ini penulis gunakan untuk menentukan media yang tepat dan efektif.



## 1.8 Kerangka Perancangan



## **1.9 Pembabakan**

### **1. BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini akan dijelaskan permasalahan yang terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, identifikasi masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan kerangka perancangan.

### **2. BAB II Dasar Pemikiran**

Pada bab ini, akan di urai teori-teori yang bersumber dari buku yang relevan, sebagai pendukung teoritis dalam perancangan Kampanye Pentingnya Vitamin D Melalui Paparan Sinar Matahari untuk Mencegah Penyakit Autoimun.

### **3. BAB III Data dan Analisis Masalah**

Pada bab ini penulis mencantumkan, mengolah, dan menganalisa data hasil observasi terkait perilaku target audiens, dan hasil wawancara dengan dokter, pasien, dan juga target audiens .

### **4. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Pada bab ini penulis menjelaskan konsep yang akan dilakukan pada Perancangan Kampanye Pentingnya Vitamin D Melalui Paparan Sinar Matahari untuk Mencegah Penyakit Autoimun. Penulis akan menjelaskan strategi kreatif dan media visual apa yang akan digunakan untuk memperoleh hasil perancangan kampanye yang baik.

### **5. BAB V Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran, sekaligus menjawab rumusan masalah yang menjelaskan hasil dari perancangan kampanye.