

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Gigi merupakan salah satu alat untuk mengolah makanan menjadi halus, dengan seringnya kita memakan makanan maka semakin banyak pula kuman yang terdapat di gigi dan salah satu caranya adalah dengan menjaga kesehatan gigi maupun mulut. Menjaga kesehatan gigi dan mulut merupakan salah satu hal yang paling penting dan tidak dapat dipisahkan, karena apabila kesehatan gigi tidak dirawat akan mendapatkan banyak faktor, gangguan pada saat mengunyah maupun gangguan pada kesehatan tubuh lainnya. Gigi merupakan salah satu organ tubuh yang terlihat paling kecil tetapi gigi dapat menyebabkan banyak resiko apabila tidak dijaga dengan baik dan benar. Dampak yang terjadi dapat dampak yang panjang sampai dengan dampak pendek. Dengan memiliki gigi yang sehat banyak masyarakat memilih untuk menambah perawatan gigi tambahan, seperti pemasangan kawat gigi dan lain-lainnya untuk menunjang kehidupan sosial konsumen.

Dewasa ini, pemasangan kawat gigi dan perawatan gigi lainnya sedang marak di masyarakat. Baik digunakan untuk merawat gigi yang rusak dan adapun yang memakai untuk *fashion* atau trend. Dan tidak hanya karena itu, masyarakat memakai kawat gigi atau behel akan membuat seseorang merasa lebih percaya diri. Karena dengan memakai behel bisa menunjang status sosial seseorang. Kawat gigi berfungsi untuk merapihkan susunan dari gigi yang tidak beraturan dan kawat gigi merupakan alat yang dipasang di dalam gigi yang berfungsi untuk memperbaiki susunan gigi yang menyimpang pola normalnya sebuah gigi (Genia, Amalia Swita. 2011:1). Menurut RISKESDAS (Riset Kesehatan Dasar) bahwa presentasi masalah dari gigi dan mulut yang menerima perawatan gigi atau pengobatan, hasilnya adalah lebih tinggi perempuan dibandingkan dengan presentase laki-laki. Bagian konseling perawatan atau kebersihan gigi sebesar 13,3%, apabila digolongkan dengan umur pada umur 15-24 terdapat 26,5% Dan di Jawa Barat untuk yang menggunakan perawatan gigi terdapat 33,0%. Pemasangan kawat gigi sudah dapat dilihat pada kelompok umur anak sekolah dan selalu terjadi peningkatan seiring

dengan bertambahnya umur dari target audiens. Menurut tipe daerah, pemasangan dari kawat gigi atau perawatan lebih tinggi di perkotaan sebesar 15,7% (Risikesdas, 2007). Perbandingan yang menerima perawatan gigi pada tahun 2007, 2013 dan 2016 adalah 29,7% - 31,1%, di Jawa Barat terdapat 33,4% yang melakukan perawatan gigi. Menurut tipe daerah, perkotaan yang memiliki presentase tinggi 33,1% dan yang mengalami gigi dan mulut bermasalah di Jawa Barat terdapat 28,0% (Risikesdas, 2013). Data yang penulis dapatkan bahwa terdapat kurang lebih 200 orang yang terdata di Bandung yang mengalami kerusakan akibat tukang gigi (Kortugi, 2018)

Menurut Achmad Faizal, penulis pada website kompas.com, menyatakan bahwa pada saat ini praktik tukang gigi merupakan salah satu praktik yang sedang di gandrungi oleh banyak orang karena tukang gigi sendiri mengklaim bahwa pengobatan mereka adalah pengobatan tradisional. Dengan adanya praktik tukang gigi Peraturan Menteri Kesehatan (PERMENKES) No. 39/2014 yang berisi tentang sebuah Pembinaan, Pengawasan dan Perizinan, dari pekerjaan Tukang Gigi atau ahli gigi dalam melakukan sebuah praktik gigi, akan tetapi dengan dikeluarkannya peraturan tersebut banyak masyarakat tetap melakukan perawatan atau tetap memilih tukang gigi sebagai dokter yang melakukan pengobatan dengan tradisional. Untuk mempercantik gigi tersebut harus membutuhkan biaya yang cukup mahal, *range* harga dari perawatan pada dokter gigi spesialis adalah sekitar Rp. 5.000.000.- sampai dengan Rp. 10.000.000.- atau lebih sedangkan pada tukang gigi dengan *range* harga Rp. 1.000.000.- sampai dengan Rp. 2.000.000.- bahkan terdapat harga yang lebih murah lagi, tujuan untuk memasang kawat gigi salah satunya dapat menunjang kehidupan sosial dan dapat terbentuknya gigi yang sesuai dengan harapan, apabila penggunaan sesuai dengan keluhan yang dialami.

Semakin banyaknya masyarakat ingin memakai perawatan semakin banyak pula ahli gigi atau tukang gigi yang membuka jasa pemasangan kawat gigi. “Ahli gigi atau tukang gigi tidak diperbolehkan melakukan penambalan gigi, pemasangan *bracket* atau kawat gigi, pencabutan bagian gigi dan memberikan obat-obat” disebutkan dalam Undang-undang No 29/2004 berisi tentang praktik kedokteran, Pada tahun 2013 jumlah tukang gigi di daerah Jawa Barat terdapat

1,0% lebih kecil dibandingkan di daerah DKI Jakarta sebesar 1,6% (Risikesdas, 2013). Tukang gigi hanya berwenang untuk membuat gigi tiruan lepasan dari akrilik, adapun larangan yang diatur dalam permenkes bahwa tukang gigi dilarang untuk melakukan penambalan, menggunakan obat-obatan, pencabutan gigi, dan mewakilkan pekerjaannya kepada siapapun (339/MENKES/PER/V/1989).

Dengan semakin banyak masyarakat memilih ahli gigi yang mengklaim dirinya mampu melakukan hal pemasangan kawat gigi, dapat mencabut gigi, dan penambahan gigi dapat menimbulkan banyak resiko yang terjadi di rongga mulut, selain merasa rugi akibat rusaknya rongga, pasien juga akan mengalami rugi materi, waktu, tenaga serta membuat gigi menjadi rusak atau bertambah parah (Dr drg. Puji Hartono, SpOrt-2015). Sebagian besar masyarakat Indonesia kurang pengetahuan tentang gigi dan akan mengakibatkan resiko yang fatal, yang akan memicu infeksi bakteri, dalam rongga mulut yang kemudian akan menyerang seluruh tubuh (Prof Dr drg Sudibyo SO., Sp. Perio(k)).

Keluhan yang diterima para dokter gigi terkait kerusakan yang diakibatkan para tukang gigi diantaranya, Beberapa keluhan yang kerap diterima antara lain pasien mengeluhkan rasa terbakar, sakit dan bengkak (drg. Zaura Rini Anggraeni MDS, 2012). Behel berpengaruh terhadap jaringan periodontal dan berpengaruh terhadap rahang juga, dan ahli gigi tidak menjalani sekolah untuk pemasangan kawat gigi dan kita tidak tahu apakah alat yang dipakai steril atau tidak (drg. Rifi). Apabila memakai kawat gigi disembarang tempat dapat menimbulkan infeksi silang, infeksi silang adalah perpindahan penyakit di antara pasien biasanya terjadi karena kurang steril pada penggunaan alatnya (Rachmat Hidayat, S.K.M., M.Kes., drg. Astrid Tandari, 2016). Pemasangan behel haruslah memiliki ilmu tentang gigi atau ahlinya karena pemasangan behel bukan hanya mudah dengan cara di tempel saja tetapi harus mengerti bahwa gigi tersebut akan mengalami pergeseran setelah dipasangnya braket ke gigi, serta dokter harus mengetahui bahan apa yang digunakan untuk ditempelkan ke gigi kita dan memiliki beberapa tahap pula untuk mendapatkan hasil yang bagus (Krisnawati, IKORTI, 2013).

Dengan melalui informasi tentang anti melakukan perawatan gigi illegal diharapkan masyarakat mengerti, mendapatkan edukasi yang bisa di terapkan langsung. Sehingga masyarakat dapat merubah perilaku yang sering di abaikan

menjadi salah satu waspada untuk kesehatannya. Untuk itu orang tua maupun remaja harus lebih berperan aktif dalam memilih tempat untuk melakukan suatu perawatan khususnya gigi, karena walaupun gigi terlihat kecil tetapi gigi dapat mempengaruhi tubuh lainnya. Selain menjaga kesehatan gigi remaja juga harus memperhatikan pula kesehatan mulut, karena kesehatan gigi dan mulut sangatlah penting untuk menghindari infeksi silang. Dan diharapkan setelah masyarakat mendapatkan informasi tentang bahayanya pemasangan gigi pada tukang gigi, masyarakat dapat memahami bahwa dengan harga yang murah tidak sebanding dengan hasil dan kesehatan yang diterima oleh masyarakat sendiri. Maka diharapkan masyarakat lebih memperhatikan kesehatan gigi dan mulut.

Melihat fenomena tersebut, penulis menjadikan anti melakukan perawatan gigi illegal sebagai tema untuk menyelesaikan tugas akhir. Berisi tentang pentingnya mengetahui bahaya dari pemasangan di sembarang tempat atau bukan pada ahlinya, solusi dalam menghindari perawatan bukan pada ahlinya dan lainnya. Sehingga jumlah yang mengalami gigi rusak atau infeksi lainnya di Bandung dapat berkurang. Penulis berasumsi untuk membuat sebuah iklan kampanye yang berisi sebuah edukasi khususnya para remaja untuk mencegah merawat gigi pada perawatan gigi illegal yang dapat merugikan diri sendiri. Diharapkan dengan adanya kampanye tersebut dapat mengubah perilaku dan kebiasaan masyarakat khususnya remaja untuk lebih selektif dalam memilih tempat untuk melakukan perawatan dan mementingkan kesehatan mulut di dalam kehidupan sehari-hari.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang terjadi dapat disimpulkan identifikasi masalah yaitu:

1. Ahli gigi atau tukang gigi tidak diperbolehkan melakukan penambalan, pemasangan behel, pencabutan, pemberian obat,
2. Kurangnya informasi pada akibat yang akan timbul dari pemasangan kawat gigi bukan pada dokter gigi,
3. Memakai kawat gigi disembarang tempat bisa menimbulkan infeksi silang, dan akan menimbulkan dampak yang fatal.

### 1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah di dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perancangan strategi kreatif kampanye yang tepat untuk menginformasikan solusi permasalahan perawatan kawat gigi yang tidak sehat pada ahli gigi ?
2. Bagaimanakah perancangan strategi media komunikasi visual yang tepat untuk menginformasikan solusi permasalahan perawatan kawat gigi yang tidak sehat pada ahli gigi ?

### 1.3 Ruang Lingkup

Agar maksud dan tujuan penulis lebih terarah, maka dalam hal ini penulis melakukan sebuah perancangan kampanye mencegah memasang perawatan gigi pada ahli gigi. Yang bertujuan khususnya anak remaja kalangan umur 12 tahun - 18 tahun karena umur kalangan remaja tersebut adalah masa dimana remaja ingin mencoba hal yang baru tanpa mementingkan kesehatan lainnya. Dan memberikan edukasi akan resiko dari pemasangan di sembarang tempat.

Kampanye ini akan dipublikasikan di Kota Bandung karena semakin tingginya masyarakat yang menerima perawatan medis pada gigi (Risksedas, 2007-2013). Kampanye ini dibuat untuk masyarakat tidak tertarik hanya dengan harga murah tetapi dapat merusak rongga mulut. Fenomena ini kita sudah lihat pada lingkungan maupun diluar lingkungan maka dibuatlah perancangan kampanye ini agar dapat mengatasi kegelisahan untuk mencegah memasang perawatan gigi pada ahli gigi atau tukang gigi.

Perancangan kampanye ini bertujuan untuk menyelesaikan tugas akhir penulis. Oleh karena itu perancangan akan dimulai dari bulan Oktober 2018 hingga Maret 2019.

Berdasarkan fenomena yang terdapat di latar belakang, maka solusi untuk fenomena tersebut adalah dengan diadakannya sebuah perancangan kampanye kreatif yang bertujuan untuk membuat *target audience* lebih mengetahui bahayanya

dan menambah informasi serta mengurangi jumlah pasien yang mengalami kerusakan gigi. Dan tidak hanya itu, diperlukan sebuah perancangan media yang tepat untuk *target audience* sehingga dapat tersampaikan.

#### **1.4 Tujuan Perancangan**

Dalam proses perancangan ini ada beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh penulis yaitu:

1. Terancangnya sebuah kampanye dengan strategi kreatif yang tepat agar mengurangi dampak negative dari pemasangan kawat gigi yang tidak sehat,
2. Terancangan strategi media komunikasi visual yang tepat sehingga solusi dari permasalahan perawatan kawat gigi yang tidak sehat pada ahli gigi.

#### **1.5 Manfaat Perancangan**

Hasil dari proses perancangan yang dilakukan oleh penulis, diharapkan dapat memberi manfaat kepada penulis, akademis dan masyarakat luas diantaranya:

1. Bagi Penulis:
  - a. Dapat memahami dan dapat mengaplikasikan teori Desain Komunikasi Visual.
  - b. Dapat menambahkan wawasan mengenai pentingnya mencegah perawatan gigi di sembarang tempat.
  - c. Dapat membuat perancangan kampanye sosial yang tepat dan dapat digunakan di masyarakat luas.
2. Bagi Akademis:
  - a. Dapat menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual kedalam sebuah perancangan kampanye.
  - b. Dapat bermanfaat bagi penulis yang akan membuat penelitian sejenis.
3. Bagi Masyarakat:
  - a. Dapat menerapkan kampanye ini di dalam kehidupan sehari-hari.
  - b. Dapat merubah perilaku masyarakat luas khususnya remaja
  - c. Dapat menambah wawasan dari bahayanya perawatan gigi di sembarang tempat.

## **1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis**

### **1.6.1 Metode yang digunakan**

Metode penelitian merupakan tata cara untuk mengumpulkan data pengolahan data serta analisis data yang kemudian melakukan investigasi terhadap data tersebut guna untuk mempermudah dalam mendapatkan kesimpulan dan metode yang digunakan penulis merupakan metode kualitatif (Afid Buharuddin, Teknik Pengumpulan Data, 2013). Penelitian kualitatif adalah jenis dari penelitian yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari atau masyarakat, tingkah laku dan lain-lainnya (Sujarweni Wiratna, Metode Penelitian, 2014:19). Karena dengan menggunakan metode kualitatif sebuah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami sebuah fenomena atau dapat dibandingkan dengan lainnya.

### **1.6.2 Metode Pengumpulan Data**

#### 1. Wawancara

Proses pengumpulan data, penulis melakukan wawancara secara mendalam terhadap pihak Kesehatan, pihak Dokter Gigi dan Ahli Gigi. Yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang benar mengenai angka pemakai perawatan dan jumlah yang mengalami kerusakan.

#### 2. Kuisisioner

Penulis melakukan pembagian *quisioner* kepada para pelajar untuk mencakup kawasan yang lebih luas di Kota Bandung.

#### 3. Observasi

Penulis melakukan observasi terhadap remaja yang menggunakan perawatan gigi khususnya behel yang memakai di ahli gigi untuk melihat seberapa nyaman remaja menggunakan behel tersebut untuk sehari-hari dan apakah ada keluhan sehabis memakai behel tersebut.

#### 4. Studi Pustaka

Dalam mengumpulkan data penulis menggunakan teori-teori yang terdapat di dalam buku. Teori tersebut menjadi penunjang kegiatan peneliti selama melakukan penulisan. Buku yang digunakan adalah buku Desain Komunikasi Visual, Manajemen Kampanye.

#### 5. Literatur

Dalam mengumpulkan data penulis juga menggunakan cara membaca buku dan situs internet yang mendukung dan menunjang dalam mengumpulkan data penulis.

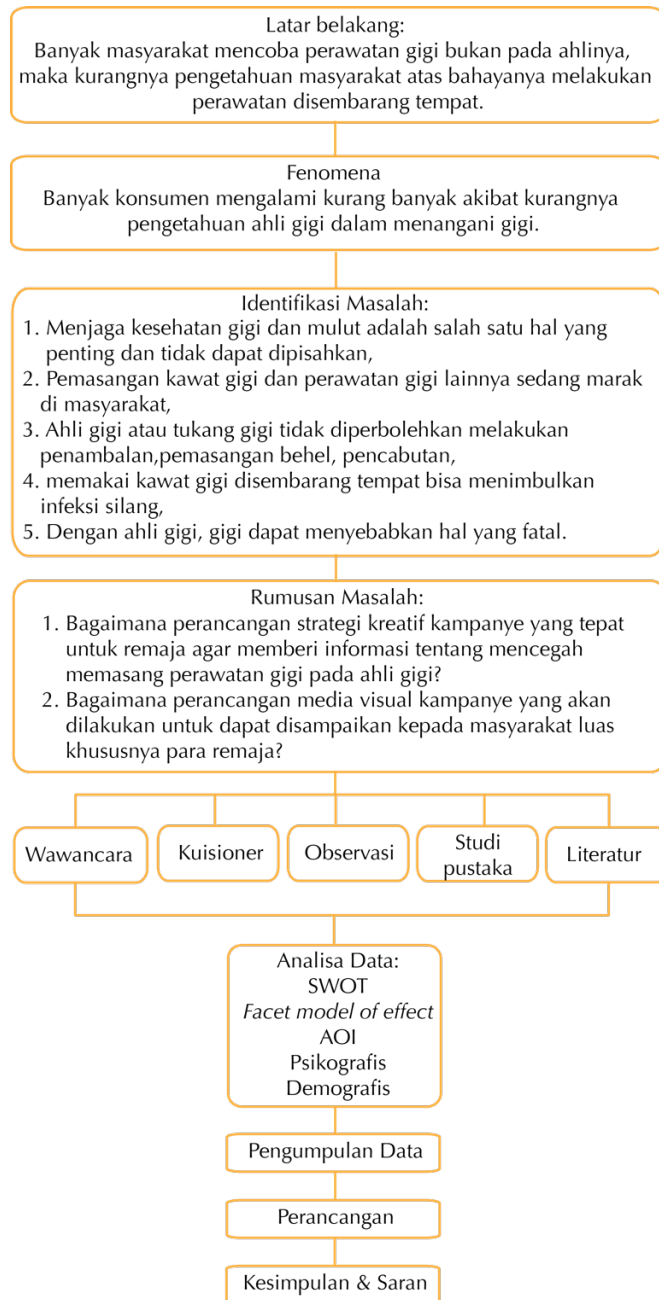
### **1.6.3 Metode Analisis**

Penulis menggunakan teori *Facet Model of Effects* untuk melihat bagaimana respon konsumen dalam perancangan ini. *Advertising* yang efektif akan menciptakan enam respon konsumen, diantaranya melihat dan mendengar (persepsi), merasakan sesuatu (emosi atau afektif), memahami poin dari pesan (respon kognitif), mengaitkan kualitas positif brand (asosiasi), mempercayai (persuasi), bertindak sesuai yang diinginkan (perilaku). (Moriarty, Sandra 2011:133)

Untuk mengetahui kampanye tersebut dapat menjadi kampanye yang efektif atau tidak. Penulis juga menggunakan AOI (*Activity, Opinion, Interesting*). Gaya hidup merupakan pola dari seorang manusia yang diekspresikan dalam kehidupan sehari-hari, dan menggambarkan sebuah gaya hidup dalam berinteraksi disekitarnya (Kotler,2002:192). *Activity, Opinion, dan Interesting* (AOI) merupakan istilah yang bertujuan untuk menyamakan dengan psikografi. Psikografi atau AOI adalah suatu bentuk riset dari konsumen yang memberikan kebiasaan yang jelas dan praktis mengenai target audiens tentang kepribadian masing-masing dengan melihat minatnya, sikapnya, keyakinannya, dan lain-lainnya (Schiffmann dan Kanuk, 2000). Selain menggunakan Psikografi, analisis juga Demografis dan Geografis yang bertujuan untuk mengetahui wilayah, kota dan desa yang dituju, sedangkan Demografis untuk mengetahui usia, jenis kelamin, tingkat ekonomi dan lain-lain.



## 1.7 Kerangka Penelitian



Skema 1.1 Kerangka Penelitian  
Sumber: Data Pribadi

## **1.8 Pembabakan**

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

Pada bagian pendahuluan menguraikan latar belakang dari penelitian, yang berisi keterangan dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan kerangka perancangan.

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

Pada bagian bab ini berisikan teori yang terdapat di dalam buku yang menjadikan landasan teori yang menjadi sebuah acuan dalam literatur perancangan kampanye.

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

Pada bagian bab ini berisikan data-data yang di dapat dan dikumpulkan oleh penulis dalam proses wawancara, observasi, studi pustaka, dan literatur.

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

Pada bagian bab ini menguraikan konsep yang di rancang oleh penulis khususnya kampanye, yang di mulai dari ide besar, media dan konsep visual agar mendapatkan hasil perancangan yang tepat.

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

Pada bagian bab ini berisikan sebuah kesimpulan dan saran yang merupakan jawaban rumusan masalah.