

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Semakin hari kualitas udara yang sehat di kota besar semakin berkurang. Buruknya kualitas udara disuatu kota dipengaruhi oleh beberapa faktor. Banyaknya asap pabrik, asap kendaraan, asap rokok, dan debu hasil pembangunan proyek adalah penyebab yang paling mudah ditemukan dalam aktifitas yang dijalani sehari-hari. Kota Bandung adalah salah satu kota dengan kualitas udara yang kurang baik.

Hal ini terjadi karena banyaknya pembangunan proyek perumahan, jumlah kendaraan bermotor yang semakin banyak, serta pabrik yang setiap hari menghasilkan asap hasil produksi mereka. Hal ini tak ayal akan berdampak pada warga yang tinggal di Kota Bandung. Dengan berbagai polusi udara ini akan menimbulkan berbagai macam penyakit pernapasan. Salah satu masalah kesehatan yang timbul adalah penyakit asma. Penyakit asma atau *asthma* adalah penyakit kronis jangka panjang yang ditandai dengan penyempitan dan peradangan pada saluran pernafasan sehingga menimbulkan sesak nafas.

Ada beberapa gejala pada penyakit asma diantaranya yaitu nyeri di bagian dada, batuk-batuk dan mengi. Seseorang yang mengidap penyakit asma memiliki saluran nafas yang lebih sensitif, sehingga saat paru-paru terkena iritasi dari pemicu dari asma maka saluran pernafasan menjadi kaku dan menyempit, produksi dahak meningkat sehingga membuat sulit bernafas. Penyakit asma dapat dialami oleh berbagai golongan usia, mulai dari golongan anak-anak hingga orang tua. Dalam mengobati penyakit asma ada dua hal yang perlu dilakukan, yaitu meredakan gejala dan mencegah gejala kambuh. Selain itu pengidap asma pun harus menghindari hal-hal yang dapat memicu penyakit asma ini kambuh. Saat penyakit asma ini kambuh perlu ditangani dengan baik sehingga tidak membahayakan nyawa pengidap asma. Masih banyak masyarakat yang belum mengerti cara yang baik dan aman untuk mengatasi penyakit asma yang kambuh tiba-tiba, baik untuk dirinya ataupun orang lain di sekitarnya.

Semakin meningkatnya angka penderita penyakit asma di Kota Bandung mengharuskan masyarakat Bandung lebih waspada terhadap polusi udara yang terjadi. Menurut data dari Dinas Kesehatan Kota Bandung pada 2017, jumlah kasus penyakit

asma adalah sebanyak 8.333, dimana dengan kasus kematian sebanyak 68 kasus. Di tahun 2018 kasus penyakit asma meningkat menjadi 12.332 kasus, dimana 127 kasus di antaranya berujung pada kematian. Hal ini terjadi karena kurangnya *awareness* atau kesadaran masyarakat sejak dini mengenai bahayanya penyakit asma ini. Penyakit ini biasanya mudah terjangkit mulai dari usia anak-anak hingga remaja. Padatnya aktifitas sehari-hari dan kegiatan aktif para remaja di luar ruangan membuat mereka lalai akan kesehatan mereka dan dapat membuat system imun tubuh mereka lemah hingga pada akhirnya mudah terserang penyakit, salah satunya adalah penyakit asma. Jika tidak diatasi secara tepat dan serius penyakit asma dapat memburuk dan dapat menjadi penyakit yang diderita hingga bertahun-tahun, bahkan hingga pengidap asma berusia lanjut. Menurut data dari Dinas Kesehatan Kota Bandung, penyakit asma ini banyak diderita oleh para kaum dewasa awal rentang usia 18 – 25 tahun yaitu sebanyak 5.213 pasien.

Kementrian Kesehatan sebenarnya sudah melakukan upaya sosialisasi melalui kerjasama yang dilakukan dengan “GERMAS” dalam mengkampanyekan “STOP for ASMA”, namun kampanye ini belum dapat dikatakan berhasil. Karena menurut Wilbur Schramm (Ashadi, 1987) menyatakan bahwa komunikasi yang baik dan efektif ialah komunikasi yang melahirkan kesepahaman antara sumber dan penerima. Dengan data yang telah dikumpulkan melalui kuisisioner, banyak masyarakat yang belum paham mengenai kampanye “STOP for ASMA” tersebut. Maka dari itu penulis ingin mengkampanyekan metode untuk menatasi asma yang lebih simple dan mudah dipahami dengan metode “4P”. Metode kesehatan yang terdapat dalam metode “4P” ini dikemukakan oleh dr. Nadia Octavia, dr. Muhammad Iqbal Ramadhan dan dr. Kevin Adrian. Metode 4P ini sendiri merupakan singkatan dari, posisikan diri hindari faktor pencetus, posisikan diri duduk tegak, perbaiki nafas yang dalam dan panjang, pertahankan sikap tenang,. Metode ini diharapkan mampu mengatasi efek dari kambuhnya penyakit asma dan agar masyarakat lebih waspada akan penyakit ini.

Tingginya kasus penyakit dan kematian akibat penyakit asma tentunya bukan hanya kelalaian dari masyarakat untuk menjaga kesehatan dan lingkungan mereka. Kurangnya sosialisasi yang efektif tentang penyakit asma ini turut menjadi faktor minimnya pengetahuan masyarakat untuk mencegah dan mengatasi penyakit asma. Hal ini tentu saja dapat dikurangi atau juga dicegah dengan cara memberikan *knowledge* mengenai penyakit asma dan bagaimana mencegahnya serta mengatasi jika terjangkit.

Dengan media dan strategi kampanye yang baik serta terintegrasi tentunya dapat membuat kampanye ini lebih mudah dipahami dan efektif.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang yang telah disusun diatas maka ditarik beberapa masalah yaitu:

1. Di tahun 2018 kasus penyakit asma meningkat menjadi 12.332 kasus, dimana 127 kasus di antaranya berujung pada kematian.
2. Hal ini terjadi karena kurangnya awareness atau kesadaran masyarakat tentang bahayanya penyakit asma ini.
3. Kurangnya kampanye sosialisasi yang efektif tentang penyakit asma ini turut menjadi faktor kurangnya pengetahuan masyarakat.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Dari identifikasi masalah diatas dapat dirumuskan beberapa masalah yaitu:

1. Bagaimanakah perancangan strategi kreatif kampanye yang tepat untuk memberi pemahaman cara mengatasi asma yang kambuh dengan metode 4P pada target audiens?
2. Bagaimanakah perancangan media visual kampanye yang baik agar tersampai kepada target audiens?

## **1.4 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan ruang lingkup diatas, batasan yang akan dilakukan selama tugas akhir ini yaitu merancang kegiatan kampanye yang bertujuan untuk mengedukasi masyarakat sejak dini mengenai penyakit asma dan cara mengatasinya dengan target audiens dewasa awal usia 18 – 25 tahun. Lokasi penelitian berada di Kota Bandung.

Kampanye ini ditujukan untuk para remaja di Kota Bandung. Usia remaja sampai dewasa awal adalah usia yang dimana tumbuh kembang baik fisik ataupun mental berkembang sangat pesat. Pertumbuhan ini juga dipengaruhi oleh berbagai hormon. Berdasarkan data kesehatan yang didapatkan dari laman web *detikhealth*, kondisi yang mencapai puncaknya saat remaja dan dewasa awal adalah jerawat, asma, alergi, penyakit autoimun seperti diabetes tipe 1 dan rheumatoid arthritis.

Kampanye ini akan dipublikasikan di Kota Bandung. Menurut data pada 2017, jumlah kasus penyakit asma adalah sebanyak 8.333, dimana dengan kasus kematian sebanyak 68 kasus. Di tahun 2018 kasus penyakit asma meningkat menjadi 12.332

kasus, dimana 127 kasus diantaranya berujung pada kematian sehingga masyarakat Kota Bandung memerlukan edukasi yang baik agar mengurangi jumlah pasien dan korban penyakit asma.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

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

1. Terancangnya strategi kreatif yang mudah dipahami untuk mengkampanyekan pencegahan dan mengatasi penyakit asma dengan metode “4P” sehingga menciptakan *awareness* kepada target audiens di Kota Bandung.
2. terselesaikannya strategi media dan visual yang tepat dalam mengkampanyekan pencegahan penyakit asma dengan metode “4P”.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Harapan yang dituju dengan adanya hasil dari proses perancangan strategi kreatif yang tepat untuk kampanye pencegahan dan mengatasi penyakit asma dengan metode “4P” diantaranya dapat bermanfaat bagi penulis, Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom serta para pembaca, yaitu:

1. Bagi Penulis
  - a. Mengetahui cara penulisan penelitian pada suatu studi dalam bidang akademis.
  - b. Memberi kesempatan pada penulis untuk memecahkan suatu masalah secara kreatif dengan berdasarkan ilmu Desain Komunikasi Visual, khususnya bidang *Advertising*.
  - c. Sebagai syarat kelulusan untuk menyelesaikan studi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom.
2. Bagi Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom
  - a. Menjadi salah satu sumber referensi dalam menyelesaikan masalah dalam ranah *Advertising*.
  - b. Sebagai bentuk salah satu tridarma perguruan tinggi yang bermanfaat bagi masyarakat, dalam memperluas informasi dan edukasi.
3. Bagi Pembaca

- a. Memberi informasi kepada pembaca seputar perancangan strategi kreatif yang tepat untuk mengkampanyekan pencegahan dan cara mengatasi penyakit asma..
- b. Sebagai referensi bagi pembaca dalam memecahkan masalah dengan cara *Advertising* sehingga dapat menjadi tolak ukur untuk penelitian yang akan diadakan kedepannya.

## **1.7 Metodologi Penelitian**

### **1.7.1 Metode yang Digunakan**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dikarenakan seluruh informasi didalamnya mengacu pada fakta serta fenomena yang terjadi di masyarakat. Diperkuat dengan pernyataan dari Lexy J. Moleong (2005:6), metode penelitian kualitatif adalah suatu riset yang bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

### **1.7.2 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Metode Observasi**

merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2004 : 104). Dalam hal ini penulis terjun langsung ke lapangan dalam melihat langsung suasana, kondisi serta aktivitas-aktivitas target audiens yang terjadi di Kota Bandung.

#### **2. Metode Wawancara**

Wawancara adalah proses pembekalan verbal, di mana dua orang atau lebih untuk menangani secara fisik, orang dapat melihat mukayang orang lain dan mendengarkan suara telinganya sendiri, ternyata informasi langsung alatpengumpulan pada beberapa jenis data sosial, baik yang tersembunyi (laten) atau manifest (Sutrisno Hadi, 1989:192). Dalam hal ini peneliti melakukan proses wawancara pada korban penderita dan pada dokter penyakit terkait demi mendapat informasi lebih mendalam.

### 3. Studi Pustaka

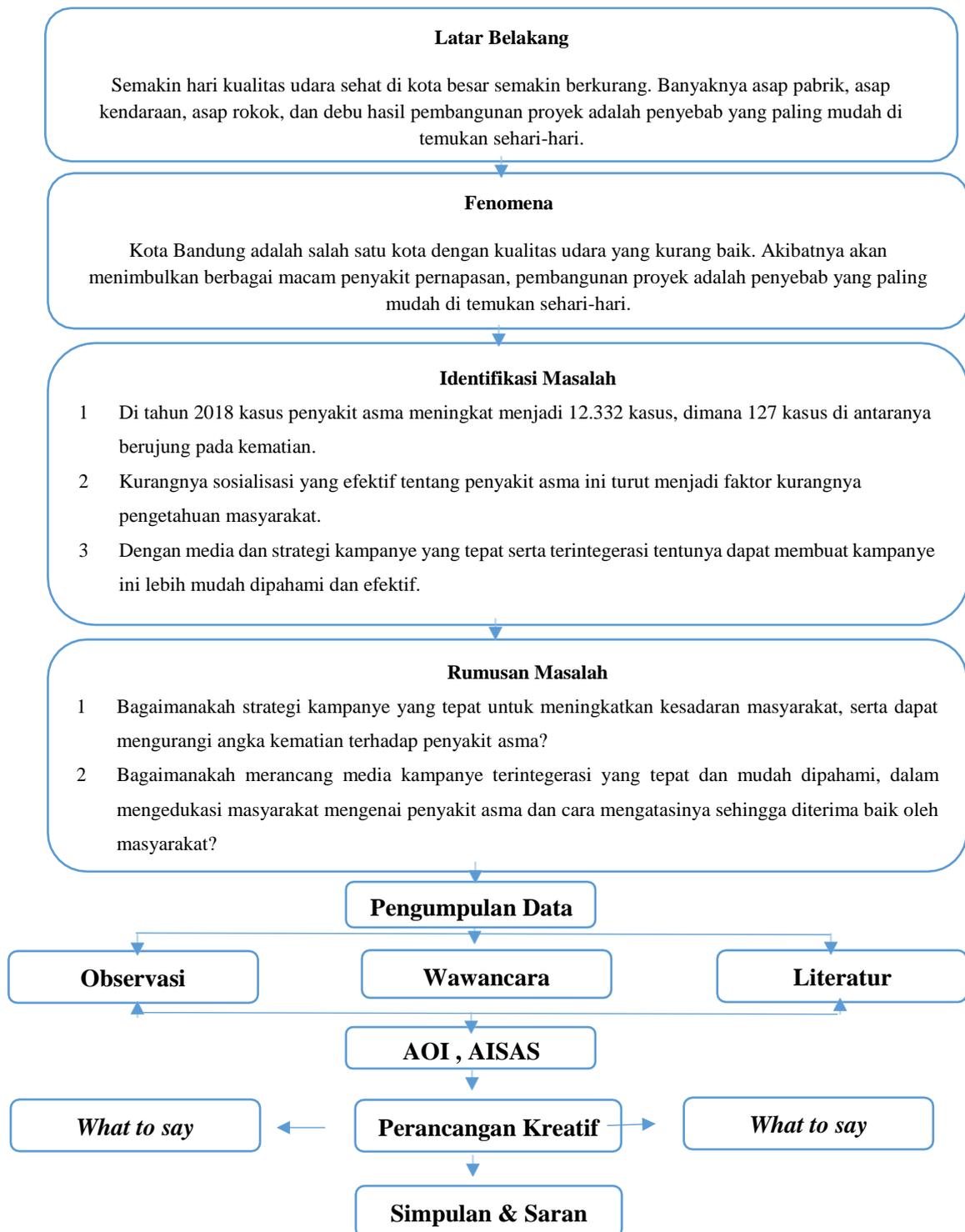
Penulis memperoleh data utama mengenai penyakit asma serta metode 4P melalui analisa informasi yang didapatkan pada media sosial, diantaranya Blog, web kesehatan Halodoc, Liputan6, dan YouTube. Penulis memperoleh data pasien dan korban dari Dinas Kesehatan Kota Bandung, serta memperoleh data secara digital pada berbagai sumber di internet berupa cara pencegahan penyakit asma, cara mengatasi asma, dan metode 4P yang akan diangkat.

#### 1.7.3 Metode Analisis

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis yang telah didapat dalam proses perkuliahan, dalam menganalisa perilaku target audiens penulis menggunakan metode AOI (*Activity, Opinion, dan Interest*). Dengan AOI peneliti dapat mengetahui gaya hidup, aktifitas serta perilaku dari target audiens.

Dalam penelitian ini penulis membuat iklan yang dapat mengedukasi serta tepat sasaran kepada target audiens. Efektifitas iklan adalah kondisi sejauh mana efek pesan iklan yang disampaikan itu dapat menarik perhatian, dimengerti, dipahami, membangkitkan emosi dan menggerakkan sarannya untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki Effendy (2002 : 32-33).

## 1.8 Kerangka Berpikir



**Skema 1. 1 Kerangka Berfikir**  
*Sumber: Dokumen Pribadi Penulis*

## **1.9 Sistematika Penulisan**

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

Di bagian pendahuluan, penulis membahas dan menjelaskan permasalahan yang terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, identifikasi masalah, ruang lingkup masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan kerangka berfikir.

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

Pada bagian ini berisikan teori yang bersumber pada teori dari buku yang relevan untuk digunakan sebagai pendukung teoritis dalam perancangan Kampanye Kesehatan Atasi Asma dengan Metode 4P. Diantaranya teori kampanye oleh Safanayong (2009), komunikasi oleh Sobur (2006), strategi komunikasi dalam kampanye oleh Effendy (2011), teori DKV oleh Lia Anggraini dan Kirana Nathalia (2016)

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

Pada bab ini penulis menyantumkan data yang kemudian disusun dengan mengolah data dan menganalisa hasil observasi

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

Pada bab ini penulis menuturkan konsep yang akan dilakukan pada Perancangan Kampanye Kesehatan Atasi Asma dengan Metode 4P. Berisi penjelasan strategi kreatif serta media visualnya untuk memperoleh hasil perancangan kampanye yang efektif.

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

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang menjelaskan hasil dari perancangan kampanye kesehatan terkait.