

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Memasuki masa remaja membutuhkan asupan gizi yang pesat. Pertumbuhan dapat memengaruhi perubahan baik secara fisik maupun psikis. Khususnya pada remaja putri mengalami kehilangan sel darah merah secara rutin ketika menstruasi. Berkurangnya sel darah merah berdampak pada penurunan jumlah hemoglobin yang dapat mengganggu penyerapan nutrisi dalam tubuh. Menurut Tarwoto (2006) Nutrisi adalah elemen dasar penghasil energi yang diperlukan dalam proses dan fungsi tubuh seperti pembentukan dan perbaikan sel-sel tubuh serta sebagai pelindung dan pengatur suhu tubuh.

Gejala kurangnya nutrisi dapat terlihat dari seseorang yang terkena anemia. Menurut Dr. Delita Prihatini, Sp.PK(K), M.Kes., Konsultan Hematologi, Departemen Patologi Klinik, Fakultas Kedokteran Universitas Padjadjaran, menjelaskan bahwa anemia karena kekurangan gizi disebabkan oleh berkurangnya ketersediaan zat gizi pada bahan baku dalam pembentukan sel darah merah. Anemia adalah kurangnya sel darah merah dalam unpad.ac.id menurut Susi Susannah, Dr., Sp.A (K), M.Kes., Dosen Departemen Ilmu Kesehatan Anak FK Unpad mengatakan bahwa anemia adalah kondisi dimana kadar hemoglobin berada di bawah rata-rata.

Berdasarkan hasil Riskesdas 2018 menunjukkan adanya peningkatan angka prevalensi anemia pada remaja putri mencapai 32% yang sebagian besar disebabkan kekurangan zat besi disebut anemia defisiensi besi (ADB). Hal ini diperkuat dalam PortalJabar, Kota Bandung 2022 bahwa jumlah anemia pada remaja putri Jabar mencapai 40 persen sekitar 1,7 juta remaja. Banyak faktor yang mempengaruhi, salah satunya adalah kurangnya kepatuhan remaja putri dalam mengkonsumsi tablet tambah darah. Hasil Riskesdas 2018 menunjukkan persentase remaja putri mendapatkan suplemen zat besi di sekolah mencapai 76,2% namun hanya 1,4% telah konsumsi tablet zat besi sesuai anjuran.

Pemerintah memiliki program berkala mengenai pendistribusian suplemen zat besi kepada wanita usia subur, termasuk remaja putri dan ibu hamil. Kementerian

kesehatan Indonesia telah berupaya melakukan tindakan preventif dalam menangani masalah kesehatan khususnya anemia. Pendidikan gizi seimbang, fortifikasi zat gizi mikro dan fortifikasi darah dalam menyediakan tablet tambah darah. Suplementasi zat besi dimulai pada tahun 2015 dengan 1 tablet zat besi per minggu sepanjang tahun untuk remaja putri usia 12-18 tahun di SMP sederajat dan SMA sederajat. Konsumsi tablet tambah darah perlu diimbangi dengan kebiasaan asupan gizi yang baik untuk mendapatkan efektifitas manfaatnya.

Kecenderungan remaja putri tidak memperhatikan kandungan gizi dalam makanan mereka dan melewatkan waktu makan utama menjadi suatu faktor masalah yang perlu menjadi perhatian. Dampak negatif dari seorang remaja terkena anemia akan mengalami penurunan imunitas, produktivitas, konsentrasi, dan kebugaran jasmani. Pengaruh dampak akan lebih parah terhadap remaja putri sebagai calon ibu berisiko mengalami persalinan dini yang mengakibatkan kelahiran bayi dengan berat badan lahir rendah.

Pencegahan anemia dilakukan dengan mengkonsumsi zat besi, vitamin A, C, asam folat, dan zinc, serta mengkonsumsi tablet tambah darah (TTD) sesuai anjuran yang tepat. Purula merupakan produk makanan flake tabur pendamping makanan pokok dengan kandungan zat besi dan gizi baik lainnya yang cukup dibutuhkan oleh tubuh dalam mencegah dan menangani anemia.

Dinas Kesehatan Pemerintahan provinsi Jawa Barat pada Agustus tahun 2022 telah melakukan kampanye gizi seimbang pencegahan anemia melalui program pemberian tablet tambah darah dengan melakukan pemberian 1,4 juta dosis bagi remaja putri dan berbagai kegiatan sosialisasi untuk menginformasikan kesehatan tentang anemia. Namun, hal ini tidak meningkatkan kesadaran remaja putri untuk melakukan tindakan pencegahan.

Kontribusi dalam keilmuan Desain Komunikasi Visual dan Advertising, penulis melakukan perancangan kampanye berupa event Expo Kesehatan Masyarakat sebagai strategi media utama untuk menarik perhatian audience sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran pencegahan anemia sesuai aktivitas dan minat mereka.

1.2. Permasalahan

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, berikut beberapa identifikasi masalah yang ditemukan:

1. Tingginya angka anemia pada remaja putri Jawa Barat dipengaruhi oleh kurangnya kesadaran makanan cukup zat besi serta kebiasaan pemicu anemia seperti menerapkan pola makan yang tidak tepat.
2. Kampanye yang telah dilakukan sebelumnya oleh Pemprov Jabar hanya bertujuan menyediakan tablet tambah darah sehingga kurangnya kesadaran remaja putri dalam menerapkan kebiasaan konsumsi makanan cukup zat besi.

1.2.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana terancangnya strategi pesan kreatif kampanye sosial pencegahan anemia pada remaja putri Bandung melalui pola makan sehat yang seimbang bersama Purula dalam meningkatkan kesadaran pentingnya menerapkan pola makan sehat dan diharapkan mengubah kebiasaan remaja untuk dapat memilih makanan cukup zat besi.
2. Bagaimana terancangnya media visual kampanye sosial pencegahan anemia pada remaja putri Bandung melalui pola makan sehat yang seimbang bersama Purula yang menarik perhatian remaja putri untuk menerapkan pola makan sehat seimbang dengan memilih makanan cukup zat besi.

1.3. Ruang Lingkup

Batasan masalah dalam penelitian ini berfokus pada strategi kreatif pesan dan konsep media visual perancangan kampanye sosial pencegahan anemia. Berdasarkan data Riskesdas peningkatan anemia secara signifikan pada remaja dan lebih sering terjadi pada remaja putri ketika menstruasi memerlukan zat besi yang cukup. Adapun fokus pembatasan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Kampanye yang telah dilakukan sebelumnya bagi remaja putri di kalangan SMP dan SMA sederajat oleh Pemprov Jabar bertujuan menyediakan konsumsi tablet tambah darah namun belum meningkatkan kesadaran remaja putri.

2. Pengumpulan data dengan sampel remaja di Kota Bandung sebagai wilayah yang pernah menjadi pusat informasi kegiatan kampanye gizi seimbang dan pencegahan anemia remaja putri Jawa Barat.
3. Membuat perancangan kampanye sosial pencegahan anemia pada remaja putri Bandung melalui pola makan sehat yang seimbang bersama Purula dengan memanfaatkan *new media* menyesuaikan minat target sasaran.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Terancangnya strategi pesan kreatif kampanye sosial pencegahan anemia pada remaja putri Bandung melalui pola makan sehat yang seimbang bersama Purula untuk meningkatkan kesadaran pentingnya menerapkan pola makan sehat.
2. Terancangnya media visual kampanye yang menarik perhatian remaja putri untuk menerapkan pola makan sehat seimbang dengan memilih makanan cukup zat besi.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
 - a. Terpenuhi syarat kelulusan S1 program studi Desain Komunikasi Visual di Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom.
 - b. Memberikan pengalaman dalam menerapkan keilmuan di perkuliahan untuk dapat menciptakan suatu strategi perancangan kampanye sosial dalam lingkup target audiens yang luas.
 - c. Ikut serta membantu Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam mempromosikan programnya melalui alternatif rancangan kampanye sosial yang lebih inovatif dan kreatif kepada masyarakat.
2. Bagi Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom
 - a. Memberikan manfaat bagi kalangan akademis dalam melakukan penelitian sejenis.
 - b. Menerapkan ilmu desain komunikasi visual kedalam ruang lingkup kesehatan sehingga dapat bermanfaat terhadap keilmuan tersebut.
3. Bagi pembaca

- a. Menambah pengetahuan terkait proses perancangan kampanye sosial melalui keilmuan desain komunikasi visual.
- b. Memberikan referensi pengetahuan untuk dapat bermanfaat pada penelitian sejenis tentang kampanye sosial pencegahan anemia.

1.6. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif (observasi, wawancara, kuesioner, dan studi literatur). Selanjutnya, akan diolah dan dianalisis menjadi dasar untuk merancang kampanye sosial.

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Tahapan penelitian bertujuan untuk mendapatkan data merupakan salah satu teknik yang paling strategis dalam mengumpulkan data. (Sugiyono, 2013).

1. Observasi

Menurut Patton (1990) (dalam Haryono, 2020, h. 19) menegaskan bahwa observasi merupakan metode penelitian untuk memahami fenomena yang diteliti dan memperkaya pengetahuan. Observasi dilakukan secara tidak langsung melalui sampel visual kegiatan kampanye sebelumnya serta observasi langsung melalui kunjungan ke sekolah-sekolah atau tempat- tempat yang sering dikunjungi oleh remaja putri.

2. Wawancara

Menurut Berger (dalam Kriyantono, 2020, h. 289) wawancara merupakan komunikasi antara dua orang atau lebih untuk memberikan dan menerima informasi. Hasil wawancara dalam penelitian ini didapatkan dari responden terkait pola makan dan gaya hidup mereka. Wawancara dilakukan secara langsung atau melalui telepon dengan remaja putri yang telah teridentifikasi sebagai responden potensial. Selain itu, melakukan wawancara dengan ahli gizi rematri dinas kesehatan kota bandung serta dokter terkait.

3. Kuesioner

Menurut Sugiyono (dalam Kadek Ayu Riza Okaviantari 2023, h. 52) Kuesioner atau angket merupakan teknik untuk mendapatkan jawaban

dari pertanyaan yang telah diberikan kepada responden. Dalam penelitian ini didapatkan sebanyak 123 orang yang telah memberikan respon terkait pengetahuan anemia dan perilaku pola makan sehat. Kuesioner diberikan lewat media sosial maupun secara langsung.

4. Studi Pustaka

Menurut Nazir (2013, h. 93), tinjauan pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan meninjau buku, literatur, catatan dan laporan yang berkaitan dengan masalah yang akan dipecahkan. Studi Pustaka digunakan untuk mengumpulkan informasi relevan terkait permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, studi literatur berpedoman pada situasi atau kondisi kesehatan remaja di Indonesia serta upaya yang telah dijalankan hingga saat ini berdasarkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Selain itu, informasi terkait faktor yang memengaruhi permasalahan kesehatan seperti tren makanan tidak sehat, kurangnya pengetahuan tentang gizi dalam pola makan yang seimbang serta adanya konten makanan tidak sehat yang dipromosikan.

1.6.2. Metode Analisis

1. Metode AOI

Metode analisis AOI (*Activities, Opinions, Interests*) digunakan untuk membuat data profil psikografis konsumen. Dilakukan untuk mengetahui aktivitas dari target audiens, minat terhadap isu atau hal tertentu, serta opini terkait isu berkaitan kampanye perancangan.

2. 5W+1H

Analisis konten dari kampanye sejenis untuk mengetahui strategi perancangan kampanye sebelumnya hingga mengetahui kelebihan maupun kekurangannya.

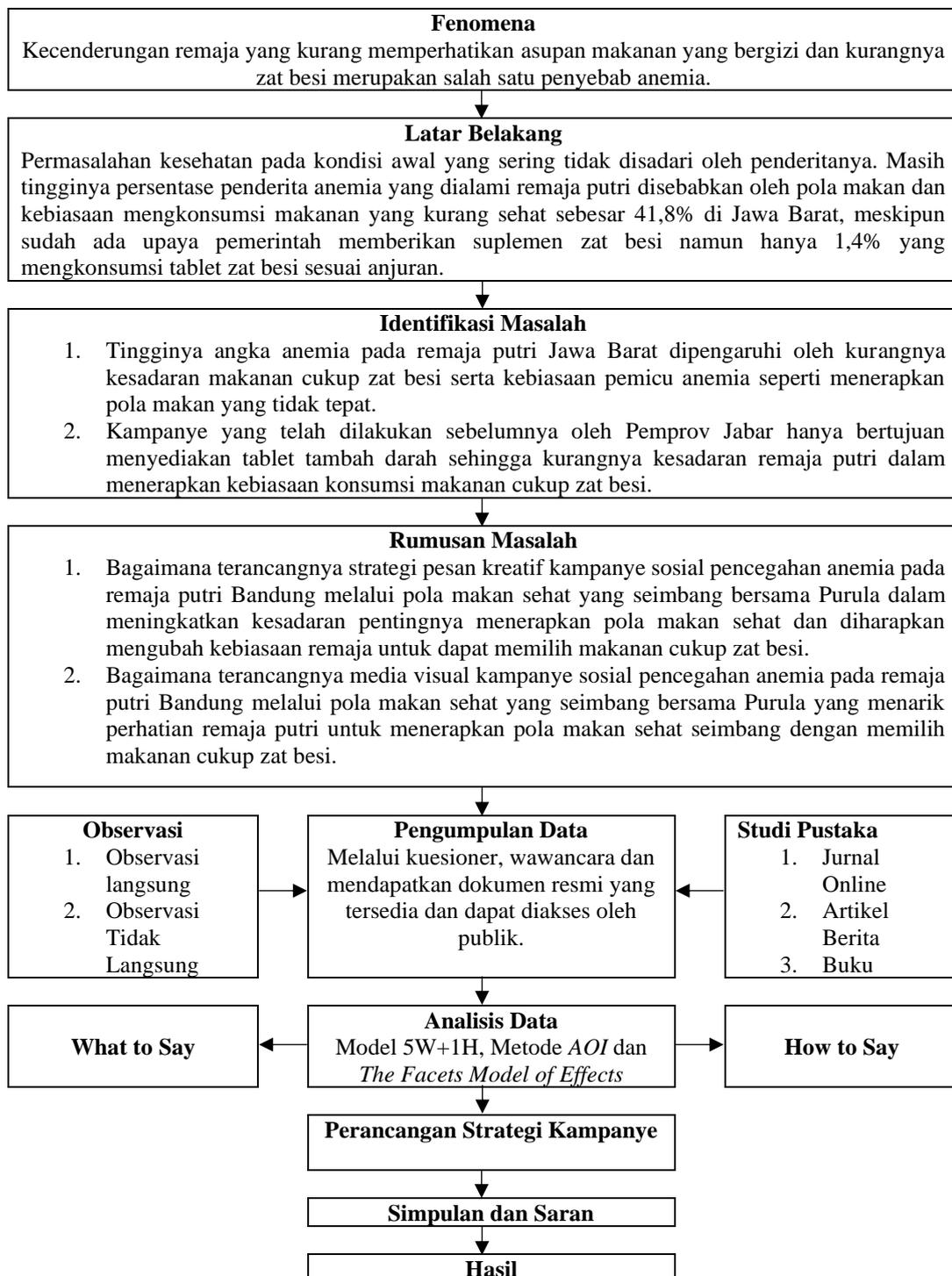
3. Metode *The Facets Model of Effects*

Analisis konten dari kampanye sejenis untuk mengetahui respon audiens terkait hasil pengamatan maupun keikutsertaannya terhadap kampanye yang pernah ada maupun yang akan dilakukan.

1.7. Kerangka Perancangan

Kerangka perancangan yang dibuat penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 1.7.1 Kerangka Perancangan



Sumber: Dhabitah, 2023

1.8. Sistematika Penulisan

1. BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode pengumpulan data dan analisis data, kerangka penelitian dan pembabakan.

2. BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi *review* literatur yang digunakan dalam penelitian seperti teori kampanye, kampanye sosial, desain komunikasi visual, the facets model of effect, 5W+1H, prinsip desain, kerangka teori serta asumsi.

3. BAB III Uraian dan Analisis Data

Bab ini terkait dengan uraian data dan hasil analisis terhadap data tersebut yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara serta observasi baik langsung maupun tidak langsung.

4. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini berisi interpretasi hasil penelitian dan pembahasan temuan-temuan yang ditemukan dalam penelitian, yang dikaitkan dengan konsep perancangan yang digunakan terutama untuk strategi kreatif dan konsep visual.

5. BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

6. Daftar Pustaka

Bab ini berisi daftar pustaka atau referensi yang digunakan dalam penelitian.

7. Lampiran