

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Diabetes Melitus (DM) dikenal sebagai suatu penyakit metabolisme kronis dengan multi etiologi, di mana penderita memiliki kadar gula darah yang tinggi serta mengalami gangguan metabolisme karbohidrat, lipid, dan protein sebagai akibat insufisiensi fungsi insulin. Diabetes Melitus biasanya menyerang orang-orang dengan usia diatas 45 tahun, namun orang-orang dibawah usia 45 tahun yang memiliki pola hidup yang tidak sehat juga dapat terserang penyakit ini. Semenjak pandemi Covid-19 yang menimpa dunia beberapa waktu silam, masyarakat Indonesia lebih sering beraktivitas dari dalam rumah menggunakan *gadget* mereka yang menyebabkan semakin jarang bergerak dan berolahraga serta memiliki pola makan yang tidak sehat.

Data Dinas Kesehatan Kota Bandung pada tahun 2022, kasus Diabetes Melitus pada remaja mengalami peningkatan di Kota Bandung. Hal ini dapat terjadi dikarenakan faktor pola hidup dan pola makan yang buruk serta aktivitas fisik yang rendah. Menurut hasil riset kesehatan dari Kemenkes, prevalensi pengidap DM di Kota Bandung mencapai 2,3 persen dari total penduduk usia 15 tahun ke atas. Menurut dr. Intan Annisa (Sub Koordinator Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Tidak Menular dan Kesehatan Jiwa Dinas Kesesehatan Kota Bandung) mengatakan “Jika dari remaja sudah mengidap DM, maka perjalanan penyakit komplikasinya bisa menyebar sangat luas, bisa ke mata, syaraf, banyak sekali”. Pada tahun 2021, kasus Diabetes Melitus tipe 1 pada remaja berusia dibawah 15 tahun sebanyak 9 orang, usia 15-19 sebanyak 2 orang Diabetes Melitus tipe 1 dan 9 orang mengidap Diabetes Melitus tipe 2. Sedangkan pada tahun 2022, terdapat kasus Diabetes Melitus tipe 1 pada remaja berusia 15 tahun ke bawah yang berjumlah 9 orang dan Diabetes Melitus tipe 2 sebanyak 44 orang, serta diusia 15-19 tahun kasus Diabetes Melitus tipe 1 sebanyak 24 orang dan tipe 2 sebanyak 57 orang. (Sumber: Dinas Kesehatan Kota Bandung, 2022)

Menurut data dari International Diabetes Federation (IDF) tahun 2022, sebanyak 41,8 ribu orang Indonesia mengidap DM tipe 1. Di negara ASEAN, Indonesia menjadi negara dengan penderita DM tipe 1 terbanyak dan merupakan peringkat ke-34 dari 204 negara di dunia. Selain itu, diabetes ialah penyakit yang menempati urutan 3 di Indonesia sebagai penyebab kematian terbesar. (Sumber: databoks.katadata)

Kementrian Kesehatan Republik Indonesia menyebutkan bahwa diabetes dapat dicegah dengan mengkonsumsi porsi makan yang tepat dan olahraga atau aktivitas fisik yang teratur dan tidak kurang. Namun, karena Pandemi Covid-19 yang menimpa beberapa waktu lalu, masyarakat menjadi kurang bergerak dan mengakibatkan gula yang menumpuk dalam tubuh tersebut tidak dapat diubah menjadi energi. Apabila dibiarkan, hal ini akan menyebabkan penyakit yang berbahaya seperti diabetes. Untuk menekan peningkatan kasus tersebut, masyarakat dapat melakukan olahraga dirumah, mengkonsumsi makanan serta minuman dengan porsi yang sesuai, dan untuk membantu mencegah diabetes, ada beberapa produk rendah kalori yang dapat dikonsumsi secara umum, contohnya seperti produk rendah kalori dari brand Diabetasol. Diabetasol adalah brand dari PT. Kalbe Farma Tbk yang diciptakan untuk membantu para penderita diabetes atau untuk orang-orang yang peduli dengan permasalahan gula agar dapat merasakan manis hingga tua. Dengan nutrisi lengkap dan seimbang dengan Indeks Glikemik rendah dan kandungan Vita Digest Pro, Diabetasol diharapkan dapat menstabilkan dan menekan lonjakan gula darah setelah makan. Produk yang dimiliki Diabetasol antara lain adalah Diabetasol Powder (susu), Diabetasol Sweetener (gula/pemanis), dan Diabetasol Wafer.

Sebelumnya Diabetasol pernah melakukan kampanye untuk memperingati hari diabetes dengan tajuk “Bersama Diabetasol, Sayangi Dia” dengan menggunakan media *live* YouTube dan *live* Facebook. Konsep “dia” pada tema kampanye ini diartikan sebagai keluarga, teman, pasangan, dan orang-orang yang dicintai. Kampanye ini mengajak semua pihak untuk berperan aktif memberikan dukungan bagi para diabetisi. Semua pihak diharapkan memahami penyakit ini mulai dari penyebab, gejala, jenis-jenis diabetes, upaya preventif, pemicu kenaikan gula darah, cara menormalkan gula darah, serta upaya penyembuhan diabetes. Kampanye diadakan secara langsung di berbagai kota di Indonesia melalui serangkaian acara edukasi dengan dukungan dan kerja sama Klikdokter, anggota Persadia (Persatuan Diabetes Indonesia) dan beberapa rumah sakit di Indonesia. Visual dari kampanye ini juga sangat *simple* dengan latar belakang berwarna kuning dengan *font* dan beberapa elemen visual berwarna hijau dengan ditambah logo Diabetasol dan Kalbe. Sayangnya, karena tidak terdapat media yang dapat bertahan lama, masyarakat perlahan-lahan menjadi lupa dan kepeduliannya terhadap diabetes juga mulai terkikis kembali.

Oleh karena itu, penulis ingin membuat sebuah kampanye sosial tentang Diabetes yang didukung oleh brand Diabetasol. Kampanye ini akan berisi tentang cara menanggulangi dan mengurangi risiko diabetes dengan mengganti pola makan yang kurang sehat dengan dengan

memberitahukan porsi makanan yang sesuai, mengajak audiens untuk olahraga teratur, dan juga memberikan rekomendasi cemilan, susu, dan pengganti makanan yang dapat membantu mengurangi resiko diabetes. Dengan kampanye ini, masyarakat Indonesia terutama di Kota Bandung akan lebih mengerti tentang bahaya penyakit diabetes sehingga dapat menekan angka diabetes di Kota Bandung sendiri.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalah dari fenomena ini, antara lain:

1. Meningkatnya kasus diabetes khususnya di Kota Bandung.
2. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penderita tertinggi di ASEAN dan peringkat 34 dari 204 negara secara global.
3. Kebiasaan masyarakat dari masa pandemi yang membuat masyarakat lebih banyak bekerja menggunakan gadget dan kurang melakukan aktivitas fisik.
4. Pola makan masyarakat Indonesia yang kurang sehat dan tidak sesuai dengan kebutuhan tubuh.
5. Diabetes merupakan penyakit yang menyebabkan kematian nomor 3 di Indonesia.
6. Media yang digunakan tidak bisa bertahan lama atau tidak dapat diperbarui.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah rancangan kampanye sosial untuk menekan jumlah diabetes di Kota Bandung?
2. Bagaimanakah rancangan visualisasi media kampanye sosial untuk menekan jumlah diabetes di Kota Bandung?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari penelitian ini dibuat agar dapat terfokus kepada rancangan kampanye sosial ini dapat lebih terarah dan memiliki batasan tertentu. Kampanye ini ditujukan kepada laki-laki dan perempuan dengan rentang usia antara 19-27 tahun yang berdomisili di Kota Bandung. Kampanye ini akan dilakukan selama 2 bulan yaitu bulan Oktober hingga November untuk menyambut hari diabetes dunia. Disebabkan oleh adanya peningkatan kasus diabetes di Kota Bandung yang signifikan, kampanye ini dirancang untuk memberikan edukasi

terhadap masyarakat khususnya di Kota Bandung akan bahaya diabetes sehingga dapat menekan angka diabetes di Kota Bandung sendiri.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki 2 tujuan, antara lain:

1. Merancang kampanye sosial untuk menekan jumlah diabetes di Kota Bandung.
2. Merancang visualisasi media kampanye sosial untuk menekan jumlah diabetes di Kota Bandung.

1.5 Metodologi Penelitian

Untuk keperluan penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2018) metode kualitatif merupakan metode penelitian yang memiliki landasan berupa filsafat dan digunakan untuk meneliti sebuah objek yang dimana kunci utamanya adalah peneliti itu sendiri. Pada metode ini, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data yang telah didapat bersifat induktif, dan hasil dari penelitian dengan metode ini lebih mengarah ke sebuah makna dibandingkan dengan generalisasi. Hal ini dilakukan untuk lebih memahami fenomena dan juga mendapatkan hasil yang lebih terarah.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi menurut Riyanto (2010) adalah teknik mengumpulkan data melalui pengamatan secara langsung maupun tidak. Penulis akan melakukan pengamatan objek terhadap produk yang diidentifikasi dan hasil pengamatan tersebut akan dijadikan data yang digunakan pada penelitian ini. Observasi ini dilakukan dengan cara mencari data atau memastikan data tersebut melalui internet.

2. Kuesioner

Kuesioner menurut Sugiyono (2017:142) ialah sebuah metode mengumpulkan data dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada. Penulis akan membagikan kuesioner untuk target audiens sebanyak 100 responden dengan range usia 19-30 untuk mendapatkan data mengenai pengetahuan diabetes masyarakat.

3. Wawancara

Wawancara menurut Sugiyono (2019) adalah teknik mengumpulkan data dengan melakukan studi pendahuluan dengan tujuan menemukan permasalahan yang sedang diteliti. Wawancara dilakukan untuk mengetahui hal-hal berasal responden dan mencari data dengan lebih mendalam. Penulis melakukan wawancara secara terstruktur melalui

Google Meet dengan dokter atau ahli gizi yang memiliki keterkaitan dengan penyakit diabetes untuk mendapatkan data mengenai penyakit diabetes.

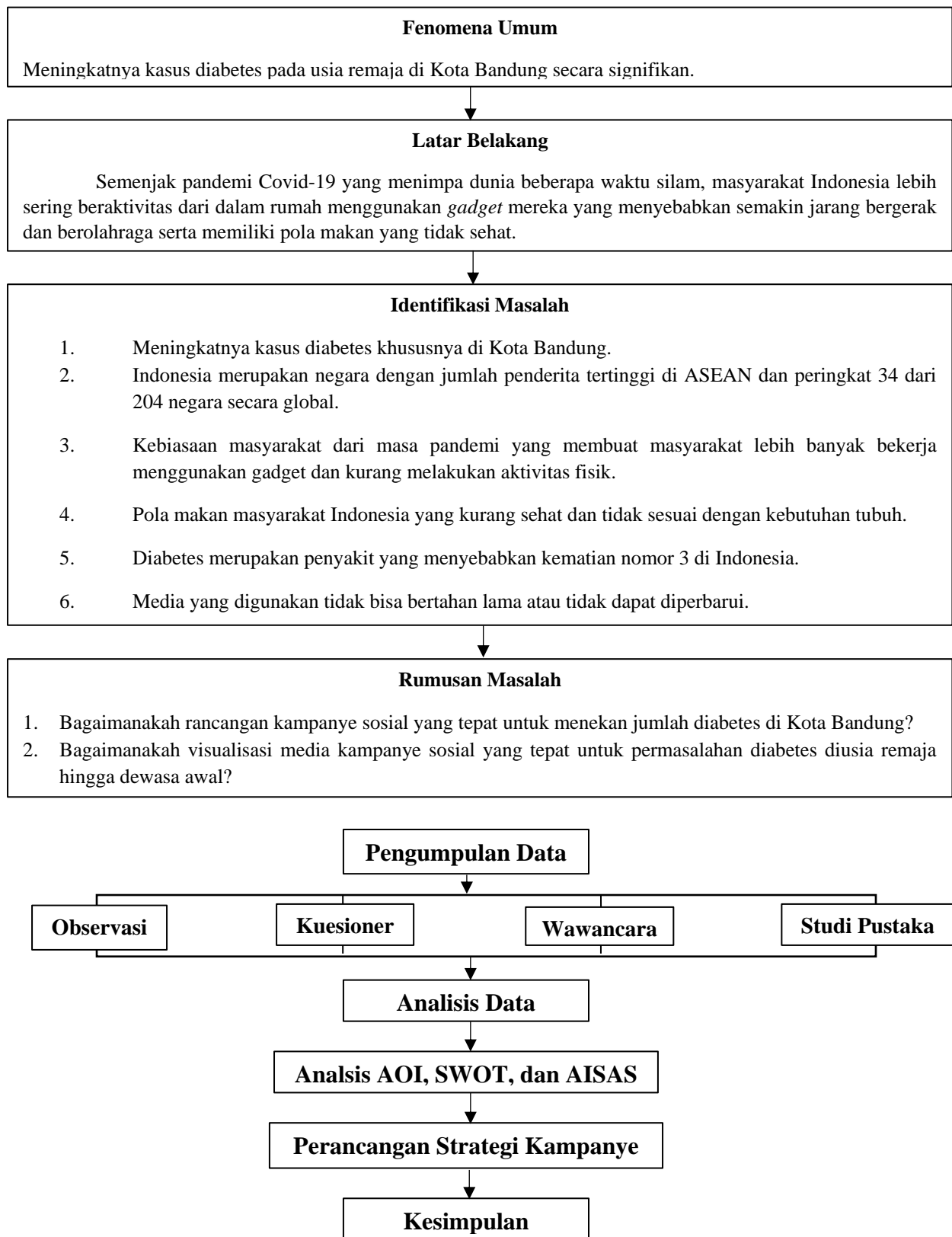
4. Studi Pustaka

Studi pustaka menurut Nazir (2013) adalah teknik mengumpulkan data dengan cara menelaah buku, literatur, catatan, dan laporan yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan. Teori-teori yang akan diambil adalah teori tentang kampanye, komunikasi, desain komunikasi visual, layout, warna, media, target audiens, *copywriting*, ilustrasi, dan fotografi. Teknik ini akan digunakan oleh penulis agar memiliki dasar dan pendapat yang tepat sehingga data yang dituliskan lebih akurat.

1.5.2 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan oleh penulis ialah metode analisis *AOI* (*Activity, Opinion, Interest*), *AISAS* (*Attention, Interest, Search, Action, Share*), dan juga *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) untuk mengerti kebutuhan target audiens sehingga dapat menemukan solusi yang dibutuhkan dengan tepat.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian

Sumber: Dokumen Pribadi

1.7 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan rumusan masalah yang ditemukan, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian dilakukan, metode penelitian serta metode yang digunakan dalam pengumpulan data dan analisisnya, kerangka perancangan, dan pembabakan.

BAB II LANDASAN TEORI

Menjelaskan tentang teori-teori dan dasar pemikiran yang berasal dari buku maupun jurnal yang berkaitan dengan permasalahan atau fenomena yang diangkat dan asumsi penulis. Antara lain teori kampanye, komunikasi, desain komunikasi visual, layout, warna, media, target audiens, *copywriting*, ilustrasi, dan fotografi.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Menjelaskan data permasalahan, fenomena yang terjadi, perusahaan dan brand, hasil pengamatan dari metode yang digunakan, seperti observasi, kuesioner, dan wawancara. Selain itu, hasil analisis AOI dan SWOT hingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Memaparkan konsep dan hasil perancangan yang dibuat oleh penulis berupa ide pesan, perencanaan media yang akan digunakan, konsep visual, hingga penerapan konsep visual pada media yang dipilih.

BAB V PENUTUP

Menjelaskan hasil penelitian, kesimpulan yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan, serta saran penulis terhadap pembaca.