

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara harfiah Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dari pengolahan pesan-pesan untuk tujuan sosial atau komersial dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain. Hal tersebut dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio visual kepada target sasaran yang dituju. Desain komunikasi visual sebagai salah satu bagian dari seni terap yang mempelajari tentang perencanaan dan perancangan berbagai bentuk informasi komunikasi visual. Perjalanan kreatifnya diawali dari mengenali permasalahan komunikasi visual, mencari data verbal dan visual, menyusun konsep kreatif yang berlandaskan pada karakteristik target sasaran, sampai dengan penentuan visualisasi final desain untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi verbal-visual yang fungsional, persuasif, artistik, estetis, dan komunikatif sehingga dapat mengubah sikap positif sasaran.

Dalam penerapannya, desain komunikasi visual juga bisa menciptakan media visual yang mampu memberikan perubahan dan memberikan solusi dari masalah yang sedang terjadi di masyarakat, baik masalah kesehatan, sosial, agama, politik maupun budaya. Salah satu yang menjadi fokus utama penulis dalam pembuatan Tugas Akhir ini adalah kampanye yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat yang berkaitan dengan bidang kesehatan, yaitu Sindrom Ovarium Polikistik atau *PCOS (Polycystic Ovary Syndrome)*.

Menurut Ivo Broses Duke dalam *American Journal of Obstetric and Gynecology* menyebutkan bahwa sekitar 4-18% perempuan usia reproduktif mengidap polikistik ovarium di seluruh dunia, sementara di Indonesia sendiri belum ada data yang pasti menyebutkan jumlah penderita sindrom ini. Namun menurut Perhimpunan Fertilisasi In Vitro di Indonesia (2018), 15% wanita Indonesia atau

sekitar 6 juta orang mengalami masalah reproduksi dan 3-5 dari 200 wanita mengalami infertilitas. Hal yang memicu penyakit ini adalah faktor genetik, obesitas dan haid yang tidak teratur. Diagnosis dapat ditegakkan dengan menemukan gejala seperti *oligoovulasi*, *hiperandrogenemia*, dan gambaran polikistik ovarium pada pemeriksaan sonografi. Menurut *World Health Organization* (2012), infertilitas merupakan sebuah keadaan dimana seseorang tidak mampu untuk hamil setelah sekurang-kurangnya satu tahun (12 bulan) berhubungan seksual. Infertilitas dapat disebabkan oleh beberapa hal salah satu penyebab utamanya adalah gangguan ovulasi karena Sindrom Ovarium Polikistik (Heffner, 2010, hlm. 76).

Sindrom Ovarium Polikistik sering kali ditemukan pada wanita dengan keluhan mengenai haid yang tidak teratur, kegemukan dengan jaringan lemak yang meningkat, timbul jerawat pada bagian wajah atau badan, tumbuhnya rambut yang berlebihan pada wajah atau badan, dan apabila wanita tersebut sudah menikah dan ingin memiliki anak akan menjadi sulit hamil. Sindrom Ovarium Polikistik diartikan menjadi suatu kondisi klinis metabolik yang sering terjadi pada perempuan usia reproduktif dalam jangka pendek yang akan menyebabkan disfungsi reproduksi dan jika terjadi dalam jangka panjang juga akan menyebabkan gangguan metabolik. Bila dibiarkan tidak terdeteksi, Sindrom Ovarium Polikistik dapat menyebabkan berbagai macam penyakit yang lebih serius, misalnya diabetes melitus tipe 2, dislipidemia, kanker endometrium, hipertensi, penyakit kardiovaskular, kanker ovarium, dan kanker payudara (Allahbadia, 2007).

Di Indonesia sendiri informasi dan data yang membahas tentang Sindrom Ovarium Polikistik sangat sedikit, sebagai gambaran di RS Dharmas ditemukan kira-kira 30 penderita setiap tahunnya. Hal ini sangat berkaitan dengan tingkat kesadaran masyarakat mengenai Sindrom Ovarium Polikistik. Dapat ditarik kesimpulan bahwa Menurut *Southcentral Foundation* penerapan kampanye merupakan komunikasi yang efektif untuk membantu masyarakat membuat pilihan gaya hidup yang sehat. Maka dari itu untuk meningkatkan pemahaman kesadaran masyarakat mengenai Sindrom Ovarium Polikistik pada perempuan di Indonesia, penulis berencana membuat Perancangan Kampanye Non Komersial

Meningkatkan Kesadaran Sindrom Ovarium Polikistik Sejak Dini pada Perempuan di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan batasan masalah yang ada, maka rumusan masalah dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep Perancangan Kampanye Non Komersial Meningkatkan Kesadaran Sindrom Ovarium Polikistik Sejak Dini pada Perempuan di Indonesia agar informasi dapat tersampaikan jelas kepada target audiens?
2. Bagaimana proses Perancangan Kampanye Non Komersial Meningkatkan Kesadaran Sindrom Ovarium Polikistik Sejak Dini pada Perempuan di Indonesia yang menarik dan informatif?
3. Bagaimana proses pengaplikasian ke media promosi pada Perancangan Kampanye Non Komersial Meningkatkan Kesadaran Sindrom Ovarium Polikistik Sejak Dini pada Perempuan di Indonesia yang menarik dan informatif?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka penelitian akan dibatasi pada perancangan media komunikasi visual video dan cetak sebagai bahan sosialisasi meningkatkan kesadaran Sindrom Ovarium Polikistik pada perempuan di Indonesia yang akan ditujukan kepada:

1. Geografis
 - DKI Jakarta dan seluruh wilayah di Indonesia
2. Demografi
 - a. Usia:
 - Primer: 20-35 tahun
 - Sekunder: 16-19 tahun
 - b. Pekerjaan: pelajar, mahasiswa, pekerja.

- c. Jenis kelamin: Perempuan
 - d. Status ekonomi: A dan B
3. Psikografis
Suami dan istri, dokter kandungan, dan komunitas peduli kesehatan
4. Targeting
Perempuan 16-35 tahun yang merupakan pelajar, mahasiswa atau pekerja, yang tinggal di Jakarta, yang memiliki gangguan pada menstruasi dan pola hidup tidak sehat atau memiliki anggota keluarga lain yang menderita Sindrom Ovarium Polikistik.

1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maksud dan tujuan dari perancangan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui cara merancang Perancangan Kampanye Non Komersial Meningkatkan Kesadaran Sindrom Ovarium Polikistik Sejak Dini pada Perempuan di Indonesia agar informasi edukasi dapat tersampaikan dengan jelas dan memberikan dampak yang baik kepada audiens.
2. Untuk mengetahui bagaimana Perancangan Kampanye Non Komersial Meningkatkan Kesadaran Sindrom Ovarium Polikistik Sejak Dini pada Perempuan di Indonesia pada kaidah desain, *art directing* dan *copywriting*.
3. Untuk mengetahui bagaimana proses pengaplikasian media promosi dari Perancangan Kampanye Non Komersial Meningkatkan Kesadaran Sindrom Ovarium Polikistik Sejak Dini pada Perempuan di Indonesia yang informatif dan dapat menarik masyarakat.
4. Untuk mengetahui bagaimana strategi untuk memberikan edukasi kepada perempuan mengenai kesehatan organ reproduksi yaitu ovum yang erat kaitannya dengan Sindrom Ovarium Polikistik.

5. Sebagai syarat kelulusan dan mendapatkan gelar strata-1 dari Program Studi Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Industri kreatif, Universitas Esa Unggul.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk pengantar tugas akhir, penulis menggunakan dua metode pengumpulan data yang dijabarkan sebagai berikut:

1.5.1. Data Lapangan

Dalam pengambilan data lapangan, penulis membaginya menjadi 2 data bagian, yaitu:

A. Data Observasi

Pengumpulan data dilakukan dengan membaca artikel dan jurnal kesehatan yang kredibel dan mengikuti Webinar “Apakah Penderita PCOS, Bisa Hamil Alami?” yang diisi oleh dr. Ivander Utama F.Mas, S.pOG, MSc by *mamapa.id* di *Youtube* pada 28 Juli 2019.

B. Data Wawancara

Dalam memenuhi pengumpulan data mengenai Perancangan Kampanye Non Komersial Meningkatkan Kesadaran Sindrom Ovarium Polikistik Sejak Dini pada Perempuan di Indonesia informasi dari penyintas yang mengidap Sindrom Ovarium Polikistik agar dapat mengetahui bagaimana membuat Kampanye Non Komersial Meningkatkan Kesadaran Sindrom Ovarium Polikistik Sejak Dini pada Perempuan di Indonesia menjadi lebih relevan, efektif, efisien, serta menarik pada target audiensnya sehingga informasi yang disampaikan dapat meningkatkan kesadaran para perempuan. Penulis mewawancarai narasumber yang merupakan Penyintas sekaligus *Founder* dari Komunitas PCOS Fighter Indonesia yaitu Andini Yunita Sari. Berikut merupakan beberapa pertanyaan penulis kepada narasumber:

1. Apa gejala awal yang mengganggu anda sehingga bergerak untuk memeriksakan kesehatan?
2. Bagaimana cara mengetahui bahwa anda memiliki Sindrom Ovarium Polikistik?
3. Apa yang menjadi akar masalah Sindrom Ovarium Polikistik?
4. Apa faktor resiko dari Sindrom Ovarium Polikistik?
5. Pemeriksaan seperti apa yang dilakukan untuk mengetahui Sindrom Ovarium Polikistik?
7. Seberapa berbahaya Sindrom Ovarium Polikistik jika tidak disadari sejak dini?
8. Berapa banyak orang yang mengetahui keadaan kesehatan ovariumnya dalam keadaan terlambat?.
9. Seperti yang kita tau Sindrom Ovarium Polikistik tidak dapat disembuhkan, namun hal apa saja yang dapat dilakukan agar meminimalisir resiko yang akan terjadi dikemudian hari?



Gambar 1.1 Foto bersama Founder Komunitas PCOS Fighter Indonesia
Sumber: Kintani Putri, 2019

Selain itu agar perancangan kampanye dapat berjalan sesuai rencana dan target, penulis melakukan banyak diskusi pula dengan *Creative Director* dari PT Arden Kreatif Studio yaitu Lovina Limbri dengan

tujuan untuk mendapatkan saran dan masukan agar proses perancangan kampanye dapat sesuai kebutuhan, efisien, dan menarik sehingga target audiens dapat tertarik pada media komunikasi kampanye.

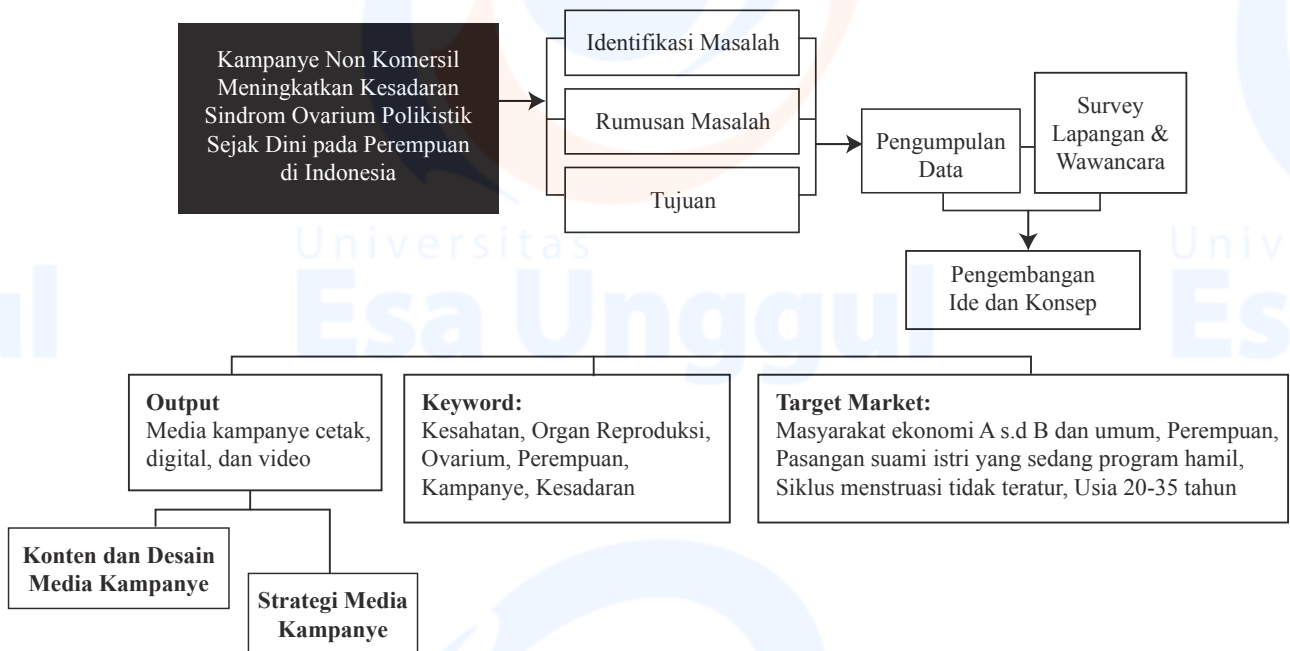
1.5.2. Data Kajian Literatur

Kajian literatur adalah sebuah kajian yang menggunakan bahan bacaan atau dasar yang bisa dijadikan rujukan dalam sebuah penulisan karya ilmiah. Pada umumnya literatur berasal dari buku, ataupun jurnal ilmiah, sehingga sah digunakan sebagai sumber referensi. Artinya, jurnal yang digunakan haruslah bersifat asli, sudah teruji kebenarannya dan bukan hasil karangan semata.

Dalam metode ini penulis mendapatkan informasi dan landasan teori yang resmi sebagai tambahan bagi data penulisan, seperti jurnal-jurnal kesehatan resmi yang membahas Sindrom Ovarium Polikistik salah satunya dari mahasiswa kedokteran Universitas Lampung, buku "*What to do when the doctor say it's PCOS*", dan juga buku-buku teori desain komunikasi visual yang penyusun baca dan kutip.

1.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah alur pikir yang logis dan dibuat dalam bentuk diagram yang memiliki tujuan untuk menjelaskan secara garis besar pola substansi penelitian yang akan dilaksanakan. Biasanya kerangka berpikir dibuat dalam bentuk diagram atau skema agar mempermudah memahami variabel-variabel yang akan diteliti dalam tahap selanjutnya. Berikut ini adalah kerangka pemikiran yang penulis buat, sesuai dengan topik yang diangkat.



Tabel 1.1 Kerangka Berpikir

Sumber: Kintani Putri, 2020

1.7 Skematika Perancangan

Dalam proses penyusunan tugas akhir, skematika perancangan dibagi menjadi 5 bab, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan perancangan, metode pengumpulan data, kerangka pemikiran dan skematika perancangan. Bab ini dimaksud untuk menjelaskan apa saja yang menjadi latar belakang serta maksud dan tujuan mengapa dibuatnya tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI dan ANALISA DATA

Bab ini berisikan landasan teori yang terdiri dari beberapa aspek desain dan analisa data yang berkaitan dengan pokok pembahasan yang menjadi dasar dari pembuatan tugas akhir.

BAB III KONSEP PERANCANGAN KAMPANYE NON KOMERSIAL MENINGKATKAN KESADARAN SINDROM OVARIUM POLIKISTIK SEJAK DINI PADA PEREMPUAN DI INDONESIA

Bab ini membahas bagaimana konsep dalam perancangan tugas akhir berupa media komunikasi visual dalam kampanye, yang dimulai dari pra-produksi hingga pasca produksi.

BAB IV DESAIN dan APLIKASI

Bab ini menjelaskan bagaimana desain untuk kampanye yang telah dibuat sebagai sarana promosi, dimulai dari logo hingga *merchandise* sebagai pelengkap.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan menyeluruh dari hasil perancangan tugas akhir yang telah dibuat, disertai dengan saran dari penyusun dari hasil analisa serta penelitian terhadap masalah yang diamati.