

“PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG PENCEGAHAN KISTA OVARIUM PADA WANITA DI KOTA SEMARANG”

Ayudya Fitriana, Auria Farantika Yogananti, Abi Senoprabowo
Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian
Nuswantoro Jl. Nakula 5 – 11, Semarang, 50131, 024-3517261
Jl. Raya Kaligawe No. 95, Semarang, 50164
afhsa.ayudya@yahoo.com , abiseno.p@gmail.com, yogananti_au@hotmail.com

ABSTRAK

Berdasarkan data Dinas Kesehatan Kota Semarang, saat ini semakin banyak wanita yang terkena kista ovarium. Hal ini disebabkan karena ketidaktahuan para wanita tentang kista ovarium serta cara pencegahannya agar tidak terinfeksi kista ovarium. Dalam perancangan ini, data yang diperoleh melalui wawancara, studi literatur, dan melalui studi angket kuisioner yang disebar ke beberapa tempat restoran fast food dan di Universitas Dian Nuswantoro Semarang. Oleh karena itu diperlukannya sosialisasi tentang kista ovarium agar penderita kista ovarium berkurang. Dalam perancangan ini digunakan metode analisa 5W+1H agar sesuai dengan apa yang diharapkan. Konsep dari perancangan ini menggunakan teknik visual ilustrasi, dengan menggunakan media utama Billboard dan Majalah sedangkan media pendukungnya seperti poster, totebag, booklet, t'shirt, dan x-banner. Dengan adanya iklan ini para target audience akan mendapatkan informasi yang menyeluruh tentang kista ovarium. Iklan Layanan Masyarakat ini, diharapkan dapat meningkatkan kepedulian target audience serta membantu dalam memberikan informasi yang akan disampaikan.

Kata kunci : iklan layanan masyarakat, kista ovarium, wanita

ABSTRACT

Keyword : public service announcement, ovarian cyst, women

1.PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini banyak sekali makan-makanan cepat saji. Makanan cepat saji merupakan makanan yang tersedia dalam waktu cepat dan siap santap, seperti *fried chicken, hamburger dan pizza*. Mudahnnya memperoleh makanan cepat saji di pasaran memang memudahkan tersedianya variasi pangan sesuai selera dan daya beli. Selain itu, pengolahan dan penyajiannya lebih cepat, cocok untuk mereka yang sangat sibuk. Kehadiran makanan cepat saji dalam industri makanan di Indonesia juga bisa mempengaruhi pola makanan para remaja. Khususnya bagi remaja tingkat menengah atas, restoran makanan saji merupakan tempat yang tepat untuk bersantai. Makanan cepat saji umumnya mengandung kadar lemak, kalori, gula, dan sodium (Na) yang tinggi tapi rendah serat, vitamin A, asam akorbat, kalsium, folat dan MSG. Makanan cepat saji adalah gaya hidup para remaja khususnya wanita, (Khomsan 2014).

Seringnya mengonsumsi makan-makanan cepat saji yang mengandung MSG (*mononatrium glutamat*) dan berpengawet dapat menyebabkan berbagai macam penyakit. Mulai dari resiko serangan jantung, membuat ketagihan, meningkatkan berat badan, memicu timbulnya kista, memicu diabetes, dan meningkatkan resiko kanker. Dampak dari makanan yang mengandung MSG (*mononatrium glutamat*) dan berpengawet merupakan berdampak jangka panjang, dalam waktu tiga sampai lima tahun mendatang. Penyakit yang timbul akibat makanan yang mengandung MSG (*mononatrium glutamat*) dan berpengawet antara lain adalah kista ovarium.

Kista merupakan salah satu penyakit reproduksi wanita. Ada berbagai jenis kista, salah satunya adalah kista indung telur (*ovarium*). Kista indung telur adalah suatu rongga berbentuk kantong yang berisi cairan di dalam jaringan ovarium (Yatim, 2005, hal: 17). Kista termasuk tumor jinak yang terpisah dari jaringan normal lainnya. Kista tidak dapat menyebar ke bagian tubuh yang lainnya. Kebanyakan kista ovarium tidak menunjukkan gejala dan tanda. Sebagian besar gejala dan tanda yang ditemukan adalah akibat pertumbuhan, aktivitas hormonal, atau komplikasi kista tersebut. Gejala dan tanda tersebut berupa benjolan di perut yang mungkin disertai keluhan rasa berat, gangguan atau kesulitan defekasi akibat desakan, udem tungkai akibat tekanan pada pembuluh balik atau limfa, dan rasa sesak akibat desakan diafragma ke kranial.

Data yang didapat di Rumah Sakit Umum Daerah Kota Semarang, pada tahun 2012 terdapat 38 kasus dengan angka kematian 2 korban, pada tahun 2013 terdapat 94 kasus dengan angka kematian 14 korban, pada tahun 2014 sampai bulan Juni terdapat 116 kasus dengan angka kematian 10 korban (Rumah Sakit Umum daerah Kota Semarang). Berdasarkan studi yang dilakukan peneliti terdapat 10 pasien yang menderita kista ovarium yang dirawat inap di RSUD Kota Semarang didapatkan data usia 20 tahun ada 2 orang, usia 21-45 tahun ada 6 orang, usia >45 tahun ada 2 orang. Pendidikan pasien yang menderita kista ovarium SMP sebanyak 3 orang, SMA sebanyak 6 orang, pendidikan S1 1 orang. Hal ini membuktikan bahwa dari data berdasarkan usia penderita terbesar kista ovarium adalah usia reproduktif.

Karena itu diperlukan sosialisasi tentang pencegahan kista yang tepat agar para wanita dengan rentang usia 20-50 tahun dapat terhindar dari kista. Agar jumlah kematian yang diakibatkan oleh kista ovarium dapat berkurang dengan merancang iklan layanan masyarakat melalui pendekatan 5W + 1H.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang iklan layanan masyarakat yang efektif tentang pencegahan penyakit kista terhadap wanita berusia 20-50 tahun di Semarang yang mudah dipahami oleh masyarakat agar mengurangi tingkat kematian akibat kista ovarium?

1.3. Tujuan

Merancang iklan layanan masyarakat yang efektif tentang pencegahan penyakit kista terhadap wanita berusia 20-50 tahun di Semarang yang mudah dipahami oleh masyarakat agar mengurangi tingkat kematian akibat kista ovarium.

1.4. Manfaat dan Signifikansi Perancangan

1. Bagi Client

Membantu pembuatan kampanye sosial guna menyadarkan masyarakat tentang pencegahan penyakit kista pada wanita.

2. Bagi Masyarakat

Hasil perancangan ini diharapkan dapat menambah wawasa, pengetahuan, dan informasi masyarakat khususnya wanita yang sudah menstruasi untuk selalu melakukan pemeriksaan ginekologi secara berkala.

3. Bagi Ilmu DKV

a. Menjadi pedoman dalam perancangan iklan layanan masyarakat.

b. Memperkaya iklan layanan masyarakat, khususnya pada isu-isu kesehatan, terutama tentang kesehatan reproduksi.

4. Bagi Universitas

Sebagai pembelajaran untuk lebih meningkatkan wawasan tentang desain dan penerapannya dalam kehidupan bermasyarakat.

1.5. Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah pada Perancangan identitas visual berupa logo beserta aplikasi media nya (*Packaging, Label, hang tag, stationary, sticker, Store board*) merek sepatu kulit BRAVO Semarang dengan target audiens laki-laki dan perempuan usia (18 - 35 tahun).

2. METODE

Pada perancangan “Pencegahan Kista Ovarium pada Wanita melalui Iklan Layanan Masyarakat” penulis menggunakan metode campuran agar penulis mendapatkan data masyarakat dan dapat mengenali gejala, penyebab dan cara pencegahan kista ovarium dalam bentuk deskripsi atau penjabaran dari pokok permasalahan sehingga dapat ditemukan solusi dari permasalahan tersebut. Data yang didapat saat penelitian kemudian dideskripsikan, sehingga mendapatkan sebuah solusi untuk mengenali gejala dan mencegah kista ovarium.

2.1. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan tujuan, proses yang akan di gunakan dalam pengumpulan data adalah Wawancara, Observasi, Dokumentasi, literatur (Kualitatif). Wawancara, Mencari dan mengumpulkan data melalui narasumber yaitu, pasien/penderita, dokter, dan *target audience* kista ovarium. Variabel data yang nanti akan di dapat adalah, permasalahan tentang kista ovarium dan cara pencegahannya sejak dini. Observasi, mengamati langsung seperti apa itu kista ovarium. Dokumentasi, mendokumentasikan data berupa foto-foto kista ovarium. Literatur, mencari data dari buku-buku tentang kista ovarium.

2.2. Metode Analisis Data

Metode analisa yang digunakan dalam penelitian yang terkait dengan pencegahan kista ini adalah metode 5W+1H. Analisa ini memaparkan data berdasarkan perbandingan kondisi realita di lapangan dengan kondisi ideal atau kondisi seharusnya, serta dilengkapi penjelasan penyebab, sehingga dapat diketahui statement atau kesimpulan yang terbentuk dan penambahan info untuk melengkapi analisa.

2.2.1. Hasil Observasi Kista Ovarium pada Wanita di Semarang

Data yang didapat di Rumah Sakit Umum Daerah Kota Semarang, pada tahun 2012 terdapat 38 kasus dengan angka kematian 2 korban, pada tahun 2013 terdapat 94 kasus dengan angka kematian 14 korban, pada tahun 2014 sampai bulan Juni terdapat 116 kasus dengan angka kematian 10 korban (Rumah Sakit Umum daerah Kota Semarang). Berdasarkan studi yang dilakukan peneliti terdapat 10 pasien yang menderita kista ovarium yang dirawat inap di RSUD Kota Semarang didapatkan data usia 20 tahun ada 2 orang, usia 21-45 tahun ada 6 orang, usia >45 tahun ada 2 orang. Pendidikan pasien yang menderita kista ovarium SMP sebanyak 3 orang, SMA sebanyak 6 orang, pendidikan S1 1 orang.

2.2.2. Statement Pokok

Mengingat *target audience* bahwa kista ovarium dapat timbul tanpa kita sadari, karena beberapa sifatnya dapat menghilang dengan sendirinya. Kemudian, mempersuasi *target audience* untuk ikut serta dalam mencegah kista ovarium sejak dini, dengan memulainya dari diri sendiri.

2.2.3. Usulan Pemecahan Masalah

Pemaparan data dan analisis sebelumnya mengungkapkan bahwa kasus kista ovarium pada wanita adalah masalah pada rahim wanita. Korban dari kasus ini merupakan wanita dengan rentan usia 20 hingga 50 tahun, sehingga dibutuhkan suatu kampanye iklan layanan masyarakat yang dapat mendorong *target audience* yang juga berpotensi sebagai korban, untuk lebih peka terhadap penyakit kista serta sebagai pengingat bahwa wanita sangat rentan akan penyakit kista ovarium.

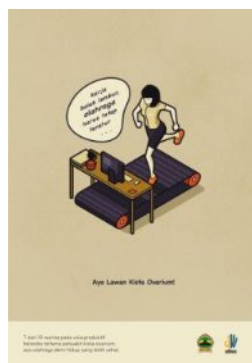
2. 3. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan iklan layanan masyarakat adalah memberikan informasi dan menyadarkan *audience* bahwa wanita dengan rentan usia 20-50 tahun mudah terjangkit kista ovarium dikarenakan pola hidup yang kurang sehat, oleh karena itu mempersuasi *audience* untuk mencegah kista ovarium dimulai dari diri sendiri. Sehingga, dapat mengurangi tingkat kematian akibat kista ovarium.

2.5. Hasil Perancangan



Gambar 2.1. Konsep Visual



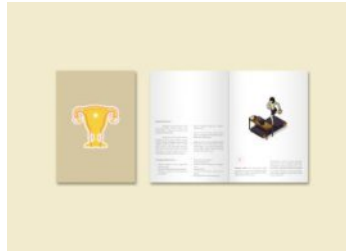
Gambar 2.2. Final Layout



Gambar 2.3. Layout Billboard



Gambar 2.4. Mock Up Majalah



Gambar 2.5. Mock Up Booklet



Gambar 2.6. X-Banner



Gambar 2.7 T' Shirt



Gambar 2.8. Mock Up Totebag



Gambar 2.9. Mock Up Poster

4.1. Kesimpulan

Dalam pengerjaan karya Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual berupa perancangan iklan layanan masyarakat membutuhkan ketelitian pada setiap detail dalam perancangan visualnya karena kesan yang ingin disampaikan dalam iklan layanan masyarakat harus dapat diterima oleh *audience* dengan baik. Perancangan iklan layanan masyarakat ini memberi manfaat bagi *audience* akan kesadaran dan kepeduliannya tentang kista ovarium yang harus ditingkatkan.

Pada tahun 2012 terdapat 38 kasus dengan angka kematian 2 korban, pada tahun 2013 terdapat 94 kasus dengan angka kematian 14 korban, pada tahun 2014 sampai bulan Juni terdapat 116 kasus dengan angka kematian 10 korban (Rumah Sakit Umum daerah Kota Semarang). Berdasarkan studi yang dilakukan peneliti terdapat 10 pasien yang menderita kista ovarium yang dirawat inap di RSUD Kota Semarang didapatkan data usia 20 tahun ada 2 orang, usia 21-45 tahun ada 6 orang, usia >45 tahun ada 2 orang. Pendidikan pasien yang menderita kista ovarium SMP sebanyak 3 orang, SMA sebanyak 6 orang, pendidikan S1 1 orang. Dengan permasalahan yang ada maka di perlukannya suatu kampanye yang dapat menjadi pemicu tumbuhnya kesadaran diri *audience* untuk mencegah kista ovarium.

4.2. Saran

Pencegahan kista ovarium pada wanita merupakan tanggung jawab diri sendiri dalam menjaga pola hidup yang sehat. Masa delapan bulan kampanye dengan *target audience* wanita dengan rentan usia 20-50 tahun dari semua kalangan. Perancangan iklan layanan masyarakat ini, masih dapat dikembangkan lagi dengan mencakup semua kalangan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Jong, W.D., R. Sjamsuhidajat., 2005. *Buku Ajar Ilmu Bedah*. edisi ke-3. Jakarta:EGC.
- Manuaba, I.B.G., 2009. *Memahami Kesehatan Reproduksi Wanita*.edisi ke-2.Jakarta: EGC.
- Dokter Kita.edisi ke-1.Jakarta: PT. Tempo Scan Pasific Tbk.
- Budiana .N.S., 2013. *.Buah Ajaib*. edisi ke-1. Jakarta Timur: Penebar Swadaya
- Wikjosastro, Hanifa., 1999. *Ilmu Kandungan*. Jakarta: Yayasan Bina Pustaka
- Subagja, H.P., 2014. *Waspada!!! Kanker-Kanker Ganas Pembunuh Wanita*. Jogjakarta: FlashBooks
- Suriyanto, R., 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Safanayong, Yongky. 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta Barat: Arte Intermedia
- Riyanto, Agus 2001:3 dan 5 *Penulisan Teks(Copywriting)*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Rustan, Suriyanto.2008. *Layout Dasar &Penerapannya*. Penerbit Andi,Yogyakarta.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002.*Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 1997.*Dasar-Dasar Tata rupa dan desain Nirmana*.Penerbit Andi, Yogyakarta.

Website :

- <http://www.dinkes-kotasamarang.go.id/>[Diakses pada 10 Desember 2014]
- <http://www.e-jurnal.com/2013/04/pengertian-ilustrasi.html>[Diakses pada 10 Desember 2014]
- <http://stevevaifans.wordpress.com/2010/08/16/fast-food-versi-indonesia/>[Diakses pada 10 Desember 2014]
- <http://lpkeperawatan.blogspot.com/2013/11/laporan-pendahuluan-kista-ovarium.html> [Diakses pada 12 Januari 2015]
- <http://digilib.unimus.ac.id/files/disk1/135/jtptunimus-gdl-ikamerdeka-6744-2-pdf>. [Diakses pada 12 Januari 2015]
- http://ratnarhiry.blogspot.com/2013/06/makalah-kista-ovarium-v_18.html [Diakses pada 12 Januari 2015]
- <http://digilib.unimus.ac.id/download.php?id=17896> [Diakses pada 6 Oktober 2015]
- http://ws.ub.ac.id/selma2010/public/images/UserTemp/2015/04/16/20150416105652_4500.docx[Diakses pada 6 Oktober 2015]
- <http://lampung.tribunnews.com/2015/08/08/yuk-kenali-penyakit-kista-ovarium>[Diakses pada 6 Oktober 2015]
- <repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/31100/5/Chapter%20II.pdf> [Diakses pada 6 Oktober 2015]