

PERANCANGAN KAMPANYE PENTINGNYA VITAMIN D MELALUI PAPARAN SINAR MATAHARI UNTUK MENCEGAH PENYAKIT AUTOIMUN

Zahidah Dina Firdausi ¹, Muhammad Hidayattuloh ², Erica Albertina Safari ³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif

Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi Jl. Terusan Buah Batu, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Bandung, Jawa Barat 40257

Email : ¹zahidahfirdausi@student.telkomuniversity.ac.id, ²hidayattuloh@telkomuniversity.ac.id,
³Ericaalb@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Vitamin D penting dalam mengatur sistem imun dan mencegah tubuh terkena penyakit, salah satunya penyakit autoimun. Para ahli kesehatan sepakat, bahwa sumber utama vitamin D untuk tubuh adalah paparan sinar matahari, yakni yang terbaik adalah di siang hari, dari pukul 09.00 sampai 15.00. Oleh karena itu, sinar matahari sangat penting untuk mencegah penyakit autoimun. Namun pola hidup masyarakat urban yang pergi di pagi hari, pulang di sore hari, dan banyak beraktivitas di dalam ruangan membuat mereka jarang terpapar sinar matahari siang. Ditambah ketidaktahuan masyarakat akan pentingnya, membuat mereka cenderung menghindari. Sedang penderita penyakit autoimun mengalami kenaikan, dan penyakit tersebut sulit disembuhkan, dan beresiko untuk mengkonsumsi obat seumur hidupnya. Oleh karena itu pencegahan dengan edukasi kepada masyarakat perlu dilakukan dengan perancangan yang dapat mengajak target audiens untuk mau terpapar sinar matahari siang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan studi literatur. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyadarkan masyarakat agar mau terpapar sinar matahari siang untuk mencegah penyakit autoimun. Hasil dari penelitian ini adalah perancangan kampanye kesehatan berupa logo, poster, brosur, flyer, spanduk, ambient media, Instagram, challenge, dan video. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa perancangan kampanye pentingnya matahari siang untuk mencegah penyakit autoimun merupakan salah satu hal yang perlu dilakukan untuk menekan jumlah penderita autoimun.

Kata kunci: Berjemur, Autoimun, Paparan Sinar Matahari, Kampanye Kesehatan

Abstract : Vitamin D is important in regulating the immune system and preventing the body from getting sick, one of which is autoimmune disease. Health experts agree that the main source of vitamin D for the body is sun exposure, which is best in the afternoon, from 09.00 to 15.00. Therefore, sunlight is very important to prevent autoimmune diseases. However, the lifestyle of urban people who leave in the

morning, return home in the afternoon, and many activities in the room make them rarely exposed to the afternoon sun. Plus the community's ignorance of its importance, makes them tend to avoid. Moderate autoimmune disease has increased, and the disease is difficult to cure, and is at risk for taking medication for the rest of his life. Therefore prevention by educating the public needs to be done with a design that can invite the target audience to want to be exposed to the afternoon sun. The method used in this research is observation, interview, and literature study. The purpose of this research is to make the public aware of the willingness to be exposed to the afternoon sun to prevent autoimmune diseases. The results of this study are the design of health campaigns in the form of logos, posters, brochures, flyers, banners, ambient media, Instagram, challenges, and videos. The conclusion of this study is that the design of the importance of the afternoon sun campaign to prevent autoimmune diseases is one thing that needs to be done to reduce the number of autoimmune sufferers.

Keywords: Sunbathing, Autoimmune, Exposure to Sunlight, Health Campaigns

PENDAHULUAN

Vitamin D adalah vitamin yang berperan penting dalam meningkatkan sistem kekebalan tubuh. Kekurangan vitamin D, atau yang biasa disebut hipovitaminosis D dapat menyebabkan sel tentara dalam tubuh (makrovag) kurang berfungsi dengan baik (Finny Fitry Yani, 2019: 167-170). Sehingga sistem imun menurun, dan tubuh menjadi rentan terkena infeksi, bakteri, sehingga dapat meningkatkan resiko terkena penyakit (wawancara dengan Sumartini Dewi, 1 Agustus 2019). Sumber utama vitamin D untuk tubuh adalah paparan sinar matahari (Risky Candra Swari, 2020).

Vitamin D yang terbentuk dari paparan sinar matahari dapat mencegah infeksi pada tubuh dan melawan penyakit, seperti penyakit jantung, multiple sclerosis, beberapa jenis penyakit autoimun dan kanker, serta flu (Soesanti Harini Hartono, 2020). Para ahli kedokteran dari Fakultas Kedokteran UNPAD di Rumah Sakit Hasan Sadikin Bandung, meneliti tentang peranan vitamin D terhadap berbagai penyakit, seperti penyakit lupus, gangguan muskuloskeletal, dan tuberkulosis (TB), yang secara umum tergolong penyakit autoimun. Penelitian tersebut dilakukan terhadap pasien-pasien yang ada di Bandung dan sekitarnya.

Hasil penelitian terhadap pasien lupus menunjukkan bahwa pasien mengalami kekurangan vitamin D. Dan penyakit tersebut dapat di perbaiki dengan bantuan asupan Vitamin D (Y Maslim dkk, 2014: 20). Hasil penelitian terhadap pasien yang mengalami gangguan muskuloskeletal pun menunjukkan bahwa pasien mengalami kekurangan vitamin D, dan asupan vitamin D dapat membantu perbaiki penyakitnya (Renaldi Hartman Malik dkk, 2015). Begitupun hasil penelitian terhadap pasien tuberkulosis, kekurangan vitamin D menjadi faktor resiko penyakit tuberkulosis (Ahmad Ramdan dkk, 2017: 69). Dan asupan vitamin D yang cukup sejak dini pun, tentu dapat mencegah dari penyakit-penyakit tersebut (wawancara dengan Sumartini Dewi, 1 Agustus 2019).

Namun, saat ini, disamping penemuan-penemuan para ahli kesehatan, tentang banyaknya penyakit yang dapat di cegah maupun di perbaiki dengan asupan vitamin D, justru masih banyak masyarakat yang tidak tahu tentang pentingnya sinar matahari. Hal tersebut berdasarkan hasil survey penulis terhadap 37 responden yang merupakan pekerja dan mahasiswa. Hasil survey menunjukkan bahwa, 86,5% menganggap waktu sinar matahari yang baik untuk kesehatan adalah di bawah jam 09.00, dan cenderung menghindari paparan sinar matahari siang. Sehingga secara umum masyarakat masih menganggap bahwa sinar matahari yang baik adalah di pagi hari. Padahal, menurut ahli kesehatan, Prof dr Siti Setiati, SpPD-KGER, mengungkapkan bahwa sinar matahari yang terbaik dan mengandung vitamin D justru ada diatas jam 09.00 sampai jam 15.00 (Nibras Nada N, 2019).

Dokter pun menyarankan untuk berjemur di bawah paparan sinar matahari langsung selama 5 sampai 15 menit, 3 hari dalam seminggu. Hal ini dinilai cukup untuk memberikan asupan Vitamin D dalam tubuh, dan tidak juga menimbulkan penyakit pada kulit karena tidak harus berlama-lama, namun secukupnya untuk mendapatkan asupan Vitamin D (CNN Indonesia, 2019). Berdasarkan keterangan dari Kepala Pusat Studi Imunologi UNPAD, dr.

Sumartini Dewi pun menyarankan untuk berjemur selama 15 sampai 30 menit apabila intensitas matahari kurang terik. Namun, hasil survey penulis terhadap 37 responden yang merupakan mahasiswa dan pekerja pun menunjukkan bahwa sebanyak 55,6% pekerja dan 46,2% mahasiswa berangkat di pagi hari dan pulang di sore/ malam hari. Data tersebut menunjukkan bahwa pola hidup rata-rata masyarakat tersebut membuat waktu untuk mereka terkena paparan sinar matahari di siang hari menjadi kurang.

Pada tahun 2017, hasil penelitian menunjukkan bahwa asupan vitamin D orang Indonesia rendah (Adysha Citra R, 2017). Kemudian, pada tahun 2018, hasil penelitian menunjukkan jumlah penderita penyakit autoimun di Indonesia semakin bertambah. Hasil penelitian di Indonesia dan Malaysia, pada wanita usia 18-40 tahun mengalami penurunan Vitamin D sebesar 63% (Israr Itah, 2018). Data-data tersebut selaras dengan hasil survey yang dilakukan penulis terhadap pengetahuan dan kebiasaan masyarakat. Sehingga, dari data-data dan hasil survey tersebut, penulis menyimpulkan bahwa ketidaktahuan masyarakat dan semakin bertambahnya penderita penyakit autoimun menjadi indikator kurangnya penyuluhan/ edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya vitamin D melalui paparan sinar matahari, untuk mencegah penyakit autoimun.

Berdasarkan keterangan dari Kepala Pusat Studi Imunologi UNPAD yang juga Kepala Divisi Reumatologi RSHS Bandung, dr. Sumartini Dewi, mengungkapkan bahwa penyakit autoimun bukanlah penyakit yang mudah disembuhkan jika sudah terjadinya. Penderita autoimun akan sulit untuk disembuhkan secara total, dan beresiko untuk meminum obat seumur hidup (wawancara dengan Sumartini Dewi, 1 Agustus 2019). Oleh karena itu, upaya pencegahan tentu menjadi hal yang penting. Dan jika solusi dalam pencegahan itu ternyata mudah, hal ini harusnya dapat di ketahui dan diterapkan oleh masyarakat.

Oleh karena itu, penulis berkesimpulan, bahwa pembuatan kampanye yang kreatif, edukatif, dan efektif, perlu dirancang dan dibuat untuk mengedukasi masyarakat akan pentingnya vitamin D melalui paparan sinar matahari, serta mengajak masyarakat untuk melakukannya. Dalam penelitian ini, penulis akan merancang kampanye dengan prinsip dan ilmu Advertising dan Desain Komunikasi Visual (DKV).

METODE PENELITIAN

Pada perancangan kampanye ini penulis akan memfokuskan pada pencegahan penyakit autoimun. Target audiens pada kampanye yang akan dirancang oleh penulis adalah masyarakat Kota Bandung yang tergolong kaum urban (masyarakat perkotaan), khususnya mahasiswa serta pekerja di dalam ruangan. Untuk rentan usia target audiensnya adalah 20-30 tahun. Karena berdasarkan hasil penelitian dokter terhadap pasien penderita autoimun, persentase terbanyak penderita autoimun berada pada usia diatas 30 tahun (Annisa Meivira Budiman dkk, 2018). Sehingga usia 20-30 dapat menjadi usia pencegahan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Dimana metode kualitatif digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial (Saryono, 2010: 1). Dalam pengumpulan data penulis melakukan wawancara kepada pihak yang berkaitan dengan tema yang diangkat. Yakni ahli kesehatan (dokter), kemudian pasien / orang yang mengalami masalah kesehatan autoimun, dan masyarakat Kota Bandung, khususnya yang menjadi target audiens, yakni mahasiswa dan pekerja di dalam ruangan. Penulis juga melakukan observasi, yakni mengumpulkan data dengan cara melihat secara langsung di lapangan, bagaimana perilaku target audiens. Kemudian penulis menganalisis dan menyimpulkan berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan lebih dari 3 kali. Penulis juga melakukan studi pustaka untuk

mengumpulkan informasi-informasi yang berkaitan dengan topik, yang di dapatkan dari buku-buku, karya tulis, hasil penelitian, jurnal, internet, maupun sumber-sumber terpercaya lainnya.

Dalam proses menganalisis, penulis menggunakan metode AOI dan AISAS. Metode AOI (Activity, Opinion, dan Interest) digunakan untuk menganalisis perilaku target audiens. Dalam hal ini penulis melakukan analisis terkait aktifitas, pemikiran, dan minat/ketertarikan yang dimiliki oleh mahasiswa dan pekerja yang merupakan masyarakat urban di kota Bandung. Hal tersebut dilakukan untuk menentukan pendekatan kampanye yang sesuai.

Kemudian strategi AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Metode AISAS ini digunakan untuk menentukan pendekatan media apa yang sesuai dengan target audiens. Seperti yang pendapat menurut Sugiyama dan Andree (2011:79), bahwa AISAS adalah model yang dirancang untuk melakukan pendekatan secara efektif kepada target audiens dengan melihat perubahan perilaku yang terjadi khususnya terkait dengan latar belakang kemajuan teknologi internet. Oleh karena itu, metode AISAS ini penulis gunakan untuk menentukan media yang tepat dan efektif.

HASIL DAN DISKUSI

Perancangan kampanye dimulai dari tahap pengumpulan data, kemudian analisis data, konsep kreatif perancangan (baik secara pesan maupun visual), hingga aplikasi desainnya. Pada tahap **pengumpulan data**, berisi hasil dari observasi, wawancara, dan studi pustaka. Dalam tahap pengumpulan data ini, penulis menentukan kepada siapa kampanye ini akan ditunjukkan/ **target audiens** dari kampanye yang akan dirancang.

Berdasarkan hasil observasi, melalui wawancara kepada dokter, dan studi pustaka melalui jurnal-jurnal kesehatan tentang penyakit autoimun, menunjukkan data yang saling mendukung. Hasil penelitian terhadap pasien

autoimun, menunjukkan bahwa persentase jumlah penderita autoimun yang paling banyak ditemukan pada usia di atas 30 tahun. Penulis juga melakukan survey terhadap 37 responden yang merupakan mahasiswa dan pekerja usia 20-30 tahun. Hasil survey menunjukkan bahwa sebanyak 86,5% menganggap waktu sinar matahari yang baik untuk kesehatan adalah di bawah jam 09.00, dan cenderung menghindari paparan sinar matahari siang. Dan sebanyak 55,6% pekerja dan 46,2% mahasiswa berangkat di pagi hari dan pulang di sore/ malam hari. Kemudian hasil wawancara dengan dokter pun mengungkapkan bahwa pasien autoimun lebih banyak ditemukan pada usia diatas 30 tahun.

Sehingga dari data-data tersebut penulis menyimpulkan, bahwa mahasiswa dan pekerja usia 20-30 tahun menjadi **target audiens** dari kampanye pencegahan autoimun ini. Dokter juga mengungkapkan bahwa usia 20-30 dapat menjadi usia pencegahan. Selain itu, usia tersebut pun merupakan usia dewasa awal, dimana dapat menerima informasi dengan baik. Diharapkan pada usia tersebut dapat menjadi sasaran utama, yang merupakan sasaran paling potensial dalam menerima, melakukan, dan menyebarkan pesan dari kampanye.

Target audiens dalam perancangan kampanye ini, secara demografi adalah wanita & pria, usia 20-30 tahun, yang merupakan mahasiswa dan pekerja di dalam ruangan. SES nya yakni A-B. Secara geografis, yakni yang tinggal di Kota Bandung. Dan secara psikografinya, memiliki gaya hidup pergi pagi pulang malam, beraktifitas banyak di dalam ruangan, namun memiliki sikap mementingkan kesehatan dan juga menyukai *refershing dan hangout* keluar bersama teman maupun keluarga.

Selanjutnya, pada tahap **analisis data**, penulis melakukan analisis terhadap AOI (*Activity, Opinion, dan Interest*) dari target audiens. AOI digunakan untuk menganalisis perilaku target audiens. Kemudian menganalisis menggunakan metode AISAS (*Attantion, Interest, Search, Action,*

Share), untuk menentukan pendekatan media apa yang sesuai dengan target audiens.

Tabel 1 Analisis AOI Target Audiens

Analisis AOI Target Audiens	
Activity	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berangkat pagi untuk beraktifitas (kerja/ ngampus) 2. Berkegiatan di dalam ruangan 3. Istirahat di siang hari (contoh : makan di luar/ di dalam) 4. Melanjutkan aktifitas sampai sore/ menjelang sore hari 5. Pulang di sore hari 6. Melakukan kegiatan di rumah 7. Mengerjakan tugas 8. Mengerjakan pekerjaan rumah 9. Jalan-jalan saat hari libur 10. Pergi / <i>hangout</i> bersama teman atau keluarga
Opinion	<ol style="list-style-type: none"> 1. Matahari yang baik ada di pagi hari 2. Menghindari matahari siang 3. Menggunakan <i>sanblock</i> dengan SPF tinggi (terutama wanita) 4. Order Grabfood saat jam makan siang 5. Olah raga <i>indor</i>
Interest	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Hagout</i> bersama teman / keluarga 2. Ngopi/ berkumpul bersama teman 3. <i>Update</i> sosial media

Sumber: Firdausi, 2020

Konsep Kreatif Perancangan

Pada tahap perancangan, sebelum kepada eksekusi desain, dibuat terlebih dahulu konsep kreatif yang akan mendasari perancangan. Dimulai dengan penentuan *positioning* kampanye, yakni terkena paparan sinar matahari siang itu penting untuk mendapatkan vitamin D agar tercegah dari

penyakit autoimun. Kemudian perancangan terhadap *What to Say* dan *How to Say* nya. Yakni bagaimana pendekatan pesan dan pendekatan visualnya.

Melihat kepada urgensi akan bahayanya penyakit autoimun dan pentingnya kesadaran serta pencegahan sejak dini, maka pendekatan yang dilakukan dalam kampanye ini adalah pendekatan rasional, yakni fokus kepada kebutuhan praktis, dengan fakta yang persuasi. Dalam pendekatan visual, penentuan media-media, talent, dan gaya visual yang digunakan pun disesuaikan dengan target audiens.

Strategi komunikasi yang dilakukan dalam perancangan kampanye ini pun dibuat berdasarkan teori-teori kampanye. Yakni teori perilaku terencana, aspek-aspek dalam kampanye persuasif, dan teori tentang model keyakinan kesehatan. Dari teori-teori tersebut penulis merumuskan menjadi 3 tahap strategi komunikasi. Yang pertama adalah penyadaran akan resiko. Yakni menyadarkan betapa bahayanya penyakit autoimun, dan resiko apa yang akan terjadi apabila jarang terpapar sinar matahari. Selanjutnya, tahap kedua adalah petunjuk untuk bertindak. Yakni mengarahkan kepada solusi, yakni informasi-informasi yang berkaitan dengan aturan dalam berjemur/ terpapar matahari siang untuk mendapatkan vitamin D. Dan mengarahkan kepada media utama dari kampanye itu sendiri. Selanjutnya, pada tahap ke tiga, adalah memberikan informasi-informasi penguat. Yakni memberikan fakta-fakta dan petunjuk-petunjuk seputar kesehatan terkait, melalui sumber-sumber yang valid dan melalui keterangan para ahli (dokter).

Tahap-tahap strategi komunikasi tersebut dilakukan melalui berbagai media. Yakni media utama menggunakan instagram dan media pendukung berupa cetak maupun digital (Youtube). Media sosial terutama instagram saat ini sudah digunakan untuk berbagai keperluan, salah satunya adalah kegiatan promosi, branding, maupun kampanye. Media sosial instagram juga dapat menyajikan berbagai konten mulai dari gambar hingga video yang dapat mendukung proses komunikasi. Melalui media sosial instagram juga dapat

meningkatkan keterlibatan target audiens (Hidayatullah dan Achmad, 2019). Oleh karena instagram dapat menjadi media yang efektif untuk mengkomunikasikan pesan dalam kampanye ini.

Standar Visual

Strandard visual adalah suatu acuan dalam pembuatan desain-desain dan aset-aset yang yang dibuat dalam perancangan kampanye. Perancangan kampanye ini terdiri dari pesan verbal dan pesan visual. Dalam pembuatan pesan verbal, diawali dengan perumusan *what to say* yang merupakan pesan utama dari kampanye.

Dalam merumuskan pesan utama penulis melakukan analisis terlebih dahulu terhadap benefit dari kampanye, dan dari insight target audiens. Secara garis besar, benefit dari kampanye ini adalah menawarkan sinar matahari sebagai solusi pencegahan penyakit autoimun. Maka penulis merumuskan satu kalimat deskriptif yang menjadi rangkuman dari pesan kampanye ini, yakni “Cegah Autoimun Menyerang Dengan Matahari Siang”. Namun, kalimat tersebut belum bisa menjadi tagline, karena belum memiliki gaya pendekatan yang menarik. Oleh karena itu, berdasarkan pendekatan rasional yang dipilih, maka penulis mencoba merubah bentuk kalimat deskriptif tersebut menjadi gaya persuasif, yakni “Yuk Deketin Matahari Siang, Biar Autoimun Gak Nyerang!”. Dengan permainan rima ‘ang’ yang diharapkan pesan dapat lebih mudah diingat oleh target audiens.

Dalam menentukan pendekatan dan gaya visual, sebelumnya penulis melakukan analisis terhadap gaya, minat, aktivitas, dan berbagai hal mengenai target audiens menggunakan moodboard yang dikumpulkan dari hal-hal seputar target audiens. Dari analisis tersebut disimpulkanlah konsep visual dari kampanye ini adalah penggambaran para pemuda yang sesuai dengan target audiens, dengan aktifitas-aktifitas yang menyenangkan diluar ruangan saat siang hari. Penggunaan model nya pun yang sesuai dengan

target audiens. Selanjutnya gaya visualnya adalah dengan pembawaan yang fresh, simple, fun dan agak soft, karena target sasaran yang lebih banyak dari kampanye ini adalah perempuan. Namun tetap dapat diikmati oleh pria. Dengan memadukan antara foto dan gambar, juga akan memberikan kesan lebih santai dan anak muda, sehingga diharapkan dapat mudah diterima.

Layout yang digunakan pada visual kampanye ini adalah simetris. Dengan tampilan gambar yang lebih mendominasi ketimbang tulisan bertujuan agar lebih menarik perhatian dengan visualnya yang sesuai dengan target audiens.

Jenis font yang digunakan dalam kampanye ini adalah sans serif bold, agar memberikan kesan tidak kaku dan menyenangkan. Dalam hal ini pun berdasarkan pertimbangan, bahwa kebanyakan dari target audiens kampanye ini adalah perempuan, karena yang lebih banyak terkena autoimun adalah perempuan. Jenis-jenis font yang digunakan antara lain Quite Magical Regular, The Unseen, dan Berlin Sans FB.

Warna yang digunakan pada kampanye ini adalah warna biru, putih, hijau, dan kuning. Warna biru mewakili warna biru langit di siang hari, dan memberikan kesan terpercaya. Warna putih dan hijau memberikan kesan sehat/ berkaitan dengan kesehatan, dan warna kuning mewakili warna matahari.

Aplikasi Desain

Logo kampanye ini merupakan nama dari kampanyenya itu sendiri. 'MAU DAMANG' adalah nama dari kampanye yang merupakan singkatan dari kalimat yang ada dibawahnya, yakni 'Mencegah Autoimun Dengan Matahari Siang'. Yang juga sekaligus merupakan kata bahasa sunda yang artinya 'mau sehat'. Dengan perpaduan ilustrasi tangan menyentuh matahari, sekaligus menggambarkan tangan mengacung yang mewakili kata 'MAU' nya itu sendiri. Menunjukkan bahwa seseorang yang mengacungkan tangan karena

'mau damang' dan menyentuh matahari sebagai isyarat cara untuk menjadi 'damang' atau sehat.

Gambar 1 Perancangan Logo Kampanye Mau Damang
Sumber : Firdausi, 2020

Maskot kampanye ini berupa penggambaran dari target audiens itu sendiri. Yakni pemuda yang ingin sehat, semangat, dan ceria. Pemilihan sosok perempuan karena target audiens dari kampanye ini lebih banyak kepada

perempuan.



Gambar 2 MaskotKampanye Mau Damang
Sumber : Firdausi, 2020

Poster berikut merupakan bagian pada tahap *attention* yang mengenalkan kepada bahayanya penyakit autoimun (kiri) dan memberikan petunjuk bahwa matahari yang terbaik untuk kesehatan itu bukan di pagi hari, melainkan siang hari (kanan). Dengan menggunakan *Fear Headline* (kiri) dan *Question Headline* (kanan) agar dapat menyita perhatian target audiens.



Gambar 3 Poster *Attention* Kampanye Mau Damang
 Sumber : Firdausi, 2020

Kemudian dilanjut dengan poster *attention* berupa cetak dan digital (instagram ad) yang terdiri dari 3 poster yang mengarahkan kepada media utama, yakni instagram.



Gambar 4 Poster Cetak dan Digital *Attention* Kampanye Mau Damang
 Sumber : Firdausi, 2020

Brosur, flyer, dan *banner* yang merupakan media cetak pada tahap interest. Berisikan informasi yang kurang lebih sama, memperkenalkan penyakit autoimun dan pentingnya matahari siang untuk kesehatan. Ketiganya mengarahkan kepada media utama.



Gambar 4 Desain Brosur dan Flyer Kampanye Mau Damang

Sumber : Firdausi, 2020



Gambar 5 Desain Banner Kampanye Mau Damang

Sumber : Firdausi, 2020

Kemudian *ambient media* dalam kampanye ini terdiri dari 2 media, yakni *photo booth* dan tempat duduk yang menyediakan stop kontak.



Gambar 6 Desain *Ambient Media* Kampanye Mau Damang
 Sumber : Firdausi, 2020

Vidio berdurasi kurang lebih 3 menit dengan gaya *stop motion* berikut memberikan informasi tentang pentingnya sinar matahari siang untuk kesehatan terutama pencegahan autoimun. Dengan *talent* yang mewakili target audiens. Di dalam video tersebut jg terdapat dokter terkait yang memberikan penjelasan sebagai informasi penguat.



Gambar 7 Vidio Kampanye Mau Damang
 Sumber : Firdausi, 2020

Berikut merupakan desain untuk instagram. Secara isi pun berurutan, dari mulai poster *attention*, *interest*, hingga informasi-informasi dan solusi.



Gambar 8 Desain Instagram Kampanye Mau Damang

Sumber : Firdausi, 2020

Berikut desain twibbon sebagai media *sharing* di instagram. Dengan tulisan yang menandakan target audiens siap untuk berjemur dan juga mengajak yang lain untuk turut berjemur.



Gambar 9 Desain Twibbon Kampanye Mau Damang

Sumber : Firdausi, 2020

Berikut merupakan desain petunjuk *challenge* yang akan dilancarkan di Instagram. *Challenge* tersebut mengajak target audiens untuk membuat cover lagu yang dilakukan di luar ruangan pada siang hari.



Gambar 10 Desain *Challenge* Kampanye Mau Damang
 Sumber : Firdausi, 2020

Berikut *merchandise* dari kampanye ini. Yang diperuntukkan bagi target audiens yang berpartisipasi dalam *challenge*. Barang-barang yang dipilih adalah barang-barang yang memiliki nilai guna dan menyesuaikan minat target audiens.



Gambar 11 *Merchandise* Kampanye Mau Damang
 Sumber : Firdausi, 2020

KESIMPULAN

Dari hasil pengumpulan data, hingga perancangan dapat disimpulkan bahwa, pencegahan penyakit autoimun sebagai penyakit yang tidak dapat sembuh dan berbahaya, dengan vitamin D melalui paparan sinar matahari siang merupakan hal yang perlu diketahui, diperhatikan, dan dilakukan oleh masyarakat. Melihat kepada kemudahan dalam mendapatkan sinar matahari serta keuntungannya untuk individu maupun kelompok. Secara individu dapat mempertahankan kesehatan tubuhnya sendiri, dan secara kelompok dapat menekan kenaikan jumlah penderita autoimun di Indonesia, khususnya di Kota Bandung. Oleh karena itu, edukasi, sosialisasi, dan ajakan untuk melakukan pencegahan autoimun dengan sinar matahari tersebut menjadi penting. Dengan perancangan kampanye ini diharapkan menjadi salah satu bentuk kontribusi dalam mengedukasi, mensosialisasikan, dan mengajak masyarakat untuk mendekati matahari siang, agar autoimun tidak menyerang.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak RSHS (Rumah Sakit Hasan Sadikin) Bandung, khususnya Dr. Dr. Sumartini Dewi, Sp.Pd – KR, M.Kes selaku Kepala Pusat Studi Imunologi FK UNPAD dan Kepala Divisi Reumatologi RSHS Bandung yang telah menjadi narasumber dan memberikan data-data yang valid terkait masalah kesehatan seputar autoimun.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini S, Lia dan Kirana Nathalia. 2016. *Desain Komunikasi Visual; Dasar dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia
- Budiman, Annisa Meivira, Sumartini Dewi, dan Marietta Shanti Prananta. 2018. *Clinical Manifestation and Laboratory Finding of Sclerosis Systemic Patient in Dr. Hasan Sadikin General Hospital Bandung : A*

- Descriptive Quantitative Study*. Indonesian Journal of Rheumatology 2018, Vol. 10 No. 1, h: 16-17
- Citra R, Adysha dan Indira Rezkisari. 2017. *Asupan Kalsium dan Vitamin D Orang Indonesia Rendah*. www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/info-sehat/17/09/27/owxyds328-asupan-kalsium-dan-vitamin-d-orang-indonesia-rendah(diakses tanggal 17 Juli 2019)
- Dewi, Sumartini. (2019) Pentingnya Vitamin D Melalui Paparan Sinar Matahari untuk Mencegah Penyakit Autoimun. Diwawancarai oleh Zahidah Firdausi. Vidio
- Eka. 2020. Kenali Lebih Jauh Penyakit Autoimun dan Pengobatannya, <https://www.sehatq.com/artikel/penyakit-autoimun-dan-pengobatannya> (diakses tanggal 31 Mei 2020)
- Hartono, Soesanti Harini. 2020. Berjemur Memperkuat Kekebalan Tubuh Melawan Virus Corona, Jam Berapa Waktu yang Tepat?. <https://health.grid.id/read/352088091/berjemur-memperkuat-kekebalan-tubuh-melawan-virus-corona-jam-berapa-waktu-yang-tepat?page=all> (diakses 31 Mei 2020)
- Hidayatullah, Muhammad dan Achmad Riandy Fauzan. 2019. Digital Brand Building of PT Kereta Api Indonesia Indonesia Through Instagram Account @ KAI121. 6th Bandung Creative Movement International Conference in Creative Industries 2019. Telkom University, 2019, pp.402-408
- Itah, Israr. 2018. *Penderita Penyakit Autoimun di Indonesia Semakin Banyak*. <https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/info-sehat/18/08/27/pe32d734> 8-penderita-penyakit-autoimun-di-indonesia-semakin-banyak (diakses tanggal 17 Juli 2019)
- Maslim, Y, S Dewi, A Oehadian, dan RG Wachjudi. 2014. *The Effect of Vitamin D Supplementation on Disease Activity and Neutrophyl-Lymphocyte Count Ratio in Systemic Lupus Erythematosus Patients with Hypovitaminosis D : A Preliminary Study*. Indonesian Journal of Rheumatology 2014, Vol. 5, h: 17-21
- Nailufar, Nibras Nada, dan Gloria Setyvani Putri. 2019. Jangan Salah, Sinar Matahari di Atas Jam 09.00 Terbaik untuk Tubuh. <https://sains.kompas.com/read/2019/07/05/085151023/jangan-salah-sinar-matahari-di-atas-jam-0900-terbaik-untuk-tubuh> (diakses tanggal 17 Juli 2019)
- Putri, Alifia Fernanda. 2019. Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. Indonesian Journal of School Counseling 2019, 3(2), h: 35-40
- Rahmawati, Dina. 2020. Manfaat Vitamin D Mulai dari Kesehatan Tulang hingga

- Mengurangi Depresi, <https://www.sehatq.com/artikel/manfaat-vitamin-d-mulai-dari-kesehatan-tulang-hingga-mengurangi-depresi> (diakses 31 Mei 2020)
- Rimahardika, Rosita. 2016. *Asupan Vitamin D Dan Paparan Sinar Matahari Pada Orang Yang Bekerja Di Dalam Ruangan Dan Di Luar Ruangan*. http://eprints.undip.ac.id/62268/1/972_Rosita_Rimahardika.pdf (diakses 31 Mei 2020)
- Santoso, Edy dan Candra Dewi. 2018. Implementasi Metode Dempster-Shafer untuk Diagnosa Defisiensi (Kekurangan) Vitamin pada Tubuh manusia Yudha Eka Permana. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, Vol. 2, No. 3, h: 1194-1203
- Semiawan, Conny R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta:Grasindo
- Swari, Risky Candra. 2020. Beragam Sumber Vitamin D Selain Sinar Matahari. [https://hellosehat.com/pusat-kesehatan/gangguan-muskuloskeletal/osteoporosis/sumber-vitamin-d-selain-sinar-matahari/#:~:text=Sumber%20utama%20vitamin%20D%20berasal,menjadi%20calcitriol%20\(vitamin%20D3\)](https://hellosehat.com/pusat-kesehatan/gangguan-muskuloskeletal/osteoporosis/sumber-vitamin-d-selain-sinar-matahari/#:~:text=Sumber%20utama%20vitamin%20D%20berasal,menjadi%20calcitriol%20(vitamin%20D3))
- Tempo.co. 2010. Vitamin D Adalah Senjata Super Untuk Sistem Kekebalan Manusia. <https://gaya.tempo.co/read/230898/vitamin-d-adalah-senjata-super-untuk-sistem-kekebalan-manusia> (diakses 1 Agustus 2019)
- Venus, Antar. 2019. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Veratamala, Arinda. 2020. 6 Jenis Penyakit Autoimun yang Paling Umum (dan Mungkin Anda Idap). <https://hellosehat.com/hidup-sehat/tips-sehat/penyakit-autoimun-yang-paling-umum/> (diakses 31 Mei 2020)
- Yosephin B, Khomsan A, Briawan D, Rimbawan. *Peranan ultraviolet D sinar matahari terhadap status vitamin D dan tekanan darah pada wanita usia subur*. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional*. 2014;8(6):256-60