

PERANCANGAN KAMPANYE KESEHATAN PENCEGAHAN PENYAKIT DIFTERI DENGAN METODE PHBS

Chikal Adli Hadrian¹, Ira Wirasari², Sri Nurbani³

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
chikaladli@student.telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Difteri adalah salah satu penyakit yang sangat menular yang dapat dicegah dengan imunisasi, disebabkan oleh bakteri *Corynebacterium diphtheriae strain toksigenik*. Manusia adalah satu-satunya *reservoir Corynebacterium diphtheriae*. Penularan terjadi secara droplet (percikan ludah) dari batuk, bersin, muntah, melalui alat makan, atau kontak erat langsung dari lesi di kulit. Apabila tidak diobati dan kasus tidak mempunyai kekebalan. Menurut Kemenkes RI pada tahun 2019 penyakit menular masih menjadi perhatian pemerintah dengan jumlah kasus yang besar dan salahsatu penyakit menular yang masih menjadi sorotan adalah difteri. Selama tahun 2017, KLB Difteri terjadi di 170 kabupaten/kota dan di 30 provinsi, dengan jumlah sebanyak 954 kasus, dengan kematian sebanyak 44 kasus. Sedangkan pada tahun 2018 (hingga 9 Januari 2018), terdapat 14 laporan kasus dari 11 kab/kota di 4 propinsi (DKI, Banten, Jabar dan Lampung), dan tidak ada kasus yang meninggal. Vaksinasi masih terhambat isu haram-halal dan masyarakat masih takut dan mengira vaksinasi tersebut memiliki efek samping yaitu menjadikan anaknya autism sampai kematian. Sudah ada beberapa kampanye yang dilakukan untuk mencegah terjadinya penularan penyakit difteri ini. Namun dengan media visual yang terbatas dan tidak mudah dicerna oleh target audiens maka kurang efektif serta kampanye yang dilakukan hanya berisi anjuran untuk melakukan vaksinasi dan kurangnya edukasi tentang cara pencegahannya didalam kehidupan sehari-hari selain dan setelah melakukan vaksinasi tersebut.

Kata Kunci : Hidup Sehat, Difteri, bahaya, Cegah

ABSTRACT

Diphtheria is a highly contagious disease that can be prevented by immunization, caused by the toxigenic strain of Corynebacterium diphtheriae. Humans are the only reservoir for Corynebacterium diphtheriae. Transmission occurs by droplets (droplets) from coughing, sneezing, vomiting, through eating utensils, or direct close contact of lesions on the skin. If it is not treated and the case has no immunity. According to the Indonesian Ministry of Health in 2019, infectious diseases are still the government's attention with a large number of cases and one of the infectious diseases that is still in the spotlight is diphtheria. During 2017, Diphtheria outbreaks occurred in 170 districts / cities and in 30 provinces, with a total of 954 cases, with 44 deaths. Meanwhile, in 2018 (until January 9 2018), there were 14 case reports from 11 districts / cities in 4 provinces (DKI, Banten, West Java and Lampung), and no cases died. Vaccination is still hampered by the issue of haram-halal and the community is still afraid and thinks that vaccination has a side effect, namely making children with autism until death. There have been several campaigns carried out to prevent transmission of this diphtheria disease. However, with limited visual media and not easily digested by the target audience, it is less effective and the campaign carried out only contains recommendations for vaccination and lack of education on how to prevent it in everyday life other than and after vaccination.

Keywords: *Healthy Living, Diphtheria, danger, Prevent*

1. Pendahuluan

Penyakit menular merupakan penyakit infeksi yang disebabkan oleh mikroorganisme, seperti virus, bakteri, parasit, atau jamur, dan dapat berpindah ke orang lain yang sehat. Beberapa penyakit menular yang umum di Indonesia dapat dicegah melalui pemberian vaksinasi serta pola hidup bersih dan sehat.

Penyakit menular dapat ditularkan secara langsung maupun tidak langsung. Penularan secara langsung terjadi ketika kuman pada orang yang sakit berpindah melalui kontak fisik, misalnya lewat sentuhan dan ciuman, melalui udara saat bersin dan batuk, atau melalui kontak dengan cairan tubuh seperti *urine* dan darah. Orang yang menularkannya bisa saja tidak memperlihatkan gejala dan tidak tampak seperti orang sakit, apabila dia hanya sebagai pembawa (*carrier*) penyakit.

Sebagai penduduk yang tinggal di area tropis ada beberapa penyakit menular yang sering dialami oleh orang-orang Indonesia. Beberapa penyakit menular ini dapat disebabkan oleh infeksi virus, bakteri, dan parasit. Berikut adalah 5 daftar penyakit menular tersebut adalah Infeksi Saluran Akut (ISPA), Diare, Tuberkulosis, Demam berdarah dan difteri.

Salah satu dari 5 (lima) penyakit di atas yang belum banyak orang ketahui dan sangat berbahaya yaitu penyakit difteri. Difteri adalah salah satu penyakit yang sangat menular yang dapat dicegah dengan imunisasi, disebabkan oleh bakteri *Corynebacterium diphtheriae strain toksigenik*. Manusia adalah satu-satunya *reservoir Corynebacterium diphtheriae*. Penularan terjadi secara *droplet* (percikan ludah) dari batuk, bersin, muntah, melalui alat makan, atau kontak erat langsung dari lesi di kulit. Apabila tidak diobati dan kasus tidak mempunyai kekebalan, angka kematian sekitar 50%, sedangkan dengan terapi angka kematiannya sekitar 10% (*CDC Manual for the Surveilans of Vaccine Preventable Diseases*, 2017). Angka kematian Difteri rata-rata 5 – 10% pada anak usia kurang 5 tahun dan 20% pada dewasa diatas 40 tahun (CDC Atlanta, 2016).

Pengobatan penyakit difteri harus dilakukan sesegera mungkin setelah timbul gejala untuk menghindari komplikasi dan kematian. Pengobatan berupa antibiotik untuk membunuh kuman dan anti difteri serum (ADS) untuk menetralkan exotoxin dari kuman difteri.

Menurut Kemenkes RI pada tahun 2019 penyakit menular masih menjadi perhatian pemerintah dengan jumlah kasus yang besar dan salahsatu penyakit menular yang masih menjadi sorotan adalah difteri. Selama tahun 2017, KLB Difteri terjadi di 170 kabupaten/kota dan di 30 provinsi, dengan jumlah sebanyak 954 kasus, dengan kematian sebanyak 44 kasus. Sedangkan pada tahun 2018 (hingga 9 Januari 2018), terdapat 14 laporan kasus dari 11 kab/kota di 4 propinsi (DKI, Banten, Jabar dan Lampung), dan tidak ada kasus yang meninggal. Vaksinasi masih terhambat isu haram-halal dan masyarakat masih takut dan mengira vaksinasi tersebut memiliki efek samping yaitu menjadikan anaknya autism sampai kematian.

Sudah ada beberapa kampanye yang dilakukan untuk mencegah terjadinya penularan penyakit difteri ini. Namun dengan media visual yang terbatas dan tidak mudah dicerna oleh target audiens maka kurang efektif serta kampanye yang dilakukan hanya berisi anjuran untuk melakukan vaksinasi dan kurangnya edukasi tentang cara pencegahannya didalam kehidupan sehari-hari selain dan setelah melakukan vaksinasi tersebut.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penulisan ini yaitu metode penelitian kualitatif. Penulis menggunakan metode kualitatif dikarenakan menurut Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si (2010), tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami (*to understand*) fenomena atau gejala sosial dengan lebih menitik beratkan pada gambaran yang lengkap tentang fenomena yang dikaji daripada memerincinya menjadi variabel-variabel yang saling terkait. Harapannya ialah diperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena untuk selanjutnya dihasilkan sebuah teori.

2.1 Hasil & Diskusi

Difteri adalah salah satu penyakit yang sangat menular yang dapat dicegah dengan imunisasi, disebabkan oleh bakteri *Corynebacterium diphtheriae strain toksigenik*. Manusia adalah satu-satunya *reservoir Corynebacterium diphtheriae*. Penularan terjadi secara *droplet* (percikan ludah) dari batuk, bersin, muntah, melalui alat makan, atau kontak erat langsung dari lesi di kulit. Apabila tidak diobati dan kasus tidak mempunyai kekebalan, angka kematian sekitar 50%, sedangkan dengan terapi angka kematiannya sekitar 10% (*CDC Manual for the Surveilans of Vaccine Preventable Diseases*, 2017). Angka kematian Difteri rata-rata 5 – 10% pada anak usia kurang 5 tahun dan 20% pada dewasa diatas 40 tahun (CDC Atlanta, 2016).

Pesan yang akan disampaikan kepada khalayak sasaran berdasarkan datadan analisa pada bab sebelumnya. Fenomena yang terjadi adalah Menurut Kemenkes RI pada tahun 2019 penyakit menular masih menjadi perhatian pemerintah dengan jumlah kasus yang besar dan salahsatu penyakit menular yang masih menjadi sorotan adalah difteri.

Sudah ada beberapa kampanye yang dilakukan untuk mencegah terjadinya penularan penyakit difteri ini. Namun dengan media visual yang terbatas dan tidak mudah dicerna oleh target audiens maka kurang efektif serta kampanye yang dilakukan hanya berisi anjuran untuk melakukan vaksinasi dan kurangnya edukasi tentang cara pencegahannya didalam kehidupan sehari-hari selain dan setelah melakukan vaksinasi tersebut. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman mengenai penyakit Difteri ini dan cara pencegahannya dalam kehidupan sehari-hari. Melalui proses analisis yang telah dilakukan oleh penulis, didapat kesimpulan data *problem* yaitu beberapa *keyword* untuk menentukan pesan antara lain : Hidup sehat, difteri, bahaya, cegah.

Dalam kampanye yang akan dilakukan ini pesan utama dirancang berdasarkan pertimbangan hasil data analisis target audiens tersebut yang kemudian disesuaikan dengan tujuan kampanye. Pesan utama yang didapat dan sekiranya tepat untuk digunakan dalam kampanye ini adalah :

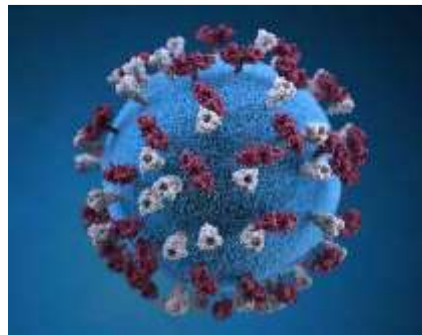
“Hidup Sehat, Difteri Lewat”.

Pesan ini bermakna bahwa jika kita berperilaku hidup sehat, Difteri tidak akan mau masuk ketubuh kita.

2.2 Konsep visual

a. Visual Target Audiens dan Indikator

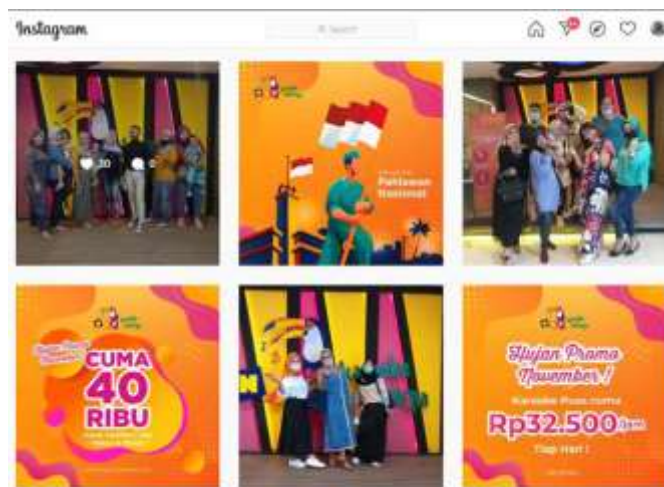
Dalam perancangan konsep visual menyesuaikan dengan target audiens. Observasi yang dilakukan penulis untuk menentukan gaya visual yang digunakan dari kegiatan sehari-hari dan media sosial dari target audiens. Lalu penulis mengolah data tersebut untuk mengetahui ketepatan dalam membuat rancangan kampanye pencegahan penyakit Difteri ini.





2.3 Gaya visual

Gaya visual yang digunakan dalam kampanye ini lebih mengikuti tren visual pada saat ini yaitu visual yang *playful*, penuh warna, permainan betuk dan gradasi.



2.4 Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam kampanye ini yang akan di aplikasikan kedalam semua media visual adalah Bubblegum untuk judul, dan untuk *bodytext* sendiri menggunakan Montserrat. Penggunaan Bubblegum pada judul memberikan kesan *playful* dari bentuknya dan mudah dibaca karena ketebelan huruf tersebut *bold* dan untuk Montserrat yang digunakan dalam *bodytext* yang berbentuk sans serif dan simple. Dipilih agar target audiens mudah membaca informasi yang disampaikan dengan baik.

BUBBLEGUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890 !@*%&*()-_+= {}| :: .,?/

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

1234567890 !@#\$%^&*()-_+=[{}|\;:'<>.,?/

2.5 Warna

Warna yang digunakan dalam media kampanye ini adalah hijau dan turunannya yang bermakna warna alam yang bersih dan cerah, merah yang bermakna bahaya.



2.6 Rancangan Poster

Rancangan poster pada perancangan ini menggunakan gaya *flat design* dengan menggunakan warna dari tone warna sesuai dengan referensi. Tujuannya agar dapat memudahkan dan memberikan kenyamanan pada target audiens dalam melihat poster tersebut.

2.7 Poster *Instagram Story*

Pada poster *Instagram story* ini berisi tentang informasi penyakit difteri dan ajakan untuk mengikuti *challenge* yang sudah diadakan dengan pendekatan *softshell* agar target audiens melihat informasi lebih lanjutnya pada akun Instagram kampanye ini.



Gambar 1 Poster Instagram Story



Gambar 2 Poster Instagram Story



Gambar 3 Poster Instagram Story



Gambar 4 Poster Instagram Story

2.8 Rancangan Instagram

Instagram merupakan sebuah media utama yang dilakukan oleh kampanye ini untuk berinteraksi kepada konsumennya, dan juga untuk memberikan informasi tentang penyakit difteri, dan cara pencegahannya serta informasi tentang *challenge* yang diadakan beserta *merchandisenya*.

Menurut Yunus Ulani (2019:153), sudah tercatat sebanyak 45 juta masyarakat Indonesia menggunakan sosial media Instagram pada tahun 2017. Hal ini membuat Instagram menjadi salah

satu media yang sangat tepat untuk membagikan informasi dengan mudah, karena jumlah pengguna yang banyak dapat memudahkan menysasar target audiens diluar.



Selain itu, untuk mencapai interaksi terhadap target audiens dilakukan sebuah interaksi berupa *tag and share*, yaitu ketika target audiens mengikuti *challenge* diwajibkan untuk *tag* akun kampanye ini dan mempostingnya di *Instagram story* pribadi mereka.

2.9 Rancangan Challenge PHBS

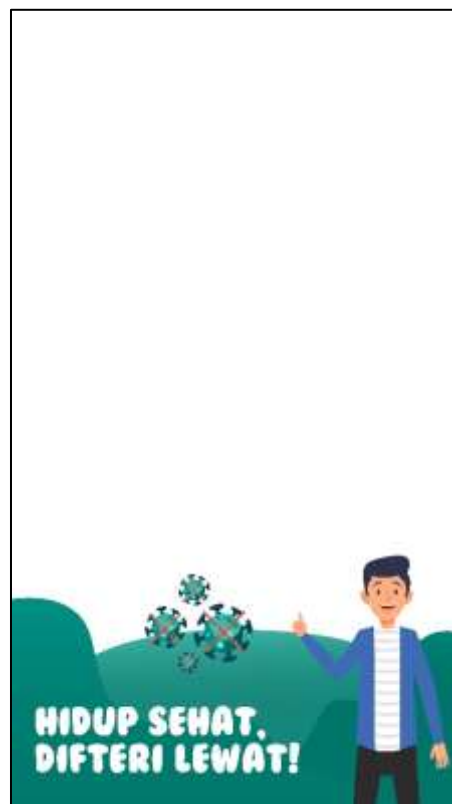
Perancangan *challenge* ini bertujuan untuk menarik atensi target audiens kepada kampanye pencegahan penyakit difteri ini dan yang paling utama adalah agar para target audiens menerapkan polah hidup bersih dan sehat ini dengan harapan setelah mengikuti *challenge* ini target audiens sadar akan pola hidup bersih dan sehat itu sangat penting serta akan terbiasa melakukannya agar terhindar dari penyakit difteri ini.

Challenge ini berupa video yang diunggah oleh para target audiens di *Instagram story* pribadi mereka yang berisi tentang kegiatan mereka menerapkan pola hidup bersih dan sehat yang telah kami anjurkan dan tidak lupa dalam video tersebut menggunakan *filter Instagram story* yang telah disediakan oleh kami. Nama *challenge* ini sesuai dengan *What to say* yang telah ditentukan yaitu “Hidup Sehat, Difteri Lewat” dan peserta yang beruntung akan mendapatkan *merchandise* dari kami yang berupa kaos, topi, masker, dan mug.

Alasan menggunakan fitur *Instagram Story* dalam *challenge* ini agar target audiens mudah untuk membuatnya dan membagikannya, karena pada dasarnya *Instagram story* sudah menjadi kegiatan yang bisa dibilang biasa dilakukan sehari-hari untuk membagikan sebuah momen.

2.10 Filter Instagram Story Challenge

Dalam filter *Instagram story* ini berisi ilustrasi virus (penyakit difteri) yang disilang dengan arti ketika hidup sehat virus tidak akan mendekat kepada kita, lalu ada maskot disitu dengan gestur menunjukan sebuah peringatan atau pengingat serta ada nama *challenge* yaitu Hidup Sehat, Difteri Lewat.



2.11 Rancangan Merchandise

Merchandise merupakan salah satu bagian yang memiliki peran penting dalam perancangan ini, yaitu interaksi antara brand dan target audiens, sehingga memunculkan minat dan ketertarikan dari target audiens terhadap *challenge* dan kampanye ini.

Untuk mendapatkan *merchandise* ini target audiens harus mengikuti *challenge* “Hidup Sehat, Difteri Lewat” terlebih dahulu dengan syarat dan ketentuan yang sudah dijelaskan diatas. Lalu nanti setelah itu akan dipilih beberapa peserta yang beruntung yang akan mendapatkan *merchandise* yang berupa kaos, topi, makser, dan mug yang bergambarkan dan bertuliskan tentang kampanye pencegahajn penyakit difteri ini agar saat dipakai oleh pemenang bisa menyebar luaskan tentang kampanye pencegahan penyakit difteri ini.



3. Kesimpulan

Dari hasil perancangan kampanye ini dapat disimpulkan bahwa dalam pencarian masalah dan pemecahan masalah sampai tahap perancangan yang dilakukan dalam strategi perancangan kampanye pencegahan penyakit difteri dengan metode PHBS, yaitu:

1. Setelah melakukan pencarian masalah yang dimiliki oleh kampanye pencegahan penyakit difteri, memiliki masalah dalam media visual kampanye, penyakit difteri sangat berbahaya jika dibiarkan dan 1 suspek yang ditemukan bisa dikategorikan kepada Kejadian Luar Biasa (KLB), tetapi masyarakat belum menyadari akan hal tersebut, hal ini disebabkan karena masyarakat yang kurang mengetahui informasi tentang berbahayanya penyakit difteri ini dan cara pencegahannya dalam kehidupan sehari-hari.
1. Maka dari itu, perancangan kampanye pencegahan penyakit difteri dengan metode PHBS ini dilakukan analisa dan juga observasi secara langsung dan melakukan kuesioner serta analisa melalui AOI untuk mengetahui perilaku target audiens terhadap penyakit difteri ini atau terhadap apa yang mereka sukai, dan juga analisa melalui SWOT dari sisi kampanye ini dan juga sisi kampanye sebelumnya, agar mengetahui kelebihan dan kekurangan kampanye.
2. Dengan melakukan analisis tersebut, maka di dapatkan sebuah pesan yaitu “Hidup Sehat, Difteri Lewat” yang menjadikan konsep pesan tersebut sebagai landasan terhadap eksekusi visual dalam perancangan kampanye pencegahan penyakit difteri dengan metode PHBS ini.
3. Dalam pembuatan Tugas Akhir ini digunakan sebuah output media berupa *challenge* menggunakan *Instagram story* yang sesuai dengan target audiens sehingga dapat menarik perhatian target audiens, dan juga mudah diakses oleh target audiens tersebut, dan digunakannya media pendukung melalui sosial media, agar target audiens semakin menyadari tentang berbahayanya penyakit difteri ini, dari situlah target audiens dapat terpengaruh secara persuasif terhadap kampanye pencegahan penyakit difteri ini.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Moriarty, Sandra. Mitchell, Nancy. Wells, Williams. 2011. *ADVERTISING* Edisi ke-8. Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP.

Sugihantono, Anung. 2018. PEDOMAN SURVEILANS DAN PENANGGULANGAN DIFTERI. Jakarta : Surveilans Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

Sumber Internet :

Kompas.com (2020, 17 April). Ini Pola Hidup Bersih dan Sehat yang Dianjurkan WHO. Diakses pada 6 Oktober 2020, dari <https://biz.kompas.com/read/2020/04/17/094500428/ini-pola-hidup-bersih-dan-sehat-yang-dianjurkan-who>

Alodokter.com (2019, 8 April). Difteri. Diakses pada 6 Oktober 2020, dari <https://www.alodokter.com/difteri>

Idntimes.com (2018, 8 Agustus). 8 Tips Sehat dan Bugar Agar Badanmu Selalu dalam Kondisi Prima. Diakses pada 6 Oktober 2020, dari <https://www.idntimes.com/health/fitness/siska-putria/8-tips-sehat-bugar-agar-badan-selalu-prima-c1c2/8>

Maxmanroe.com (2018, Januari). Pengertian Media: Memahami Apa Itu Media, Fungsi, dan Jenis-Jenis Media. Diakses pada 6 Oktober 2020, dari <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-media.html>

Wirasari, Ira; Br Karo, Theodora Evipani. Kajian Gaya Bahasa Iklan Antangin Fit Pada Media Sosial. Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia), [S.l.], v. 3, n. 02, p. 145 - 159, sep. 2018. ISSN 2502-2431. Available at: journals.telkomuniversity.ac.id/demandia/article/view/1545

Nurbani, Sri, and Nanda Ayu R. Dewi. "Designing Verbal Message And Visual Media Of Quick Chicken." 6th Bandung Creative Movement 2019, Bandung, Indonesia, October 2019. Telkom University, 2019, pp. 446-450.