

PERANCANGAN MEDIA VISUAL KAMPANYE MENGENAI  
HEPATITIS B DAN PENCEGAHANNYA (IMUNISASI)

*VISUAL MEDIA DESIGN REGARDING HEPATITIS B  
AND ITS PREVENTION (IMMUNIZATION) CAMPAIGN*

**Balqis Nadila, Yanuar Rahman**

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom  
[bnadilaharahap@gmail.com](mailto:bnadilaharahap@gmail.com), [vidiyan@gmail.com](mailto:vidiyan@gmail.com)

---

**Abstrak**

Hepatitis adalah penyakit yang memicu kerusakan sel pada organ hati. Hepatitis sendiri terbagi menjadi 5 jenis yaitu, Hepatitis A, Hepatitis B, Hepatitis C, Hepatitis D, dan Hepatitis E. Indonesia merupakan negara dengan endemisitas tinggi Hepatitis B terbesar kedua setelah Myanmar menurut data Riset Kesehatan Dasar (Rikesdas). Penyakit ini juga seringkali disebut menyerupai fenomena gunung es dimana jumlah penderita yang mengetahui bahwa mereka terjangkit dan terdeteksi lebih sedikit dibandingkan dengan mereka yang tidak terdeteksi. Kurangnya informasi mengenai penyakit Hepatitis B ini terlihat pada program yang telah dilakukan pemerintah dimana penderita Hepatitis yang datang untuk diobati secara gratis hanya 3 ribu orang dari jumlah sekitar 2,5 juta orang. Demikian juga, belum optimalnya media kampanye terdahulu membuat masyarakat tidak sadar akan penyakit Hepatitis B. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah media visual yang dapat menunjang kampanye mengenai Hepatitis B dan pencegahannya (imunisasi). Pengumpulan dan pengolahan data dilakukan dengan metode maupun analisis dari studi pustaka, observasi, wawancara, kuesioner, serta matriks perbandingan. Pada penelitian ini dihasilkan sebuah media visual berupa konten pada media sosial *instagram* yang informatif dan efektif. Konten pada media sosial *instagram* ini diharapkan dapat memberikan informasi mendalam mengenai Hepatitis B serta dapat merubah pola pikir masyarakat agar segera melakukan imunisasi Hepatitis B sebagai upaya pencegahan penyakit Hepatitis B.

**Kata kunci:** kampanye kesehatan, media kampanye, Hepatitis B, imunisasi

---

### *Abstract*

*Hepatitis is a disease that triggers cell damage in the liver. Hepatitis itself is divided into 5 types, namely, Hepatitis A, Hepatitis B, Hepatitis C, Hepatitis D, and Hepatitis E. Indonesia is the second largest country with high hepatitis B endemicity after Myanmar according to data from Basic Health Research (Rikesdas). This disease is also often called resembling an iceberg phenomenon where the number of sufferers who know that they contracted and detected less than those who were not detected. The lack of information about Hepatitis B is seen in programs that have been carried out by the government where Hepatitis sufferers who come to be treated for free are only 3,000 people out of an estimated 2.5 million people. Likewise, the not yet optimal campaign media has made people not aware of Hepatitis B. Therefore, it takes a visual media that can support the campaign regarding Hepatitis B and its prevention (immunization). Data collection and processing is done by methods and analysis from literature studies, observations, interviews, questionnaires, and comparison matrices. In this study a visual media in the form of informative and effective content on Instagram social media was produced. Content on social media Instagram is expected to provide in-depth information about Hepatitis B and can change people's mindsets to immediately conduct Hepatitis B immunization as an effort to prevent Hepatitis B.*

*Keywords: health campaign, media campaign, Hepatitis B, immunization*

---

## **1. Pendahuluan**

Hepatitis berasal dari dua suku kata yaitu; hepar dan itis yang berarti inflamasi atau peradangan [1]. Penyebab dari penyakit Hepatitis B ini dapat dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu Hepatitis yang diakibatkan oleh virus dan Hepatitis non virus yang mana tidak dipicu oleh infeksi virus. Hepatitis sendiri terbagi menjadi 5 jenis yaitu, Hepatitis A, Hepatitis B, Hepatitis C, Hepatitis D, dan Hepatitis E.

Menurut Dokter Irsan Hasan, SpPD-KGEH, Ketua PB Perhimpunan Peneliti Hati Indonesia, pasien Hepatitis umumnya datang ketika sudah mengalami komplikasi sirosis, seperti gejala muntah darah, perut membengkak yang mana diakibatkan karena perut dipenuhi cairan, dan kesadaran menurun [2]. Gejala berikut merupakan tanda bahwa metabolisme tubuh sudah terkontaminasi. Apabila sirosis sendiri tidak didiagnosis dan diobati dalam kurun waktu enam bulan sejak penyakit bermula, penyakit Hepatitis sukar untuk disembuhkan, dan sirosis sendiri dapat berubah menjadi kanker. Penyakit Hepatitis B dapat dicegah melalui imunisasi Hepatitis B serta menghindari faktor resiko tertularnya penyakit Hepatitis B seperti; transfuse darah, penggunaan jarum suntik yang tidak steril yang telah terkontaminasi, serta transplantasi organ.

Menurut beberapa fakta tersebut, dapat disimpulkan bahwa penyakit Hepatitis B menjadi permasalahan yang serius di Indonesia. Begitu pentingnya kampanye yang berisi ajakan dan informasi yang akan membuat masyarakat sadar akan penyakit Hepatitis B ini, akan tetapi menurut ibu Yunita Mustikasari dari Dinas Kesehatan kota Bandung, program

kampanye Hepatitis B yang dilakukan pemerintah baru berjalan selama satu tahun selain itu media yang cocok sebagai sarana penyampaian kampanye Hepatitis B ini melalui media sosial sehingga semua golongan masyarakat dapat melihat isi pesan yang akan disampaikan.

Media sosial terbagi menjadi 6 jenis yaitu; *collaborative projects, blogs and microblogs, content communities, social networking, virtual game worlds, dan virtual social worlds* [3]. Enam jenis media sosial tersebut sering digunakan oleh masyarakat pada era ini. Media sosial dinilai dapat menyampaikan pesan secara praktis.

## 2. Landasan Teori

Kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan dalam kurun waktu tertentu. Kampanye sosial adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun suatu kelompok tertentu dengan serangkaian tindakan untuk mengkomunikasikan pesan yang berisi mengenai masalah-masalah sosial yang ada pada masyarakat. Berdasarkan motivasi dan tujuannya kampanye dibagi menjadi 3 jenis yaitu;

1. *Product-oriented campaigns.*

Kampanye yang berorientasi pada produk dan komersil seperti peluncuran sebuah produk baru.

2. *Candidate-oriented campaigns.*

Kampanye berorientasi pada kandidat, dimotivasi oleh keinginan meraih kekuasaan politik, seperti kampanye politik.

3. *Ideologically or caused oriented campaigns.*

Kampanye yang ditunjukkan untuk menangani masalah-masalah sosial atau yang ada pada masyarakat melalui perubahan sikap dan perilaku publik yang terkait. Seperti contohnya kampanye kesehatan, kampanye pendidikan, dll [4].

Penyampaian kampanye melalui media sosial merupakan strategi yang cukup efektif merujuk pada aktifitas masyarakat pada era ini yang lebih banyak mencari informasi melalui media sosial. Media sosial merupakan media berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari *user-generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain. Tentunya untuk membuat sebuah konten yang baik dan menarik, tidak terlepas dari beberapa elemen desain komunikasi visual, yaitu; logo, ilustrasi, tipografi, layout, warna, dan komposisi [5].

## 3. Pembahasan

### 3.1 Data

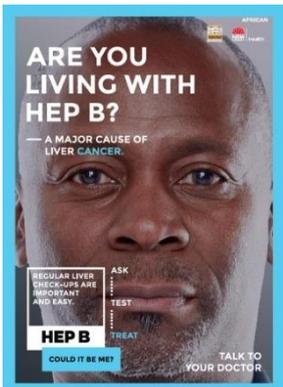
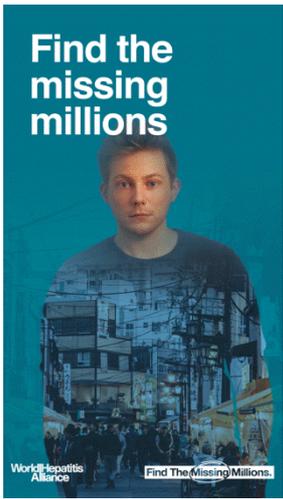
Observasi	Observasi pertama yang dilakukan penulis yaitu dengan mendatangi RS Al-Islam. Kondisi yang terlihat bahwa para petugas kesehatan pada Rumah Sakit tersebut sangat sadar bahwa penyakit Hepatitis B sangat berbahaya dan dapat menular kapan saja, selain itu imunisasi Hepatitis B kerap diberikam kepada
-----------	---

	<p>semua pekerjaanya.</p> <p>Observasi kedua yang dilakukan penulis yaitu dengan mendatangi PT Bio Farma selaku produsen dari vaksin Hepatitis B, perusahaan ini membagikan informasi septutar penyakit Hepatitis B melalui akun <i>instagram</i> @biofarmaid yang dikelola oleh bagian <i>Corporate Communications</i>.</p>
Wawancara	<p>Wawancara dilakukan penulis kepada Dr. Dicky Rosyadi, menurut beliau penyakit Hepatitis B adalah salah satu penyakit yang infeksius dan masyarakat perlu mengetahuinya, serta beberapa golongan masyarakat yang beresiko terkena penyakit ini adalah masyarakat dengan usia produktif, dan memiliki gaya hidup bebas.</p>
Kuesioner	<p>Kuesioner dibagikan kepada khalayak umum, bertujuan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat terhadap penyakit Hepatitis B.</p> <p>Dari hasil kuesioner yang dibagikan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat hanya sekedar tahu secara umum mengenai Hepatitis B. Meida sosial dan poster dianggap media yang cocok dan efektif sebagai media informasi.</p>
Proyek terdahulu atau sejenis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PT Bio Farma (Kenali dan Cegah Hepatitis B dengan Vaksinasi)</li> <li>- The Multiculturan HIV and Hepatitis Service (Could it be me? Series)</li> <li>- World Hepatitis Alliance (Find The Missing Millions)</li> </ul>

### 3.2 Analisis

Analisis data peroleh dari data yang sudah dikumpulkan oleh penulis yang mana digunakan untuk melakukan perancangan media. Penulis menggunakan analisis matriks perbandingan dengan data proyek sejenis sebagai bahan pertimbangan dalam perancangan media kampanye. Berikut hasil analisis matriks perbandingannya:

## Tabel Matriks Perbandingan

	PT Bio Farma	The Multicultural HIV and Hepatitis Service (MHAHS)	World Hepatitis Alliance
<b>Judul</b>	-	Hep B: Could it be me?	Find The Missing Millions
<b>Poster</b>			
<b>Warna</b>	Warna yang digunakan adalah dominan warna merah dengan <i>background</i> berupa warna pastel krem	<i>Background</i> yang digunakan adalah gambar berupa foto, dengan dominan warna biru dan putih	Warna yang digunakan sebagai <i>background</i> adalah biru, dengan gambar berupa foto dengan suasana jalanan di kota yang dipenuhi dengan orang-orang
<b>Tipografi</b>	Pemilihan warna font yang digunakan adalah <i>sans serif</i> warna merah melambangkan semangat dan warna hitam melambangkan kuat dan terlindungi.	Jenis huruf yang digunakan adalah <i>sans serif</i> dengan warna putih yang melambangkan suci, bersih	Jenis huruf yang digunakan adalah <i>sans serif</i> dengan warna putih sehingga terlihat jelas.
<b>Layout</b>	Pada e-poster ini menggunakan system grid layout dimana tulisan serta elemen	e-poster ini menerapkan picture window layout dimana gambar yang ada ditampilkan secara close up	e-poster ini menerapkan picture window layout dimana gambar yang ada ditampilkan secara close up memenuhi bidang poster

	yang ada pada e-poster terlihat 6apid an mudah dibaca oleh masyarakat	memenuhi bidang poster tersebut.	tersebut.
<b>Ilustrasi</b>	Illustasi yang digunakan berupa gambar menyerupai bumi dengan text “world hepatitis day”	Ilustrasi yang digunakan adalah gambar berupa foto manusia	Ilustrasi yang digunakan adalah gambar berupa foto manusia dan nuansa jalanan kota yang dipenuhi oleh orang-orang
<b>Media</b>	Media yang digunakan pada poster ini adalah e-poster yang disebarakan melalui media sosial.	Media yang digunakan pada poster ini adalah e-poster yang disebarakan melalui website.	Media yang digunakan pada poster ini adalah e-poster yang disebarakan melalui website.

(Sumber: Nadila, 2019)

### 3.3 Kesimpulan Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil analisis, kesimpulan yang dapat penulis ambil adalah kampanye sosial mengenai Hepatitis B sangat butuh diadakan. Pelaksanaan kampanye menggunakan teknik *inbound marketing* karena mayoritas target khalayak dengan rentang usia 20-35 tahun lebih memilih mencari informasi di internet.

## 4. Konsep dan Perancangan

### a. Konsep Pesan

Konsep yang akan disampaikan menggunakan tagline “kenali, periksa, imunisasi sekarang!”. Masyarakat akan diberikan informasi lebih jelas mengenai perbedaan antara kelima jenis Hepatitis tersebut. Penggunaan headline “Are We Infected” pada poster digunakan sebagaimana agar menjadi pemivu target khalayak agar mempertimbangkan untuk segera memeriksa ke puskesmas maupun layanan kesehatan terdekat.

Pesan yang disampaikan menggunakan gaya bahasa yang mudah dipahami dan terasa dekat oleh target khalayak seperti; aku, kamu dan kita.

### b. Konsep Kreatif

Pendekatan yang dilakukan penulis dalam merancang media visual untuk kampanye mengenai Hepatitis B dan pencegahannya (imunisasi) ini adalah dengan pendekatan kelompok, dimana sebagian orang dijadikan *role model* dari kampanye ini sehingga

memperlihatkan bahwa kampanye ini berasal dari kita sebagai generasi muda dan juga kembali untuk kita.

**c. Konsep Visual**

Gaya Visual	Penggunaan yang digunakan adalah swiss/international style. Mengutamakan kesederhanaan, bersih, dan memanfaatkan <i>white space</i> yang ada.			
Ilustrasi	Ilustrasi yang digunakan dalam kampanye ini berupa fotografi. Fotografi yang digunakan adalah <i>portrait photography</i> .			
Tipografi	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center; width: 33%;"> <b>Montserrat Black</b>                      A mad boxer shot a quick, gloved jab to the jaw of his dizzy opponent.  <b>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</b>  <b>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</b>  <b>1234567890</b> </td> <td style="text-align: center; width: 33%;">                     Montserrat Regular                      A mad boxer shot a quick, gloved jab to the jaw of his dizzy opponent.                      ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ                      abcdefghijklmnopqrstuvwxyz                      1234567890                 </td> <td style="text-align: center; width: 33%;">                     Gotham                      A mad boxer shot a quick, gloved jab to the jaw of his dizzy opponent.                      ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ                      abcdefghijklmnopqrstuvwxyz                      1234567890                 </td> </tr> </table>	<b>Montserrat Black</b> A mad boxer shot a quick, gloved jab to the jaw of his dizzy opponent. <b>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</b> <b>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</b> <b>1234567890</b>	Montserrat Regular A mad boxer shot a quick, gloved jab to the jaw of his dizzy opponent. ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890	Gotham A mad boxer shot a quick, gloved jab to the jaw of his dizzy opponent. ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
<b>Montserrat Black</b> A mad boxer shot a quick, gloved jab to the jaw of his dizzy opponent. <b>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</b> <b>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</b> <b>1234567890</b>	Montserrat Regular A mad boxer shot a quick, gloved jab to the jaw of his dizzy opponent. ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890	Gotham A mad boxer shot a quick, gloved jab to the jaw of his dizzy opponent. ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890		
Warna	Penggunaan warna dengan nuansa hitam dan kuning. Hitam melambangkan kekuatan dan elegan, dan warna kuning diambil dari salah satu gejala dari penyakit Hepatitis B yaitu mata dan kulit menguning. Selain itu warna kuning melambangkan optimisme dan harapan.			
Layout	Layout yang digunakan pada perancangan ini dibuat berbeda-beda menyesuaikan kebutuhan setiap media.			

**5. Hasil Perancangan**

Hasil perancangan berikut adalah rancangan penulis dalam membuat kampanye berdasarkan konsep-konsep yang telah dibuat. Hasil perancangan ini terdiri dari logo, perancangan media sosial instagram, serta media pendukungnya.

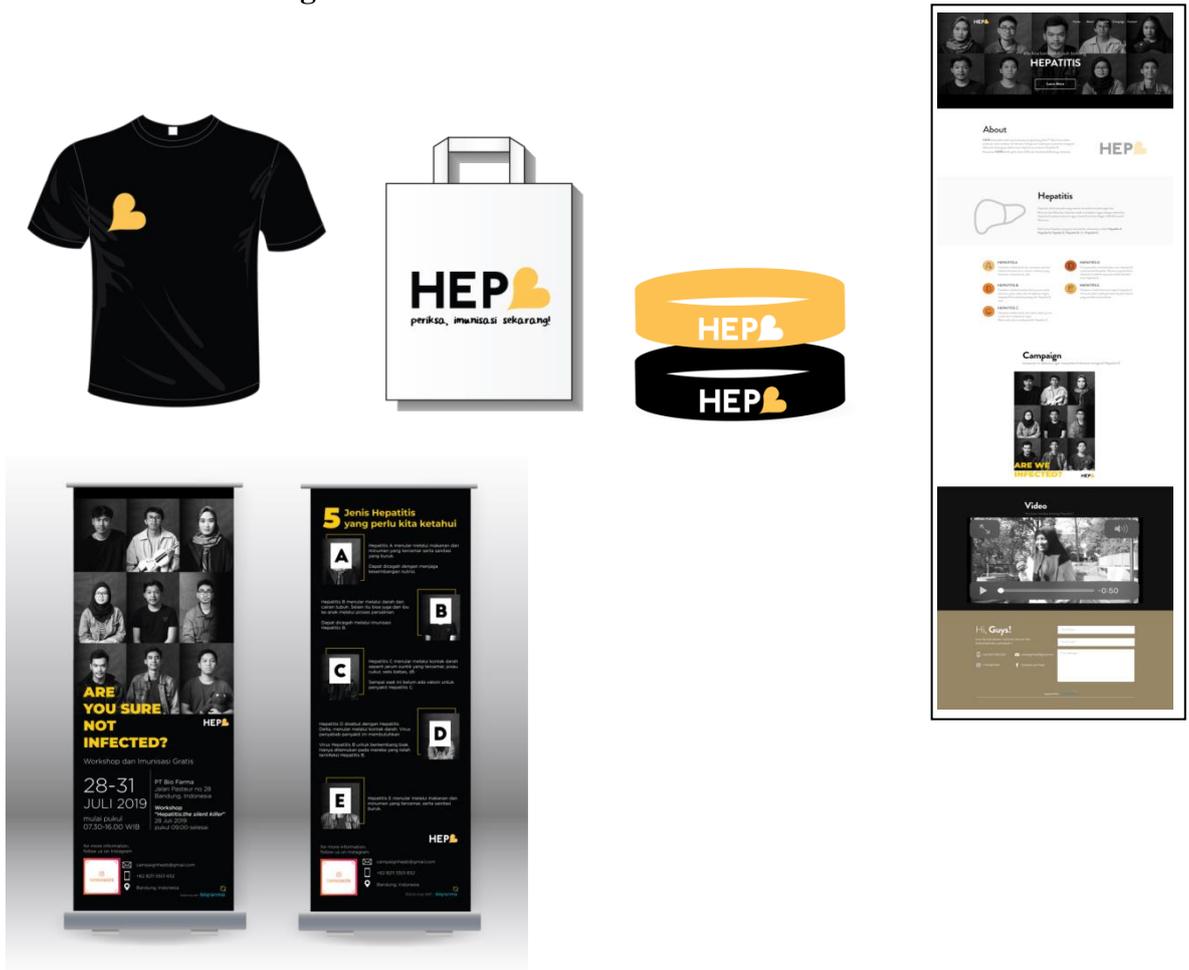
**a. Logo**



Gambar 1: Logo  
(Sumber: Nadila, 2019)



c. Media Pendukung



Gambar 3: Media Pendukung  
(Sumber: Nadila, 2019)

## 6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan dan perancangan yang sudah dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa masyarakat sangat perlu diberikan informasi sehingga dapat timbul kesadaran terhadap penyakit Hepatitis B ini. Belum optimalnya media kampanye yang menarik dan efektif menjadi salah satu kurangnya informasi mengenai penyakit Hepatitis B.

Dengan adanya media visual kampanye mengenai Hepatitis B dan pencegahannya (imunisasi) ini dapat memberikan informasi lebih dalam mengenai penyakit Hepatitis B, gejala-gejala, upaya apa yang harus dilakukan apabila sudah terkena penyakit Hepatitis B, hingga pencegahan yang dapat masyarakat lakukan untuk terhindar dari penyakit Hepatitis B.

Diharapkan kampanye mengenai Hepatitis B dan pencegahannya (imunisasi) ini akan memberikan dampak yang positif bagi masyarakat Indonesia. Tidak hanya ajakan untuk mencegah Hepatitis B, akan tetapi juga dapat menambah wawasan masyarakat seputar penyakit Hepatitis B ini sendiri.

## Daftar Pustaka

- [1] Ditjen Yankes Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. 2017. RSUP DR. KARIADI EDUKASI MASYARAKAT TENTANG HEPATITIS SI MATA KUNING.
- [2] Kompas.com. 2018. Alasan Hepatitis Sering Disebut Fenomena Gunung Es.
- [3] Caleb T. Carr and Rebecca A. Hayes. (2015). Social Media: Defining, developing, divining. *Atlantic Journal of Communication* 23 (1). 46-65
- [4] Venus, Antar. (2004). *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung:Simbiosia
- [5] Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi