

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 yang menyebar sejak awal tahun 2020 masih menjadi keresahan bagi sebagian besar masyarakat dunia sampai saat ini. Berbagai tindakan dan kebijakan dengan cepat diambil untuk meminimalisir penyebaran virus SARS-coV-2 penyebab penyakit Covid-19 yang berpotensi menyebabkan kematian. Selama berbulan-bulan masyarakat dunia harus bersabar dengan solusi sementara yaitu karantina di rumah dan protokol kesehatan.

Di Indonesia, solusi PSBB, PPKM, Protokol 3M, dan kebijakan lainnya tidak dapat berjalan dengan maksimal karena lambat laun masyarakat menjadi bosan dan mulai mengabaikan peraturan. Pembatasan kegiatan dengan kerja dan belajar dari rumah memberatkan masyarakat untuk mencari nafkah, khususnya masyarakat menengah kebawah. Jumlah kasus yang terus bertambah juga membuat tenaga kesehatan kewalahan. Dalam keresahan tersebut, solusi berupa obat dan vaksin terus dikembangkan sebagai usaha penanggulangan pandemi Covid-19.

Meskipun obat untuk Covid-19 sampai saat ini belum berhasil ditemukan, namun berkat kerja keras dari setiap peneliti dan relawan, vaksin dapat berhasil dikembangkan dan pada tanggal 13 Januari 2021 Indonesia dapat memulai program vaksinasi Covid-19. Dengan teknologi yang semakin maju, vaksin Covid-19 dapat dikembangkan dalam waktu yang cepat dan saat ini telah dinyatakan aman oleh otoritas kesehatan Negara Indonesia. Target yang diharapkan oleh pemerintah dari pelaksanaan vaksinasi adalah menciptakan *herd immunity* pada masyarakat. Berdasarkan pernyataan wakil ketua umum Ikatan Dokter Indonesia, Slamet Budiarto yang dilansir oleh Kompas.com (2021), untuk mencapai *herd immunity*, sebanyak minimal 86% masyarakat Indonesia harus mendapatkan vaksin dengan dosis lengkap. Dengan berbagai strategi, pemerintah terus mendorong masyarakat Indonesia untuk melaksanakan vaksinasi. Hasil usaha tersebut tercermin pada grafik vaksinasi yang semakin hari semakin meningkat. Namun, tidak dapat dipungkiri, tidak sedikit masyarakat Indonesia yang belum tertarik untuk melaksanakan vaksinasi.

Berdasarkan survey yang dilaksanakan oleh Change.org Indonesia, Katadata Insight Center (KIC), dan KawalCovid19.id, pada tahun 2021 didapati sebanyak 701 responden dari total 8.299 responden menyatakan bahwa mereka belum dan tidak ingin melaksanakan vaksinasi. Responden yang menghindari vaksinasi Covid-19 memiliki berbagai alasan yaitu: tidak membutuhkan vaksin selama dapat menjaga imunitas (70,2%), tidak percaya efektivitas vaksin (53,7%), dan memiliki penyakit bawaan (12,4%). Berita bohong mengenai efek samping vaksin Covid-19 tersebar dengan pesat yang membuat sebagian masyarakat Indonesia ragu. Kurangnya informasi mengenai vaksin juga menjadi penghambat masyarakat untuk melaksanakan vaksinasi.

Kendala dalam pelaksanaan vaksinasi Covid-19 terjadi di seluruh daerah di Indonesia, termasuk juga di daerah Kabupaten Bandung Barat. Menurut data dari situs Kementerian Kesehatan yang diakses pada tanggal 15 Oktober 2021, pencapaian vaksinasi di Kabupaten Bandung Barat baru mencapai 60,33%. Dengan adanya target yang ditetapkan pemerintah Jabar untuk menuntaskan vaksinasi sebelum akhir tahun 2021, proses vaksinasi Covid-19 di setiap daerah harus terus ditingkatkan. Berdasarkan pernyataan Sekretaris Dinkes KBB, Nanang Ismantoro pada sebuah artikel dilansir Bandungbaratpos.com (2021), kendala vaksinasi di KBB disebabkan kurang pedulinya masyarakat terhadap vaksin, terutama karena beredarnya isu negatif mengenai vaksin. Pada sebuah wawancara dalam artikel Tribunjabar.com (2021), Sri Haryani seorang penduduk Jayagiri, Lembang menyatakan bahwa awalnya dirinya enggan untuk melaksanakan vaksinasi karena mendapat kabar tetangga yang pingsan setelah divaksin, namun setelah ditelusuri, beliau pingsan karena tidak jujur tentang kondisi tubuhnya sehingga mengalami efek samping pingsan. Akhirnya Sri memutuskan untuk mau menjalankan vaksinasi.

Sebagai kabupaten dengan banyak objek pariwisata, Kabupaten Bandung Barat berpotensi menjadi destinasi wisata masyarakat yang telah bosan dengan pandemi sebagai tempat melepas penat. Potensi tersebut harus diimbangi dengan masyarakat yang siap menerima banyaknya wisatawan, yang paling utama dalam hal pertahanan diri terhadap Covid-19 melalui vaksinasi. Mengingat pentingnya vaksinasi untuk kesehatan setiap orang dan juga pembangkitan ekonomi maka

peneliti tergugah untuk mengajak masyarakat, terutama masyarakat Kabupaten Bandung Barat untuk membuka mata dan bekerjasama terhadap program vaksinasi yang telah pemerintah rancang dan laksanakan melalui sebuah karya visual yaitu iklan layanan masyarakat.

Iklan layanan masyarakat dipilih sebagai media penyampaian pesan karena dengan penceritaan yang kreatif, singkat, dan padat diharapkan dapat mempermudah masyarakat mengonsumsi karya visual yang diproduksi. Iklan layanan yang akan diproduksi akan bekerjasama dengan pemerintah setempat sehingga dapat semakin mudah dijangkau masyarakat Kabupaten Bandung Barat. Semakin mudahnya penyebaran informasi secara digital, diharapkan dapat menjadi pendukung dalam penyebaran iklan yang diproduksi.

Dalam proses produksi, perancang sebagai seorang desainer produksi memiliki peran yang penting. Seorang desainer produksi bertugas menentukan konsep tampilan dan objek-objek yang akan ditampilkan dalam karya visual yang tentunya harus mendukung penceritaan agar pesan dapat tersampaikan dengan baik. Tugas tersebut dilaksanakan pada tahap pra produksi. Pertimbangan latar waktu, karakterisasi tokoh, dan teori desain produksi lainnya digunakan dalam perancangan. Perancang bekerjasama dengan sutradara dan penata kamera dalam pertimbangan visi sutradara dan tampilan set melalui lensa kamera. Dalam departemen artistik, desainer produksi memiliki posisi sebagai kepala departemen yang mengarahkan anggota departemen artistik dalam perancangan dan eksekusi properti dan kostum yang akan digunakan dalam tahap produksi.

Dengan adanya iklan layanan masyarakat mengenai vaksin ini, perancang berharap dapat mendorong masyarakat untuk mau bergotong royong memulihkan kondisi bangsa dengan melaksanakan vaksinasi. Semakin cepat vaksinasi dilaksanakan, maka semakin cepat juga *herd immunity* dicapai. Tidak dapat dipungkiri, hal tersebut dapat direalisasikan hanya dengan kerjasama dari masyarakat secara menyeluruh.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, ditemukan masalah-masalah sebagai berikut:

- a. Sebagian masyarakat Indonesia masih menghindari vaksinasi Covid-19.
- b. Berita palsu mengenai vaksin Covid-19 beredar di masyarakat menyebabkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap keamanan vaksin.
- c. Vaksinasi perlu dilaksanakan secara menyeluruh agar *herd immunity* dapat dicapai dan kebangkitan ekonomi dapat diusahakan.
- d. Belum banyak medium iklan layanan masyarakat yang mengajak masyarakat untuk melaksanakan program vaksin khususnya bagi masyarakat Kabupaten Bandung Barat.

1.3 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana desain produksi dalam iklan layanan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat di Kabupaten Bandung Barat tentang pentingnya vaksin Covid-19?
- b. Bagaimana konsep realis diterapkan pada iklan layanan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat di Kabupaten Bandung Barat tentang pentingnya vaksin Covid-19?

1.4 Batasan Masalah

Ruang lingkup yang ada pada tugas akhir ini adalah:

- a. Target audiens yang ditujukan yaitu:
Usia : 18-44 Tahun
Demografis : Kabupaten Bandung Barat
- b. Iklan layanan masyarakat ini mengangkat tema pentingnya vaksinasi Covid-19 di masa psndemi Covid-19
- c. Durasi iklan layanan masyarakat sekitar 2 sampai 3 menit
- d. Perancang bertugas sebagai desainer produksi dengan jobdesk sebagai berikut: pada tahap pra produksi bertugas menentukan konsep artistik iklan layanan masyarakat dan bersama tim departemen artistik merealisasikan konsep ke dalam objek nyata. Pada tahap produksi perancang bertugas memantau penggunaan ptoperti dan kostum.

1.5 Tujuan Perancangan

- a. Memahami desain produksi dalam iklan layanan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat di Kabupaten Bandung Barat tentang pentingnya vaksin Covid-19
- b. Menerapkan konsep realis pada iklan layanan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat di Kabupaten Bandung Barat tentang pentingnya vaksin Covid-19

1.6 Manfaat Perancangan

1.6.1 Mafaat Teoretis

Penulis berharap iklan masyarakat yang di produksi dapat berguna bagi penulis dan sesama akademisi dalam mengetahui perancangan tata artistik iklan layanan masyarakat mengenai Covid-19

1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Institusi Akademik
Hasil perancangan dapat digunakan oleh intitusi akademi dalam mengevaluasi kemampuan perancang.
- b. Bagi Perancang
Perancangan berikut dapat menjadi media pembelajaran dan pengembangan diri dalam hal produksi media visual.
- c. Bagi Masyarakat
Masyarakat sebagai target audiens dapat menyadari pentingnya vaksinasi bagi kesehatan diri dan sesama, dan pemulihan ekonomi bangsa.

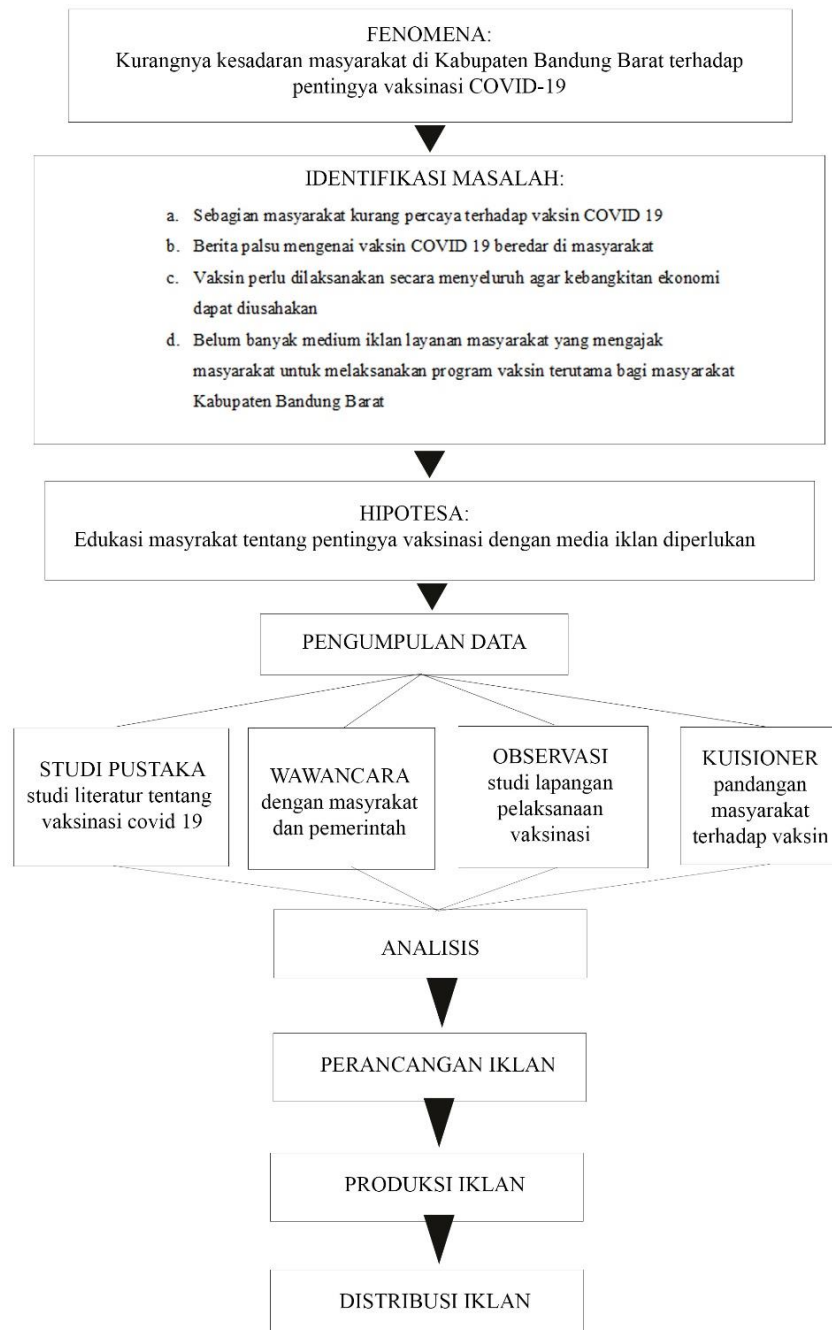
1.7 Metode Perancangan

Dalam perancangan ini digunakan metode kualitatif dalam pengumpulan data dan analisis data.

Pengumpulan Data

- **Studi Pustaka**
Pengumpulan data dasar mengenai vaksinasi Covid-19 dan pelaksanaannya di lapangan sebagai bekal dalam melaksanakan wawancara, observasi, kuesioner. Dilaksanakan dengan mengambil referensi dari buku, jurnal, artikel, dan skripsi.
- **Observasi**
Observasi lapangan dilakukan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan program vaksinasi di Kabupaten Bandung Barat dan karakteristik masyarakat Kabupaten Bandung Barat.
- **Wawancara**
Wawancara dilakukan terhadap masyarakat, penyelenggara vaksinasi, dan tenaga kesehatan untuk mengetahui fenomena dari sudut pandang mereka
- **Kuesioner**
Penyebaran kuesioner pada masyarakat Kabupaten Bandung Barat untuk mengetahui pandangan masyarakat mengenai fenomena.

1.8 Kerangka Perancangan



Bagan 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber: Perancang (2021)

1.9 Pembabakan

Laporan perancangan ini dibagi kedalam 5 bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama berisi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, manfaat perancangan, metode preancangan, sistematika perancangan, kerangka perancangan, hingga pembabakan.

BAB II LANDASAN PEMIKIRAN

Bab II membahas teori-teori yang berhubungan dengan fenomena dan perancangan desain produksi iklan layanan masyarakat

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bab III dibahas hasil analisis data objek dan data media sejenis sebagai pendukung perancangan desain produksi karya iklan layanan masyarakat.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bab IV dibahas hasil perancangan berdasarkan konsep pra produksi, produksi, sampai pasca produksi dari proses analisis data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisi penutup berupa kesimpulan dari hasil penelitian dan perancangan dan saran dari perancang.