

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kanker serviks adalah kanker yang terjadi pada serviks atau leher Rahim yang berasal sel epitel skuamosa yang merupakan jenis tumor ganas primer. Kanker serviks terjadi di daerah pintu masuk ke arah rahim dan daerah organ reproduksi wanita. Berada di antara Rahim dan liang senggama/vagina dan menyebabkan jaringan di sekitarnya tidak berfungsi dengan semestinya (Ria Riksani, 2016, p.18). Kanker serviks adalah salah satu penyebab kematian wanita di Indonesia. Dari semua kasus kanker, kanker serviks merupakan kanker yang dapat dicegah dan diobati. Akibat dari penyakit ini adalah kematian dan akan menimbulkan masalah-masalah seperti kesakitan sebagaimana kanker lainnya (Diananda, 2009). Wanita terkena atau terinfeksi kanker serviks pada biasanya menyerang wanita di umur 35 tahun hingga 55 tahun. Kanker serviks berasal dari 90% sel skuamosa yang melapisi serviks dan sel kelenjar penghasil lendir pada saluran servikal yang menuju ke dalam Rahim sebesar 10% (Ria Riksani (2016).

Di Indonesia kanker serviks merupakan kanker tertinggi pada perempuan setelah kanker payudara. Kanker di Indonesia mencapai 134/100.000 penduduk. Penderita kanker serviks menjadi penderita kanker tertinggi yaitu 17/100.000 penduduk setelah penderita kanker payudara sebesar 40/100.000 perempuan kanker serviks setelah kanker payudara sebesar 40/100.000 perempuan (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia : 2015). Peningkatan kasus kanker serviks terus meningkat, pada tahun 2016 meningkat menjadi 1.925.943 orang (5,1%) dibandingkan dengan cakupan tahun 2015 yang berjumlah 1.268.333 orang (3,4%) (Kementrian Kesehatan Republik Indonesia, 2017).

Penyebab kanker serviks/leher rahim adalah virus Human Papillomavirus (HPV), HPV dapat menyebabkan kematian dan dipengaruhi oleh banyak faktor seperti melakukan aktifitas seksual pada usia yang masih sangat muda, berganti-ganti pasangan seks, pemakaian kontrasepsi, sering melahirkan, perokok pasif atau orang yang menghirup asap rokok, mengkonsumsi alkohol, kelebihan berat badan, kurangnya aktifitas fisik, merokok, menjalani diet tidak sehat. Gejala yang

ditimbulkan antara lain sekresi cairan vagina yang berbau tidak sedap, sakit punggung, kaki bengkak, atau kesulitan buang air besar, gejala yang lain seperti post coital bleeding (pendarahan setelah berhubungan seks).

Pencegahan atau kampanye yang sudah dilakukan oleh pemerintah dengan program deteksi dini, upaya tersebut berupa *skrining* dan juga menggunakan program meningkatkan pengetahuan masyarakat akan kanker, pengadaan kegiatan pemberdayaan masyarakat berupa Posbindu PTM.

Akan tetapi menurut terkait kasus kanker serviks di Indonesia, Prof, Dr, dr. Adrijiono, Sp OG(k) dari data Rs Dr.Cipto Mangunkusumo Jakarta ditemukan 70% penderita kanker serviks dengan stadium lanjut (stadium >3b), dari 105 pasien, hanya 14% pasien yang mampu bertahan hidup hingga 1 tahun dan angka survivalnya rata-rata adalah 0% hal ini mencerminkan terdapat kurangnya informasi serta data yang diperlukan oleh pasien/keluarga, mulai dari pemahaman, tindakan preventif maupun pengobatan (life & style : 22 Agustus 2017). Dari data wawancara yang dilakukan penulis kepada dr. Diah Purwanti P., M.Kes, selaku ketua Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Barat mengatakan bahwa biaya vaksin kanker serviks masih tergolong mahal untuk masyarakat kalangan menengah, harga vaksin, kurang lebih sekitar Rp 1.200.000 sekali vaksinasi.

Namun perkembangan kanker serviks dipengaruhi banyak faktor antara lain disebabkan oleh kurangnya aktifitas fisik, mengkonsumsi alkohol, merokok, paparan sinar ultraviolet pada kulit, perokok pasif atau orang yang hanya sekedar menghirup asap rokok, kelebihan berat badan, adanya infeksi yang berhubungan dengan kanker serviks dan menjalankan diet tidak sehat. Menurut perkiraan ahli kanker bahwa 40% kanker dapat dicegah dengan mengurangi dan mencahupi faktor risiko penyebab terjadinya kanker tersebut menjalani pola hidup yang sehat (Bakti husada, 2015).

Menurut data Dinas kesehatan dan data wawancara menurut dr. Diah Purwanti P., M.Kes selaku ketua Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Barat pencegahan atau edukasi sejak dini sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kewaspadaan perempuan terhadap kanker servik yang menjadi penyebab kematian no 2 pada perempuan di Indonesia. Dari data yang didapat dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia tahun 2016, penduduk dengan wanita

terbanyak di Indonesia berada di Jawa Barat yaitu sebanyak 23.368.128 orang. Serta data Badan Pusat Statistik Kota Bandung tahun 2016, kelompok umur perempuan terbanyak yaitu umur 20-24 tahun sebanyak 125.767 orang dan kelompok umur terbanyak ke dua yaitu umur 15-19 tahun sebanyak 112.422 orang, dari data tersebut kelompok umur perempuan terbanyak di kota Bandung adalah remaja awal sampai remaja akhir. Oleh karena itu khalayak sasaran edukasi atau pencegahan kanker serviks ditujukan kepada perempuan remaja umur 15-25 tahun di kota Bandung Jawa Barat.

Melihat fenomena yang ada penulis tertarik untuk membuat perancangan kampanye yang bertujuan untuk memberikan *awareness* dan menginformasikan mengenai bahaya seks bebas meningkatkan risiko terinfeksi penyakit kanker serviks dengan upaya menginformasikan atau mensosialisasikan kepada wanita remaja di kota Bandung sedini mungkin dengan lebih peduli terhadap gaya hidup dan melakukan suntik vaksin HPV. Sekaligus merancang media kampanye sosial yang tepat agar mudah dimengerti oleh remaja perempuan sehingga lebih memahami maksud yang terdapat didalam informasi tersebut. Penyampaian pesan akan lebih banyak dilakukan melalui media sosial dikarenakan khalayak sasaran yang dituju adalah pengguna aktif media sosial. Dengan adanya perancangan kampanye bebas servik ini untuk mengubah opini remaja wanita terhadap kesehatan terutama tentang kanker serviks. Pentingnya kampanye ini guna mengurangi tingkat penderita dan penyebab meninggal pada wanita karena kanker serviks di kota Bandung.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ada pada latar belakang dapat disimpulkan identifikasi masalah yaitu:

1. Masih tingginya kasus kanker serviks/leher rahim salah satu penyebab kematian pada wanita di Indonesia.
2. Kurangnya kesadaran atau *awareness* masyarakat khususnya wanita remaja terhadap kanker serviks/leher rahim.

3. Bianya vaksin kanker serviks masih tergolong mahal untuk masyarakat kalangan menengah
4. Kurangnya informasi vaksin serta data yang diperlukan oleh pasien/keluarga maupun masyarakat, mulai dari pemahaman, tindakan preventif maupun pengobatan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang ada, makadapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perancangan strategi kreatif kampanye yang tepat untuk mengajak remaja wanita peduli dan mencegah kanker serviks?
2. Bagaimanakah perancangan media kampanye yang tepat untuk remaja wanita tentang pentingnya mencegah kanker serviks sedini mungkin?

1.3. Ruang Lingkup

Ruang lingkup berfungsi agar pembahasan lebih terarah. Oleh karena itu pembahasan masalah yang akasn penulis bahas dalam Tugas akhir ini adaslah sebagai berikut:

- a) Perancangan ini akan memfokuskan pada perancangan media kampanye bebas kanker serviks untuk mengajak remaja wanita peduli terhadap kanker serviks (leher rahim) di Bandung.
- b) Perancangan Tugas akhir dilakukan sejak bulan Maret hingga Agustus tahun 2018.
- c) Target visual dari perancangan media kampanye bebas kanker serviks yaitu remaja wanita umur 17-24 tahun (SMA, Mahasiswa).
- d) Karena kurang optimalnya informasi dan pengetahuan remaja wanita mengenai bahaya kanker serviks dan pencegahan kanker serviks dengan melakukan suntik vaksin HPV, sehingga diperlukan perancangan media kampanye bebas serviks yang efektif agar remaja wanita mendapatkan informasi dan lebih peduli terhadap gaya hidup dan melakukan pencegahan dengan suntik vaksin HPV.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan diadakannya perancangan kampanye bebas serviks dalam masa Tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Terancangnya strategi kreatif yang tepat untuk remaja wanita agar dapat memahami penyebab dan pencegahan kanker serviks.
2. Terancangnya media kampanye bebas kanker serviks yang mampu membuat remaja wanita memahami akan pentingnya mencegah penyakit kanker serviks sedini mungkin dengan melakukan suntik vaksin HPV.

1.5 Manfaat Perancangan

Hasil dari proses perancangan yang dilakukan oleh penulis, diharapkan dapat memberi manfaat kepada penulis, Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom, instansi terkait, dan masyarakat luas diantaranya:

1. Bagi Penulis
 - a) Dapat memenuhi salah satu syarat kelulusan sarjana pada program studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif ,Universitas Telkom.
 - b) Membantu Dinas Kesehatan dan yayasan kanker Indonesia (YKI) dalam mengkampanyekan program mereka kepada khalayak masyarakat.
2. Bagi Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom
 - a) Dapat bermanfaat bagi kalangan akademis terutama bagi yang akan melakukan penelitian sejenis.
3. Bagi Instansi terkait
 - a) Dapat membantu YKI yayasan kanker Indonesia dalam mengkampanyekan bahaya kanker serviks dan dalam menemukan alternatif rancangan kampanye yang lebih inovatif dan kreatif untuk disampaikan kepada masyarakat.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode yang digunakan

Metode yang akan digunakan dalam perancangan kampanye bebas kanker serviks ini menggunakan jenis metode kualitatif, dan wawancara mendalam untuk mengetahui lebih jauh tentang khalayk sasaran serta menggunakan sumber primer dan sumber sekunder untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan oleh penulis.

1.6.2 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Dalam proses pengumpulan data, penulis melakukan wawancara mendalam terhadap pihak yayasan kanker Indonesia (YKI). Bertujuan untuk mendapatkan informasi valid mengenai pencegahan kanker serviks.

2. Observasi

Penulis melakukan observasi terhadap remaja wanita untuk melihat tingkah laku dan kebiasaan mereka sehari-hari.

3. Studi Pustaka

Dalam mengumpulkan data penulis menggunakan referensi buku yang berhubungan dengan kampanye, kesehatan, kanker, serta buku yang berhubungan dengan teori desain komunikasi visual. Penulis menggunakan teori dari para ahli dalam buku terkait untuk mendukung perancangan kampanye ini. Penulis juga melakukan analisis jurnal mengenai penelitian terkait yang telah dilakukan sebelumnya.

1.6.3 Metode analisis

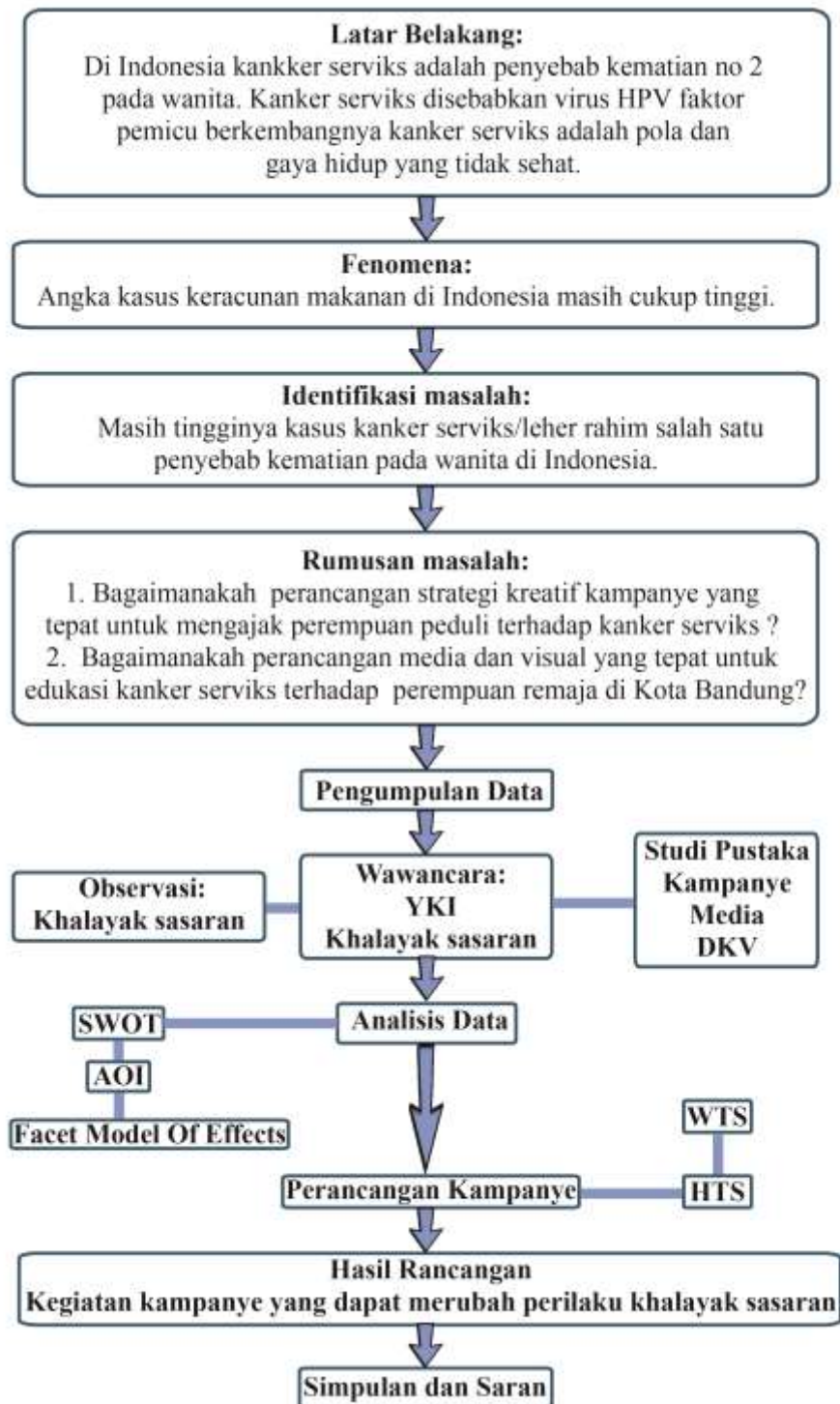
Adapun metode analisis yang penulis gunakan dalam perancangan kampanye ini adalah analisis matriks. Analisis ini berfungsi untuk membandingkan kampanye sosial lainnya mengenai pencegahan kanker serviks yang sudah ada.

Penulis juga menggunakan analisis *AOI (Activities, Opinion, Interest)* untuk mendapatkan profil psikografis dari konsumen. Analisis *AOI* merupakan beberapa pertanyaan yang dibuat untuk mengetahui beberapa aspek yang sesuai mengenai kepribadian, kepercayaan, sikap, minat, motif membeli, dan nilai-nilai konsumen (Kotler dan Armstrong, 2004: 292). Dari analisis ini dapat

mendeskripsikan konsumen dari segi perilaku mereka, sehingga dapat mengarahkan penulis dalam membuat rancangan kampanye yang sesuai dengan khalayak sasaran.

Adapun metode analisis yang digunakan untuk mencapai respon konsumen dalam perancangan kampanye ini adalah *Facet Model of Effects*. Dimana *advertising* yang efektif akan menciptakan enam respon konsumen yaitu melihat dan mendengar pesan (persepsi), merasakan sesuatu tentang *brand* (emosi atau respon afektif), memahami poin pesan (respon kognitif), mengaitkan kualitas positif dengan *brand* (asosiasi), mempercayai pesan (persuasi), bertindak sesuai dengan yang diharapkan (perilaku). Semuanya akan bekerja sama untuk menciptakan respon terhadap pesan *brand*. Efeknya bersifat holistik dan menimbulkan kesan yang disebut persepsi yang terintegrasi (Moriarty, Sandra. 2011: 133).

1.7 Kerangka Perancangan



Skema 1.1. Kerangka Perancangan
Sumber: Dokumen Penulis

1.7 Pembabakan

1. BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah yang menjabarkan gambaran umum tentang masalah yang diangkat melalui fenomena yang terjadi, menjelaskan tujuan perancangan.

2. Bab ini mengemukakan landasan teori yang relevan dengan topik pembahasan, dimana teori dijadikan landasan dalam pembahasan permasalahan dan analisis permasalahan dalam perancangan.

3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Menguraikan data-data yang telah didapatkan.

4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Bagian ini menjelaskan tentang konsep pesan (ide besar), konsep kreatif, konsep media yang akan digunakan.

5. BAB V PENUTUP

Bagian ini mengemukakan kesimpulan dari hasil perancangan.