

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gigi merupakan salah satu organ tubuh yang paling kecil tetapi gigi dapat menyebabkan banyak resiko apabila tidak dijaga dengan baik dan benar. Dampak yang terjadi pun bisa panjang maupun pendek. Dengan memiliki gigi yang indah banyak masyarakat memilih untuk menambah perawatan gigi tambahan, seperti perawatan *dental bleaching*, *veneer*, *orthodontis* dan lain-lainnya untuk kesehatan gigi maupun penunjang estetika keindahan gigi dan juga kehidupan sosial konsumen.

Warna gigi merupakan salah satu faktor penentu yang paling penting bagi kepuasan pasien (Mon dkk., 2011 dalam Fêliz – Matos dkk., 2014). Gigi yang putih dan bersih dapat berhubungan dengan gigi yang sehat dan akan memperindah senyum serta meningkatkan rasa percaya diri. Menurut Sun dkk (2011), gigi yang putih berhubungan dengan status sosial, tingkat intelektual, hubungan interpersonal, dan stabilitas psikologis seseorang (Sun dkk., 2011 dalam Fêliz – Matos dkk., 2014). Beberapa peneliti menyatakan bahwa pada umumnya pasien menginginkan gigi yang lebih putih (Mon dkk., 2011 dalam Fêliz – Matos dkk., 2014). Keinginan seseorang untuk mendapatkan gigi yang lebih putih dan senyum yang lebih cerah menyebabkan kebutuhan pelayanan gigi estetik meningkat. Salah satu bentuk pelayanan gigi estetik adalah pemutihan gigi atau *dental bleaching*. Dan saat ini perawatan *dental bleaching* pun sedang marak di dunia termasuk dikalangan masyarakat Indonesia.

Perawatan *bleaching* yang bisa kita dapatkan di dokter gigi, memang kadang harganya sedikit mahal. Oleh karena itu, banyak juga orang yang lebih memilih cara instan untuk memutihkan gigi, seperti menggunakan produk pemutih gigi ilegal bahkan sampai berani menggunakan produk pemutih gigi tanpa lisensi BPOM, halal, dan tanpa adanya nomor ber-registrasi dari Dinas Kesehatan. Padahal mereka belum mengetahui dengan jelas baik dan buruknya penggunaan produk tersebut. Dikutip dari rskgm.bandung.go.id produk pemutih gigi mengandung

bahan kimia soda kue, abu, dan peroksida hydrogen yang berbahaya bagi kesehatan gigi dan gusi. Sementara penggunaan hidrogen peroksida sebenarnya juga harus melalui uji klinis terlebih dahulu. Dokter gigi dari *British Dental Association*, Martin Fallow Field, mengatakan, “Banyak orang yang memilih menggunakan produk pemutih gigi tanpa mengetahui kandungannya. Karena kandungannya yang sangat berbahaya bisa merusak enamel gigi dan merusak jaringan gusi. Bila digunakan dalam waktu lama akan berakibat fatal”. Selain itu produk pemutih gigi juga mempunyai efek samping lain, seperti membuat kita merasakan rasa terbakar pada jaringan lunak dan membuat gigi jadi lebih *sensitive*. Bahkan telah ditemukan kasus mengerikan seorang pemuda Jake Barrett, 22, dari Rushton, Northamptonshire, yang dikutip dari Merdeka.com mengalami bolong dibagian lehernya setelah memakai sebuah produk pemutih gigi ilegal.

Masyarakat selalu mengira warna gigi seharusnya putih berkilau, padahal tidak. Seperti dilansir dari dent.info.md, warna gigi tidak selalu putih tergantung individu masing-masing. Dilansir dari *Live Science*, banyak alasan penyebab gigi berwarna kuning. Bahkan dengan berubahnya warna gigi, banyak diantara kita yang enggan untuk tersenyum karena indikator gigi yang bersih, sehat, dan cantik adalah gigi yang putih. (Mon dkk., 2011 dalam FELiz – Matos dkk., 2014).

Bleaching merupakan suatu prosedur memutihkan gigi dengan menggunakan bahan kimia, tujuannya untuk mengembalikan faktor estetika dan mendapatkan warna gigi kembali cerah. Namun metode ini tidak bisa sembarangan. Dikutip dari rskgm.bandung.go.id banyak ditemukan produk pemutih gigi mengandung bahan kimia soda kue, abu, dan peroksida hydrogen yang berbahaya bagi kesehatan gigi, gusi dan jaringan mulut lainnya. Berdasarkan keterangan dari Dinas Kesehatan Kota Bandung, sampai saat ini belum ada penyuluhan, edukasi, maupun kampanye yang dilakukan oleh dinas kesehatan terkait masalah waspada bahayanya penggunaan *dental bleaching* ilegal.

Dari fenomena tersebut, penulis mengangkat tema waspada bahayanya penggunaan *dental bleaching* ilegal untuk menyelesaikan tugas akhir. Oleh karena itu, penulis berkesimpulan bahwa pembuatan kampanye yang kreatif, edukatif, dan efektif, perlu dirancang dan dibuat untuk mengedukasi masyarakat akan pentingnya

memilah dan memahami produk-produk dental bleaching yang akan digunakan, serta mengajak masyarakat untuk melakukan perawatan gigi dengan baik dan benar sesuai dengan prosedur kesehatan. Dalam penelitian ini, penulis akan merancang kampanye dengan prinsip dan ilmu Advertising dan Desain Komunikasi Visual (DKV). Pada bab-bab selanjutnya, penulis akan mengurai masalah-masalah dan merancang solusi berdasarkan kaidah ilmu DKV – Advertising.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah:

1. 24,6% responden di bawah 25 tahun masih berpendapat bahwa gigi putih lebih penting daripada bahagia (survei ZAP Beauty Index 2018). Banyak masyarakat yang kurang sadar terhadap masalah kesehatan mulutnya dan lebih mengunggulkan penampilan, trend, fashion, dan kecantikannya dibanding kesehatannya sehingga mereka lebih memilih untuk menggunakan produk ilegal secara sembarangan tanpa melihat dulu efek samping dari produk tersebut apalagi dengan iming-iming murah.
2. Kurangnya informasi tentang akibat yang akan timbul dari penggunaan produk dental bleaching ilegal secara sembarangan yang dapat menimbulkan infeksi silang dan akan menimbulkan dampak yang fatal bagi kesehatan gigi dan mulutnya.
3. Jumlah pasien di Rumah Sakit Khusus Gigi dan Mulut (RSKGM) Kota Bandung terus meningkat dari tahun ke tahun. Saat ini setiap harinya rata-rata 300 pasien datang. (Kepala Seksi Keperawatan RSKGM Kota Bandung Rida Fatryarusida 2016).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perancangan strategi kampanye kreatif yang tepat untuk menginformasikan bahayanya penggunaan *dental bleaching* ilegal secara sembarangan bagi kesehatan?
2. Bagaimanakah perancangan media visual yang tepat sehingga pesan dapat tersampaikan kepada target audience?

1.4 Ruang Lingkup

Berdasarkan ruang lingkup diatas, batasan yang dikerjakan dalam penelitian ini yaitu merancang iklan kampanye kesehatan yang bertujuan untuk meningkatkan *awareness* terhadap kesehatan diri sendiri, gigi dan mulutnya. Target audience utama adalah masyarakat dengan umur 17-25 tahun karena umur kalangan remaja menuju dewasa tersebut adalah masa dimana menganggap bahwa estetika keindahan gigi adalah penunjang dalam kecantikan diri. Kampanye ini akan dipublikasikan di Kota Bandung karena semakin tingginya masyarakat yang menerima perawatan medis pada gigi (Risesdas, 2007- 2013). Kampanye ini dibuat untuk masyarakat yang tertarik tidak hanya dengan harga murah tetapi dapat merusak rongga mulut.

Fenomena ini sudah kita lihat pada lingkungan sekitar maka dibuatlah perancangan kampanye ini agar dapat mengatasi kegelisahan untuk mencegah penggunaan produk *dental bleaching* ilegal secara sembarangan. Perancangan kampanye ini bertujuan untuk menyelesaikan tugas akhir penulis. Oleh karena itu perancangan akan dimulai dari bulan Januari 2020 hingga Juni 2020.

Berdasarkan fenomena yang terdapat di latar belakang, maka solusi untuk fenomena tersebut adalah dengan diadakannya sebuah perancangan kampanye kreatif yang bertujuan untuk membuat target audience lebih mengetahui bahayanya dan menambah informasi serta mengurangi jumlah pasien yang mengalami kerusakan gigi. Dan tidak hanya itu, diperlukan sebuah perancangan media yang tepat untuk target audience sehingga pesan dapat tersampaikan. Kampanye ini dilakukan di kota Bandung yang mana Dinas Kesehatan Kota Bandung belum pernah melakukan kampanye tentang bahayanya *dental bleaching* ilegal.

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam perancangan kampanye yang dilakukan, penulis berharap agar tujuan dari diadakannya kegiatan kampanye ini dapat tercapai, yakni:

1. Terancangnya strategi kreatif rancangan kampanye bahaya *dental bleaching* ilegal bagi kesehatan gigi dan mulut yang kreatif, edukatif dan efektif.
2. Terancangnya media dan visual yang menarik untuk mengajak target audience agar waspada terhadap *dental bleaching* ilegal bagi kesehatan gigi dan mulut.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan dikemukakannya tujuan penelitian diatas, maka didapatkan beberapa manfaat melalui perancangan penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Akademis

Memperkuat wawasan pengetahuan dibidang keilmuan desain komunikasi visual dalam membuat perancangan iklan kesehatan dengan strategi kreatif, juga menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual kedalam sebuah perancangan kampanye. Dan juga dapat bermanfaat bagi penulis yang akan membuat penelitian sejenis.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat yang belum mengetahui bahayanya penggunaan produk *dental bleaching* ilegal dapat mengetahuinya melalui media iklan yang disampaikan, lalu dapat menerapkan kampanye ini di dalam kehidupan sehari-hari. Dan juga dapat merubah perilaku masyarakat luas khususnya remaja dan dewasa, juga menambah wawasan dari bahayanya penggunaan produk *dental bleaching* secara sembarangan.

3. Bagi Penulis

Dapat menerapkan pengetahuan serta keilmuan yang didapat selama perkuliahan dalam pengerjaan proses perancangan iklan layanan masyarakat dan juga menambahkan wawasan mengenai pentingnya mencegah penggunaan produk *dental bleaching* secara sembarangan.

1.7 Metode Penelitian

Dalam menyusun penelitian, penulis menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif menurut Creswel (2008) dalam buku *Metode Penelitian Kualitatif*, suatu penelusuran atau pendekatan yang digunakan untuk meneliti serta memahami gejala yang terjadi. (Semiawan, 2010:7).

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Penulis melakukan observasi atau terjun secara langsung dengan cara mengunjungi kantor dinas kesehatan, dokter gigi spesialis konservasi, dan juga penjual produk dental bleaching ilegal yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang benar mengenai angka pemakai produk tersebut dan jumlah yang mengalami kerusakan. Serta mengamati secara langsung cara penggunaan produk tersebut dan kondisi yang terjadi di tempat.

2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada narasumber yang merupakan anggota dinas kesehatan, dokter spesialis konservasi dan penjual produk *dental bleaching* ilegal tersebut, serta penulis juga melakukan wawancara kepada target audience. Wawancara dilakukan guna mendapatkan data yang lebih akurat.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berupa foto, video serta rekaman audio untuk meninjau ulang hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan. Hasil dokumentasi tersebut yang penulis gunakan guna memperkuat data-data yang telah ada.

4. Kuisioner / Angket

Penyebaran kuisioner / angket kepada target audience yaitu remaja menuju dewasa Bandung dengan usia 17-25 tahun, untuk mengetahui seberapa banyak target audience yang mengetahui tentang bahayanya penggunaan produk *dental bleaching* ilegal bagi kesehatan serta

informasi dan tingkat kepedulian seputar kecantikan dan kesehatan gigi dan mulut.

5. Studi Pustaka

Pengumpulan data dilakukan dengan mengambil data-data yang diperlukan melalui literatur terkait sebagai referensi. Berupa buku, jurnal, makalah, artikel dan internet. Dalam mengumpulkan data penulis menggunakan teori-teori yang terdapat di dalam buku. Teori tersebut menjadi penunjang kegiatan peneliti selama melakukan penulisan. Buku yang digunakan adalah buku Desain Komunikasi Visual.

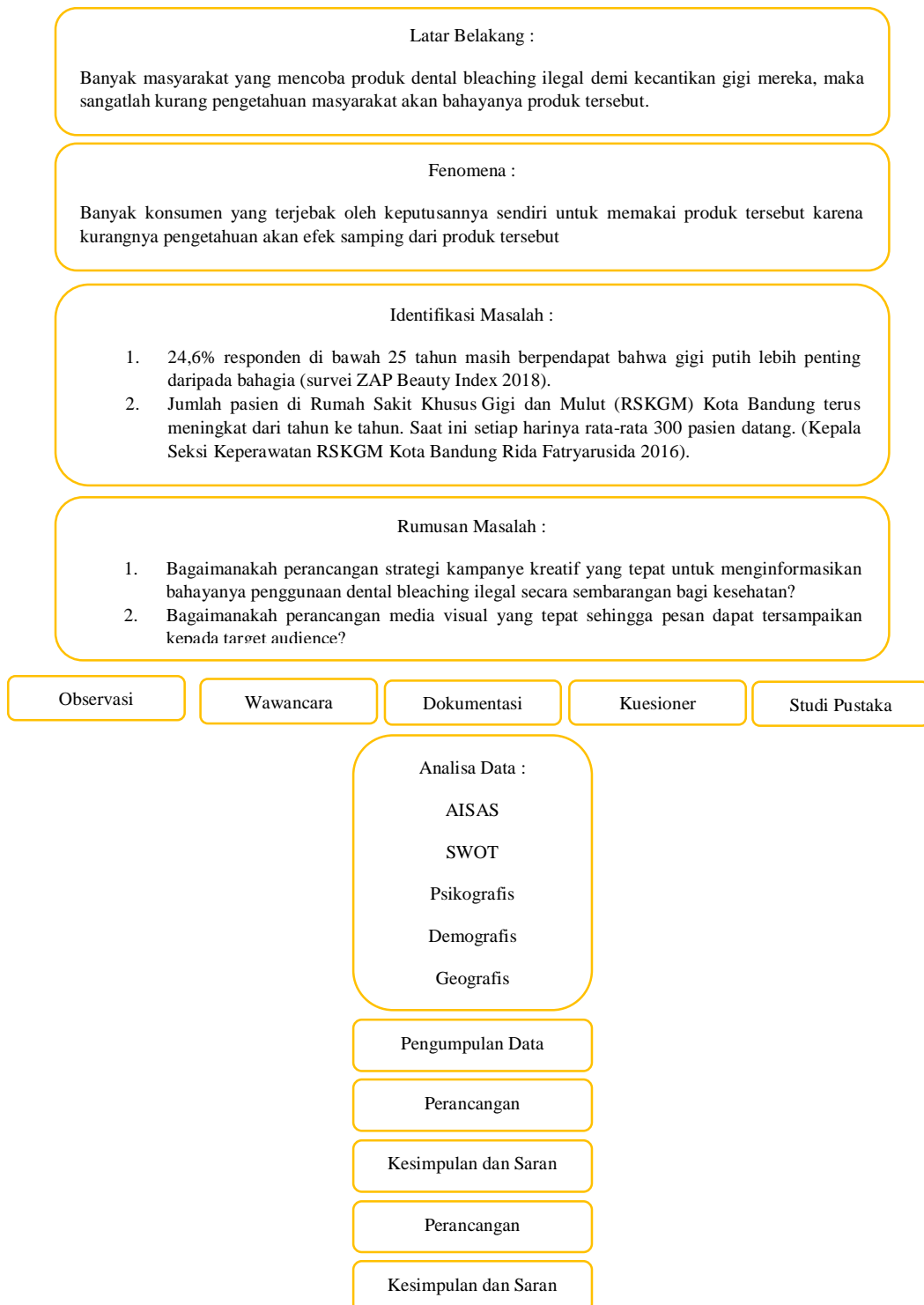
1.7.2 Metode Analisis

Dalam menganalisis hasil data yang sudah didapat, penulis menggunakan teori AISAS untuk melihat bagaimana respon konsumen dalam perancangan ini. 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.

1.8 Kerangka Perancangan

Kerangka berfikir merupakan alur dari proses penelitian perancangan dalam membuat strategi media iklan serta informasi bahayanya penggunaan produk dental bleaching ilegal secara sembarangan. Berikut ini merupakan gambaran kerangka berfikir :



1.9 Pembabakan

Dalam penulisan penelitian Tugas Akhir ini diperlukan suatu susunan yang baik guna pembahasan hasil laporan dapat terstruktur, terarah, dan mudah dimengerti. Maka penulisan menyusun sistematika penulisan sebagian berikut:

a. Bab I. Pendahuluan

Merupakan pendahuluan yang mengkaji uraian latar belakang perancangan secara jelas dan rinci mengenai masalah yang dihadapi serta pemecahan masalahnya.

b. Bab II. Dasar Pemikiran

Berisi tentang teori dan data relevan yang telah didapat untuk dijadikan sebagai acuan atau landasan dalam menguraikan permasalahan. Landasan tersebut berupa teori dan pembahasan teori komunikasi, pemasaran, promosi, periklanan, Desain Komunikasi Visual dan konsumen.

c. Bab III. Data dan Analisis Masalah

Menguraikan data hasil penelitian yang telah dilakukan mulai dari observasi, wawancara, dokumentasi, kuisioner dan studi pustaka, kemudian dianalisis melalui teori yang berkaitan.

d. Bab IV. Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan proses pembuatan rancangan strategi iklan masyarakat melalui konsep kreatif, konsep komunikasi, konsep visual, serta konsep media kampanye iklan yang digunakan dalam penelitian ini. Serta pengaplikasian unsur dan prinsip desain sesuai teori yang sudah dijelaskan.

e. Bab V. Penutup

Berisikan kesimpulan serta saran, dari hasil penulisan penelitian ini.