

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Anak-anak memiliki sistem imun dan kekebalan tubuh yang cenderung masih lemah dibandingkan orang dewasa. Kondisi tersebut menyebabkan anak-anak lebih rentan terkena penyakit jika tubuh dan asupan gizinya tidak benar-benar diperhatikan. Salah satu masalah kesehatan yang cukup sering dijumpai pada usia anak yaitu alergi. Alergi merupakan suatu kondisi di mana tubuh mengalami perubahan reaksi atau melakukan pertahanan tubuh terhadap suatu benda atau zat tertentu yang ada di lingkungan sehari-hari (Siskaningrum, 2011:11). World Allergy Organization (WAO) mengemukakan bahwa 30-40% penduduk dunia menderita alergi dan terus meningkat setiap tahun. Dikutip dari Kompasiana, bahwa peneliti memprediksi di Indonesia, penambahan jumlah kasus alergi sampai pada angka 30%, walaupun belum ada rincian data prevalensi maupun penyebabnya.

Alergi menjadi masalah kesehatan pada anak yang perlu diperhatikan khususnya untuk para ibu agar dapat melakukan pencegahan karena tingkat prevalensi alergi pada anak-anak lebih besar dibandingkan pada orang dewasa. WAO menyatakan bahwa prevalensi alergi pada anak yaitu 4-6%, sedangkan pada orang dewasa berada di angka 1-3%. Selain faktor genetik, beberapa faktor yang menjadi penyebab anak menderita alergi yaitu kelahiran *caesar* pada anak, penggunaan antibiotik saat persalinan, dan terpapar asap rokok serta polusi udara lainnya (JawaPos, 2017).

Alergi dapat dikategorikan macamnya berdasarkan apa zat penyebab alergi tersebut. Salah satu alergi yang sering dijumpai yaitu alergi makanan. Alergi makanan merupakan gangguan kesehatan yang muncul dari pengaruh respon imun spesifik terhadap makanan (Kam dan Raveinal, 2018:144). Zat pemicu alergi makanan pada setiap anak tentunya berbeda, tergantung anak tersebut alergi terhadap apa. Maka dari itu, perlu diagnosa tepat untuk mengetahui pencetus alerginya. Tingkat prevalensi alergi makanan pada anak lebih tinggi dibanding orang dewasa. “Alergi makanan terjadi pada 1-2 % pasien dewasa dan kurang lebih 8 % pada pasien anak-anak berusia kurang dari 6 tahun” (Suryantoko dan Pawarti, 2012: 170). Berdasarkan riset dari *Food Allergy Research And Education*, 1

dari 13 anak pasti memiliki alergi yang dapat dipicu oleh makanan dan 40% di antaranya bahkan dapat mengalami alergi yang sangat parah dan dapat mengancam nyawanya (Nida, n.d.).

Nutriclub mengemukakan bahwa anak yang memiliki alergi terhadap makanan akan lebih berisiko mengalami gangguan nutrisi (malnutrisi) atau tumbuh kembang dibandingkan dengan anak yang tidak memiliki riwayat alergi makanan. Hal tersebut menandakan bahwa anak yang memiliki alergi makanan berisiko mengalami malnutrisi jika alerginya tidak dikendalikan dengan nutrisi yang tepat. Jika anak mengalami malnutrisi, maka akan berdampak pada menurunnya kualitas diri anak. Maka dari itu, ibu-ibu yang memiliki anak khususnya pada usia balita perlu melakukan upaya pencegahan alergi pada anak-anak mereka agar tidak menghambat tumbuh kembangnya dan menghindari terjadinya malnutrisi pada anak. Orang tua perlu mengetahui tentang pemahaman, pencegahan, penanganan atau solusi untuk masalah alergi pada anak (Indopos, 2019). Kurangnya pengetahuan ibu mengenai alergi dapat berisiko pada keseimbangan nutrisi dan tumbuh kembang anak yang akan berdampak pada kualitas hidupnya. Untuk itu, para ibu memiliki peran besar dalam masalah kesehatan ini.

Pencegahan dan penanganan yang tepat oleh para ibu diperlukan untuk mengatasi alergi pada anak. Dimulai dengan yang paling mendasar, yaitu mengenali alerginya itu sendiri di mana para ibu perlu memahami apa itu alergi, bagaimana gejalanya, dan apa penyebabnya. Jika anak mereka mengalami gejala-gejala alergi, konsultasikan pada dokter ahli gejala alergi tersebut sehingga dapat mendiagnosa secara tepat apa zat pencetus atau penyebab alergi tersebut muncul. Setelah mengetahui apa yang menjadi penyebab alergi pada anak, maka ibu harus mengendalikan gejala alerginya dengan nutrisi yang tepat.

Cara-cara tersebut dikenal dengan metode 3K (Kenali, Konsultasikan, Kendalikan) yang dibuat oleh Nutricia Sarihusada dalam kampanyenya yaitu Bunda Tanggap Alergi dengan 3K. Gerakan kampanye ini telah dilaksanakan selama tiga tahun berturut turut mulai dari 2016 sampai 2019 pada Hari Alergi Sedunia (2-8 April). Kampanye ini berupa *Fun Walk* yang diadakan di *Car Free Day* yang ada di Jakarta dan Surabaya serta mengadakan penyuluhan tentang alergi di rumah sakit-rumah sakit di 10 kota besar di Indonesia.

Berdasarkan Data Nasional Riset Kesehatan Dasar, prevalensi rhinitis alergi di Indonesia yaitu 24,3% dengan peringkat daerah Jawa Barat yaitu 36,2% berada di bawah DKI Jakarta yaitu 37,7%. Nutricia Sarihusada belum pernah mengadakan kampanye terpusat (*Fun Walk*) di Kota Bandung (Ibu Kota Jawa Barat), tetapi pernah mengadakan seminar mengenai alergi anak di salah satu rumah sakit di Bandung, sayangnya masih banyak para ibu yang belum mengetahui adanya edukasi/seminar tersebut. Selain itu, berdasarkan keterangan dari Dinas Kesehatan Kota Bandung, sampai saat ini belum ada penyuluhan, edukasi, maupun kampanye yang dilakukan oleh dinas kesehatan terkait masalah alergi anak. Prawirahartono dalam Munasir Z, et al. menyatakan bahwa para ibu masih ada yang salah persepsi mengenai alergi makanan, yaitu dari 114 ibu, 48,2% di antaranya percaya bahwa alergi makanan tidak dapat diwariskan, 54,3% percaya bahwa ASI dapat menyebabkan eksim atopik, hingga 46,5% percaya bahwa alergi makanan tidak berhubungan dengan gejala pernapasan. Hal tersebut membuktikan bahwa ibu-ibu perlu edukasi dan pengetahuan lebih jauh tentang alergi pada anak.

Dari fenomena tersebut, penulis mengangkat tema pencegahan alergi pada anak untuk menyelesaikan tugas akhir. Mengkomunikasikan hal-hal yang berkaitan dengan alergi pada anak karena alergi merupakan topik yang perlu diedukasikan secara rutin pada orang tua, bahwa alergi itu bisa diatasi dan dicegah. Penulis mengangkat metode 3K (Kenali, Konsultasikan, Kendalikan) dari Nutricia Sarihusada yang dapat membantu mengatasi masalah alergi pada anak dan upaya orang tua dalam pencegahan kekambuhan alergi pada anak. Pada penelitian ini, penulis berasumsi untuk membuat sebuah kampanye dengan menggunakan media sosial sebagai media utama dan media konvensional sebagai media pendukungnya. Kampanye ini diharapkan dapat menyadarkan para ibu khususnya yang memiliki anak balita dan berdomisili di Kota Bandung bahwa alergi bukan masalah kecil yang bisa diabaikan serta diharapkan juga para ibu dapat melakukan pencegahan kekambuhan alergi pada anak sehingga anak dapat tumbuh sehat dengan gizi seimbang dan mencapai kualitas terbaik dirinya.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

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

1. Alergi makanan terjadi pada 1-2% pasien dewasa dan kurang lebih 8% pada pasien anak-anak berusia kurang dari 6 tahun.
2. Anak yang mengalami alergi makanan lebih berisiko mengalami gangguan tumbuh kembang dan nutrisi (malnutrisi) dibandingkan anak yang tidak mengalami alergi makanan.
3. Kurangnya pemahaman ibu tentang alergi dapat menyebabkan malnutrisi pada anak.
4. Edukasi dan seminar alergi yang dilakukan Nutricia Sarihusada di salah satu rumah sakit di Bandung masih kurang efektif karena masih banyak ibu yang tidak mengetahui adanya seminar tersebut.
5. Belum pernah dilakukan kegiatan kampanye selain seminar tentang alergi di Kota Bandung.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang didapat pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi kreatif kampanye yang tepat untuk memberi pemahaman mengenai alergi kepada para ibu berusia dewasa awal agar dapat melakukan pencegahan alergi pada anak?
2. Bagaimana perancangan media visual kampanye yang tepat untuk kampanye pencegahan alergi pada anak di Kota Bandung?

## **1.4 Ruang Lingkup**

Agar penelitian ini terarah dan pembahasan tidak meluas, penulis menggunakan ruang lingkup yang membatasi penelitian ini. Penulis akan merancang kampanye kesehatan pemahaman dan pencegahan alergi pada anak yang ditujukan untuk para ibu di Kota Bandung.

Kegiatan perancangan kampanye ini menyasar pada ibu-ibu pada usia dewasa awal yaitu 25-35 tahun yang memiliki anak balita, tinggal di perkotaan, yaitu Kota Bandung. Orang tua yang berada pada usia dewasa awal memiliki pengalaman mendidik dan mengasuh anak yang lebih sedikit, kematangan dalam berpikir dan mengambil keputusan juga lebih rendah, sehingga orang tua memiliki

peran yang kurang baik. (Rinawarti, 2017). Oleh karena itu, diperlukan edukasi kepada para ibu berusia dewasa awal tersebut dalam hal penanganan dan pencegahan alergi pada anak.

Kampanye ini akan dipublikasikan di Kota Bandung, karena sebagai ibu kota dari Jawa Barat yang memiliki tingkat prevalensi alergi di bawah DKI Jakarta sebagai peringkat daerah tertinggi prevalensi alergi di Indonesia. Selain itu, gaya hidup modern sudah melekat di wilayah perkotaan sehingga pengendalian terhadap makanan anak pun akan semakin berkurang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka solusi untuk fenomena tersebut yaitu dengan merancang sebuah kampanye kreatif yang sesuai dengan target audiens yang dituju. Kampanye kreatif ini akan didukung dengan merancang media kreatif dan interaktif yang tepat untuk para ibu di Kota Bandung agar pesan dapat tersampaikan dengan baik.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini berdasarkan masalah yang telah dirumuskan di atas adalah:

1. Terancangnya strategi kreatif yang tepat untuk para ibu berusia dewasa awal agar dapat mengetahui pemahaman tentang alergi sehingga dapat melakukan pencegahan alergi pada anak.
2. Terancangnya konsep media visual yang akan diimplementasikan menjadi media kreatif dan komunikatif untuk para ibu berusia dewasa awal di Kota Bandung sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

1. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi para ibu khususnya yang berusia dewasa awal di Kota Bandung tentang bahaya dan risiko dari alergi pada anak dan dapat mengetahui bahwa bahwa alergi itu bisa diatasi dan dicegah.
2. Dapat menerapkan ilmu desain komunikasi visual ke dalam ruang lingkup masalah kesehatan alergi sehingga dapat memberikan manfaat dan dampak positif bagi bidang keilmuan tersebut.
3. Dapat membantu Dinas Kesehatan Kota Bandung dan lembaga terkait dalam memberikan penyuluhan dan edukasi mengenai masalah kesehatan

alergi dalam bentuk rancangan kampanye yang kreatif untuk disampaikan kepada para ibu muda di Kota Bandung.

## **1.7 Metodologi Penelitian dan Metode Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, yang bertujuan agar dapat memahami dan memaknai apa yang dialami oleh target audiens sehingga dapat menjawab masalah yang telah dirumuskan. Seperti yang dikemukakan oleh Moleong (2005), bahwa penelitian kualitatif yaitu penelitian untuk memahami mengenai apa yang dialami oleh target audiens (subjek penelitian), seperti misalnya perilaku, motivasi, tindakan, persepsi, dll secara keseluruhan dengan cara deskripsi berbentuk kata-kata dan bahasa, serta menggunakan berbagai metode alamiah.

### **1.7.1 Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

#### **1. Observasi**

Penulis melakukan observasi, yaitu mengumpulkan data secara langsung di lapangan. Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan dan penginderaan (Bungin, 2017). Penulis melakukan observasi di Kota Bandung tepatnya di daerah Garuda, Kecamatan Tundung Sari.

#### **2. Wawancara**

Kahija (Rokhmah dkk., 2019:32) mengemukakan bahwa wawancara merupakan sebuah metode yang dilakukan dengan cara satu orang bertanya (menanyakan pertanyaan) kepada orang lain untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Wawancara dapat dilakukan dengan berhadapan langsung, melalui layar, ataupun melalui telepon. Penulis melakukan wawancara untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta berdiskusi terkait masalah kesehatan alergi itu sendiri. Penulis melakukan wawancara kepada dokter yang mengetahui lebih mendalam tentang masalah kesehatan khususnya alergi dan ibu yang memiliki anak balita.

### 3. Studi Pustaka

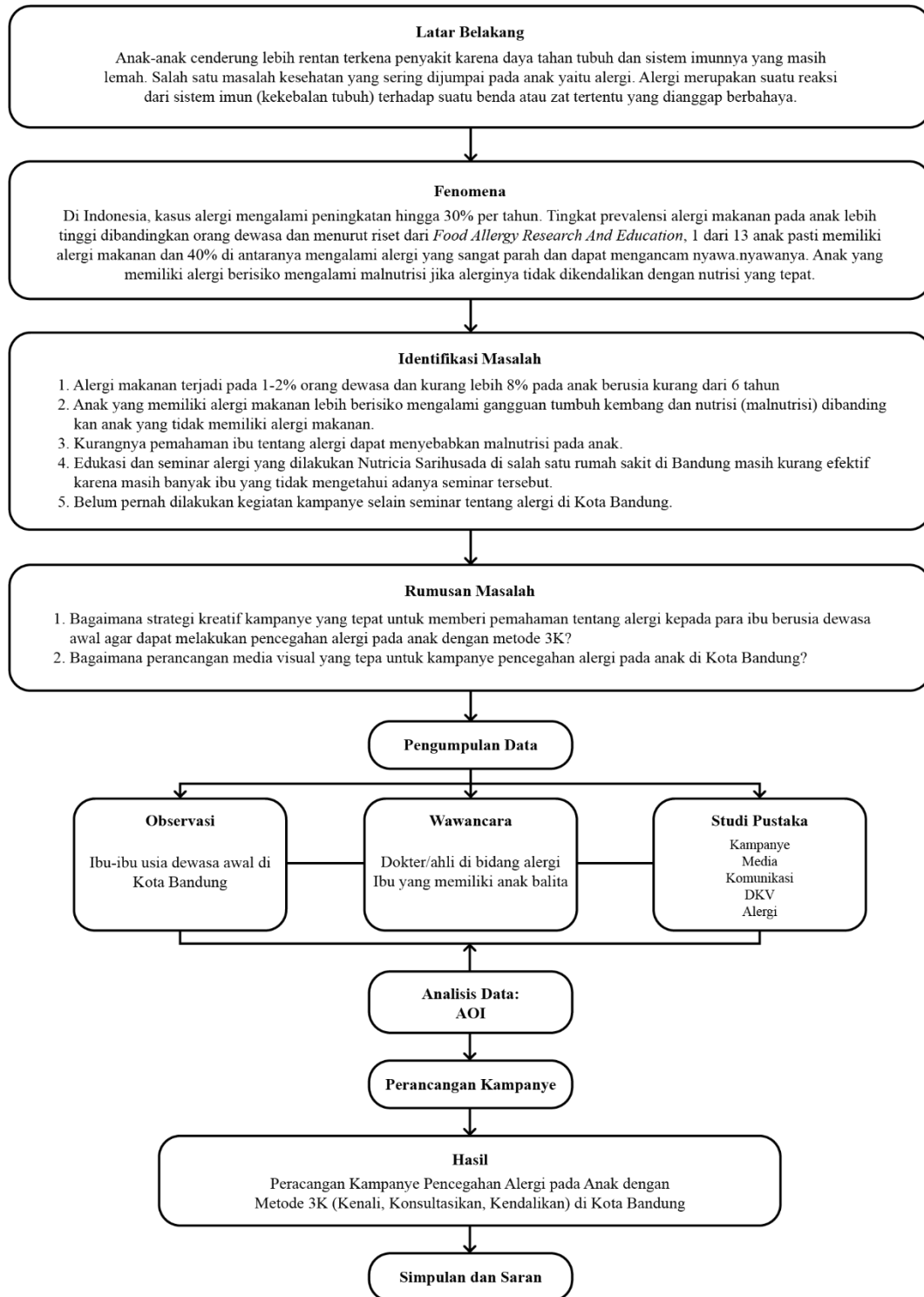
Studi pustaka dilakukan untuk memberikan penggambaran yang lebih jelas dengan cara mempelajari buku, jurnal, laporan sejenis, ataupun referensi lainnya untuk menyelesaikan laporan penelitian ini dengan baik.

#### 1.7.2 Metode AOI (*Activity, Opinion, Interest*)

Untuk mendapatkan strategi kampanye yang baik dan tepat, penulis melakukan metode analisis AOI (*activity, opinion, interest*). Basu Swastha (2010:4.23) mengemukakan bahwa “Gaya hidup adalah modus hidup, seperti yang ditunjukkan oleh aktivitas, minat, dan pendapat seseorang.” Dengan begitu, metode analisis ini dapat membantu penulis dalam mendalami dan memahami karakter serta perilaku dari target audiens karena aktivitas, opini, dan minat dapat mencerminkan bagaimana gaya hidup seseorang. AOI dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. **Activity**, yaitu aktivitas. Di sini aktivitas berfungsi untuk mengidentifikasi aktivitas apa saja yang dilakukan oleh target audiens, bagaimana mereka menghabiskan waktu, dan kebiasaan yang sehari-hari dilakukan.
2. **Opinion**, atau opini merupakan pendapat yang berasal langsung dari pikiran target audiens, khususnya dalam menanggapi masalah kesehatan dan juga pentingnya penerapan pola hidup sehat dalam kegiatan sehari-hari.
3. **Interest**, atau ketertarikan merupakan minat target audiens dalam mengambil sebuah keputusan. Apa yang disukai, ketertarikan terhadap apa yang dimiliki oleh target audiens.

## 1.8 Kerangka Penelitian



**Skema 1. 1 Kerangka Penelitian**  
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis



## **1.9 Pembabakan**

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini, dijelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan metode pengumpulan data, kerangka penelitian, dan pembabakan laporan penelitian.

### **2. BAB II DASAR PEMIKIRAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai dasar teori yang relevan sebagai pijakan untuk membuat laporan penelitian, kerangka teori, serta asumsi. Teori-teori tersebut di antaranya yaitu teori Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik oleh Venus (2018), teori media dalam Komunikasi dan Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial oleh Priansa (2017), dan teori Desain Komunikasi Visual oleh Wibowo (2015).

### **3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH**

Pada bab ini akan diuraikan hasil pencarian data terkait penelitian dari berbagai sumber dan analisis masalah dari kampanye ini secara terstruktur dan siap diuraikan. Data yang diambil merupakan hasil wawancara dari narasumber dan observasi. Lalu menguraikan hasil analisis yaitu dengan metode AOI.

### **4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERACANGAN**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai konsep dan visual dari kampanye yang dilakukan serta bagaimana strategi kreatif dan perancangannya dari awal hingga akhir eksekusi kampanye.

### **5. BAB V PENUTUP**

Berupa simpulan akhir mengenai hasil dari laporan penelitian dan saran yang berkaitan dengan penulisan laporan penelitian.