

## PERANCANGAN PROMOSI MEMAKSIMALKAN 7 PESAN SIKEREI DENGAN IMPLEMENTASI CSR LIFEBOUY

### PROMOTION DESIGN MAXIMIZES 7 SIKEREI MESSAGES WITH THE IMPLEMENTATION OF CSR LIFEBOUY

Yonatan peter<sup>1</sup>, Sri Maharani Budi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl, komunikasi No. 1  
Bandung

Email: [1yonatanpeter@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:1yonatanpeter@student.telkomuniversity.ac.id), [2maharanibudi@telkomuniversity.ac.id](mailto:2maharanibudi@telkomuniversity.ac.id)

---

#### Abstrak

Perilaku hidup sehat dan bersih adalah upaya menerapkan suatu pola kebiasaan dalam menciptakan hidup yang sehat serta menghindari pola perilaku buruk yang dapat menimbulkan penyakit. remaja merupakan salah satu aset perubah yang dimana dapat mempersuasi masyarakat mentawai agar menjadi masyarakat yang memiliki derajat kesehatan yang baik. Dalam pelaksanaannya masyarakat harus memahami akan pentingnya pola hidup sehat, dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari yang pada dasarnya terangkum dalam sebuah metode yang dibuat oleh dinas kesehatan yaitu 7 Pesan Sikerei.

Pada penelitian ini akan dilakukan sesuatu guna memaksimalkan 7 pesan sikerei melalui sebuah event dengan dibantu oleh beberapa media diantaranya, media utama dan pendukung. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memaksimalkan sebuah metode kesehatan yang disesuaikan dengan kebiasaan masyarakat. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif.

Dari hasil analisis yang dilakukan dalam mengupas permasalahan, penulis membuat sebuah *event* yang dibantu dengan media *planning* yaitu AISAS dalam penyampaian pesan ke target audiens seperti poster dan beberapa media cetak lainnya termasuk juga media sosial yang menjadi media remaja saat ini seperti *Instagram* dan *twitter*.

Kata kunci : Sikerei, Mentawai, Event, Kesehatan.

---

#### Abstract

*A healthy lifestyle is every effort to apply good habits in creating a healthy life and avoid bad habits that can interfere with health. Young is one of the agents or assets of the shifter that is expected to change the community of Mentawai society has a degree of good health. In order to improve the health of the community. should know about healthy lifestyles which, among other behaviors not smoking, healthy eating and balanced diet, and regular physical activity that is basically summed up in a method that was created by the department of health 7 Message Sikerei.*

*This research will be done something in order to maximize 7 book sikerei through an event, assisted by several media including, media main and supporting. The purpose of this study is to maximize a health method that is adapted to the habits of the people. The method used in this research is qualitative method in the peeling problems that exist in this research.*

*From the results of the analysis carried out in the peeling problem, the authors create an event-assisted with media planning, namely the AISAS in the delivery of messages to the target audience such as posters and some other print media including social media being the media today's teens as Instagram and twitter.*

*Keywords : Sikerei, Mentawai, Event, Health.*

---

## 1. Pendahuluan

Dibandingkan dengan beberapa dekade sebelumnya, angka kesehatan masyarakat Kab. Kepulauan Mentawai memang mulai meningkat tetapi masih cukup rendah. Dinas Kesehatan sebagai *leader* di bidang kesehatan telah melaksanakan berbagai usaha dalam meningkatkan angka kesehatan melalui Usaha Preventif, Promotif, Kuratif dan Rehabilitatif. Secara konkrit telah dilakukan pemenuhan tenaga kesehatan berbasis dusun, ketersediaan fasilitas kesehatan, dan peningkatan keterampilan petugas serta penguatan gerakan masyarakat di bidang kesehatan (Dinas Kesehatan Mentawai, 2018).

Upaya pemerintah terus dilakukan untuk penanganan kasus-kasus tersebut melalui Penguatan Gerakan Masyarakat yaitu Gerakan Berantas Kembali Malaria (Gebrak Malaria), Gerakan Sayang Ibu (GSI), Gerakan Stop Buang Air Besar Sembarangan (Gerakan Stop BABS), Gerakan Ayo Sehat di Sekolah (Geray Sehat di Sekolah), Gerakan masyarakat untuk Pencapaian Keluarga Sadar Gizi (Kadarzi), Gerakan Pemanfaatan Lahan Pekarangan dan Tanaman Obat Keluarga (Gerakan Pakar TOGA), Gerakan Terpadu Pemberantasan TBC (Gardu Berantas TB). Eliminasi Filariasis telah dilakukan melalui pengobatan massal tahun 2004-2009 dan dilanjutkan 2 tahun lagi (2016-2017) (Dinas Kesehatan Mentawai, 2018).

Dinas Kesehatan berupaya untuk menimbulkan kesadaran, kemauan dan kemampuan hidup sehat masyarakat, sebagai investasi bagi pembangunan sumberdaya masyarakat. Dalam usaha untuk mencapai hal tersebut adalah meyakinkan dan membuat masyarakat peduli dan sadar akan pentingnya pola hidup sehat. Dalam usaha penguatan gerakan masyarakat perlu dilakukan kegiatan berbasis budaya dan kearifan lokal. Pada masa lalu, sebelum pengobatan modern masuk ke pelosok desa, Masyarakat di Kabupaten Kepulauan Mentawai mencari alternatif pengobatan kepada *Sikerei*.

*Sikerei* sebagai orang yang mempunyai kelebihan khusus. Dalam masyarakat Mentawai, sebutan *sikerei* dapat diartikan sebagai orang yang matang di segala aspek kehidupan. Posisi *sikerei* dihormati dan dihargai karena *sikerei* merupakan prosesi terpuncak di dalam kehidupan adat dan budaya sehingga tertanam dalam diri mereka, kedewasaan berpikir, kearifan dalam tradisi dan adat (Mahmuda Nur, 2019). Peranan *Sikerei* sangat penting keberadaannya terutama dalam melakukan pengobatan orang sakit dengan menggunakan tumbuhan-tumbuhan yang dinilai dapat memberikan kesembuhan. Selain itu *sikerei* juga berperan dalam memimpin ritual seperti rumah baru, sampan baru, lading, kelahiran, kematian dan kematian. Untuk itu kita mencoba memanfaatkan *Sikerei* yang akan dijadikan makna semiotika (Simbolik) dengan menyampaikan pesan kesehatan yang dikemas dengan akronim *sikerei* dari Pesan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat serta Pesan Cerdik Kementerian Kesehatan.

Pemerintah Kab Kap Mentawai berkomitmen berperan aktif untuk mendorong pembangunan kesehatan melalui usaha promotif, preventif, kuratif dan rehabilitatif. kegiatan promotif yang dilaksanakan adalah meningkatkan kesadaran, kepedulian dan usaha hidup sehat masyarakat melalui upaya promosi kesehatan yang diwujudkan dalam kegiatan Pekan Kesehatan Bumi *Sikerei*. Kegiatan ini merupakan momentum yang tepat untuk melakukan Penguatan gerakan masyarakat dengan mencanangkan 7 (tujuh) Pesan *Sikerei* sebagai pesan kesehatan yang berisikan pesan PHBS (perilaku hidup bersih dan sehat) yang dikemas dalam kearifan lokal budaya mentawai. Penyerbaran informasi kesehatan bertujuan untuk menjelaskan akan pentingnya pola hidup sehat dari, oleh, untuk dan bersama masyarakat untuk bisa menolong dari diri sendiri.

Penjelasan dari hal tersebut upaya pemberdayaan masyarakat dalam kesehatan supaya masyarakat bisa memulai kebiasaan hidup sehat, sehingga masyarakat sadar, mau dan bisa mengetahui, mencegah serta mengatasi masalah kesehatan yang dihadapi, sehingga masyarakat bebas dan hidup sehat, dan sesuai dengan visi dari Kabupaten Kep Mentawai. Pekan Kesehatan Bumi *Sikerei* menjadi momentum dalam menjelaskan serta mengedukasi masyarakat akan pentingnya pola hidup sehat dan bersih. Kegiatan ini akan mengedukasi, mendidik, dan memberikan tanggung jawab masyarakat agar berperilaku sehat dan bersih terhadap lingkungannya untuk hidup sehat melalui promosi 7 (tujuh) pesan *sikerei*.

## 2. Metode Perancangan

Penulis menggunakan penelitian kualitatif . Pengumpulan data tidak boleh salah dan harus sesuai prosedur dan ciri-ciri penelitian kualitatif, jika salah akan berakibat fatal yakni data tidak mempunyai kredibilitas sehingga tidak dapat di pertanggung jawabkan kebenarannya (Sugiyono, 2013:31), Didukung dengan pernyataan oleh Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007:3), metode penelitian kualitatif meliputi penelitian yang menyimpulkan bahwa data yang diterima berupa deskriptif dari data dan perilaku audiens. Data deskriptif sendiri, menurut Koentjaraningrat (1993:89), digunakan untuk menggambarkan suatu kejadian yang terjadi dalam suatu kelompok individu.

Peneliti menggunakan metode : Observasi, Melalui observasi peneliti dapat belajar memahami perilaku, (Sugiyono, 2013:64). Penulis telah melakukan observasi terhadap pola hidup masyarakat Kabupaten Mentawai, sebab penulis berasal dan telah besar di Kabupaten Mentawai sehingga penulis sangat mengenal dan mengetahui tentang pola hidup masyarakat Kabupaten Kep Mentawai. Wawancara, Peneliti melakukan wawancara. Wawancara adalah cara mendapat data dengan berhubungan secara langsung, Penulis memperoleh data awal mengenai 7 pesan SIKEREI dengan menganalisa informasi yang telah didapatkan sebelumnya melalui artikel dan tulisan yang diambil dari internet. Studi Pustaka, Penulis memilih beberapa buku mengenai periklanan, DKV (Desain Komunikasi Visual), Kampanye, Komunikasi, kesehatan, dan lain-lain. Untuk memahami teori yang cocok dengan perancangan tugas akhir ini.

## 3. Pembahasan

Kabupaten Kep Mentawai yang dijuluki sebagai bumi *sikerei* sebelumnya berada dibawah Kabupaten Padang Pariaman dan terbentuk berdasarkan UU. 49 tahun 1999, Kab. Kep. mentawai sebagai daerah kepulauan memiliki 10 (sepuluh) kecamatan yang tersebar di 4 pulau yaitu pulau pagai utara, pagai selatan, sipora dan siberut. Pemerintah Kabupaten Kep Mentawai berkomitmen berperan aktif untuk mendukung pembangunan kesehatan.

Dalam upaya untuk mempromosikan sebuah metode kesehatan ini yaitu 7 pesan *sikerei* ini, maka dibutuhkan SDM yang cukup supaya bisa mengakses dan menjangkau lokasi dari tiap-tiap daerah yang ada, dikarenakan Kabupaten Kep Mentawai yang merupakan daerah kepulauan dan transportasi hanya menggunakan *speed boat* atau *boat*.



Gambar 1. Media promosi dari dinas kesehatan  
 Sumber: Dinas Kesehatan Mentawai, 2018

Tabel 1. Analisis SWOT 7 pesan SIKEREI  
 Sumber: Peter, 2020

| STRENGTH (KEKUATAN)  | WEAKNESS (KELEMAHAN)  |
|--|---|
| Sebagai dasar pola hidup sehat bagi masyarakat Mentawai dan juga disesuaikan dengan kultur dan budaya. | Minimnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat.<br><br>SDM yang belum memadai. |
| Mengangkat ikon SIKEREI yang dimana merupakan kepala suku yang sangat dihormati.                       |   |
| Menambah pengetahuan pola hidup sehat.   |   |
| OPPORTUNITY (KESEMPATAN)   | THREAT (ANCAMAN)  |
| Kesehatan yang diinginkan oleh masyarakat.   | Cuaca, lokasi dan transportasi yang belum memadai.                            |
| Masyarakat memiliki prospek masa depan.  | Masyarakat menginginkan sesuatu yang instan sehingga harus diedukasi.         |
| Kampanye ini di buat oleh dinas Kesehatan dan dapat dukungan penuh dari pemerintahan daerah.           | Kepercayaan akan kekuatan gaib.   |

### 3. 1 Konsep Perancangan

Konsep perancangan untuk memaksimalkan metode Kesehatan ini yaitu dengan membuat sebuah event sebagai kegiatan utama untuk menarik minat remaja putra dan putri Mentawai untuk turut serta dalam kegiatan ini sebagai pelopor , pembuatan event diawali dengan memposting video *teaser* di Instagram, video tersebut berisi pemandangan dan kearifan lokal Mentawai sebagai sebuah daerah yang bisa dibanggakan, hal tersebut didapatkan setelah penulis melakukan serangkaian pengamatan terhadap target audience yang menyukai video *di instagram* dan kegiatan target audience yang menyukai kegiatan untuk berkontribusi buat daerah, maka penelitian ini adalah dengan mengajak remaja berkontribusi bagi Mentawai dengan disediakannya sebuah wadah melalui *event* ini yang berjudul *“Toili Ka Laggai”*. *Event* merupakan kegiatan guna memperingati akan sesuatu hal baik secara individu ataupun kelompok, yang biasanya terikat akan sesuatu yang bersifat adat, budaya, tradisi dan agama. Dimana tujuan dari kegiatan tersebut untuk menyampaikan sesuatu pesan kepada khalayak ramai (Adinegoro, 2015) Tujuannya ialah guna mempromosikan ulang metode ini bagi masyarakat Mentawai tapi dengan *style* dan sesuatu berbeda yaitu disampaikan langsung oleh masyarakat asli melalui remaja.

Konsep kreatif merupakan ide besar dari kegiatan kampanye yang akan dirancang dan digunakan untuk pendekatan *target audience* yang akan memunculkan dampak dari promosi tersebut. Dalam menyampaikan pesan promosi dengan memanfaatkan beberapa media melalui metode 5W+1H dan media AISAS.

Tabel 2. Analisis 5W+1

Sumber peter, 2020

| <i>What</i>  | <i>When</i> | <i>Where</i>      | <i>Who</i>  | <i>Why</i>                          | <i>How</i>  |
|--------------|-------------|-------------------|---|-------------------------------------|---|
| <i>event</i> | Desember    | Pantai Mampadegat | Remaja Mentawai sebagai SDM dan masyarakat Mentawai sebagai <i>target audiens</i> | Untuk memaksimalkan 7 Pesan SIKEREI | event dengan sosial sebagai sarana promosi sebagai sarana promosi |

### 3.2 Media AISAS

*Attention* Menarik perhatian *target audience* dengan *Billboard* dan Poster cetak yang memberitahukan event yang dibuat semenarik mungkin supaya para *target audience* dapat tertarik dan ikut berpartisipasi dalam acara ini. *Interest* Mengajak *target audience* untuk ikut serta dalam event. Pada tahap ini digunakan media Insta Video yang dianggap sesuai dengan promosi yang dirancang. Media tersebut berisikan tentang informasi untuk menarik perhatian. *Search* *Target audience* diminta untuk melakukan pencarian terlebih dahulu. Media yang digunakan yaitu media yang dekat dengan keseharian mereka yaitu media sosial (Instagram dan Youtube). *Action* Aksi dalam kegiatan ini adalah *target audience* untuk mengajak masyarakat datang ke pada event yang dimana melibatkan kompetisi masyarakat Mentawai sebagai *audiens* dan sebagai *target audiens* agar sadar dengan pentingnya pola hidup sehat. *Share* Pada tahap ini, *target audience* yang sudah datang *event* diharapkan untuk mengunggah video-video mereka ke media sosial, tidak hanya video-video yang bagus, namun video-video tersebut harus mencerminkan sisi menakjubkan dari sehingga dapat membantu meningkatkan kesadaran.

Tabel 3. Analisis AISAS

Sumber : Peter, 2020

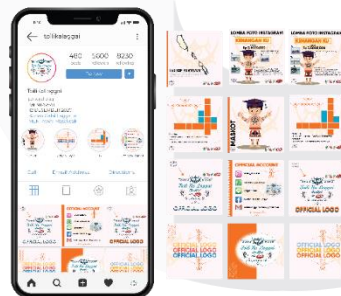
| <i>Attention</i> | <i>Interest</i>          | <i>Search</i>          | <i>Action</i>             | <i>Share</i>              |
|------------------|--------------------------|------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Video<br>teaser  | Insta Video<br>Videotron | Sosial Media<br>Hastag | event<br><br><i>Booth</i> | Hastag<br>Media<br>Sosial |

*merchandise*

### 3.3 Hasil Perancangan Visual



Gambar 2. Baliho  
Sumber: Peter, 2020



Gambar 3. Conten media sosial  
Sumber: Peter, 2020



Gambar 4. Poster Acara  
Sumber: Peter, 2020



Gambar 5. Brosur  
Sumber: Peter, 2020

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan ada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa perancangan ini yang akan memiliki *output* sebuah pagelaran yang diadakan pada daerah Kabupaten Kepulauan Mentawai, yang mengajak setiap individu mulai dari akan pentingnya pola hidup sehat dan juga dimulai dari diri sendiri. Dengan menggunakan remaja asli Mentawai yang dimana merupakan aset dari daerah Kabupaten Kepulauan Mentawai itu sendiri. Hal inilah yang mendasari penulis untuk merancang perancangan ini guna memaksimalkan metode Kesehatan ini sehingga Mentawai bisa mencapai standar Kesehatan. Dengan memanfaatkan sikap dan keinginan dari remaja untuk membantu membangun Mentawai secara tidak langsung dan tanpa memakan waktu yang banyak, maka dengan menyediakan wadah untuk turut serta. Maka dengan memanfaatkan remaja dalam promosi metode Kesehatan ini, dan menjadikan remaja sebagai pelopor bukan tidak mungkin metode kesehatan ini akan sukses dan derajat kesehatan masyarakat Kabupaten Kepulauan Mentawai akan sesuai dengan standar Kesehatan yang ditentukan. *Main event* ini dibuka dengan promosi-promosi yang sesuai dengan kaidah dari AISAS dan menjadikan event sebagai acara puncak maka, *event* tersebut menjadi wadah bagi remaja untuk menyalurkan ide dan kreatifitasnya.

#### 4.1 PERNYATAAN PENGHARGAAN

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang tinggi kami sampaikan kepada Dinas Kesehatan Kabupaten Kepulauan Mentawai yang telah mendukung terselesainya penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adinegoro, A., Prahara, G. A., & Wirasari, I. (2015). Perancangan Kampanye Gerakan Sejuta Data Budaya di Kota Bandung. *EProceedings of Art & Design*, 2(2).
- [2] Idris, R. (2013). Pendidikan Sebagai Agen Perubahan Menuju Masyarakat Indonesia Seutuhnya. *Lentera Pendidikan: Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*, 16(1), 62–72.
- [3] Limandoko, B. (2004). Desain komunikasi visual dan perilaku konsumen. *Nirmana*, 2(2).
- [4] Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2008). *Advertising Ed.8*. Kencana. <https://books.google.co.id/books?id=lhZNDwAAQBAJ>
- [5] Morrisani, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- [6] Munaf, Y. (1999). *Kajian semiotik dan mitologis terhadap tato masyarakat tradisional Kepulauan Mentawai*.
- [7] Notoatmodjo, S. (2010). *Promosi kesehatan*.
- [8] Nugroho, S. (2015). *Manajemen warna dan desain*. Penerbit Andi.
- [9] Prianto, A. (2017). Persepsi Tentang Implementasi CSR dan Pengaruhnya Terhadap Dukungan Kelangsungan Kegiatan Usaha. *LECTURER REPOSITORY*.
- [10] Putra, J. (2016). *Pengaruh Event Marketing dan E-Service Quality terhadap Peningkatan Loyalitas Pelanggan untuk Aplikasi Music Streaming JOOX di Jakarta*. UNIVERSITAS BAKRIE.
- [11] Rakhmat, S. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- [12] Septiningtyas, A., & Soewardikoen, D. W. (2018). Perancangan identitas visual dan promosi sasirangan banjarbaru. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 1–17.
- [13] Sugiyono, D. R. (2006). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- [14] Sugiyono, P. (2005). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [15] Sumardjo, A. F., Leonard, D., & Yulia, P. W. (2014). *Implementasi CSR Melalui Program Pengembangan Masyarakat: Inovasi Pemberdayaan Masyarakat PT. Pertamina EP. Asset 3 Subang Field*. Bogor (ID): CARE IPB.
- [16] Sumardjo, F. A., Dharmawan, L., & Wulandari, Y. P. (2014). Implementasi CSR melalui program pengembangan masyarakat: inovasi pemberdayaan masyarakat PT. *Pertamina EP. Asset, 3*.
- [17] Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- [18] Suptandar, J. P. (2018). *Teori dasar desain komunikasi visual*. BUKU DOSEN-1997.
- [19] Tinarbuko, I. T. S. (2015). *DEKAVE: Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. CAPS.