

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Stunting* adalah keadaan dimana anak dibawah usia 5 tahun mengalami kegagalan pertumbuhan yang disebabkan oleh asupan gizi yang kurang, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, Kesehatan fisik dan sanitasi atau kebersihan. Permasalahan *stunting* ini banyak terjadi berbagai wilayah di Indonesia termasuk salah satunya di Kabupaten Garut. *Stunting* menurut WHO (2015) merupakan kondisi terganggunya pertumbuhan dan perkembangan pada anak yang disebabkan oleh kekurangan gizi kronis yang berakibat pada tinggi badan anak dibawah standar. Ibu yang berpeluang melahirkan anak *stunting* adalah ibu yang tidak memerhatikan asupan gizi ketika kehamilan. Dampak pada anak yang terkena *stunting* menyebabkan kognitif lemah dan psikomotorik terhambat, dan rentan terhadap penyakit degeneratif (penyakit yang muncul seiring bertambahnya usia) sehingga mempengaruhi kualitas anak (Dasman, 2019).

Menurut hasil penelitian Studi Status Gizi Indonesia (2022) yang dilakukan oleh Kementerian Kesehatan, prevalensi *stunting* anak balita dibawah usia 5 tahun di Jawa Barat sebanyak 24,5%. Berdasarkan Studi Status Gizi Indonesia (2021) Kabupaten Garut merupakan wilayah di Jawa Barat dengan prevalensi *stunting* pada anak balita tertinggi, yaitu mencapai 35,3%. Hasil wawancara dengan Pak Asep, selaku anggota Tim Percepatan Penanganan *Stunting* (TPPS) Garut, mengungkapkan bahwa ada 12.228 balita mengalami *stunting* di Kabupaten Garut saat ini, dengan rata-rata kelompok usia dua kelompok yaitu 0-11 bulan dan 12-59 bulan. Presentasi *stunting* di Kabupaten Garut masih cukup tinggi jika dibandingkan angka Nasional. Namun pihaknya mengaku berupaya untuk menurunkan angka secara signifikan dengan melakukan berbagai sosialisasi mengenai pencegahan *stunting* kepada ibu dan anak.

Menurut teori Aryastami dan Tarigan (2017), penanggulangan *stunting* harus dimulai jauh sebelum kelahiran anak (1000 hari pertama kehidupan), bahkan pencegahan dapat dilakukan sejak remaja. Pak Asep, selaku anggota Tim Percepatan Penanganan *Stunting* (TPPS) Garut, mengungkapkan bahwa program pencegahan *stunting* kepada remaja di Kabupaten Garut masih minim, karena fokus kampanye *stunting* lebih besar kepada target ibu rumah tangga yang memiliki balita meskipun jumlah penduduk remaja di sana potensial. Kampanye yang digunakan masih terfokus pada kegiatan sosialisasi secara langsung dan masih sangat minim dalam pemanfaatan media visual. Mengingat sekitar 60 juta remaja saat ini, pada tahun 2030 akan memasuki usia produktif, dan akan menjadi bonus demografi pada tahun 2045. Sehingga penting adanya pencegahan sejak dini agar nanti remaja akan melahirkan generasi yang bebas *stunting*. Remaja sebagai calon ibu perlu mengetahui hal ini karena pola asupan ibu sudah terbentuk sejak masa remaja. Kebiasaan makan yang kurang baik seperti melewatkan sarapan atau makan malam dan mengonsumsi makanan cepat saji (*fast food*) atau makanan rendah nutrisi (*junk food*). Remaja merupakan calon orang tua dan *agent of change* (agen perubahan), remaja memiliki peran yang krusial dalam pencegahan *stunting*.

Dengan demikian berdasarkan permasalahan diatas, penulis mengangkat TA yang berjudul “Perancangan Kampanye Pencegahan *Stunting* Kepada Remaja di Kabupaten Garut” dimana penulis melakukan perancangan kampanye pencegahan *stunting* yang dapat dilakukan sejak remaja dengan penyebaran kampanye lewat event dan media sosial tentang pemenuhan pola gizi seimbang. Perancangan ini dibuat untuk remaja di Kabupaten Garut dengan rentang usia 16-19 tahun. Dengan perancangan ini diharapkan mampu memberikan edukasi mengenai pencegahan *stunting* kepada remaja di Kabupaten Garut.

## **1.2. Permasalahan**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang terjadi dapat disimpulkan identifikasi sebagai berikut:

1. Kampanye pencegahan *stunting* dikabupaten Garut yang telah dilakukan belum menyebar kepada salah satu target potensial yaitu remaja.
2. Kampanye *stunting* yang ada di Kabupaten Garut belum memanfaatkan media visual dengan baik, sehingga penyebaran informasi maupun cakupan kampanye masih minim.

### **1.2.2. Rumusan masalah**

1. Bagaimana terancangnya strategi kreatif dan pesan kampanye pencegahan *stunting* untuk remaja di Kabupaten Garut?
2. Bagaimana terancangnya strategi media dan visual kampanye pencegahan *stunting* untuk remaja di Kabupaten Garut?

### **1.3. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup kampanye pencegahan *stunting* ini difokuskan pada target audiens remaja sebagai target potensial dalam pencegahan *stunting* dengan rentang usia 16-19 tahun. Wilayah yang menjadi cakupan kampanye berada di wilayah yang memiliki jumlah penduduk remaja yang besar. Perancangan kampanye sosial pencegahan *stunting* kepada remaja di Kabupaten Garut berfokus pada cara pemenuhan gizi yang baik yang disampaikan lewat media visual yang disesuaikan dengan target audiens.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang dan kerangka diatas, maka penulis dapat menentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Terancangnya strategi kreatif dan pesan kampanye pencegahan *stunting* untuk remaja di kabupaten Garut
2. Terancangnya media dan visual kampanye pencegahan *stunting* untuk remaja di Kabupaten Garut.

## **1.5 Manfaat Perancangan**

Diharapkan melalui hasil dari proses perancangan strategi kreatif yang tepat untuk kampanye pencegahan *stunting* adalah memberikan manfaat yang berbeda bagi penulis, Fakultas Industri Kreatif Telkom, dan para pembaca, seperti:

### 1). Bagi Penulis

- a. Memahami cara penulisan dalam melakukan penelitian pada sebuah studi akademis dengan lebih baik.
- b. Memberikan kesempatan kepada penulis untuk berpikir kreatif dalam menyelesaikan masalah dengan menggunakan Desain Komunikasi Visual dan Advertising.
- c. Memenuhi salah satu persyaratan untuk lulus dari studi S1 Desain Komunikasi Visual di Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom.

### 2). Bagi Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom

- a. Membangun informasi dan kanal dari topik yang diangkat.
- b. Menjadi salah satu sumber referensi dalam menyelesaikan masalah dengan menggunakan Advertising.

### 3). Bagi Pembaca

- a. Menjadi sumber referensi dalam perancangan Advertising dan menjadi acuan berpikir secara luas untuk menggali ide dalam memecahkan masalah.
- b. Menjawab pertanyaan pembaca tentang perancangan strategi kreatif yang tepat untuk kampanye pencegahan *stunting* pada remaja.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode**

Dalam penulisan ini, digunakan metode riset kualitatif. Penggunaan metode ini dipilih karena penelitian lebih menekankan pada fakta dan situasi yang terjadi di masyarakat. Menurut Moleong (2017:6), riset kualitatif adalah jenis riset yang

bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian melalui perilaku, pandangan, tindakan, dan motivasi subjek dengan menggunakan deskripsi yang terdiri dari kata-kata dan mengikuti metode ilmiah.

### **1.6.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengambilan data merupakan tahap yang sangat krusial dalam proses penelitian. Pada tahap ini, penulis menentukan strategi yang digunakan dalam merekam dan mengumpulkan seluruh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga strategi pengambilan data, yaitu:

1. Observasi

Menurut Hadi (2021:131), observasi adalah merupakan proses pengamatan dengan instruksi-instruksi khusus baik secara biologis maupaun psikologis terhadap objek yang diamati. Observasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengamati suatu fenomena untuk mendapatkan jawaban dari fenomena tersebut dengan berbagai metode dan informasi secara nyata.

2. Wawancara

wawancara menurut Sugiyono (2016:194) yaitu proses menggali dan memperoleh pengetahuan lebih mendalam tentang responden yang terkait dengan fenomena tertentu untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci, hingga dapat menarik kesimpulan. Wawancara dilakukan dengan cara berdialog antara dua orang untuk saling bertukar informasi dan gagasan. Metode wawancara ini merupakan suatu teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian. Metode wawancara sangat mudah dan praktis dalam persiapan dan pelaksanaannya.

3. Kuesioner

Menurut Suharsimi Arikunto (2014:194), kuesioner adalah instrumen riset atau survei yang terdiri dari pertanyaan tertulis guna memperoleh informasi dari para responden. Fokus dalam pembuatan kuesioner ini adalah untuk memperoleh respons dari para responden, yang merupakan individu atau

kelompok yang telah dipilih untuk mengisi jawaban kuesioner. Kuesioner sangatlah penting dalam memperoleh informasi dan mempermudah tugas peneliti. Tujuan utama penulisan kuesioner adalah untuk membantu para responden memberikan jawaban yang akurat, sehingga peneliti dapat memperoleh data yang tepat guna mengolah penelitiannya.

#### 4. Literatur

Menurut definisi ALA Glossary of Library and Information Science (1983), literatur adalah karya tulis yang digunakan dalam aktivitas akademis maupun hiburan. Literatur digunakan untuk memperoleh pengetahuan tambahan dari berbagai berbagai buku yang relevan dan sumber online seperti situs web, buku elektronik, dan platform media sosial.

### **1.6.3 Metode Analisis**

#### 1. AOI

Metode AOI (activity, Opinion, Interest) dilakukan untuk menganalisis perilaku target audiens agar memperoleh pemahaman lebih lanjut tentang konsumen terutama dalam mengklasifikasikan minat, aktivitas, dan pendapat.

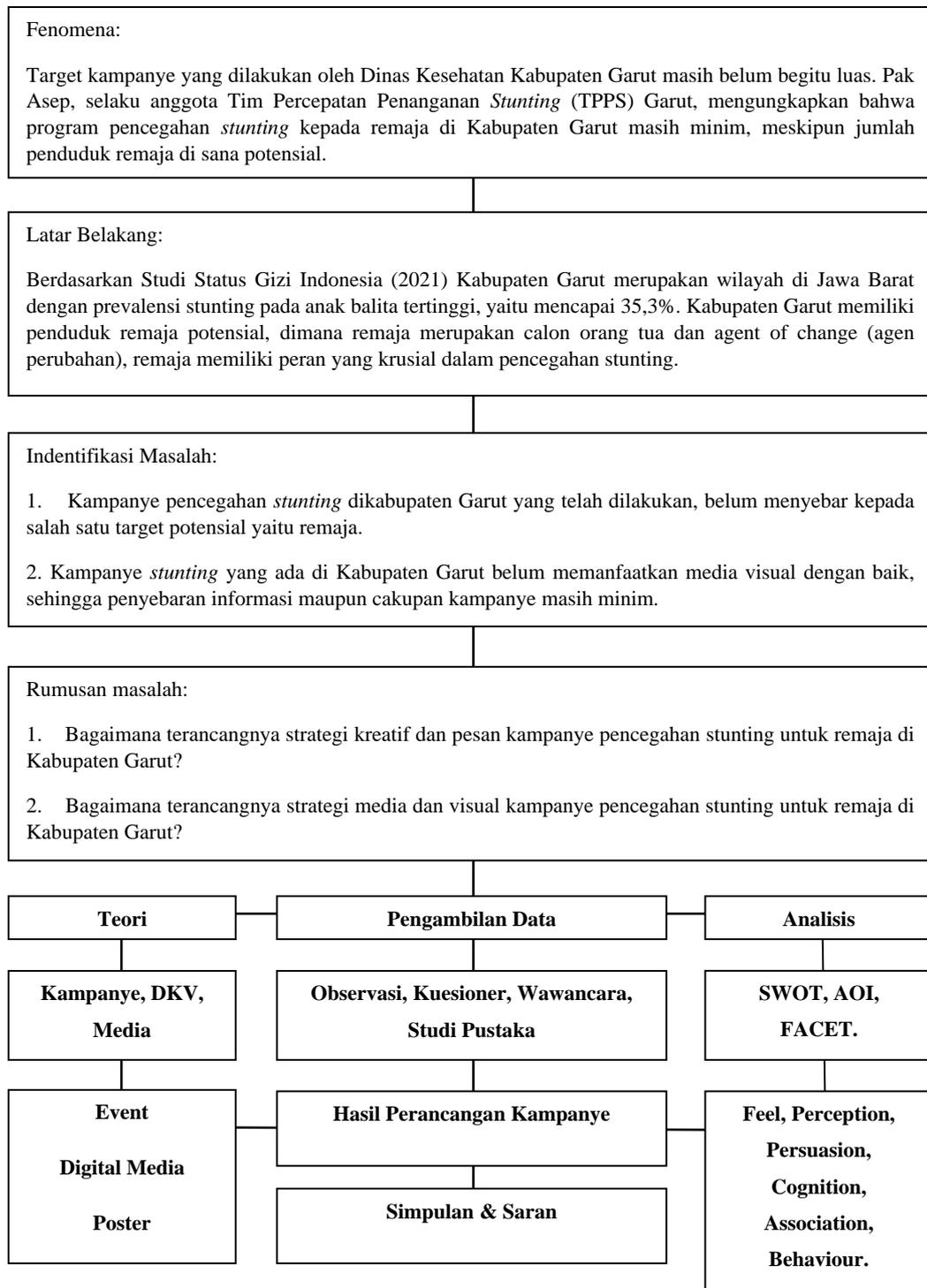
#### 2. SWOT

Metode SWOT dilakukan untuk melakukan perbandingan antara kampanye sejenis dengan kampanye di kabupaten Garut yang sudah pernah dilakukan. Tujuannya agar data pembandingan yang didapatkan dapat digunakan untuk membantu perancangan pesan, media dan visual kampanye.

#### 3. FACET

Metode FACET digunakan untuk merancang konsep komunikasi kampanye yang sesuai dengan target audiens yang dituju. Facet juga membantu dalam menentukan media yang tepat dalam pelaksanaan kampanye.

## 1.7 Kerangka Penelitian



Bagan 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Haeru, 2023

## **1.8 Pembabakan**

Sistematika penulisan tugas akhir ini telah ditetapkan dan terdiri dari bab-bab berikut:

### **1. Bab I Pendahuluan**

Menjelaskan secara umum permasalahan yang akan dibahas, termasuk definisi, faktor, dan data tentang stunting yang akan membentuk rumusan masalah.

### **2. Bab II Dasar Penelitian**

Membahas teori-teori yang relevan dengan kampanye stunting sebagai landasan untuk merancang objek penelitian.

### **3. Bab III Data & Analisis**

Menjelaskan hasil survei dan pengumpulan data terstruktur tentang penelitian, serta menganalisis data menggunakan teori untuk mencapai konsep ideal untuk perancangan.

### **4. Bab IV Konsep & Hasil Perancangan**

Menjelaskan konsep yang telah dibuat, seperti konsep pesan, komunikasi, media, dan visual, serta hasil perancangan kampanye dari sketsa hingga penerapan pada media yang digunakan.

### **5. Bab V Penutup**

Menyimpulkan perancangan yang telah dibuat, memberikan saran dan rekomendasi untuk perancangan selanjutnya.