

BAB I

PENDAHULUAN

5.1 Latar Belakang Masalah

Karena siswa adalah makhluk sosial yang sering berkomunikasi satu sama lain, pandemi Covid-19 menyebar lebih cepat. Untuk menghentikan penyebaran virus Covid-19, pemerintah telah menciptakan rezim karantina atau lockdown. Kebanyakan siswa yang terinfeksi Covid-19 mengalami penyakit pernapasan ringan hingga sedang, yang dapat mengakibatkan masalah pernafasan dan bahkan kematian. Virus Covid-19 telah menghambat aktivitas siswa di Indonesia, memaksa siswa untuk tetap tenang di rumah untuk mematahkan rantai virus dan mencegah atau memperlambat penyebarannya.

Pandemi Covid-19 telah mempengaruhi kehidupan sehari-hari siswa, menyebabkan mereka untuk menerapkan banyak tindakan pencegahan kesehatan seperti isolasi sosial, pemisahan fisik, mencuci tangan, penggunaan topeng, dan banyak lagi. Ada perubahan yang signifikan dalam bidang pendidikan; profesor sekarang melakukan tanggung jawab mereka secara online bukannya di kelas. (*online*). Sebagian besar waktu, layanan pendidikan *online* disediakan menggunakan berbagai program seperti *Zoom*, *Google Classroom*, dan lainnya. Tujuan dari aplikasi ini adalah untuk menyediakan siswa dengan materi instruksional. Keunggulan aplikasi juga terus memberi profesor dan siswa kesempatan untuk terhubung secara *online*.

Di balik semua itu ada ilmu dan hikmah yang bisa dipetik. Selain dampak negatif yang diakibatkan oleh kurangnya persiapan dan perencanaan yang matang, bencana yang terjadi secara tiba-tiba juga mempunyai dampak positif yang patut mendapat perhatian. Mengubah pembelajaran kelas tradisional menjadi pembelajaran jarak jauh dapat mempersiapkan proses pembelajaran di masa depan. Cepat atau lambat, bidang pendidikan akan mengalami perubahan, apalagi metode pembelajaran semakin terpengaruh oleh perkembangan teknologi. Dengan adanya pandemi Covid-19 ini, seluruh pihak di bidang pembelajaran dan pendidikan dapat belajar bagaimana memanfaatkan teknologi dalam rangka mempersiapkan era kemajuan teknologi di bidang pendidikan.

Namun Berakhirnya Covid-19 sudah tiada, semua kebiasaan yang diterapkan pada Covid-19 jadi berubah semua, yang tadinya menjaga jarak sudah bisa berpelukan, tidak memakai masker lagi, saling menyapa sesama teman kelas, tempat umum sudah mulai ramai dan berdesak-desakan. Maka semua itu sangat mengubah menjadi kebiasaan buruk lagi namun mahasiswa di Indonesia tidak mempedulikan kebiasaan tersebut sehingga kesadaran keterpaparan kuman sangat rentan di Indonesia.

Dalam (Setyani, 2018) Makhluk hidup terkecil disebut mikroorganisme. (kecil). Makhluk-makhluk ini adalah umum tetapi sukar untuk melihat dengan mata telanjang. Ada baik mikroorganisme bermanfaat dan berbahaya, seperti bakteri yang dapat diubah menjadi antibiotik. Meskipun mikroorganisme tidak dapat dihilangkan sepenuhnya, mereka dapat dikendalikan, dan dengan melakukan upaya seperti itu, kemungkinan bahwa mereka akan menginfeksi manusia akan berkurang. Manusia sangat mengkhawatirkan adanya mikroorganisme atau mikroba yang tersebar dimana-mana yang akan membahayakan dirinya sendiri maupun lingkungan sekitar. Dalam (Said & Marsidi, 2005) Dibandingkan dengan tenaga kerja yang sehat di siang hari, populasi yang berlatih kesehatan yang baik atau memiliki sikap yang sehat jauh lebih rentan terhadap infeksi. Tanda-tanda infeksi yang disebabkan oleh infeksi terjadi. Tindakan ini dapat bersifat pasif, seperti janin yang memproduksi antibiotik lewat kontak dengan agen infeksi, atau dapat bersifat aktif, seperti memproduksi antibiotik melalui kontak dengan agent infeksi.

Tubuh manusia memiliki banyak cara untuk mempertahankan diri. Yang pertama adalah penghalang mekanis, yang disediakan oleh kulit, organ yang menutupi seluruh tubuh makhluk hidup dan berfungsi sebagai perlindungan terhadap kekuatan eksternal. Kerusakan pada Ayu Nirmala Sari: Antioksidan Alternatif Untuk Menangkal Bahaya Radikal Bebas Pada Kulit Elkawnie: *Journal of Islamic Science and Technology* Vol. 1, No.1, Juni 2015 (www.jurnal.ar-raniry.com/index.php/elkawnie) 64| Kesehatan dan penampilan manusia akan dipengaruhi oleh kulit, sehingga harus dipertahankan dan dirawat. Radikal bebas, yang merupakan radiasi UV, dapat merusak kulit. Dalam kasus yang parah, radiasi UV dapat menyebabkan berbagai masalah kulit, termasuk pigmentasi, kemerahan

kulit, dan bahkan, dalam jangka panjang, kanker. Akibatnya, penting untuk menyingkirkan risiko kerusakan radikal bebas, yang dapat mengakibatkan kerusakan kulit (Sari, 2015). Pada beberapa kasus kelainan kulit dapat merupakan tanda penting penyebab infeksi yang merupakan indikator bermakna adanya infeksi yang mendasarinya.

Pada awalnya, Mikroorganisme yang ada di permukaan kulit dan selaput lendir dapat dibunuh dan pertumbuhan mereka dapat diperlambat oleh zat kimia yang ditemukan dalam cairan antiseptik (lapisan kulit dalam). Sebuah cairan kimia yang terkandung dalam cairan antiseptik merupakan efek yang luar biasa bagi kehidupan baik itu kesehatan. Senyawa dalam antiseptik Dettol mengandung jenis Chloroxyenol yang termasuk ke dalam golongan obat antiseptik sekaligus disinfektan yang digunakan untuk disinfeksi kulit dan membersihkan permukaan benda bahkan digunakan pada sejumlah disinfektan rumah tangga dan pembersih luka (dettol.com, 2023). Salah satu cara utama di mana virus ini menyebar di antara orang-orang adalah melalui tetes atau partikel yang diinduksi batuk atau bersin. Kesehatan lingkungan dan mereka yang tinggal paling dekat dengan rumah harus selalu dipantau, karena infeksi yang menyebar ke mana-mana menempatkan kehidupan orang-orang di dekatnya dalam bahaya.

Kulit melakukan banyak hal, seperti melindungi tubuh dari kerusakan mekanis, kimia, atau mikrobiologi. Ini juga mendukung sistem kekebalan tubuh, melindungi tubuh dari radiasi ultraviolet. Kulit tersusun atas 3 lapisan, yaitu epidermis (lapisan terluar), dermis (lapisan antara terdalam dengan terluar) dan hypodermis (lapisan terdalam). Namun, Pakaian dianggap sebagai metode termudah untuk mengurangi efek berbahaya sinar matahari pada kulit karena ada sedikit petunjuk tentang kecanggihan pakaian sebagai tabir surya, dan penggunaan pakaian sebagai pelindung matahari tetap kurang dihargai karena nilai estetikanya (Suryani, 2020).

Selain itu, pakaian dapat melindungi kulit untuk mencegah radiasi UV, namun pakaian yang kotor dapat menimbulkan segala virus dan kuman-kuman yang tak kasat mata. Mikroorganisme yang berukuran kecil meresahkan warga masyarakat dan sering terdapat pada barang-barang disekitar kita terutama di pakaian yang dikenakan atau yang telah digunakan (pakaian kotor) dan menjadi kemungkinan besar yang tidak disadari banyak orang. Selain tampak fisik pakaian yang masih terlihat bersih bisa jadi terpapar kuman-kuman atau bakteri yang menempel tanpa disadari.

Hampir 80% dari semua deterjen yang digunakan terbuat dari bahan sintetis, tidak ramah lingkungan. Ini berisiko karena tidak dapat degradasi secara alami saat irigasi, yang akan mengurangi kualitas air, tanah, dan kehidupan di sana. Manusia akhirnya akan menjadi konsumen terakhir dari limbah deterjen jika tidak ada solusi (Bisma & Sarmo, 2022).

Zat kimia yang terkandung dalam deterjen dapat menyebabkan serat kain menjadi lemah dan rapuh, sehingga pakaian dapat menjadi rusak dan tidak tahan lama. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengikuti petunjuk penggunaan yang terdapat pada kemasan deterjen, dan menggunakan deterjen sesuai dengan dosis yang disarankan, agar dapat meminimalkan dampak negatif yang ditimbulkan oleh pemakaian deterjen yang berlebihan.

deterjen dapat membantu menghilangkan kuman dan bakteri pada pakaian, terutama jika digunakan bersamaan dengan suhu air yang tepat dan waktu pencucian yang cukup. Namun, tidak semua jenis deterjen mampu menghilangkan kuman dan bakteri sepenuhnya, terutama jika pakaian terkena kotoran yang sangat kotor atau bahan kimia yang sulit untuk dihilangkan. Selain itu, meskipun deterjen dapat membantu menghilangkan kuman dan bakteri, tidak ada jaminan bahwa pencucian dengan deterjen akan membunuh semua jenis kuman dan bakteri. Beberapa jenis kuman dan bakteri, seperti virus dan spora, lebih sulit untuk dihilangkan dan memerlukan perlakuan khusus seperti penggunaan disinfektan.

Dari desain Dettol, khususnya produk antiseptik Dettol yang tidak menekankan pesan yang spesifik untuk pemanfaatan dari produk tersebut. Menurut Kuesioner yang telah dibagikan ke beberapa mahasiswa dan memiliki kesimpulan

bahwa Dettol Antiseptik kebanyakan dipakai sebagai alat untuk mensterilkan tubuh dengan campuran pada air yang akan dipakai untuk mandi saja sehingga masih banyak mahasiswa yang belum tau bahwa Dettol antiseptik dapat juga digunakan sebagai Cairan pembersih pakaian hingga dapat membunuh kuman lebih efisien dan maksimal akibat penyakit akrena mengandung zart kimi cairan Chloroxylenol yang dapat membunuh Virus Covid-19.

Dari Target audiens, yaitu mahasiswa yang di kota besar yang memiliki aktivitas yang padat hingga mobilitas sangat jauh lebih tinggi hingga rentannya terkonatimanasasi oleh kuman bahna virus yang tidak terlihat oleh mata kepala sendiri. Dan mahasiswa memiliki sifat yang masih kurang peka terhadap terkontaminasinya kuman, maka dari itu perlunya melakukan sosialisasi ke beberapa kampus khususnya di kota-kota besar, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Makassar dll. Akan diagendakan “Goes To Campuss” di 2 bulan full, mulai awal oktober samapai November akhir di 2023.

Untuk menggunakan Dettol Antiseptik sebagai bahan tambahan pada saat mencuci, tambahkan beberapa tetes produk ke dalam air saat merendam pakaian sebelum mencuci atau tambahkan ke dalam mesin cuci pada saat pencucian. Namun, pastikan untuk mengikuti petunjuk penggunaan pada kemasan Dettol Antiseptik dan tidak menggunakan terlalu banyak produk agar tidak merusak pakaian. Meskipun Dettol Antiseptik dapat membantu menghilangkan kuman dan bakteri pada pakaian, tidak ada jaminan bahwa pencucian dengan Dettol Antiseptik akan membunuh semua jenis kuman dan bakteri. Beberapa jenis kuman dan bakteri, seperti virus dan spora, lebih sulit untuk dihilangkan dan memerlukan perlakuan khusus seperti penggunaan disinfektan. Oleh karena itu, disarankan untuk mencuci pakaian dengan suhu air yang tinggi dan menggunakan produk pembersih yang mengandung disinfektan jika ingin memastikan pakaian bebas dari kuman dan bakteri yang berbahaya.

Namun, Dettol Antiseptik memang sering menonjolkan iklan kebersihan sebagai salah satu manfaat produknya. Dalam iklannya, Dettol Antiseptik menunjukkan bahwa produknya dapat membantu membersihkan dan melindungi kulit manusia dari kuman dan bakteri yang dapat menyebabkan penyakit. Iklan Dettol Antiseptik juga menekankan pentingnya menjaga kebersihan dan kesehatan terutama

pada anak muda khususnya perempuan kulitnya bersifat sensitif yang rentan terhadap kuman dan bakteri yang dapat menyebabkan berbagai penyakit. Dalam iklannya, Dettol sering menampilkan gambar atau video mencuci pakaian terhindar dari bakteri oleh cairan antiseptik yang sehat dan aktif, serta menekankan pentingnya menjaga kebersihan dan kesehatan mereka agar dapat menjaga kulit tetap steril dari pakaian harian dengan optimal. Dettol juga menonjolkan produk-produknya yang dirancang khusus untuk menjaga kebersihan dan kesehatan lingkungan sekitar, seperti sabun cuci tangan dan produk pembersih lainnya yang dapat digunakan untuk membersihkan permukaan benda dan peralatan yang dipakai sehari-hari. Jadi, Dettol memang menonjolkan pesan kebersihan dan kesehatan pada lingkungan sekitar tetap steril dalam iklannya, namun sebagai konsumen, kita perlu memastikan bahwa produk-produk yang digunakan benar-benar efektif dan aman untuk digunakan pada pakaian.

5.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah diidentifikasi pada penuturandiatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Iklan yang tidak menekankan untuk memperluas jangkauan segmentasi khususnya bagi mahasiswa, namun kegunaan produk bisa dipakai oleh siapa saja untuk cairan pencuci pakaian.
2. Minimnya kegiatan promosi produk antiseptik yang dilakukan oleh brand Dettol Indonesia hingga membuat kurangnya ketertarikan pada produk antiseptik Dettol bagi konsumen.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana membangun strategi pesan untuk memperluas *target audience* di kalangan remaja khususnya mahasiswa hingga dapat meningkatkan *brand awareness* Dettol Antiseptik
2. Bagaimana strategi perancangan media yang tepat untuk menarik konsumen yang didasari dengan *target audience*?

5.3 Ruang Lingkup

Untuk mencapai rumusan masalah yang dituju, perancangan ini bertujuan untuk merancang promosi mengenai kegunaan antiseptik sebagai pencuci pakaian dari brand Dettol Indonesia, kepada kalangan remaja usia 18 hingga 25 tahun, berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan. Perancangan ini dimulai dari bulan maret 2023 hingga juni 2023, menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara secara tatap muka, observasi, dan melakukan studi pustaka terkait teori-teori yang menyangkut seperti teori promosi, teori copywriting, teori media, teori target audiens, dan lain sebagainya, serta menganalisis hasil data yang dikumpulkan menggunakan metode analisis SWOT, AOI, dan AISAS. Ruang lingkup penelitian ini berlokasi di Kota Bandung, Jawa Barat.

5.4 Tujuan Perancangan

Dalam perancangan promosi Dettol Antiseptik yang dilakukan, penulis berharap agar tujuan tersebut tercapai, yakni:

1. Dirancangya strategi pesan dan promosi yang tepat dalam mempromosikan Produk Antiseptik Dettol sebagai pencuci pakaian sehingga dapat menciptakan awareness kepada *target audience* yang dituju.

2. Dirancangnya media dan visual yang menarik *target audience* di kalangan remaja dalam mempromosikan Produk Dettol Antiseptik sebagai pencuci pakaian.

5.5 Manfaat Perancangan

Harapan yang dituju dengan adanya hasil dari proses perancangan strategi kreatif yang tepat untuk mempromosikan Dettol Antiseptik diantaranya dapat bermanfaat untuk penulis, Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom serta para pembaca, yaitu:

1. Untuk Penulis
 - a. Memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk menyelesaikan studi S1 Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom.
 - b. Memahami tata cara dan aturan dalam melakukan penulisan dan penelitian pada suatu studi di dalam bidang akademis
 - c. Memberikan kesempatan kepada penulis untuk bisa berfikir kreatif dalam memecahkan sebuah permasalahan dengan ilmu Desain Komunikasi Visual khususnya pada bidang *Advertising*.
2. Untuk Fakultas Industri Kreatif Telkom University
 - a. Menjadi sebuah referensi baru dalam menyelesaikan suatu permasalahan dengan menggunakan ilmu *Advertising* Desain Komunikasi Visual.
 - b. Memperkenalkan dan membangun koneksi antara produk dan instansi untuk menjalin kerjasama.
3. Untuk Pembaca
 - a. Menjawab pertanyaan pembaca seputar mempromosikan Dettol Antiseptik
 - b. Menjadi acuan dan memberi edukasi untuk berfikir secara luas dan kreatif dalam menggali sebuah ide dan tetap fokus pada pemecahan masalah yang utama.

5.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode yang Digunakan

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami fenomena yang telah dipelajari untuk mengidentifikasi dan merancang solusi terbaik untuk masalah tersebut.

Menurut Moleong (dalam Siyoto & Sodik, 2015) Meninjau semua data yang saat ini tersedia dari banyak sumber, termasuk wawancara, catatan

lapangan dari pengamatan, dokumen pribadi, dokumen resmi, foto, dan banyak lagi, adalah langkah pertama dalam pendekatan analisis data kualitatif. Prosedur ini kemudian melanjutkan ke pengurangan data, kompilasi unit, kategorisasi, dan akhirnya interpretasi data setelah langkah inspeksi.

5.7 Metode Pengumpulan Data

1.7.1 Wawancara

Menurut (Siyoto & Sodik, 2015) Panduan semi-struktur adalah pendekatan yang paling umum untuk melakukan wawancara. Dalam pendekatan ini, wawancara pertama kali mengajukan serangkaian pertanyaan terstruktur, kemudian masuk ke lebih detail tentang masing-masing variabel, sehingga jawaban yang mereka dapatkan dapat mencakup semua variabel dan memberikan deskripsi yang komprehensif.

Dalam penelitian ini pengumpulan data permasalahan didapat dari wawancara kepada Pengguna dari Dettol Antiseptik yakni Faizal Kistoyogi melalui telepon dan juga aplikasi media sosial Whatsapp, penulis juga melakukan wawancara kepada beberapaorang yang sesuai ke dalam kategori target audiens Dettol Antiseptik. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan data valid untuk penelitian

2.7.1 Studi Pustaka

Menurut (Muntholib & Nugroho, 2014) Ketika Anda melakukan studi perpustakaan, Anda mengumpulkan informasi dengan membaca buku dan sumber sekunder lainnya tentang topik dan tema penelitian. Tujuan dari penelitian perpustakaan adalah untuk memperdalam pemahaman seseorang tentang masalah penelitian dan untuk meningkatkan data yang tidak atau tidak dapat disediakan dari sumber primer.

Penulis mengumpulkan data berupa fakta, pendapat, dan teori pendukung melalui dokumen yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian. Dokumen tersebut diantaranya adalah dokumen yang berhubungan dengan tema, baik berupa buku, artikel, dan jurnal seperti buku Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual dari Didit Widiatmoko Soewardikoen, buku Pengantar Strategi Kreatif dari Ilhamsyah, Buku *Advertising* dari Sandra Moriarty.

3.7.1 Kuisisioner

Menurut (Siyoto & Sodik, 2015) Teknik pengumpulan data seperti angket atau kuesioner adalah apa yang disebut instrumen. Laporan dapat mengambil bentuk sejumlah pertanyaan tertulis dengan tujuan mempelajari lebih lanjut tentang pengetahuan dan pengalaman responden.

Penulis mengumpulkan beberapa pendapat audiens menggunakan media Google Form dengan beberapa pertanyaan untuk dapat melihat dari sisi target audiens.

4.7.1 Observasi

Menurut (Siyoto & Sodik, 2015) Pengamatan langsung melalui penggunaan indra penglihatan, bau, pendengaran, perpendikularitas, atau presisi yang dibutuhkan pengamatan. Tes, kuesioner, rekaman gambar dan audio, panduan observasi, dan alat lainnya dapat digunakan.

Penulis memperoleh informasi mengenai Dettol Antiseptik dengan melakukan observasi pada media sosial Dettol Antiseptik, diantaranya Instagram, dan Website serta beberapa outlet distributor yang menjual produk Dettol Antiseptik.

5.8 Metode Analisis

1. Metode SWOT

Menurut (Rangkuti, 1998) Identifikasi metodologis variabel untuk strategi perusahaan dikenal sebagai analisis SWOT. Analisis ini didasarkan pada pertimbangan yang dapat meminimalkan kerentanan dan bahaya sambil memaksimalkan kekuatan dan peluang. (Treats).

SWOT adalah singkatan dari lingkungan *Internal Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*) dan Kelemahan (*weaknesses*). (Rangkuti, 1998).

2. Metode AISAS

Metode AISAS menurut (Ilhamsyah, 2021) Ini didasarkan pada perubahan dalam perilaku komunikasi pemirsa, yang merupakan penerimaan dan transmisi informasi.

Langkah-langkah dalam paradigma ini termasuk *Attention*, yaitu ketika penonton mengamati produk atau komersial, dan *Interest*. Kedua proses ini pasif, yang berarti pemirsa tidak merespon pesan dengan cara apa pun. Tahap berikutnya lebih aktif; konsumen pertama mencari (*Search*) informasi,

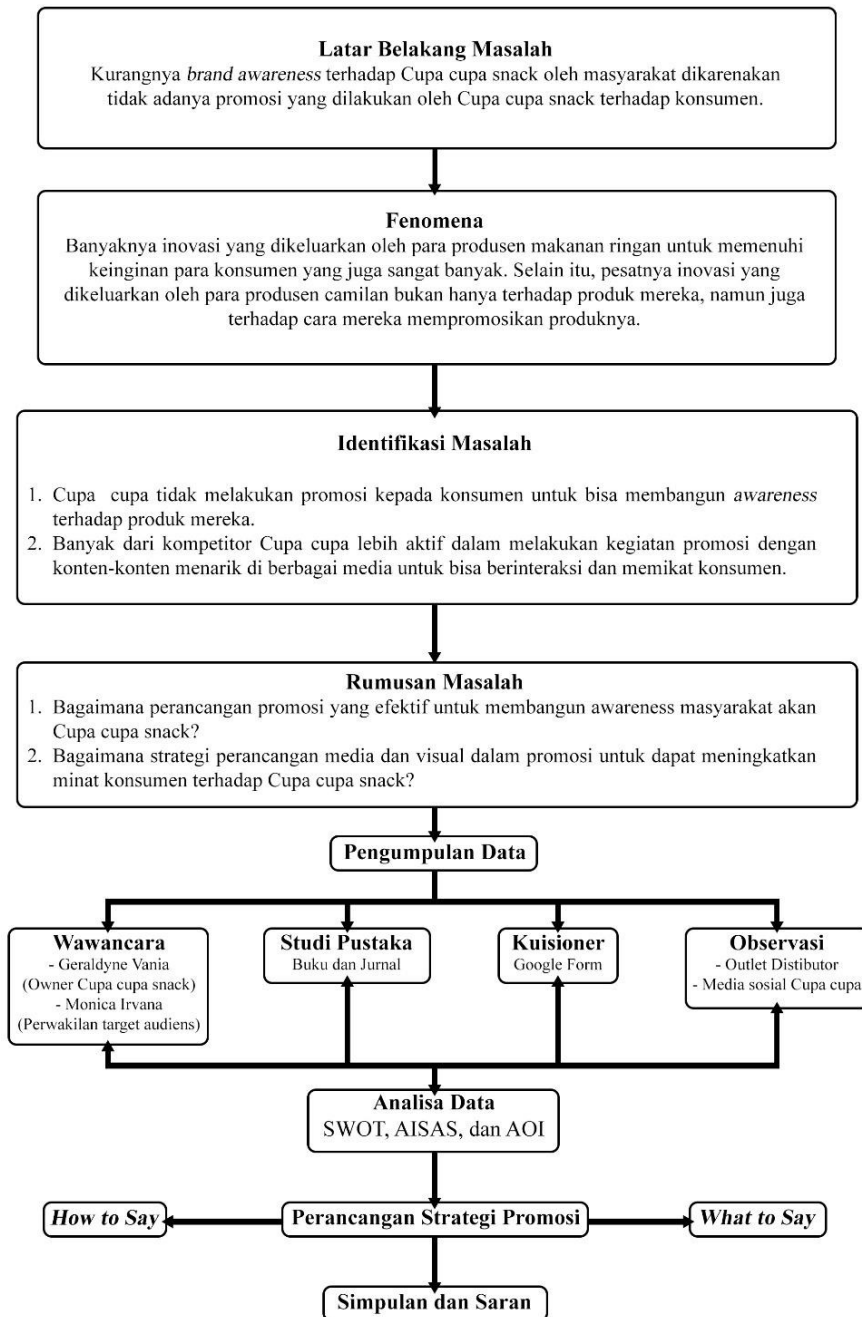
membelinya (*Action*), dan kemudian berbagi informasi tentang hal itu dengan orang lain. (Share) (Ilhamsyah, 2021)

3. Metode AOI

Menurut (Chitty et al., 2017) dengan menggunakan metode AOI konsumen, pemasar dapat menyesuaikan pesan komunikasi pemasaran mereka untuk kategori produk dan merek. agar sesuai dengan kebutuhan segmen konsumen tertentu.

Penulis menggunakan analisis AOI untuk menganalisis kegiatan (*activity*), pendapat (*opinion*), dan ketertarikan (*interest*). Analisis AOI bertujuan untuk menemukan karakteristik dari target audiens berdasarkan psikografisnya dan didapatkan dari hasil wawancara dan kuesioner.

5.9 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Bagan Kerangka perancangan
Sumber : Ahmad, 2023

5.10 Pembabakan

Penyusunan Tugas Akhir ini akan dijelaskan menjadi lima bab secara garisbesarnya sebagai berikut :

1. BAB I Pendahuluan

Dalam pengantar, penulis memperkenalkan produk dan menjelaskan masalah, termasuk latar belakang, formulasi, identifikasi, lingkup, tujuan, keuntungan, teknik penelitian, teknik pengumpulan data, dan kerangka kerja perencanaan.

2. BAB II Landasan Teori

Bagian ini berisi teori yang didasarkan pada teori dari buku-buku yang relevan sehingga dapat digunakan sebagai dukungan teoritis dalam perencanaan promosi.

3. BAB III Data dan Analisis Masalah

Dalam bab ini, penulis daftar data dan kemudian mengaturnya dengan memprosesnya dan menganalisis pengamatan, wawancara, dan hasil kuesioner.

4. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Dalam bab ini, penulis menjelaskan konsep dan teknik kreatif yang akan digunakan dalam perencanaan promosi Produk Antiseptik Dettol. Ini juga menjelaskan media visual yang akan digunakan penulis untuk mendapatkan hasil perencanaan promosi yang baik.

5. BAB V Penutup

Dalam bab ini, penulis dapat menyimpulkan rumus masalah dan saran, yang menjelaskan hasil perencanaan promosi produk terkait.