

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang isu

Di Indonesia, persepsi terhadap *Medical Check Up* (MCU) sering kali terbatas pada pandangan bahwasanya ini hanya formalitas administratif, misalnya guna keperluan perekrutan kerja atau persiapan studi di luar negeri. Pandangan ini mengakibatkan banyak individu mengabaikan pentingnya MCU sebagai alat pencegahan dan deteksi dini penyakit serius. Padahal, MCU mempunyai peran kritical dalam mengidentifikasi penyakit yang bisa berkembang tanpa gejala yang jelas, misalnya stroke.

Faktanya, risiko stroke, khususnya di kalangan usia muda, telah meningkat signifikan. Menurut data dari Rumah Sakit Universitas Indonesia, terdapat peningkatan kasus stroke di usia muda sebesar 67% selama satu dekade terakhir. Peningkatan ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan preventif dalam pengelolaan kesehatan. Stroke, yang banyak dianggap sebagai penyakit lanjut usia, kini mulai memengaruhi populasi yang lebih muda dimana pada usia 30-35 tahun, banyak individu mengalami perubahan gaya hidup yang signifikan, misalnya peningkatan tanggung jawab pekerjaan, keluarga, dan penurunan aktivitas fisik.

MCU, jika diimplementasikan secara rutin, tidak hanya bisa mendeteksi penyakit misalnya stroke sejak dini tapi juga menyediakan kesempatan guna intervensi awal yang bisa mengubah hasil jangka panjang bagi individu tersebut. Namun, karena kurangnya kesadaran dan pemahaman terkait pentingnya MCU, banyak individu yang tidak memanfaatkan layanan ini sampai mereka menghadapi isu kesehatan serius.

Unit *Medical Check Up* (MCU) di Rumah Sakit Al Islam Bandung yakni jasa di sektor kesehatan yang menyediakan pemeriksaan kesehatan preventif bagi individu. Layanan ini dirancang guna mendeteksi potensi isu kesehatan sebelum berkembang menjadi kondisi yang lebih serius, memberi kesempatan bagi individu guna melakukan tindakan pencegahan atau pengobatan dini.

Pangsa pasar guna layanan *Medical Check Up* (MCU) di Rumah Sakit Al Islam Bandung ialah bagian usia lanjut. bagian ini cenderung lebih sadar akan

pentingnya pemeriksaan kesehatan rutin karena risiko kesehatan yang meningkat seiring bertambahnya usia

Unit *Medical Check Up* (MCU) di Rumah Sakit Al Islam Bandung (RSAI) yang berlokasi di Jalan Soekarno Hatta No. 644 telah beroperasi sejak tahun 2003. Sebagai bagian krusial dari rumah sakit, MCU ini memainkan peran krusial dalam mewujudkan visi RSAI guna menjadi rumah sakit yang unggul, terpercaya, dan Islami dalam pelayanan dan pendidikan.

RSAI amat berkomitmen terhadap prinsip-prinsip syariat Islam, yang tercermin dalam pelaksanaan layanan MCU. Proses pemeriksaan kesehatan di MCU disesuaikan dengan hukum muhram, dimana peserta pria dilayani tenaga medis pria dan peserta wanita dilayani tenaga medis wanita. Pendekatan ini tidak hanya memastikan kenyamanan pasien tetapi juga kepatuhan terhadap nilai-nilai Islami.

Dedikasi RSAI terhadap kualitas pelayanan kesehatan telah diakui dengan pencapaian akreditasi level paripurna dari Komisi Akreditasi Rumah Sakit (KARS). Pencapaian ini ialah tanda nyata bahwasanya RSAI mencukupi standar pelayanan kesehatan yang tinggi, yang diperlukan guna memberi perawatan dan pengobatan yang berkualitas kepada pasien. Unit MCU di RSAI menawarkan sejumlah paket pemeriksaan kesehatan yang dirancang guna mencukupi kebutuhan sejumlah individu.

Pelayanan MCU di rumah sakit ini memberi kesempatan kepada individu guna menjalani pemeriksaan kesehatan secara menyeluruh dan sistematis. Dengan keberadaan MCU, dengan adanya paket-paket yang tersedia misalnya Medical Check Up Paripurna, Medical Check Up Executive, Medical Check Up Standar Plus, Medical Check Up Standar, Medical Check Up PraNikah, Check Up Kesehatan Jasmani+Narkotika, Heart Medical Check Up Plus, serta Heart Medical Check Up.

Unit Medical Check Up (MCU) di Rumah Sakit Al Islam Bandung belum mencapai target frekuensi pemeriksaan kesehatan yang ditargetkan. Selama pandemi Covid-19, pengiklanan layanan ini dikurangi guna memfokuskan sumber daya pada penanganan Covid-19. Akibatnya, bentuk pengiklanan guna memberi kesadaran dan pemanfaatan layanan MCU menurun.

Target audiens guna layanan MCU di Rumah Sakit Al Islam Bandung ialah bagian usia 30-35 tahun, yang memasuki fase krusial dalam hal kesehatan mereka. Pada usia ini, menurut dr. Ervina Hasti W, medical advisor dari Kalbe Nutritionals, kondisi kesehatan individu mulai mengalami perubahan signifikan, bukan hanya karena faktor usia tetapi juga efek dari gaya hidup dan pola makan yang tidak sehat. Proses penuaan sebenarnya telah dimulai, meskipun gejala-gejalanya belum terlihat jelas.

Gejala yang umum muncul pada usia ini termasuk kelelahan yang lebih mudah, rasa pegal di badan, dan kekakuan tulang, yang bisa dirasakan meskipun hanya melakukan aktivitas fisik ringan—aktivitas yang biasanya lebih mudah diimplementasikan di usia yang lebih muda. Kondisi ini menandakan pentingnya pemeriksaan kesehatan rutin lewat MCU, yang dapat membantu mendeteksi dan mengatasi isu kesehatan sejak dini.

Layanan Medical Check Up (MCU) di Rumah Sakit Al Islam Bandung bersaing dengan sejumlah penyedia layanan serupa di wilayah Bandung. Kompetitor utama termasuk Unit Medical Check Up di Rumah Sakit Pindad Bandung, Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung dan Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Bandung

1.1.1 Identifikasi isu

Melalui observasi dan analisis terhadap isu yang diuraikan dalam latar belakang isu yang telah dipaparkan, isu tersebut dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Banyaknya masyarakat kota Bandung yang belum tahu adanya layanan Medical Check Up di Rumah Sakit Al Islam Bandung.
2. Perubahan gaya hidup dan tanggung jawab di usia 30-35 tahun berkontribusi pada peningkatan risiko penyakit.
3. Penurunan pengiklanan selama pandemi Covid-19
4. Kurang adanya media yang mengkomunikasikan terkait pentingnya melakukan medical check up.

1.1.2 Rumusan isu

Dari identifikasi isu tersebut dapat dirumuskan kedalam perumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana cara merancang pesan iklan guna unit medical check up Rumah Sakit Al-Islam Bandung guna membentuk brand recognition guna target audience 30-35 tahun?
2. Bagaimana merancang visual media kreatif medical check up Rumah Sakit Al-Islam dalam membangun brand recognition?

1.2 Ruang Lingkup

Berikut ruang lingkup permasalahan sebagai berikut:

1. Apa
Merancang media informasi guna mempromosikan layanan Medical Check Up (MCU) di Rumah Sakit Al Islam Bandung.
2. Bagaimana
Perancangan media informasi yang efektif dan persuasif selaras dengan keilmuan desain komunikasi visual.
3. Siapa
Masyarakat kota Bandung berusia 30-40 tahun, bagian usia yang rentan terhadap perubahan gaya hidup yang memengaruhi kesehatan.
4. Dimana
Bandung Timur.
5. Waktu
Pengumpulan data penelitian : 19 Agustus 2023
Eksekusi perancangan media : 1 Juli 2024

1.3 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan ini ialah sebagai berikut :

- Mempromosikan layanan medical check up yang disediakan Rumah Sakit Al Islam Bandung

1.4 Metode Penelitian dan Pengumpulan Data

Metode kualitatif deskriptif yakni metode penelitian yang diaplikasikan dalam penulisan ini. Menurut Burhan Bungin (2006:69) mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat terkait fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek khusus. Teknik yang diaplikasikan dalam pengumpulan data kualitatif ialah :

1. Wawancara

Menurut Moleong & J (2017), wawancara ialah percakapan yang diimplementasikan dengan tujuan khusus, melibatkan dua pihak: pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang memberi jawaban. Wawancara diimplementasikan langsung dengan subjek yang mempunyai keterkaitan langsung dengan penelitian ini, yakni kepala bidang medical check up dan bagian administrasi, termasuk dr. Rizda Nurul Z., Tati Khotiman, dan Dedah Rahmawati, S.Kep., Ners.

2. Studi literatur

Menurut Maryaeni (2005), survei dan pembahasan literatur yakni kegiatan dalam penelitian yang bertujuan guna mengumpulkan dan mengkaji informasi dari sejumlah sumber yang relevan di bidang khusus. Proses ini melibatkan penelaahan literatur yang ada guna memahami konteks, tren, dan temuan sebelumnya yang berelasi dengan topik penelitian, sehingga dapat memberi dasar yang kuat bagi penelitian yang sedang diimplementasikan. Observasi

Menurut Riyanto (2010), observasi ialah metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung. Dalam penelitian ini, penulis mengamati secara langsung subjek penelitian, yakni unit Medical Check Up di Rumah Sakit Al Islam Bandung. Pengamatan mencakup aktivitas dokter dan staf yang bekerja di unit medical check up, serta interaksi dengan peserta medical check up.

3. Kuesioner

Menurut Soewardikoen (2021), guna mendapatkan data mendalam terkait target pasar khusus, perlu diimplementasikan penyebaran kuesioner kepada populasi yang besar. Dalam penelitian ini, kuesioner disebar

kepada masyarakat sekitar Rumah Sakit Al Islam Bandung yang berusia 30-40 tahun. Tujuan dari penyebaran kuesioner ini ialah mengumpulkan informasi yang lebih mendalam mengenai persepsi dan kebutuhan target pasar terhadap layanan medical check up yang ditawarkan.

1.5 Metode Analisis Data

a. Analisis SWOT

Analisis SWOT yakni teknik evaluatif yang diaplikasikan guna menggali faktor-faktor internal serta eksternal yang berdampak pada organisasi atau inisiatif khusus. Faktor internal terdiri dari Kekuatan (Strength) dan Kelemahan (Weakness), sedangkan faktor eksternal mencakup Kesempatan (Opportunity) dan Ancaman (Threat). Metode ini membantu dalam penilaian dengan menambahkan skor pada setiap poin yang diidentifikasi, sehingga memproduksi konsep perancangan yang lebih terstruktur dan terukur (Soewardikoen, 2021)

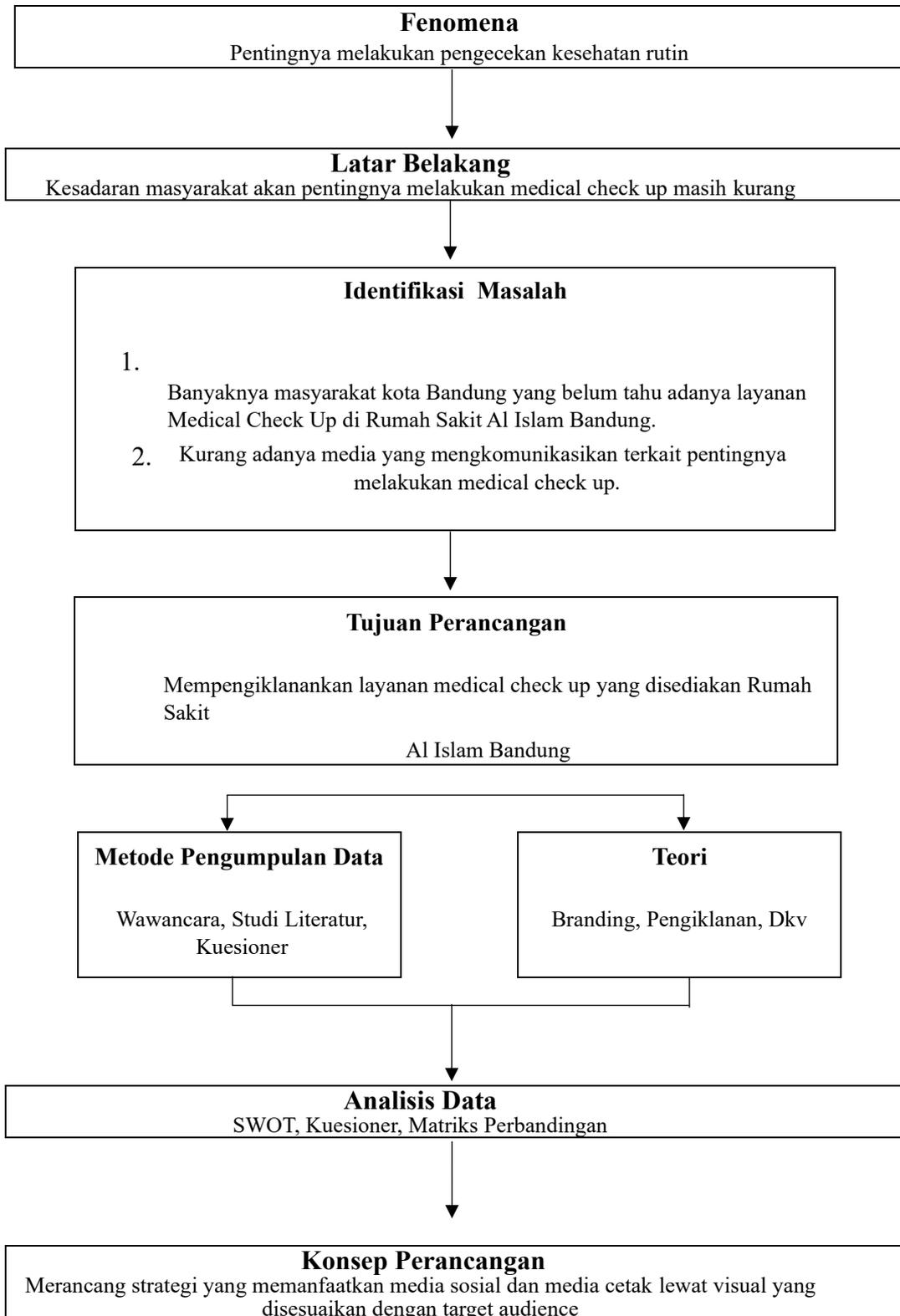
b. Analisis Kuesioner

Analisis data kuesioner ialah pendekatan analitis kuantitatif yang berpijak pada hasil kalkulasi respons yang diterima dari subjek penelitian. Pendekatan ini mengkalibrasi variabel-variabel yang sudah ditetapkan terlebih dahulu (Soewardikoen, 2021). Temuan dari evaluasi ini dapat dijadikan sebagai alat perbandingan dan verifikasi guna mendukung atau membantah hipotesis yang telah diajukan, serta memberi wawasan yang lebih mendalam mengenai persepsi dan preferensi responden.

c. Analisis Matriks Perbandingan

Metode analisis matriks komparatif yakni teknik analitik yang menggabungkan teks dan visual secara proporsional guna mendeteksi kesamaan dan ketidaksamaan dalam data penelitian (Soewardikoen, 2021). Teknik ini mengelola perbandingan dari data generik, audiens target media, sampai dengan representasi visual, sehingga memungkinkan peneliti guna memahami sejumlah aspek dari data penelitian dengan lebih komprehensif dan membentuk kesimpulan yang lebih terarah.

1.6 Kerangka Perancangan



Tabel 1.1 Kerangka perancangan
(Sumber: Data pribadi)

1.7 Pembabakan

Dalam penyusunan laporan penelitian, struktur penulisan terbagi atas lima bagian utama :

1. BAB I PENDAHULUAN

Mecakup latar belakang masalah, identifikasi masalah, formulasi masalah, tujuan desain, metode pengumpulan dan analisis data, kerangka desain, dan fokus pada isu kurang sadarnya masyarakat akan pentingnya medical check up.

2. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Memuat teori-teori yang mendukung sebagai dasar pelaksanaan desain media pengiklanan medical check up di Rumah Sakit Al Islam Bandung secara tepat dan efektif. Teori yang dipakai meliputi ilmu sosial dan budaya, psikologi, juga desain komunikasi visual

3. BAB III DATA DAN ANALISIS

Memaparkan data yang diperoleh dari wawancarasiswa kuesioner yang diberikan pada masyarakat dan pasien Rumah Sakit Al Islam Bandung serta studi literatur termasuk buku, artikel, serta opini yang tersedia pada blog, diikuti dengan analisis data guna mengembangkan konsep desain.

4. BAB VI KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Menjelaskan strategi pengiklanan yang direncanakan guna layanan medical check up, termasuk konsep kreatif yang diaplikasikan guna mengajak calon pasien guna datang ke layanan medical check up, media pengiklanan yang dipilih yang ditargetkan kepada audiens yang spesifik.

5. BAB V PENUTUP

Berisikan kesimpulan dari strategi pengiklanan yang telah dikembangkan guna layanan medical check up di rumah sakit al islam bandung.