

# PERANCANGAN VISUAL WEBSITE WARAS LAB SEBAGAI MEDIA KAMPANYE MENGENAI INFEKSI SALURAN PERNAPASAN AKUT

Rio Ardyansyah Prima Yudha<sup>1</sup> Andreas Rio Adriyanto, S.E., M.Eng.,<sup>2</sup> Yanuar  
Rahman, , S.Ds., M.Ds.<sup>3</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Industri Kreatif – Universitas Telkom  
Bandung

## ABSTRACT

*Upper Respiratory Infection (URI) is an acute disease engaging respiratory tract, nasal cavity, sine, pharinx, or larynx. Until now, the number of death caused by URI is quite high, often because the patient was too late to be treated medically.*

*Data from Puksesmas Electronics Information Management Sistem (Simpustronik) Ngawi Regency, East Java in 2013, shows that URI is most widely disease suffered by 55.328 people; 13, 91% from main 15 top suffered diseases by people in Ngawi.*

*As a company engage in health industry in Ngawi Regency, Waras Laboratorium or mostly known as Waras Lab, is aware with that situation and willing to organize a campaign about it. The Campaign covers basic information about URI, the danger, the prevention and treatment, through website as a main information spreading media.*

*By the campaign, people are expected to be aware and get sufficient information needed for maintaining self and environmental healthiness, especially for children. Beside that, it used by Waras Lab to gain and increase brand awareness from Ngawi's people as well.*

*Keyword: URI, disease, campaign, brand, awareness, websie*

## Pendahuluan

Infeksi saluran napas akut dalam bahasa Indonesia juga dikenal sebagai ISPA atau URI (*Upper Respiratory Infection*) dalam bahasa Inggris, adalah penyakit infeksi akut yang melibatkan organ saluran pernapasan, hidung, sinus, faring, atau laring.

Penyakit ISPA dibagi dalam dua golongan, yaitu *pneumonia* dan yang bukan *pneumonia*. *Pneumonia* dibagi atas derajat beratnya penyakit yaitu *pneumonia* berat dan *pneumonia* tidak berat. Penyakit batuk pilek seperti rinitis, faringitis, tonsilitis dan penyakit jalan napas bagian atas lainnya digolongkan sebagai bukan *pneumonia*. *Etiologi* dari sebagian besar penyakit jalan napas bagian atas ini ialah virus dan tidak dibutuhkan terapi antibiotik.

Penyakit ISPA merupakan penyakit yang sering terjadi pada anak, karena sistem pertahanan tubuh anak masih rendah. Kejadian penyakit ISPA pada balita di Indonesia diperkirakan 3 sampai 6 kali per tahun, yang berarti seorang balita rata-rata mendapat serangan

batuk-pilek sebanyak 3 sampai 6 kali setahun.

ISPA yang berlanjut menjadi *pneumonia* (radang paru-paru) sering terjadi pada anak-anak terutama apabila terdapat gizi kurang dan dikombinasi dengan keadaan lingkungan yang tidak sehat.

Hingga saat ini angka kematian akibat ISPA yang berat masih sangat tinggi. Kematian seringkali disebabkan karena penderita datang untuk berobat dalam keadaan parah/lanjut. Data penderita penyakit *pneumonia* di Indonesia per tahun berkisar antara 10-20% dari populasi balita. Bila kita mengambil angka penderita 10% pertahun, ini berarti setiap tahun jumlah penderita *pneumonia* di Indonesia berkisar 2,3 juta.

Data dari Sistem Informasi Manajemen Puskesmas Elektronik (Simpustronik) untuk kota Ngawi tahun 2013 menunjukkan bahwa ISPA merupakan penyakit yang paling banyak diderita oleh masyarakat Kota Ngawi, dengan jumlah presentase 55.328 orang atau 13.91%.

Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dalam industri kesehatan di

kota Ngawi Jawa Timur, Laboratorium Klinik Waras atau yang lebih dikenal sebagai Waras Lab, peduli dengan keadaan tersebut sehingga Waras Lab ingin membuat sebuah kampanye mengenai ISPA yang meliputi informasi dasar mengenai ISPA, bahaya ISPA, gejala umum, pencegahan dan perawatan melalui media penyebaran informasi utama berupa *website*. Dengan adanya kampanye tersebut diharapkan dapat memberikan penyadaran, pengetahuan tentang ISPA, dan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan lingkungan dan juga kesehatan diri khususnya pada anak-anak. Selain sebagai bentuk kepedulian Waras Lab, kampanye tersebut dilakukan untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat kota Ngawi terhadap Waras Lab.

Pemilihan tema kampanye mengenai ISPA didasari data pasien Waras Lab yang menunjukkan bahwa pemeriksaan DL (Darah Lengkap) di laboratorium paling banyak dilakukan.

Di sisi lain, berkembangnya pengguna internet di Indonesia yang

mencapai 82 juta pada 2014, serta kecenderungan masyarakat saat ini yang dekat dengan *gadget*, serta tersedianya infrastruktur yang memadai berkenaan dengan teknologi internet di Indonesia, menjadi dasar pemilihan *website* sebagai media informasi utama dalam kampanye ini. Selain dapat menjangkau *audience* dengan luas, serta dapat memberikan informasi secara detil dan informatif, dari faktor biaya *website* relatif lebih terjangkau.

Selain menggunakan media *website*, penggunaan media *offline* seperti poster, brosur, *banner*, dan *event* digunakan sebagai media pendukung untuk mengarahkan ke *website* sebagai media utama yang dapat memberikan informasi lebih lanjut dari media-media *offline* tersebut.

## **PERMASALAHAN**

ISPA merupakan penyakit yang paling banyak diderita oleh masyarakat di kota Ngawi. *Awareness* masyarakat khususnya di Kota Ngawi terhadap *brand* Waras Lab perlu ditingkatkan melalui kampanye tentang penyakit ISPA.

### **Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang visualisasi *website* yang dapat mengakomodasi media pendukung penyelenggaraan kampanye kesehatan tentang ISPA serta sebagai informasi mengenai perusahaan Waras Lab.

### **Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, studi pustaka, dan wawancara. Observasi dilakukan langsung kepada Waras Lab di kota Ngawi. Studi pustaka dilakukan terhadap buku-buku maupun sumber lain yang berkaitan dengan perancangan kampanye dan perancangan *website*. Wawancara dilakukan dengan Ibu Ibnu Sri selaku pemilik Waras Lab. Kuesioner disebar kepada masyarakat kota Ngawi untuk mengetahui minat masyarakat

### **Tinjauan Teori**

Menurut Bowo (2013: 6), *Website* adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga dapat diakses seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. *Website* merupakan komponen atau kumpulan

komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara, video, animasi, dan lain sebagainya.

### **Pembawa Proyek: Waras Lab**

Laboratorium Klinik Waras atau lebih dikenal dengan Waras Lab adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri kesehatan yang terletak di Jalan Ronggo Warsito No. 78 kota Ngawi, Jawa Timur.

Ruang lingkup kegiatan usaha Waras Lab meliputi berbagai macam pemeriksaan kesehatan, analisis laboratorium, dan apotek. Target pasar utama Waras Lab yaitu masyarakat kota Ngawi dan kecamatan di sekitarnya. Dari data yang diperoleh dari pihak Waras Lab, setiap bulannya Waras Lab menerima 350-400 pasien. Selain menyediakan jasa pelayanan kesehatan bagi masyarakat umum, Waras Lab juga ikut berpartisipasi dalam tender proyek yang diselenggarakan oleh pemerintah dan swasta, seperti misalnya pemeriksaan kesehatan bagi jamaah calon haji.

### **Khalayak Sasaran**

#### **Demografis**

- a) Umur : 25-45 tahun
- b) Jenis Kelamin : Pria dan wanita
- c) Kelas Sosial : Menengah - Atas
- d) Pekerjaan : Mahasiswa, Karyawan, Pengusaha, Ibu Rumah Tangga

### **Targeting**

- 1) Target Primer: Mahasiswa, Karyawan, Pengusaha, Ibu Rumah Tangga yang tinggal di kota Ngawi
- 2) Target Sekunder: Masyarakat terdekat dari luar kota Ngawi, seperti Magetan, Madiun, Ponorogo

### **Positioning**

Waras Lab memposisikan diri sebagai sebuah Laboratorium Klinik yang memiliki pelayanan yang baik dengan fasilitas dan peralatan yang memadai.

## **Konsep Perancangan**

### **Konsep Pesan**

Konsep pesan dari penyampaian *brand awareness* Waras Lab melalui kampanye penyakit Infeksi Saluran Pernapasan Atas (ISPA) adalah untuk memposisikan *brand* laboratorium klinik yang mampu memberikan solusi

pencegahan dan pengobatan penyakit ISPA secara cepat yang sejalan dengan *tag linenya* yaitu “Untuk Diagnosa yang Tepat dan Akurat”.

### **Konsep Kreatif**

Konsep kreatif yang diusung pada kampanye ini bertemakan “Bersama Kita Tanggap ISPA” konsep tersebut dipilih berdasarkan representatif dari karakteristik psikografi masyarakat kota Ngawi yang mana secara psikografi masyarakat Ngawi masih menjunjung tinggi semangat solidaritas serta kepedulian terhadap kesejahteraan bersama.

Pelaksanaan kampanye akan dilakukan dengan tenggat waktu selama  $\pm$  1 bulan yang dimuai pada 28 Februari sampai dengan 29 April 2015 . Dalam kurun waktu tersebut dilakukan model pendekatan AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*).

### **Konsep Media**

*Website* Waras Lab nantinya akan menampilkan informasi yang disajikan secara interaktif untuk menarik minat pengunjung dalam mengeksplorasi *website* ini. Dalam tahap pembuatan *website* ini, penulis melakukan desain menggunakan *Adobe Illustrator*, kemudian mulai melakukan perancangan *website* menggunakan menggunakan *Zyro Website Builder*. Ukuran lebar

layar yang digunakan dalam desain *website* ini yaitu 1024px dengan tinggi *website* menyesuaikan isi konten.

## Konsep Visual

### 1. Layout

*Layout* yang digunakan pada *website* Waras Lab menggunakan jenis *Layout Top Index*. *Layout* tersebut menempatkan tombol navigasi utama pada bagian atas, jenis *layout* ini termasuk yang paling banyak digunakan dalam perancangan *website* dan familiar dengan pengguna umum.

### 2. Warna

Warna utama yang digunakan dalam perancangan dalam *website* Waras Lab adalah warna-warna yang secara psikologis mampu menstimulasi persepsi *target audience* tentang keramahan, profesionalisme, serta kesejahteraan secara umum. Penggunaan *tone* warna tersebut umum ditemukan pada identitas perusahaan-perusahaan lain yang bergerak di bidang jasa, yang menonjolkan pelayanan sebagai *brand promise* utamanya. Berikut merupakan 3 warna utama yang digunakan sebagai *corporate identity* dalam *website* Waras Lab.

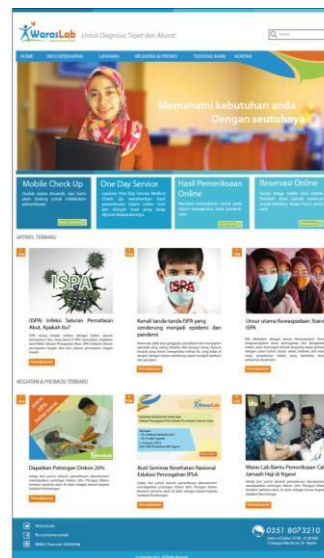
### 3. Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam perancangan merupakan tipografi yang

selaras dengan *brand promise* dari Waras Lab dengan karakteristik formal, hangat, serta profesional. *Font* Myriad Pro pada judul dan sub judul dan *font* *Trebuchet MS* pada isi konten.

## Hasil Perancangan Media Utama

### a. Halaman Home



### b. Halaman Info Kesehatan





- Beyond, Second Edition.* California: New Riders.
- Hembree, Ryan. 2008. *Design for New Media.* England: Pearson Education Limited
- Herman Suyanto, Asep. 2009. *Step by Step Web Design Theory and Practices.* Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Joseph, Thomas. 2011. *Apps - The Spirit of Digital Marketing 3.0.* Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual.* Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Landa, Robin. 2006. *Graphic Design Solution 3rd Edition.* United States of America: Thomson Delmar Learning.
- Ledford, Jerri L. 2007. *Search Engine Optimization Bible 2nd Edition.* Wiley Publisher.
- Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi.* Jakarta: Bumi Aksara
- Nugroho, Bunafit. 2004. *PHP dan MySQL.* Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Rohidi, Tjejep. 2011. *Metode Penelitian Seni.* Semarang: Cipta Prima Nusantara.
- Rustan, Suriyanto. 2010. *Font dan Tipografi.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout Dasar dan Penerapannya.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sihombing, Danton, MFA. 2001. *Tipografi Dalam Desain Grafis.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Skopec, David. 2003. *Digital Layout for The Internet and Other Media.* Singapore: AVA Book Production Pte. Ltd.
- Soewignjo, Santoso. 2013. *Seni Mengatur Komposisi Warna Digital.* Yogyakarta: TAKA Publisher.
- Wakhida, Ikhsan. 2009. *Paling Mudah Membuat Website Profesional dengan Joomla.* Yogyakarta: Mediakom.
- Wigan, Mark. 2008. *Basics Illustration.* Switzerland: AVA Publishing SA
- Venus, Antar. 2009. *Manajemen Kampanye, Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi.* Bandung: Simbiosis Rekatama Media.