

“IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TERKAIT PENCEGAHAN COVID 19 DI KOTA PADANG”

Abid Tahiyya¹, Hendra Afriwan²

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang

Email: abid.g1yu@gmail.com

Submitted: 2023-02-02

Accepted: 2023-03-15

Published: 2023-03-30

DOI: 10.24036/dekave.v11i1.xxxx

Abstrak

Memasuki era pembiasaan baru atau new normal pasca adanya pandemi Covid 19, masih banyak warga masyarakat yang tidak mematuhi protokol kesehatan seperti yang telah dianjurkan oleh pemerintah. Hal ini juga tampak pada warga Kota Padang dalam aktivitas sehari-hari sebagian besar warga tidak mematuhi protokol kesehatan, seperti menggunakan masker, menghindari kerumunan dan mencuci tangan. Oleh karenanya perlu upaya untuk mengingatkan dan mempengaruhi mereka agar mau mematuhi protokol kesehatan, yaitu melalui perancangan Iklan Layanan Masyarakat yang relevan dengan kondisi masyarakat. Iklan Layanan Masyarakat merupakan sarana menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik khalayak dengan memiliki tujuan yaitu keuntungan sosial seperti penambahan pengetahuan sehingga berdampak pada timbulnya kesadaran sikap dan perubahan perilaku terhadap masalah yang di iklankan yang dalam hal ini merupakan perilaku taat protokol kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan konsep *adprint* sebagai media iklan layanan masyarakat tentang pencegahan covid 19, dan mendeskripsikan visualisasi poster sebagai media iklan layanan masyarakat tentang pencegahan covid 19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis 5W+1H. Hasil perancangan ini berupa media *adprint* tentang pentingnya pencegahan covid 19 di era New Normal melalui penerapan protokol kesehatan

Kata kunci: Iklan, media *adprint*, covid 19

Introduction

Covid 19 selama 2 tahun terakhir ini sudah memberikan dampak buruk bagi kesehatan warga di Indonesia, begitu juga di Padang Sumatera barat, demi melindungi warga kota Padang Pemerintah kota Padang memberlakukan beberapa kebijakan untuk mencegah atau mengurangi penyebaran virus berbahaya tersebut. Pemerintah kota Padang memberlakukan pembatasan pergerakan warga, pengecualian pembatasan dalam berpergian, dan juga pengawasan dan penindakan bagi yang melanggar, dengan demikian pemerintah kota Padang harus melakukan sosialisasi terhadap covid 19, dan juga mensosialisasikan tindakan pemerintah yang dilakukan untuk pencegahan penyebaran virus. Dizaman sekarang tentu media cetak masih merupakan wadah paling bagus untuk melakukan sosialisasi tersebut kepada warga kota Padang. Ini merupakan beberapa panduan dari pemerintah kota Padang untuk mencegah penyebaran COVID-19.

Covid-19 adalah keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit mulai dari gejala ringan sampai berat. Ada setidaknya dua jenis coronavirus yang diketahui menyebabkan penyakit yang dapat menimbulkan gejala berat seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS), (Banjarmasin, 2020). Pandemi mengakibatkan semua negara melakukan kebijakan yang bertujuan untuk menanggulangi semua akibat covid 19. Pemerintah juga menerapkan pembatasan pergerakan dan aktivitas masyarakat. Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka percepatan penanganan covid 19 telah menyatakan bahwa PSBB dilakukan salah satunya dengan meliburkan tempat kerja. Hal ini berdampak pada semua sektor, seperti sektor ekonomi, pendidikan, pariwisata, dan lain sebagainya.

Kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah untuk mengurangi lonjakan kasus covid 19 adalah memberikan vaksin covid 19 kepada seluruh warga Indonesia. Pemberian vaksin bertujuan untuk memunculkan respon kekebalan tubuh seseorang terhadap serangan virus covid 19 sehingga, tubuh dapat melawan infeksi virus covid 19. Tentunya, sistem kekebalan tubuh terhadap covid 19 setelah divaksin tidak serta merta dapat terbentuk secara instan, protokol kesehatan 3M yang dicanangkan pemerintah haruslah tetap dilaksanakan untuk memberikan perlindungan maksimal terhadap serangan covid 19 (Kemenkes, 2021).

Selalu jaga jarak aman dari orang lain (minimal 1 meter), meskipun tidak tampak sakit. Kenakan masker diruang publik, terutama di dalam ruangan atau jika pembatasan fisik tidak dimungkinkan. Sebaiknya pilih ruang terbuka dan berventilasi baik. Buka jendela jika berada di dalam ruangan. Cuci tangan secara rutin. Gunakan sabun dan air, atau cairan pembersih tangan berbahan alkohol. Ikuti vaksinasi ketika giliran. Ikuti panduan setempat terkait vaksinasi. Saat batuk atau bersin, tutup mulut dan hidung dengan lengan atau tisu. Jangan keluar rumah jika merasa tidak enak badan.

Jika demam, batuk, dan kesulitan bernapas, segera cari bantuan medis. Telepon terlebih dahulu agar penyedia layanan kesehatan dapat mengarahkan pasien ke fasilitas kesehatan yang tepat. Tindakan ini akan melindungi pasien dan mencegah penyebaran virus serta infeksi lainnya. Masker yang dipasang dengan benar dapat membantu mencegah penyebaran virus dari orang yang mengenakannya ke orang lain. Mengenakan masker saja tidak cukup untuk melindungi diri dari COVID-19, sehingga

harus dikombinasikan dengan pembatasan fisik dan kebersihan tangan. Ikuti saran yang diberikan oleh otoritas kesehatan setempat.

Masyarakat harus tetap melawan penyebaran virus itu sambil beraktivitas seperti sediakala. Tentu, aktivitas yang dilakukan bukan seperti sebelum adanya pandemi covid 19 ini. Aktivitas dilakukan harus tetap berpegang pada protokol kesehatan seperti menjaga jarak, memakai masker, menghindari kerumunan, dan kerap mencuci tangan. Pola kehidupan baru ini kemudian banyak yang menyebutnya sebagai *new normal*. Menurut Ketua Tim Pakar Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Wiku, yang dikutip dari laman Kompas (2020). *New normal* adalah perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal, ditambah dengan penerapan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan Covid-19. *New normal* menjadi pilihan karena beberapa hal, diantaranya alasan penerapan PSBB pada tahap pertama menyebabkan menurunnya pendapatan negara dan meningkatkan angka kemiskinan.

Namun di era modern sekarang dan era sosial media, banyak sekali media media konvensional seperti di platform sosial media, media web, ataupun media lainnya yang menyebarkan berita yang tidak didukung oleh data dan fakta, bahkan banyak sekali berita yang di sampaikan di media media tersebut berisi berita HOAX, seperti misalnya pencegahan virus covid 19 dengan garam dapur, ada juga dengan mengkonsumsi rubusan bawah putih dsb. Hal ini dapat menimbulkan kegelisahan dan kepanikan di masyarakat.

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) adalah jenis iklan yang mempertontonkan informasi social yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai permasalahan yang dihadapinya, yaitu kondisi yang dapat membahayakan kerukunan dan kehidupan bermasyarakat. Iklan Layanan Masyarakat (ILM) bertujuan untuk memberikan control sikap bagi masyarakat dan menyediakan solusi terhadap masalah yang di iklankan. Iklan memiliki beberapa fungsi, yang pertama adalah *persuasive* yaitu iklan memberikan pengaruh terhadap pandangan audiens mengenai suatu produk dan memberikan output seperti berubahnya perilaku audiens setelah menonton iklan tersebut. Iklan juga berfungsi sebagai pengingat, dengan terus-menerus menayangkan produk untuk membangun kepercayaan dan hubungan dengan audiens atau konsumen mengenai produk yang diiklankan.

Adapun tujuan perancangan Iklan Layanan Masyarakat terkait Pencegahan Covid 19 pada media *adprint* di Kota Padang sebagai berikut :

1. Dengan dirancangnya Iklan Layanan Masyarakat terkait Pencegahan Covid 19 pada media *adprint* di Kota Padang bertujuan agar terciptanya sebuah Iklan Layanan Masyarakat yang informatif dan komunikatif dengan menerapkan prinsip-prinsip logo dan desain.
2. Dengan dirancangnya Iklan Layanan Masyarakat terkait Pencegahan Covid 19 pada media *adprint* di Kota Padang bertujuan agar Iklan Layanan Masyarakat ini dapat diingat dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam penanganan pencegahan covid 19 di Kota Padang

Method

Pada perancangan iklan layanan Masyarakat terkait Pencegahan Covid 19 pada media cetak di Kota Padang ini penulis menggunakan metode pendekatan Design thinking yang dibagi menjadi 5 tahap (Stanford d.school) sebagai berikut :

1. Emphatize (empati)

Dalam metode ini ada beberapa hal yang harus dilakukan yaitu wawancara, observasi, serta menggabungkan observasi dan wawancara.

2. Define (Penetapan)

Proses menganalisis dan memahami berbagai wawasan yang telah diperoleh melalui empati, dengan tujuan untuk menentukan pernyataan masalah sebagai point of view atau perhatian utama pada penelitian.

3. Ideate (Ide)

Ideate merupakan proses transisi dari rumusan masalah menuju penyelesaian masalah, adapun dalam proses ideate ini akan berkonsentrasi untuk menghasilkan gagasan atau ide sebagai landasan dalam membuat prototipe rancangan yang akan dibuat.

4. Prototype (Prototipe)

Dalam penerapannya, rancangan awal yang dibuat akan diuji coba kepada pengguna untuk memperoleh respon dan feedback yang sesuai untuk menyempurnakan rancangan.

5. Test (Uji Coba)

Proses ini merupakan tahap akhir namun bersifat life cycle sehingga memungkinkan perulangan dan kembali pada tahap perancangan sebelumnya apabila terdapat kesalahan.

Metode Pengumpulan Data

Data-data yang digunakan dalam perancangan ini diperoleh melalui berbagai sumber yaitu :

1. Data Primer

Pada tahapan data primer ini melakukan kegiatan pengumpulan data melalui sumber. Pengambilan data primer ini dilakukan penulis melalui observasi lapangan, wawancara dengan owner secara langsung juga dokumentasi.

2. Data Sekunder

Pada tahapan data sekunder merupakan data yang didapat dengan mengkaji teori yang diperoleh melalui buku , jurnal, serta internet terkait *covid-19*.

Metode Analisis Data

Analisa SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*), Freddy Rangkuti (2006 : 18-19). Berikut adalah hasil analisis SWOT dari perancangan iklan layanan Masyarakat terkait Pencegahan Covid 19 pada media cetak di Kota Padang.

1. Strengths (Kekuatan)

- a. Iklan layanan masyarakat ini ditampilkan ditempat pelayanan publik di Kota Padang.
- b. Partisipasi masyarakat untuk membantu pencegahan Covid 19 di Kota Padang.

2. Weakness (Kelemahan)

- a. Kurangnya perhatian Pemko Padang dalam anggaran iklan layanan Masyarakat terkait Pencegahan Covid 19 pada media cetak di Kota Padang.
- b. Kurang optimalnya iklan layanan Masyarakat terkait Pencegahan Covid 19 pada media cetak di Kota Padang.

3. Opportunity (Peluang)

- a. Dapat menurunkan angka penyebaran Covid 19 di Kota Padang
- b. Meningkatkan kesadaran masyarakat terkait Pencegahan Covid 19 di Kota Padang.

4. Treaths (Ancaman)

- a. Sudah banyak iklan layanan Masyarakat terkait Pencegahan Covid 19 pada media cetak di Kota Padang, namun tidak efektif.
- b. Iklan layanan Masyarakat terkait Pencegahan Covid 19 di Kota Padang banyak yang rusak.

Result and Discussion

Perancangan iklan layanan Masyarakat terkait Pencegahan Covid 19, visual menggukan analisis konten berdasarkan pada enam element desain yaitu warna, font, judul, ruang kosong, ukuran dan alat peraga. Gambar berikut adalah poster edukasi mengenai pencegahan covid 19 yang secara luas dibuat oleh Kementerian Kesehatan, dan disebarakan secara luas ke berbagai media Iklan layanan Masyarakat terkait Pencegahan Covid 19 di Kota Padang.

1. Poster

Menurut KBBI poster merupakan plakat yang dipasang ditempat umum berupa pengumuman atau iklan. Poster merupakan media yang efektif dalam melakukan kegiatan pemasaran atau promosi dengan dirancang semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian audience.

Ukuran : 40 cm x 60 cm

Material : Silky Gold

Teknik : Digital Printing

Biaya : Rp. 40.000/pcs



Gambar 1. Desain Poster

2. X-Banner

X-Banner merupakan media pendukung yang bertujuan untuk menginformasikan secara singkat tentang terkait Pencegahan Covid 19.

Ukuran : 160 cm x 60 cm

Teknik : Digital Printing

Material : Korea Black Out

Biaya : Rp. 100.000



Gambar 2. Desain X-Banner

3. Bilborad

Billboard sudah dipilih menjadi media utama, maka media lain yakni banner website, instagram, poster, dan merchandise menjadi media pendukung. Billboard menjadi media utama untuk target audiens kelompok dewasa yang beraktifitas di sekitar kota, sedangkan media website dan instagram mendukung persebaran informasi iklan / branding untuk orang yang memiliki mobilitas tinggi (belum tentu sempat melihat iklan billboard).

Ukuran : 30m x 10m

Teknik : airbrush

Material : Paper or vinyl

Biaya : Rp. 310.000/m² selama



Gambar 3. Desain Billboard

4. Spanduk

Dari sekian media konvensional untuk promosi, salah satu yang masih digunakan banyak perusahaan, toko, maupun usaha lainnya adalah spanduk. Ini secara singkat dapat dikatakan sebagai media kain yang direntangkan yang berisi propaganda, slogan, atau hal-hal yang perlu diketahui oleh umum. Biasanya, spanduk dibentangkan memanjang secara horizontal dan memiliki beragam ukuran, seperti 80 x 200 cm, 90 x 200 cm, 100 x 250 cm, 150 x 300 cm, dan lain-lain.

Ukuran : 100 x 250 cm

Teknik : Kasa

Material : Flexy cina

Biaya : Rp20.500 per m²



Gambar 4. Desain Spanduk

5. Baliho

Baliho adalah suatu sarana atau media berpromosi yang mempunyai unsur memberitakan informasi event atau kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat luas, selain itu baliho juga digunakan untuk mengiklankan suatu produk baru.

Ukuran : 120 x 60 cm

Teknik : Alwi

Material : flexi jerman

Biaya : Rp500.000



Gambar 5. Desain Baliho

6. Leaflet

Leaflet merupakan media penyampai informasi dan himbuan. Penggunaan gambar, warna, layout, dan informasi yang disampaikan merupakan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam leaflet (Fitriah, 2018).

Ukuran : 21 x 29,7 cm

Teknik : pamphlet

Material : Kertas HVS

Biaya : 1000, Rp.825,- (Rp 825.000),



Gambar 6. Desain Leaflet

7. T-Shirt

Baju kaos digunakan sebagai seragam para pekerja dalam melakukan aktifitas. Kaos yang seragam akan memperlihatkan kesan rapih dan profesional dalam bidang usaha.

Ukuran : M (48 cm x 67 cm)

Teknik : Sablon

Material : Combet 30s

Biaya : Rp. 120,000,-/pcs



Gambar 7. Desain T-shirt

8. Stiker

Stiker adalah jenis label: selembar kertas cetak, plastik, vinil, atau bahan lain dengan perekat peka tekanan di satu sisi. Mereka dapat digunakan untuk dekorasi atau untuk tujuan fungsional, tergantung pada situasinya.

Ukuran : 10×10 cm

Teknik : offset

Material : Chromo

Biaya : Rp20.000.



Gambar 8. Desain Flyer

9. Flyer

Flyer adalah salah satu cara melakukan promosi barang dan jasa yang biasa dibagikan di tempat umum. Misalnya di pusat perbelanjaan, taman, jalan raya, dan lain sebagainya. Sampai sekarang, flyer adalah masih diandalkan sebagai media promosi yang efektif.

Menyesuaikan perkembangan zaman, flyer adalah sudah berkembang menjadi media promosi digital yang tersebar luas di media sosial, mesin pencarian, dan portal website berbasis internet lainnya. Flyer model digital dapat menjangkau audiens lebih luas. Proses pembuatannya pun bisa lebih cepat dan menghemat biaya operasional.

Ukuran : 21,0 cm x 29,7 cm

Teknik : propaganda

Material : Standard Paper

Biaya : Rp 300.000



Gambar 9. Desain Stiker

Uji Kelayakan Desain

Uji kelayakan desain merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk mengoptimalkan hasil iklan layanan Masyarakat tentang pencegahan covid 19 di Kota Padang dengan harapan perancangan menjadi lebih efektif dalam membangun pencegahan covid 19 di Kota Padang. Berdasarkan hasil uji kelayakan dapat disimpulkan bahwa identitas iklan layanan masyarakat terkait pencegahan covid 19 mendapat respon positif dari beberapa responden dan diharapkan mampu membangun citra baik positif di benak masyarakat hingga dapat diterima oleh masyarakat.

Conclusion/ Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan bahwa Pada tiga desain media adprint menggunakan warna dominan kuning sehingga terlihat mudah dibaca dan dimengerti. Hal ini didasarkan kepada pernyataan Perancang perspektif dari situs web Tips Desain Poster, bahwa dengan menambahkan latar belakang warna terang ke angka-angka dapat membuat poster menjadi menarik. Misalnya, menggunakan huruf putih dan garis-garis pada latar belakang kuning menjadikan poster menarik sebagai konsistensi warna. Seperti lukisan, elemen poster juga bisa melipat-gandakan simpulan secara fisik atau digital dengan menambah kontras pada media *adprint*.

Berdasarkan analisis pembahasan serta kesimpulan diatas, penulis ingin memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Pihak terkait dapat melakukan sosialisasi untuk memastikan seluruh masyarakat mendapatkan informasi yang sama terkait Covid-19 dan cara penanganannya.
2. Iklan Layanan Masyarakat Covid-19 dapat menyertai praktek 3M daripada hanya menyamtumkan tips tips saja. Hal ini dapat membantu masyarakat yang awam dalam hal pelaksanaan 3M dan protokol kesehatan untuk dapat mengetahui cara dan mempraktekkannya sendiri.
3. Menggunakan artis, publik figur, atau tokoh terkenal dalam pembuatan Iklan Layanan Masyarakat agar dapat menarik minat masyarakat untuk menonton Iklan Layanan Masyarakat tersebut.

Reference/ Rujukan

Banjarmasin, P. K. (2020). Laporan Upaya Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 Poltekkes Kemenkes Banjarmasin. *Poltekkes Kemenkes Banjarmasin, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Badan Pengembangan Dan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Kesehatan.*

Fitriah, M. (2018). *Komunikasi pemasaran melalui desain visual.* Yogyakarta: Deepublish

Kemenkes, R. I. (2021). Profil Kesehatan Indonesia 2020. *Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. <https://pusdatin.kemkes.go.id/resources/download/pusdatin/profil-kesehatan-indonesia/profil-kesehatan-indonesia-tahun-2020.pdf>.*

Rangkuti.F. (2006). *Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus.* Jakarta : Gramedia Pustakam Utama