

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era modern ini semakin cepat yang tentunya sangat berpengaruh pada bidang komunikasi yang merupakan aspek penting dalam kehidupan sosial manusia terutama dalam penyampaian pesan kepada khalayak. Salah satu bentuk komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada khalayak yaitu melalui iklan. Iklan merupakan media yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk mempromosikan produk, jasa, atau menyampaikan pesan kepada masyarakat. Namun, selain iklan komersial, terdapat pula jenis iklan yang bertujuan untuk menyampaikan pesan sosial atau layanan masyarakat.

Iklan layanan masyarakat (ILM) memiliki peran yang penting dalam komunikasi, yaitu menyampaikan pesan yang berhubungan dengan masalah sosial, kesehatan, lingkungan, atau isu-isu penting lainnya. ILM bertujuan untuk membangun kesadaran, mengubah sikap, dan mendorong tindakan positif dari masyarakat. Keberhasilan suatu ILM sangat tergantung pada bagaimana pesan tersebut disampaikan dan diterima oleh khalayak. Salah satu bidang yang perlu adanya ILM yaitu pada bidang kesehatan khususnya terkait dengan pemberian imunisasi yang dapat mengurangi dan mencegah kejadian kesakitan, kecacatan, dan kematian akibat penyakit yang dapat dicegah dengan imunisasi.

Imunisasi adalah salah satu upaya yang paling efektif dalam mencegah penyebaran penyakit dan meningkatkan kesehatan masyarakat. Salah satu jenis penyakit menular yang menjadi penyebab utama kematian pada anak-anak di seluruh dunia adalah pneumonia. Berbagai negara-negara yang telah memasukkan vaksin *Pneumokokus Konyugasi* atau PCV sebagai bagian dari program tambahan dalam imunisasi rutin. WHO merekomendasikan

penggunaan PCV dalam program imunisasi anak di seluruh dunia, terutama di negara-negara dengan angka kematian anak yang tinggi yaitu angka kematian dibawah 5 tahun sampai 50 kematian per 1000 kelahiran, yang harus memberikan prioritas tinggi pada pengenalan vaksin multikomponen ini (WHO, 2021). Secara bertahap mulai dari tahun 2017, Kementerian Kesehatan Indonesia berjanji untuk memastikan perlindungan terhadap semua anak Indonesia dari risiko pneumonia melalui program vaksinasi PCV. "Hari ini, Kementerian Kesehatan meluncurkan secara nasional Imunisasi PCV. Pemberian vaksinasi PCV ini sangat penting karena telah terbukti mampu menurunkan pneumonia secara drastis. Karena, pneumonia ini bisa menyebabkan kematian pada anak dan balita. Oleh karena itu, dengan tekad bulat mulai tahun 2022 imunisasi PCV akan kita lakukan di seluruh Indonesia," ucap Menkes (Rokom, 2022).

Cakupan imunisasi di Indonesia masih rendah di beberapa jenis vaksin seperti difteri, tetanus, campak, rubella, dan polio. Cakupan imunisasi dasar lengkap di Indonesia menurun secara signifikan sejak awal pandemi COVID-19, dari 84,2% pada tahun 2020 menjadi 79,6% pada tahun 2021 (Rokom, 2022). Berbagai faktor lain kurangnya cakupan imunisasi seperti, pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya imunisasi, aksesibilitas yang terbatas ke fasilitas kesehatan, serta adanya stigma dan penolakan terhadap vaksin. Dalam upaya untuk mengatasi masalah ini, pada tahun 2022 diadakan pemerintah Indonesia telah mengadakan Bulan Imunisasi Anak Nasional (BIAN) yang diselenggarakan bersamaan dengan pekan imunisasi dunia. Bulan Imunisasi Anak Nasional (BIAN) merupakan mencakup pemberian vaksin tambahan Campak-Rubella serta memberikan dosis lengkap Imunisasi Polio dan DPT-HB-Hib yang sebelumnya terlewat. Sekitar 800 ribu anak di seluruh Indonesia berisiko lebih besar tertular penyakit yang dapat dicegah dengan vaksin seperti *pneumonia*, difteri, *tetanus*, campak, *rubella*, dan polio (KemkesRI, 2022).

Meskipun terdapat kendala pandemi COVID-19, Bali dan DI Yogyakarta berhasil mencapai target cakupan imunisasi yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, kedua daerah ini tidak perlu melaksanakan upaya tambahan dalam hal imunisasi (Firdaus, 2022). Keberhasilan cakupan imunisasi di Yogyakarta menjadi alasan kami berkolaborasi dengan puskesmas Berbah DI Yogyakarta karena dapat menjadi inspirasi bagi daerah lain yang masih berjuang untuk mencapai target yang sama. Dengan membagikan video iklan layanan masyarakat, dapat memberikan contoh positif kepada daerah lain untuk meningkatkan upaya imunisasi mereka. Kami menghasilkan sebuah karya video iklan layanan masyarakat berjudul "Lindungi Masa Depan Anak! Imunisasikan Mereka Dengan Cermat" yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya imunisasi. Pemilihan tema ini diharapkan untuk mengejar ketertinggalan dalam cakupan imunisasi di Indonesia dan untuk memperkuat kesadaran masyarakat akan manfaat besar dari imunisasi bagi kesehatan anak-anak.

Pada proses pembuatan video iklan layanan masyarakat, peran *Director of photography* (DOP) merupakan salah satu peran penting yang diperlukan. Peran *Director of photography* antara lain yaitu mengimplementasikan isi naskah dan *storyline* menjadi bentuk visual ke dalam *storyboard*. DOP memiliki tugas untuk menciptakan estetika visual yang menarik sehingga meningkatkan daya tarik iklan dan membantu pesan yang ingin disampaikan lebih mudah dipahami oleh penonton. DOP harus menguasai teknik sinematografi yang menurut Mascelli & Joseph demi mencapai nuansa sinematik pada pengambilan gambar terdapat beberapa aspek penting dasar dalam sinematografi seperti *Camera Angle*, *Type of Shot*, dan *Composition*. Penguasaan teknik sinematografi dapat menciptakan kualitas visual yang baik sehingga dapat menarik penonton dan pesan yang akan disampaikan tersebut menjadi lebih kuat dan jelas. Kualitas visual yang baik nantinya dapat meningkatkan efektivitas kampanye dan mempengaruhi audiens untuk bertindak sesuai dengan pesan yang disampaikan.

1.2 Fokus Permasalahan

Berdasarkan dari latar belakang diatas, fokus permasalahan yang dapat diambil dari penulisan laporan skripsi ini adalah bagaimana implementasi teknik sinematografi oleh *director of photography* dalam proses pembuatan karya audio visual berbentuk iklan layanan masyarakat mengenai pentingnya imunisasi anak?

1.3 Tujuan

Tujuan dibuatnya iklan layanan masyarakat ini adalah menyajikan konten yang informatif serta persuasif guna meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya imunisasi demi masa depan anak. Selain itu, dalam video juga menjelaskan mengenai bagaimana proses imunisasi yang dilaksanakan dengan jelas agar masyarakat dapat memperoleh pengetahuan yang benar mengenai pentingnya imunisasi.

1.4 Manfaat

Berikut merupakan manfaat yang didapat dari pembuatan karya audio visual berbentuk iklan layanan masyarakat mengenai pentingnya imunisasi.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari laporan skripsi ini adalah memberikan kontribusi pada pengembangan keilmuan dalam bidang Ilmu Komunikasi atau bidang ilmu lainnya khususnya mengenai implementasi Teknik sinematografi oleh *director of photography* dalam pembuatan iklan layanan masyarakat. Laporan skripsi ini menyajikan informasi dan analisis yang mendalam tentang pembuatan konten dalam iklan layanan masyarakat mengenai pentingnya imunisasi, sehingga dapat menjadi

referensi dan dasar penelitian lebih lanjut dalam memahami aspek komunikasi dalam kampanye kesehatan masyarakat.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari laporan skripsi ini terkait dengan kontribusinya terhadap masyarakat secara umum agar dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya imunisasi. Selain itu, dengan menjelaskan proses imunisasi di Puskesmas secara jelas dan akurat dalam video iklan tersebut, kami berharap masyarakat dapat memperoleh pengetahuan yang benar tentang imunisasi. Dengan demikian, laporan skripsi ini memberikan kontribusi praktis dalam upaya meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat mengenai imunisasi serta mengurangi stigma dan penolakan terhadap vaksin.

