

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era modern ini semakin cepat yang tentunya sangat berpengaruh pada komunikasi yang merupakan aspek penting dalam kehidupan sosial manusia. Komunikasi elemen penting dalam menyampaikan 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, 2022b).

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 penulis dan tim 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. Penulis dan tim 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.

Video iklan layanan masyarakat yang penulis dan tim buat memiliki tujuan untuk memberikan informasi yang akurat dan mudah dipahami tentang program imunisasi pemerintah, khususnya dalam upaya menekan pneumonia pada balita melalui pemberian vaksin PCV. Dalam video ini, penulis dan tim juga menjelaskan dengan jelas bagaimana proses imunisasi berlangsung di Puskesmas, sehingga masyarakat dapat memperoleh pengetahuan yang benar tentang imunisasi. Pembuatan karya audio visual berbentuk iklan layanan masyarakat ini tentunya tidak dilakukan seorang diri dan membutuhkan banyak orang terlibat yang memiliki peran masing-masing.

Dalam penelitian ini, fokus utama adalah pengaruh dari peran *editor* dalam produksi video iklan. *Editor* memiliki tugas yang melibatkan penggabungan berbagai *footage* yang telah diambil menjadi satu yang terpadu dalam video iklan. Peran editor tidak hanya sebatas mengumpulkan *footage*, tetapi juga memainkan peranan kreatif dalam menyusun urutan, memotong dan mengedit *footage* video dan audio. Sebagai *editor*, penulis menghadapi audio pada iklan layanan masyarakat yang penulis dan tim buat mengalami banyak noise pada *footage* audio jadi penting untuk melakukan optimasi pada setiap komponen audio.

## **1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang diatas, fokus permasalahan yang dapat diambil dari penulisan laporan skripsi ini adalah bagaimana optimasi komponen audio dalam membangun daya persuasi pada iklan layanan masyarakat?

## **1.3 Tujuan**

Berdasarkan fokus dan rumusan masalah di atas, tujuan dari laporan ini adalah menyusun konten yang informatif dan persuasif dalam video iklan tersebut guna meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya imunisasi. Selain itu, tujuan lainnya adalah menjelaskan proses imunisasi di Puskesmas secara jelas dan akurat dalam video iklan layanan masyarakat agar masyarakat dapat memperoleh pengetahuan yang benar tentang imunisasi.

## **1.4 Manfaat**

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari laporan skripsi ini terletak pada kontribusinya dalam pengembangan pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi atau bidang ilmu lainnya, terutama dalam optimasi komponen audio dalam pembuatan iklan layanan masyarakat. Laporan skripsi ini menyediakan informasi dan analisis yang mendalam mengenai pembuatan konten dalam iklan layanan masyarakat yang membahas pentingnya imunisasi. Sebagai hasilnya, laporan ini dapat dijadikan referensi dan dasar untuk penelitian lebih lanjut dalam memahami aspek komunikasi dalam kampanye kesehatan masyarakat.

#### 1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari laporan skripsi ini melibatkan dampaknya terhadap masyarakat secara umum dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya imunisasi. Selain itu, dengan menyajikan informasi yang jelas dan akurat tentang proses imunisasi di Puskesmas melalui video iklan, penulis dan tim berharap masyarakat dapat memperoleh pengetahuan yang tepat mengenai imunisasi. Dengan demikian, laporan skripsi ini memberikan manfaat praktis dalam usaha meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat mengenai imunisasi, serta mengurangi stigma dan penolakan terhadap vaksin.

