

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kejadian balita pendek atau biasa disebut dengan stunting merupakan salah satu masalah gizi yang dialami oleh balita di dunia saat ini. Pada tahun 2017, 22,2% atau sekitar 150,8 juta balita di dunia mengalami stunting. Pada tahun 2017, lebih dari setengah balita stunting di dunia berasal dari Asia (55%), sedangkan lebih dari sepertiganya (39%) tinggal di Afrika. Dari 83,6 juta balita stunting di Asia, proporsi terbanyak berasal dari Asia Selatan (58,7%) dan proporsi paling sedikit di Asia Tengah (0,9%). Data Prevalensi balita stunting yang dikumpulkan *World Health Organization (WHO)* menunjukkan bahwa Indonesia termasuk ke dalam negara ketiga dengan prevalensi tertinggi di regional Asia Tenggara/*South-East Asia Regional (SEAR)*. Rata-rata prevalensi balita stunting di Indonesia tahun 2005-2017 adalah 36,4% [1].

Dengan hal tersebut, stunting di Indonesia merupakan masalah serius dan juga merupakan masalah gizi utama yang sedang dihadapi [1]. Di level hulu, pemerintah telah banyak mengeluarkan kebijakan dan menggelontorkan dana yang tidak sedikit untuk program penanggulangan stunting yang tentu saja semestinya sampai dan dirasakan oleh masyarakat. Ironisnya, di hilir (level implementer program dan masyarakat), persoalan stunting seolah masih terdengar asing. Masih terdapat banyak masyarakat yang belum mengetahui perihal stunting, baik dari

definisi, penyebab, dampak yang ditimbulkan hingga penanggulangan yang dapat dilakukan [2].

Untuk mengatasi keironian perihal stunting di atas, teknologi dapat memainkan peran pentingnya. Disadari bahwa belakangan ini kebutuhan terhadap teknologi sangatlah berpengaruh dalam kehidupan masyarakat yang sangat modern ini. Informasi bisa sangat mudah tersampaikan ke seluruh lapisan masyarakat. Seperti halnya dunia periklanan, baik dalam pertelevisian, film, maupun media digital lain saat ini lebih menonjolkan unsur multimedia. Iklan Layanan Masyarakat (ILM) adalah alat untuk menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat. Media semacam ini sering dimanfaatkan oleh pemerintah untuk menyebarluaskan program-programnya. Sebagai media yang bergerak dalam bidang sosial, ILM pada umumnya berisi pesan tentang kesadaran nasional dan lingkungan [3].

Berbeda dengan iklan pada umumnya, Iklan Layanan Masyarakat (ILM) pada umumnya dirancang untuk menyampaikan pesan berupa informasi yang mendidik. Bukan mempromosikan produk atau layanan. ILM ditujukan untuk mengubah opini dan meningkatkan kesadaran masyarakat terkait isu-isu fundamental, serta menyebarkan informasi dengan cepat dan efisien [4].

Dengan adanya ILM, diharapkan dapat mengurangi risiko anak terdampak stunting. Stunting adalah masalah kurang gizi kronis yang disebabkan oleh kurangnya asupan gizi dalam waktu yang cukup lama, sehingga mengakibatkan gangguan pertumbuhan pada anak yakni tinggi badan anak lebih rendah atau pendek (kerdil) dari standar usianya.

Kondisi tubuh anak yang pendek seringkali dikatakan sebagai faktor keturunan (genetik) dari kedua orang tuanya, sehingga masyarakat banyak yang hanya menerima tanpa berbuat apa-apa untuk mencegahnya. Padahal seperti kita ketahui, genetika merupakan faktor determinan kesehatan yang paling kecil pengaruhnya bila dibandingkan dengan faktor perilaku, lingkungan (sosial, ekonomi, budaya, politik), dan pelayanan kesehatan. Dengan kata lain, stunting merupakan masalah yang sebenarnya bisa dicegah.

Dalam mengatasi masalah stunting sebenarnya telah dilakukan beberapa upaya penyelesaian sejak masalah tersebut timbul. Namun, hal itu bukan merupakan solusi terbaik penyelesaian masalah stunting karena dalam masalah stunting langkah terbaik yaitu melakukan pencegahan.

Suatu pemikiran yang positif dimungkinkan dapat memengaruhi tercapainya suatu penerimaan atas pencegahan stunting kepada masyarakat adalah memanfaatkan media yang tepat. Salah satu media yang dipandang tepat itu adalah memanfaatkan video iklan layanan masyarakat. Video iklan layanan masyarakat menjadi salah satu alternatif terbaik terkait stunting dan penanggulangannya karena tidak dipungkiri bahwa kebanyakan orang lebih suka menonton dan melihat informasi visual daripada membaca dan menyimpulkan sendiri tentang informasi apa yang didapat [5].

Hal tersebut selaras dengan pernyataan Kepala Kantor Perpustakaan Nasional Sri Sularsih dalam acara "Safari Gerakan Nasional Gemar Membaca" di Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta, yang mengemukakan bahwa 90% penduduk Indonesia gemar nonton televisi daripada membaca [6]. Dengan demikian, orang

kebanyakan lebih tertarik dengan informasi berupa gerak visual dan audio, seperti video.

Dalam konteks ini, penulis mengusulkan adanya penggunaan *motion graphic* dan *cinematic* di dalam video iklan, yaitu untuk menjelaskan alur cerita dan memberikan bantuan media promosi iklan yang dilakukan terkait stunting. *Motion graphic* dipilih dalam penelitian ini karena motion grafik dapat menyederhanakan cerita, membantu pengguna untuk lebih memahami produk dan layanan, serta dapat membantu mengemas sejumlah besar informasi ke dalam video yang ringkas dan komprehensif.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk membuat sebuah video iklan layanan masyarakat terkait stunting dan penanggulangannya. Melalui video iklan masyarakat ini, diharapkan bagi masyarakat dapat memperoleh manfaat dan menjadi sarana edukasi mengenai stunting dan penanggulangannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut.

1. Bagaimana merencanakan dan membuat video iklan layanan masyarakat mengenai stunting pada tumbuh kembang anak dengan *motion graphic* dan *cinematic*?
2. Apa hasil evaluasi penonton terhadap video iklan layanan masyarakat mengenai stunting pada tumbuh kembang anak dengan *motion graphic* dan *cinematic*?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat terfokus pada pemecahan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, penelitian dilakukan dengan menggunakan batasan-batasan sebagai berikut.

1. Laporan iklan layanan masyarakat (ILM) ini berupa video dan animasi.
2. Proses pembuatan iklan layanan masyarakat (ILM) menggunakan *Software Adobe Illustrator, Adobe After Effect, dan Adobe Premier*.
3. Iklan layanan masyarakat (ILM) ini membahas stunting dan cara penanggulangannya dengan durasi 3 menit.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maksud yang akan dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Membuat dan merancang video iklan layanan masyarakat terkait stunting dan penanggulangannya.
2. Memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi terkait stunting dan penanggulangannya.

Tujuan penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk merencanakan dan membuat video iklan layanan masyarakat mengenai stunting pada tumbuh kembang anak dengan *motion graphic* dan *cinematic*.
2. Untuk mendeskripsikan hasil evaluasi penonton terhadap video iklan layanan masyarakat mengenai stunting pada tumbuh kembang anak dengan *motion graphic* dan *cinematic*.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan maksud dan tujuan penelitian tersebut, manfaat penelitian yang diharapkan sebagai berikut.

1. Menerapkan pengalaman dan ilmu yang didapat selama mengikuti perkuliahan di Universitas Amikom Yogyakarta dengan membuat dan merancang suatu karya nyata yang bermanfaat untuk orang banyak dan dapat memberi pengalaman dalam periklanan dan multimedia.
2. Memberikan informasi bagi masyarakat tentang stunting dan penanggulangannya.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang pertama dilakukan yaitu studi literatur. Studi literatur merupakan kegiatan mengumpulkan data yang relevan dengan topik penelitian. Dasar-dasar ini diperoleh dari jurnal, laporan terdahulu, dan sumber pustaka lainnya sebagai acuan dalam penyusunan laporan ini.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Data-data pada laporan ini berupa data-data yang di butuhkan dalam pembuatan iklan layanan masyarakat (ILM) stunting. Data-data tersebut diperoleh dari penelitian lapangan, studi literatur, dan wawancara yang berkaitan dengan stunting, pengolahan data video, dan animasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara. Metode wawancara merupakan suatu teknik yang digunakan dalam penelitian untuk

mendapatkan informasi yang dapat diperoleh melalui wawancara kepada narasumber. Oleh karena itu, penulis akan melakukan wawancara yang dilakukan secara langsung terhadap narasumber yang dipandang memahami persoalan stunting dan penanggulangannya, yaitu Saudari Sartinem (perawat) dan Saudara Imam Bekti Utama (perawat).

Selain hal tersebut, pengumpulan data juga dilakukan dengan instrumen angket atau kuisioner. Kuisioner ini menggunakan skala Likert. Ini digunakan untuk menjangkau evaluasi yang dilakukan oleh penonton terhadap hasil produk iklan layanan masyarakat dalam penelitian ini.

1.6.2 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan oleh penulis adalah metode analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi iklan layanan masyarakat yang akan dilakukan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

1.6.3 Metode Perancangan

Dalam penyusunan laporan ini, terdapat beberapa langkah pembuatan iklan layanan masyarakat (ILM) mengenai stunting dan penanggulangannya. Langkah pertama yang dilakukan adalah pembuatan karakter, pengumpulan data, dan penyiapan bahan yang berupa *Back Sound* dan literatur mengenai stunting dan

penanggulangannya. Langkah selanjutnya adalah pembuatan *Storyboard* yang merupakan gambaran alur cerita video iklan layanan masyarakat (ILM) mengenai stunting dan penanggulangannya. Setelah pembuatan *Storyboard*, selanjutnya dilakukan proses *editing video* dengan metode *Motion Graphic* dan *Cinematic*. Proses *editing* menggunakan *Software Adobe Illustrator*, *Adobe After Effect*, dan *Adobe Premier*.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan berisikan uraian dari setiap bab sehingga penelitian ini dapat berjalan secara terorganisir dan sistematis. Untuk mendapatkan penelitian yang operasional, perlu disusun sebuah sistematika pembahasan untuk penyusunan.

Bab I pendahuluan, yang akan menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II landasan teori, yang berisikan tentang tinjauan pustaka yang memuat studi-studi terdahulu, dasar-dasar teori yang akan dipergunakan, dan evaluasi yang akan dimanfaatkan.

Bab III analisis dan perancangan yang berisikan tentang tinjauan umum tentang objek penelitian, analisis masalah, pengumpulan data, solusi, dan perancangan.

Bab IV implementasi dan pembahasan, berisikan tentang hasil *editing* dan hasil akhir video.

Bab V penutup berisikan tentang kesimpulan dan saran serta pembahasan kembali mengenai masalah yang dialami dalam proses penulisan dan pembuatan video.

