

BAB I

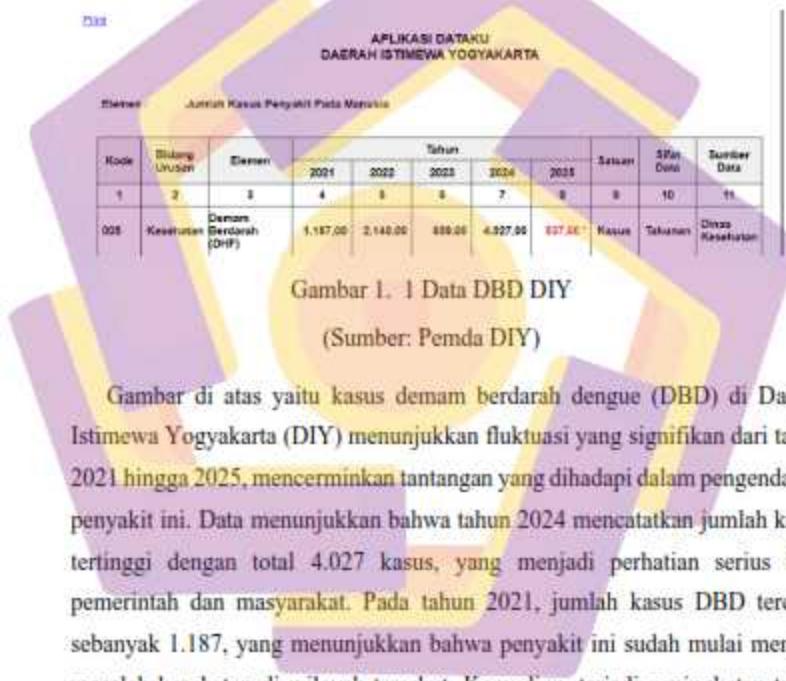
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Demam Berdarah Dengue (DBD) merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus dengue dan ditularkan melalui gigitan nyamuk *Aedes aegypti*. Di Indonesia, penyakit ini kerap menjadi ancaman serius terutama pada musim hujan karena meningkatnya tempat-tempat yang memungkinkan nyamuk berkembang biak. Salah satu cara efektif untuk mencegah penyebaran DBD adalah melalui penerapan prinsip 3M, yaitu menguras wadah penampung air secara rutin, menutup rapat tempat penyimpanan air, serta mengubur barang-barang bekas yang dapat menampung air hujan. Ketiga langkah tersebut terbukti mampu menekan populasi nyamuk jika dilaksanakan secara konsisten dan melibatkan peran aktif masyarakat. Perilaku masyarakat turut menjadi salah satu faktor penyebab, sebab masih banyak warga yang kurang waspada terhadap wadah-wadah terbuka yang berpotensi menjadi tempat berkembang biaknya nyamuk *Aedes aegypti* (Periatama et al., 2022).

Menurut kemenkes melapor pada Januari hingga 16 februari 2025 telah terjadi 10.752 kasus dbd. Sedangkan kasus dbd sepanjang tahun 2024 terdapat 250.000 KASUS DBD. Demam Berdarah Dengue (DBD) merupakan penyakit infeksi yang menjadi perhatian serius di Indonesia, terutama mengingat angka kasus yang terus meningkat. Hingga minggu ke-17 tahun 2024, tercatat sebanyak 88.593 kasus DBD dengan 621 kematian di seluruh Indonesia. Laporan menunjukkan bahwa dari 456 kabupaten/kota di 34 provinsi, kematian akibat DBD terjadi di 174 kabupaten/kota di 28 provinsi. Meskipun terdapat peningkatan jumlah kasus DBD, jumlah kematian akibat penyakit ini menunjukkan tren penurunan. Pada tahun 2023, tercatat 894 kematian akibat DBD, sedangkan pada tahun 2024 hingga minggu ke-22, jumlah kematian menurun menjadi 777 kasus. Selain itu, upaya pencegahan dan pengendalian DBD berhasil menurunkan jumlah kasus sekitar 35% pada tahun 2023 dan awal

2024. Namun, situasi kembali mengkhawatirkan pada minggu ke-22 tahun 2024, di mana kasus DBD mengalami lonjakan mencapai 119.709 kasus, angka yang lebih tinggi dibandingkan total kasus DBD pada tahun 2023 yang mencapai 114.720 kasus. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada kemajuan dalam pengendalian DBD, tantangan untuk menanggulangi penyakit ini masih tetap ada dan memerlukan perhatian serta tindakan yang lebih efektif dari semua pihak (Kemenkes RI, 2024).



Gambar 1. 1 Data DBD DIY

(Sumber: Pemda DIY)

Gambar di atas yaitu kasus demam berdarah dengue (DBD) di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) menunjukkan fluktuasi yang signifikan dari tahun 2021 hingga 2025, mencerminkan tantangan yang dihadapi dalam pengendalian penyakit ini. Data menunjukkan bahwa tahun 2024 mencatatkan jumlah kasus tertinggi dengan total 4.027 kasus, yang menjadi perhatian serius bagi pemerintah dan masyarakat. Pada tahun 2021, jumlah kasus DBD tercatat sebanyak 1.187, yang menunjukkan bahwa penyakit ini sudah mulai menjadi masalah kesehatan di wilayah tersebut. Kemudian, terjadi peningkatan tajam pada tahun 2022, dengan jumlah kasus mencapai 2.140, menandakan bahwa penyebaran virus dengue semakin meluas dan memerlukan perhatian lebih dari pihak berwenang. Meskipun pada tahun 2023 terjadi penurunan jumlah kasus menjadi 609, yang mungkin disebabkan oleh upaya pencegahan yang lebih baik dan kesadaran masyarakat yang meningkat, angka tersebut kembali melonjak pada tahun 2024, mencapai puncaknya dalam lima tahun terakhir dengan 4.027

kasus. Untuk tahun 2025, jumlah kasus yang tercatat hingga saat ini adalah 537, yang mendekati angka kasus pada tahun 2023 (Pemda DIY, 2025).

Kelurahan Dlingo, yang terletak di Kabupaten Bantul, dipilih sebagai mitra dalam produksi iklan layanan masyarakat tentang pencegahan Demam Berdarah Dengue (DBD) karena wilayah ini memiliki angka kasus DBD yang relatif rendah dibandingkan dengan kelurahan lain di sekitarnya. Meskipun tergolong minim dalam jumlah kasus, Dlingo dipandang memiliki potensi besar sebagai contoh atau model bagi wilayah lain dalam upaya menjaga lingkungan yang bersih dan bebas dari sarang nyamuk. Keberhasilan Dlingo dalam mempertahankan tingkat kasus yang rendah menjadi dasar penting untuk mengangkatnya dalam media edukatif, guna mendorong kesadaran masyarakat yang lebih luas. Pembuatan video iklan layanan masyarakat ini tidak hanya bertujuan sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai bentuk motivasi agar masyarakat semakin aktif dalam menjaga kebersihan lingkungan dan menerapkan pola hidup sehat guna mencegah penyebaran penyakit DBD.



Gambar 1. 2 Data Korban DBD Dlingo

Pada tahun 2025, Kalurahan Dlingo mencatat sejumlah kasus demam berdarah dan demam berdarah dengue dari Januari hingga April yang menunjukkan fluktuasi yang menarik. Di bulan Januari, terdapat 16 kasus demam dengue, 2 kasus demam berdarah dengue, dan 1 kasus yang dicurigai sebagai demam berdarah. Memasuki Februari, jumlah kasus demam dengue menurun menjadi 1, tetapi kasus demam berdarah dengue justru meningkat menjadi 4. Maret menjadi bulan yang cukup mencolok dengan 1 kasus demam dengue, 2 kasus demam berdarah dengue, dan 3 kasus suspec, yang menunjukkan adanya peningkatan kecurigaan terhadap penyakit ini. Di bulan April, tercatat 1 kasus demam dengue dan 1 kasus demam berdarah dengue. Data ini diperoleh melalui wawancara dan memberikan wawasan tentang perkembangan penyebaran demam berdarah di Kalurahan Dlingo selama periode tersebut.

Iklan layanan masyarakat yang cerdik adalah iklan yang mampu menarik perhatian target audiensnya dengan cara yang kreatif dan inovatif, sehingga mereka tidak hanya mengapresiasi konten yang disajikan, tetapi juga merasapi pesan yang terkandung di dalamnya, mendorong mereka untuk merenungkan dan menginternalisasi nilai-nilai positif yang ingin disampaikan. Strategi kreatif dalam iklan layanan masyarakat perlu dikembangkan melalui berbagai pendekatan, di antaranya adalah keberanian untuk menghadapi risiko, keberanian untuk menantang asumsi yang ada, keberanian untuk memanfaatkan peluang perubahan, serta kemampuan untuk melihat dari perspektif yang berbeda. (Nisa, 2015)

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) merupakan bentuk komunikasi yang dirancang untuk menyampaikan pesan-pesan sosial yang bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai isu-isu penting, seperti kesehatan, keselamatan, dan lingkungan. Dalam Kamus Istilah Periklanan Indonesia, Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dijelaskan sebagai bentuk iklan

yang dibuat oleh pemerintah, organisasi, atau lembaga baik yang bersifat komersial maupun nonkomersial, dengan tujuan sosial atau sosio-ekonomi guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Pratiwi & Hidayat, n.d.).

Peran editor dalam pascaproduksi sangat penting untuk mewujudkan visi kreatif sebuah proyek. *Editor* bertugas menyusun dan mengolah materi yang telah direkam, memilih adegan terbaik, dan mengatur alur cerita agar menarik dan mengalir dengan baik. Selain itu, editor juga memperbaiki kesalahan teknis dan menambahkan efek visual serta suara, sehingga hasil akhir dapat menyampaikan pesan dengan jelas dan memberikan dampak yang kuat kepada penonton. Pascaproduksi adalah tahap yang sangat krusial dalam dunia penyiaran, karena didukung oleh tenaga kerja yang terampil dan teknologi yang memadai. Dengan adanya kedua elemen ini, siaran televisi dapat berjalan dengan lancar dan efektif, memastikan bahwa konten yang disajikan berkualitas tinggi dan dapat dinikmati oleh penonton. (Mumtaz, 2024)

Dalam konteks produksi konten audiovisual, *continuity editing* merupakan teknik yang memastikan alur visual yang konsisten. Teknik ini menjadi sangat relevan dalam pembuatan iklan layanan masyarakat "Lalai Jadi Petaka" karena aspek teknis dan artistik saling berinteraksi untuk menciptakan pengalaman yang mendalam bagi penonton. Kontinuitas gambar sangat penting dalam film, karena film perlu menyajikan urutan gambar yang saling terhubung, mengalir dengan baik, dan masuk akal. Hal ini bertujuan agar penonton dapat merasakan realitas kehidupan yang autentik dan mendalam. (Syahnarki & Wibisono, 2023a).

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis memutuskan untuk mengangkat judul "Penerapan Teknik *Continuity Editing* Dalam Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat 'Lalai Jadi Petaka'" sebagai tugas akhir. Melalui laporan ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai pentingnya teknik editing dalam menciptakan iklan yang efektif dan berdampak.

1.2 Manfaat Penciptaan Karya

1.2.1 Manfaat karya secara akademis

Manfaat akademis yang diharapkan dari karya ini adalah untuk memberikan kontribusi signifikan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks penyuluhan publik melalui media visual. Karya ini juga diharapkan dapat memperkaya sumber referensi akademik yang berkaitan dengan pendekatan edukatif dalam pencegahan penyakit berbasis lingkungan, seperti Demam Berdarah Dengue (DBD). Selain itu, karya ini akan menjadi contoh nyata tentang bagaimana media audio-visual dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong perubahan perilaku masyarakat.

1.2.2 Manfaat karya secara praktis

Diharapkan karya ini dapat berfungsi sebagai sarana edukatif yang mudah dipahami oleh masyarakat umum mengenai bahaya dan pencegahan penyakit DBD. Dengan menyampaikan pesan secara singkat, menarik, dan visual, iklan ini berpotensi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dan tidak mengabaikan potensi tempat berkembang biaknya nyamuk *Aedes aegypti*. Melalui pendekatan ini, diharapkan masyarakat dapat lebih proaktif dalam mengambil langkah-langkah pencegahan yang diperlukan.