

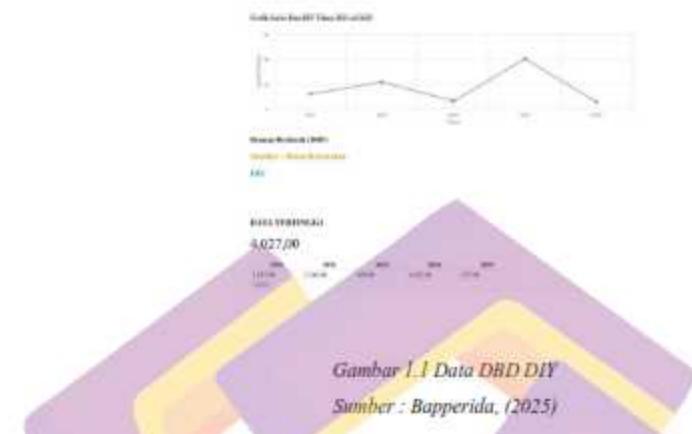
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Demam Berdarah Dengue (DBD) merupakan salah satu penyakit yang menjadi perhatian serius dalam bidang kesehatan Indonesia. Penyakit ini disebabkan oleh gigitan nyamuk *Aedes aegypti* yang menjadikan penyakit DBD sebagai ancaman yang tidak hanya bersifat musiman, tetapi juga berkelanjutan apabila tidak disertai dengan upaya pencegahan yang konsisten. Penyebab utama tingginya kasus DBD sering kali berkaitan dengan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dan perilaku hidup sehat, terutama dalam hal pemberantasan sarang nyamuk. Kelalaian kecil seperti membiarkan genangan air di sekitar rumah dapat menjadi titik awal munculnya wabah yang membahayakan. DBD merupakan penyakit yang ditularkan oleh nyamuk *Aedes aegypti* yang berkembang biak di lingkungan yang tidak bersih dan lembap, terutama pada wadah-wadah yang menampung air bersih. Tingginya insiden DBD sangat berkaitan erat dengan perilaku masyarakat yang masih terhadap kebersihan lingkungan dan belum optimal dalam menerapkan prinsip 3M (menguras, menutup, dan mengubur) sebagai upaya mencegah terjadinya wabah DBD (Wulandari dkk., 2021).

Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia menunjukkan bahwa kasus Demam Berdarah Dengue (DBD) masih menjadi masalah kesehatan yang serius. Pada tahun 2022, tercatat sebanyak 131.265 kasus dengan angka kematian mencapai 1.135 orang. Selanjutnya, pada tahun 2023 mengalami penurunan yaitu, terdapat 114.720 kasus DBD dengan 894 kematian. Kemudian pada tahun 2024 menjadi tahun rekor tertinggi dengan 244.409 kasus DBD dengan 1.430 kematian, selanjutnya pada awal tahun 2025 menunjukkan adanya peningkatan kasus di awal tahun, dengan puncak kasus terjadi pada bulan Januari hingga Maret. Hingga februari 2025, tercatat 10.752 kasus DBD dengan 48 kematian (CNN Indonesia, 2025; Kementerian Kesehatan RI, 2024; Kesehatan RI, 2023; Takeda Indonesia, 2025).



Gambar 1.1 Data DBD DIY

Sumber : Bapperida, (2025)

Di Daerah Istimewa Yogyakarta, kasus Demam Berdarah Dengue (DBD) juga menjadi tantangan serius dalam bidang kesehatan masyarakat. Data dari tahun 2021 hingga 2025 menunjukkan dinamika yang cukup kompleks. Pada tahun 2021, kasus DBD tercatat sebanyak 1.187 kasus, namun mengalami lonjakan signifikan pada tahun 2022 dengan 2.140 kasus. Penurunan drastis terjadi pada tahun 2023, dengan jumlah kasus turun menjadi 609, tetapi kembali meningkat pada 2024 dengan 4.027 kasus, dan di tahun 2025 dengan jumlah 537 kasus hingga Mei 2025 (Bapperida, 2025). Peningkatan ini menunjukkan bahwa DBD tetap menjadi ancaman serius di wilayah ini.

Tingginya angka kasus tersebut menunjukkan bahwa penanggulangan DBD tidak cukup hanya mengandalkan aspek medis dan klinis saja, tetapi juga membutuhkan strategi komunikasi publik yang efektif guna meningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku masyarakat. Iklan layanan masyarakat (ILM) berperan sebagai media edukatif yang mampu menyampaikan pesan secara masif dan menyentuh sisi emosional audiens. Iklan layanan masyarakat merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang dapat memengaruhi opini, sikap, dan perilaku masyarakat, terutama dalam membangun kesadaran terhadap isu sosial. Iklan layanan masyarakat dapat menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan kesehatan secara luas dan membangun kesadaran publik terhadap risiko

penyakit, terutama melalui pendekatan visual yang menyentuh sisi emosional masyarakat (Galihleo dkk., 2025).

Pemilihan Kalurahan Dlingo sebagai lokasi pembuatan iklan layanan masyarakat edukasi DBD merupakan pilihan strategis Kalurahan Dlingo dipilih sebagai lokasi yang menarik bagi sutradara untuk produksi iklan layanan masyarakat karena berdasarkan data wawancara awal tahun 2025 tercatat sebanyak 32 kasus Demam Berdarah Dengue (DBD), data tersebut bersumber dari data wawancara lapangan dan belum tersedia secara publik melalui laporan resmi, temuan ini memperlihatkan tren lokal yang mengkhawatirkan., angka yang menunjukkan tingkat kerentanan wilayah ini terhadap penyebaran penyakit tersebut. Meskipun pihak pemerintah desa bersama masyarakat telah menerapkan Program Pemberantasan Sarang Nyamuk (PSN) dengan tingkat keberhasilan mencapai 50%, kenyataannya masih terdapat warga yang terinfeksi DBD. Kondisi ini mengindikasikan bahwa upaya pencegahan yang ada belum sepenuhnya efektif, baik karena faktor perilaku, kesadaran masyarakat, maupun lingkungan yang masih mendukung perkembangbiakan nyamuk *Aedes aegypti*. Oleh karena itu, diperlukan media edukasi yang mampu menyampaikan pesan secara persuasif dan mudah dipahami masyarakat, salah satunya melalui Iklan Layanan Masyarakat (ILM), guna meningkatkan kesadaran kolektif dan mendorong partisipasi aktif warga dalam pencegahan DBD secara berkelanjutan. Iklan layanan masyarakat (ILM) merupakan salah satu media komunikasi yang berfungsi untuk menyampaikan pesan-pesan sosial kepada masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesadaran dan mengajak perubahan perilaku demi kepentingan bersama. Iklan dibagi menjadi iklan komersial dan non-komersial. Salah satu bentuk iklan non-komersial adalah iklan layanan masyarakat. Tujuan dari iklan layanan masyarakat adalah untuk memberikan edukasi atau informasi penting kepada publik, berbeda dengan iklan komersial yang berfokus pada keuntungan ekonomi (Wulansari, 2022). Menurut Fadhlurrahman dkk., (2025) ILM merupakan pesan komunikasi sosial yang menekankan pada kepentingan publik, seperti kesehatan, lingkungan, pendidikan, dan keselamatan, dengan pendekatan naratif dan gaya realisme agar lebih menyentuh. Hal ini menunjukkan bahwa ILM tidak hanya menarik perhatian, tetapi

juga berupaya mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat untuk mencapai kebaikan bersama.

Dalam pembuatan Iklan Layanan Masyarakat yang berjudul "Lalai Jadi Petaka" penyampaian pesan harus dirancang sedemikian rupa agar mampu menarik empati sekaligus mendorong perubahan perilaku. Iklan layanan masyarakat bertujuan bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial, yaitu menggugah khalayak melakukan sesuatu kebaikan yang sifatnya normatif (Suhadi, 2024). Salah satu pendekatan estetis dan naratif yang banyak digunakan dalam produksi ILM modern adalah *gaya realis*, yaitu pendekatan yang berusaha menampilkan kehidupan sebagaimana adanya, dekat dengan keseharian audiens.

Pendekatan realis dapat dipahami sebagai suatu sistem yang mengungkapkan dan menyusun narasi dengan kecenderungan untuk menampilkan lebih banyak aspek realitas di layar. Namun, penting untuk dicatat bahwa realitas tidak dapat diukur secara kuantitatif. Suatu peristiwa atau objek yang sama bisa ditampilkan dengan cara yang berbeda. Setiap representasi akan menghilangkan atau mempertahankan beberapa kualitas dari objek tersebut, sehingga kita dapat mengenalinya kembali di layar. Dalam setiap tampilan, demi mencapai tujuan estetika, terjadi proses abstraksi yang mengurangi beberapa elemen yang membentuk objek asli, (Hidayat, 1996). Produksi ILM seperti "Lalai Jadi Petaka" menjadi contoh yang tepat dalam memahami bagaimana pendekatan realis digunakan untuk memperkuat pesan sosial. Dalam tayangan tersebut, teknik penyutradaraan bukan hanya berperan dalam mengatur alur visual, tetapi juga membentuk kedalaman makna dan atmosfer kejujuran dalam cerita. Pendekatan realisme dalam penyutradaraan iklan layanan masyarakat dipilih karena kemampuannya untuk menyajikan suasana yang autentik dan relevan dengan pengalaman audiens. Dengan menggunakan gaya ini, pesan yang disampaikan menjadi lebih kuat dan mampu membangkitkan rasa empati terhadap isu-isu sosial yang diangkat (Fadhlurrahman dkk., 2025).

Seperti halnya program dokumenter di televisi Indonesia yang dikemas dengan berbagai gaya dan genre seperti Ensikla, Lentera Indonesia, atau Indonesia

Bagus, ILM pun memerlukan strategi penyutradaraan yang menyesuaikan gaya penuturan dengan karakter audiens. Dengan pendekatan realis, ILM dapat menciptakan kesan yang kuat dan melekat di benak penonton, karena mereka merasa melihat kehidupan mereka sendiri dipantulkan melalui media.

Realisme pertama kali diusung oleh kritikus film asal prancis, Andre Bazin. Andre berpendapat bahwa kekuatan utama sinema ada pada kemampuannya menggambarkan kenyataan sebagaimana adanya, tanpa dramatis atau manipulasi yang berlebihan. Dalam dunia film, realisme berupaya menggambarkan realitas dengan memanfaatkan elemen-elemen visual dan naratif yang mendekati kenyataan. Menurut Andre Bazin, Esensi sinema terletak pada kemampuannya untuk merekam kenyataan apa adanya, mencakup dimensi moral dan emosional, sambil mempertahankan kesinambungan ruang dan waktu dari setiap kejadian, dalam (Fay, 2008).

Pembuatan iklan memerlukan seorang sutradara untuk mengelola semua aspek kreatif dalam proses produksi. Sutradara bertanggung jawab untuk menetapkan visi kreatif film, mengawasi keputusan dan alur cerita, serta mengarahkan para aktor, pengisi suara, penyuntingan, dan efek (Fadhillah & Tahapari, 2023). Gaya penyutradaraan menjadi faktor penting yang memengaruhi seberapa efektif pesan dapat disampaikan. Salah satu gaya yang digunakan adalah pendekatan realisme, yang merupakan cara penyampaian cerita yang lebih menonjolkan realitas di layar. Meskipun peristiwa dan objek yang sama dapat ditampilkan dengan cara yang berbeda, setiap tampilan akan menonjolkan atau menghilangkan beberapa kualitas dari objek tersebut, sehingga kita dapat mengenali kembali di layar (Amanda & Manesah, 2024). Dalam pembuatan Iklan layanan masyarakat (ILM) mengenai edukasi pencegahan penyakit DBD, penerapan gaya penyutradaraan realisme menjadi strategi utama untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Dengan menampilkan visualisasi kehidupan sehari-hari dan karakter yang mewakili masyarakat umum, diharapkan pesan yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami dan memberikan dampak yang lebih besar. Iklan layanan masyarakat dengan pendekatan yang realistik dapat menjadi media yang tepat untuk menyampaikan pesan-pesan penting tersebut secara

autentik dan menyentuh kehidupan sehari-hari masyarakat. Dengan menggambarkan situasi nyata dan karakter yang mudah dikenali, iklan dapat membangun empati dan mendorong perubahan perilaku yang positif.

1.2 Manfaat Penciptaan Karya

1.2.2 Manfaat karya secara akademis

Manfaat akademis yang di harapkan dapat memberikan kontribusi dalam ranah akademis sebagai media pembelajaran dan penelitian dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya penyuluhan publik melalui media visual. Selain itu, karya ini juga memperkaya referensi akademik terkait pendekatan edukatif dalam pencegahan penyakit berbasis lingkungan seperti Demam Berdarah Dengue (DBD), serta menjadi contoh konkret pemanfaatan media Audio-Visual untuk membentuk kesadaran dan perubahan perilaku masyarakat.

1.2.3 Manfaat karya secara praktis

Penulis mengharapkan karya ini dapat berperan sebagai sarana edukatif yang mudah dipahami oleh kalangan masyarakat umum mengenai bahaya dan pencegahan penyakit DBD. Melalui penyampaian pesan yang singkat, menarik, dan visual, iklan ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, serta tidak mengabaikan potensi tempat berkembang biaknya nyamuk Aedes aegypti.