

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Rokok elektrik sudah menjadi fenomena baru dikalangan masyarakat Jepara. Perkembangan teknologi semakin maju, belakangan ini kita tahu bahwa rokok elektrik sudah mulai diminati oleh masyarakat Jepara terutama pada perkembangan gaya hidup dikalangan pria. Saat ini kalangan pria khususnya anak muda sedang ramai memakai Rokok elektrik. Rokok elektrik atau biasa disebut vape.

Cara kerja rokok elektrik memang beda dengan rokok tembakau yaitu dengan mengubah cairan (liquid) yang diubah menjadi uap. Sebagian pengguna rokok elektrik berasal dari orang-orang yang memiliki kebiasaan merokok tembakau lalu mereka pindah menjadi peggemar/pengguna vape. Sebagian orang menganggap vape sebagai penolong bagi mereka yang kecanduan rokok tembakau supaya berhenti dari merokok tembakau. Alat ini dipasarkan sebagai alternatif yang lebih aman dari rokok tembakau. Namun selain dipercaya memiliki resiko yang lebih sedikit, para remaja yang menggunakan vape dapat menunjukkan bahwa dirinya selalu mengikuti zaman yang terus berkembang.



Gambar 1.1 Pengguna Rokok Elektrik

Sumber : JawaPos.com, 2020

Di Kabupaten Jepara, meskipun tidak termasuk kabupaten dengan prevalensi pengguna rokok elektrik setiap hari diatas rata-rata, tetapi mempunyai dampak yang cukup besar terhadap peningkatan jumlah pengguna rokok elektrik di Jawa Tengah. Prevelansi pengguna rokok elektrik di Kabupaten Jepara sebanyak 42,3%. Berdasarkan data dari Dinas Kesehatan Kabupaten Jepara tahun 2017, tercatat jumlah pengguna rokok Anak-anak sebesar 0,3%, remaja sebesar 3,4%, pemuda sebesar 19,5 % dan pengguna rokok elektrik dewasa mencapai 25,1% dari jumlah penduduk Kabupaten Jepara.

Berdasarkan data di atas, Kabupaten Jepara diketahui 0,3% (5-12 tahun), 3,4% (12-17 tahun), 18,5% (17-30 tahun) dan 25,1% (30-60 tahun) sudah menggunakan rokok elektrik. Pengguna rokok elektrik dikalangan masyarakat Jepara tidak hanya terjadi pada kalangan dewasa melainkan sudah merambah ke kalangan remaja, hal ini sesuai pernyataan Kemenkes RI tentang pengguna rokok elektrik yang dimulai sejak usia remaja. Penelitian Global Adults Tobacco Survey (GATS) Pada penduduk kelompok umur kurang lebih 15 tahun, Proporsi perokok laki-laki 67,0 % dan pada Rikesdas 2013 sebesar 64,9 %, sedangkan pada perempuan menurut (GATS) adalah 2,7 % dan 2,1 % menurut (Rikesdas 2013).

Table 1.1 Pengguna Rokok Elektrik

No.	Kategori	Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	Anak-anak	5-12 Tahun	0,2 %	0,1 %	0,3 %
2.	Remaja	12-17 Tahun	2,5 %	0,9 %	3,4 %
3.	Pemuda	17-30 Tahun	15,2 %	4,3 %	19,5 %
4.	Dewasa	30-60 Tahun	16,7 %	8,4 %	25,1 %
Jumlah			34,6 %	13,7 %	48,3 %

Sumber : Dinas Kesehatan Kabupaten Jepara, 2017

Hal ini dipengaruhi karena belum matangnya pola pikir seseorang, kurangnya keterampilan dalam mengambil keputusan, keinginan untuk meniru perilaku orang dewasa, dan adanya tekanan dari kelompok sebaya. Meskipun banyak remaja yang sudah mengetahui dampak negatif rokok elektrik, akan tetapi tetap saja mereka mencoba menggunakan rokok elektrik.

Rokok elektrik sendiri bisa membahayakan kesehatan dikarenakan didalam rokok elektrik terdapat zat yang berbahaya yang dapat menyebabkan gangguan jantung maupun pembuluh darah serta dapat menyebabkan kanker. Selain itu aroma yang terhirup dapat menimbulkan penyakit yang cukup langka yaitu bronkiolitis obliterans di mana saluran nafas terkecil menjadi rusak.

Terdapat zat lain yang terkandung dalam rokok elektrik, selain nikotin yang dapat menyebabkan kecanduan bagi penggunanya, terdapat juga zat seperti formaldehyde, serta benzene yang dapat menyebabkan kanker. Tidak hanya itu di dalam liquid atau cairan perasa yang digunakan untuk rokok elektri

Namun, sampai saat ini pengguna rokok elektrik masih kurang mengetahui dampak yang dapat ditimbulkan dari rokok elektrik itu sendiri terhadap kesehatan tubuh, karena dalam rokok elektrik ini masih mengandung zat adiktif, dan membuat penggunanya menjadi kecanduan.

Badan Kesehatan Dunia (WHO) juga telah menyatakan produk ini tidak aman dikonsumsi, merekomendasikan untuk melarang peredarannya. Kepala Badan POM menjelaskan bahwa kandungan propilen glikol, dieter glikol dan gliserin sebagai pelarut nikotin ternyata dapat menyebabkan penyakit kanker.

Kustantinah (BPOM) menjelaskan dalam rokok elektronik terdapat nikotin cair dengan bahan pelarut propilen glikol, dieter glikol ataupun gliserin. Jika nikotin dan bahan pelarut ini dipanaskan maka akan menghasilkan nitrosamine. "Senyawa nitrosamine inilah yang menyebabkan penyakit kanker." Kustantinah (BPOM) menambahkan, semua rokok elektronik yang beredar di Indonesia adalah ilegal dan berbahaya bagi

kesehatan. Di seluruh dunia, ia juga mengungkapkan, tidak ada negara satupun yang menyetujui rokok elektronik. Bahkan di beberapa negara seperti Australia, Brazil dan China rokok elektronik dilarang. Padahal negara China yang menemukan rokok elektronik pada 2003. Namun, pemerintah China sudah melarang peredarannya. Lebih lanjut, Kustantinah menyatakan bahwa dalam rokok elektronik terkandung jenis nikotin yang bervariasi, yaitu nikotin pelarut, propilen glikol, dietilin glikol, dan gliserin yang apabila dipanaskan akan menghasilkan nitrosamine. ENDS memang tidak membahayakan perokok pasif karena efek asap yang ditimbulkan hanya buatan dan merangsang sugesti perokok aktif. Namun, secara tidak sadar, ENDS sangat berisiko bagi perokok aktif bila dibandingkan dengan rokok tembakau. Rokok tembakau bisa diketahui kandungan nikotin dan Tar-nya karena tercantum pada kemasan, sedangkan ENDS tidak ada keterangan apa pun tentang kandungan produk ini. Karena produknya yang refill atau isi ulang, perokok aktif tidak bisa mengetahui seberapa banyak nikotin yang masuk ke dalam paru-paru.

1.2. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada bahwa di daerah Jepara terutama anak usia 17-25 tahun banyak yang menggunakan rokok elektrik tanpa tahu bahaya dari penggunaan rokok elektrik tersebut, oleh karena itu harus ada iklan layanan masyarakat yang efektif untuk media promosi kepada masyarakat tentang bahaya penggunaan rokok elektrik di Jepara. Jadi Iklan Layanan Masyarakat sangat diperlukan.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang konten bahaya merokok di usia 17-25 tahun ?
2. Bagaimana implementasi konten bahaya penggunaan rokok elektrik di usia 17-25 tahun menggunakan media promosi ?

1.4. Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah di uraikan, tujuan dan manfaat dari pembuatan tugas akhir Iklan Layanan Masyarakat “Bahaya Penggunaan Rokok Elektrik” sebagai media promosi. Adapun tujuan dan manfaat dari tugas akhir adalah:

1. Tujuan

- a. Merancang konten bahaya merokok di usia 17-25 tahun melalui audio visual.
- b. Menerapkan konten bahaya penggunaan rokok elektrik diusia 17-25 tahun menggunakan media promosi

2. Manfaat

a. Manfaat Teoretis

Perancangan ini dapat menjadi media pembelajaran untuk mahasiswa, akan pentingnya menjaga kesehatan serta belajar dari makna-makna yang ada dalam iklan layanan masyarakat tersebut, selain itu mahasiswa juga dapat mengetahui bagaimana proses pembuatan iklan layanan masyarakat yang menarik dan komunikatif untuk menyampaikan sebuah makna dengan bantuan audio visual.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi institusi akademik

Memberikan kontribusi kepada dunia Desain Komunikasi Visual melalui Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Bahaya Penggunaan Rokok Elektrik.

2) Bagi Dinas Kesehatan Kabupaten Jepara

Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat ini diharapkan mampu menjadi sebuah media promosi untuk Dinas Kesehatan Kabupaten Jepara kepada masyarakat tentang bahaya penggunaan rokok elektrik.

3) Bagi Peneliti

Bagi peneliti lebih lanjut penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan analisa, acuan, pengembangan penelitian mengenai

bahaya penggunaan rokok elektrik dan untuk masyarakat dapat dijadikan himbauan untuk berhenti menggunakan rokok elektrik.

4) Bagi Masyarakat

Diharap informasi yang disampaikan untuk masyarakat mampu menambah wawasan tentang bahaya penggunaan rokok elektrik bagi kesehatan.

1.5. Telaah Pustaka

Dalam melakukan pembuatan tugas akhir ini penulis memerlukan adanya referensi atau acuan melalui telaah pustaka untuk penulisan guna menyempurnakan pada hasil pembuatan laporan tugas akhir. Adapun telaah pustaka diantaranya :

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Delima Rahayu, Kusyogo Cahyo, Ratih Indraswari, *Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-Jurnal)*, Vol : 4, No 2 2016, FKM Undip Indonesia peringkat ketiga jumlah perokok tertinggi di dunia, itu sebabnya ada kampanye untuk menghentikan itu. Salah satu cara alternatif untuk menghentikannya dengan menggunakan Rokok listrik, para remaja melakukannya hanya karena tren. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis masyarakat gaya hidup Rokok elektrik Semarang Vaper Corner. Metode yang digunakan kuantitatif dengan pendekatan Cross sectional. Populasi adalah anggota komunitas 98 orang dan sampel yang diambil sebanyak 90 orang menggunakan teknik sampling total. Sumber riset data menggunakan data primer dan data sekunder. Dianalisis menggunakan univariat dan bivariat tes Statistik Chi Square (signifikansi level 0,05).

Hasil penelitian Theng Albert Yuwono, Aristarchus P. K., Margana M, *Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Mengenai Kekerasan Dalam Rumah Tangga Yang Mendukung Program Cccm Surabaya*, *Jurnal Desain Komunikasi Visual Ardiwarna*, Vol : 1, No 2 2013,. Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti merancang suatu Iklan Layanan Masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran korban dari menunjukkan keadaan family akibat kekerasan dalam rumah tangga, dimana target dalam perancangan ini

adalah korban kekerasan dengan melihat cerminan kehidupan dari korban kekerasan dalam rumah tangga, untuk memancing kesadaran dari korban dan bertindak melangkah menghadapi kekerasan dengan menghubungi CCCM sebagai langkah menghadapi kekerasan yang ada. Pendekatan yang akan dilakukan pun sebagian besar menggunakan media yang dekat dengan korban dan mudah digunakan oleh CCCM seperti radio, facebook, video, stiker, poster, direct mail, brosur, kaos, topi, surat kabar, mobil dan pin baik secara aktif maupun pasif ikut serta mengajak korban menghadapi kekerasan dalam rumah tangga.

Berdasarkan hasil penelitian Bernadet Livianey Budiarto, Bing Bedjo Tanudjaja, Daniel Kurniawan, Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Untuk Mencegah Perilaku Histrionic Bagi Remaja Perempuan Usia 12 – 17 Tahun, Jurnal Desain Komunikasi Visual Ardiwarna, Vol : 1 (2017). Karya yang telah dibuat berupa sebuah acara kampanye ini telah dilaksanakan untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya memperhatikan pakaian yang kita gunakan dalam media sosial. Dari beberapa hasil yang dapat ditarik menjadi kesimpulan adalah masyarakat mau berpartisipasi, tetapi tidak semua mau mengunggahnya di media sosial mereka. Dari beberapa komentar yang dapat dilihat pada masyarakat yang berpartisipasi dan mengunggah foto mereka, masih ada netizen yang menganggap hal itu Tujuan dari perancangan iklan layanan masyarakat ini adalah untuk mencegah perilaku histrionik yang akan muncul dan terbentuk di usia 12 – 17 tahun ini. Biasanya masa perkembangan remaja di tahap ini memiliki remaja di usia 12 – 17 tahun mulai menentukan pilihannya untuk masa depan. Mulai mencari jati diri serta pengakuan dari masyarakat luar.

Hasil penelitian Tristanto¹, Dr. Deny Tri Ardianto S.Sn., Dip.Art , Erandaru, S.T., M.Sc, Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Pola Kerja Yang Seimbang Dengan Media Animasi (Untuk Usia 20-26 Tahun), Jurnal Desain Komunikasi Visual Ardiwarna, Vol 1, No 6 (2015). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Beberapa masalah yang mendukung terjadinya pola kerja yang tidak seimbang sendiri adalah

banyak perusahaan yang tidak mengambil bagian dalam pola kerja sehat. Perusahaan atau klien akan jauh lebih senang jika para pekerjanya bekerja dengan giat dan penuh semangat. Dari subjek wawancara dengan rekan penulis, ada pekerjaan yang memang tidak bisa ditolak karena sudah bagian dari hubungan pekerjaan dan memang kemampuannya dibutuhkan. Pemerintah sudah mengeluarkan peraturan tentang mengenai jam kerja dalam Pasal 77 ayat 1, UU No.13/2003 mewajibkan setiap pengusaha untuk melaksanakan ketentuan jam kerja. Ketentuan jam kerja ini telah diatur dalam 2 sistem yaitu, 7 jam kerja dalam 1 hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 6 hari kerja dalam 1 minggu; atau 8 jam kerja dalam 1 hari atau 40 jam kerja dalam 1 minggu untuk 5 hari kerja dalam 1 minggu.

Hasil penelitian Ricky Putra Wijaya , Ani Wijayanti Suhartono , Alvin Raditya Sutopo, Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Fenomena Budaya Konsumtif Pada Remaja, Jurnal Jurnal Desain Komunikasi Visual Ardiwarna Vol 1 No 8 (2016). Penelitian menunjukkan remaja sekarang ini sangatlah memerhatikan penampilan mereka, khususnya penampilan luar. Para remaja rela melakukan apa saja agar penampilan luar mereka terlihat baik dihadapan sekitarnya. Mereka seperti “haus” akan perhatian dari orang – orang disekitar mereka. Sehingga mereka akan berusaha membuat penampilan luar mereka mencolok agar orang lain tidak memandang sebelah mata terhadap mereka atau tidak menghiraukan mereka.

Hasil penelitian Denny Setiawan, Arief Agung Suwasono, Daniel Kurniawan Salamoon, Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Bahaya Membaca Diruangan Kurang Cahaya , Jurnal Desain Komunikasi Visual Ardiwarna, Vol 1, No 2 (2013). Hasil penelitian menunjukkan bahwa mata merupakan sebuah bagian penting dari salah satu indera yang ada di tubuh kita. Dengan adanya mata maka kita dapat melihat apapun yang ada di sekitar kita. Maka sudah seharusnya kita menjaga indera penting ini agar tidak rusak. Karena apabila kita sudah membuat mata kita ini memiliki minus, maka akan sulit bagi kita untuk

sembuh dari mata minus. Penyebab utama dari mata minus adalah kelengkungan kornea yang lebih pendek serta sumbu bola mata yang terlalu panjang. Biasanya diperoleh melalui orang tua atau keturunan. Tetapi apabila bukan keturunan, maka mata minus bisa di akibatkan karena kurang menjaga kesehatan mata. Seperti membaca di ruang kurang cahaya, membaca sambil tidur, maupun kita tidak mengistirahatkan mata kita untuk melakukan hal ± hal seperti melihat komputer terlalu lama.

Hasil penelitian Chris Febrianto, Petrus Gogor Bangsa, Aniendya Christianna, Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Tentang penyakit Stevens Johnson Syndrome , Jurnal Desain Komunikasi Visual Ardiwarna, Vol 1, No 6 (2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Stevens Johnson Syndrome (SJS) merupakan penyakit kulit yang beberapa kasus terjadi karena penolakan terhadap reaksi obat-obatan terutama antibiotik. Meskipun penyakit ini tergolong penyakit yang jarang terjadi namun penyakit ini mulai marak dan perlu perhatian khusus. Menurut wawancara yang di lakukan dengan Prof. DR. dr. Ariyanto Harsono. Sp.A dari rumah sakit dr. Sutomo Surabaya menyatakan bahwa banyak kasus Stevens Johnson Syndrometerjadi pada anak usia antara 3-10 tahun, dan kebanyakan dari kasus yang beliau tangani terjadi akibat alergi terhadap obat-obatan. Efek yang ditimbulkan oleh penyakit ini cukup serius karena menyerang kekebalan tubuh, yang menyebabkan penderita tertular penyakit lain dan mengakibatkan berbagai macam komplikasi. Gejala-gejala awal yang terjadi pada penderita Stevens Johnson Syndrome sangat mirip dengan penyakit flu dan disusul dengan gejala pada kulit seperti keluarnya ruam yang nampak seperti penyakit kulit ringan (biang keringat).

Hasil penelitian Josephine Angelia Pranata, Deddi Duto Hartanto, Merry Sylvia, Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Tentang Untuk Mengurangi Penggunaan High HeelsPada Remaja Putri, Jurnal Desain Komunikasi Visual Ardiwarna, Vol 1, No 2 (2013). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam hal ini, perempuan khususnya remaja putri lebih sering membelanjakan uang mereka untuk memenuhi

kebutuhan penampilan mereka. Di mana, remaja putri lebih mudah untuk mengikuti arus perkembangan fashion saat ini sehingga dampaknya mereka mempunyai nilai konsumtif yang tinggi. Nilai konsumtif yang tinggi ini didukung oleh sifat remaja putri, di mana mereka senang membeli pernak ± pernik yang sedang booming dan mengikuti gaya dari teman atau selebriti kesenangan mereka. Remaja putri juga senang apabila mereka dikatakan up to date dan dapat menarik perhatian orang ± orang di sekelilingnya. Dalam hal ini dapat dilihat dengan jelas bahwa rata - rata remaja putri senang dengan hal ± hal yang berbau fashion. Contohnya pakaian, tas, sepatu, aksesoris dan lain sebagainya. Dilihat bahwa dunia mode fashion sepatu begitu mengikuti perkembangan jaman. Di mana produsen membuat berbagai macam mode sepatu untuk ditawarkan pada masyarakat. Mode sepatu ini beraneka ragam dibedakan pada bentuk dari sepatu heels dan tinggi sepatu heels. Semua disediakan oleh produsen agar masyarakat khususnya perempuan dapat memilih sesuai selera mereka.

Hasil penelitian Oni Suryani, Daniel Kurniawan, Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Peran Orangtua Dalam Proses Pendisiplinan Anak Pra-Sekolah, Jurnal Desain Komunikasi Visual Ardiwarna, Vol 1, No 4 (2014). Hasil penelitian menunjukkan bahwa disiplin terdapat dalam setiap interaksi antara orangtua dan anak, dan hal ini bekerja paling baik jika dipikirkan dalam pandangan yang paling positif: melindungi dan membimbing anak-anak menuju pengendalian diri yang semakin besar dan penilaian baik, bukan hanya menuntut kepatuhan. Ketika orangtua menghadapi masalah perilaku buruk anak biasanya yang mereka lakukan adalah berteriak atau memukul, terutama jika mereka dalam kondisi lelah atau frustrasi oleh kegagalan anak dalam mengikuti perintah mereka. Hukuman keras seringkali menimbulkan lebih banyak masalah dari pada pemecahannya. Oleh karena itu, tindakan remaining, persuading, dan informing mengenai penerapan hal disiplin yang benar. Iklan Layanan Masyarakat media yang memiliki 3 unsur tersebut dan akhirnya menjadi media yang digunakan.

Hasil penelitian Dewi Maryani Wijaya, Ani Wijayanti Suhartono, Alvin Raditya Sutopo, Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Untuk Orang Berusia 18-25 Tahun Agar Kritis Dalam Menerima Informasi Di Media Sosial, Jurnal Desain Komunikasi Visual Ardiwarna, Vol 1, No 8 (2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 2015 tercatat adanya 88,1 juta pengguna internet di Indonesia dan mayoritas berusia 18 hingga 25 tahun yang hampir keseluruhan menggunakan media sosial. Media sosial sendiri adalah alat berbasis komputer yang memungkinkan orang untuk membuat, berbagi, atau bertukar informasi, ide, gambar atau video dalam komunitas dan jaringan virtual. Sedangkan menurut Connie M. dalam bukunya yang berjudul Social Media, Crisis Communication, and Emergency Management, sosial media adalah bentuk komunikasi elektronik melalui komunikasi online untuk berbagi informasi, ide, pesan, dan konten lainnya. Contoh media sosial yang paling sering digunakan adalah Facebook, Youtube, dan Twitter.

Berdasarkan dari telaah pustaka yang telah dijabarkan maka, dapat diambil sebagai acuan pelengkap dalam pembuatan Tugas Akhir yang memiliki perbedaan diantaranya yaitu dengan menggunakan strategi kreatif iklan layanan masyarakat dan desain media promosi untuk meningkatkan minat masyarakat membaca atau melihat iklan layanan masyarakat “Bahaya Penggunaan Rokok Elektrik”. Oleh karena itu diperlukan proses berupa pengolahan data objek untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan, serta kesempatan dan ancaman dari suatu objek. Setelah itu di analisis data tersebut dan Hasil dari perancangan dapat diaplikasikan melalui media yang telah ditentukan.

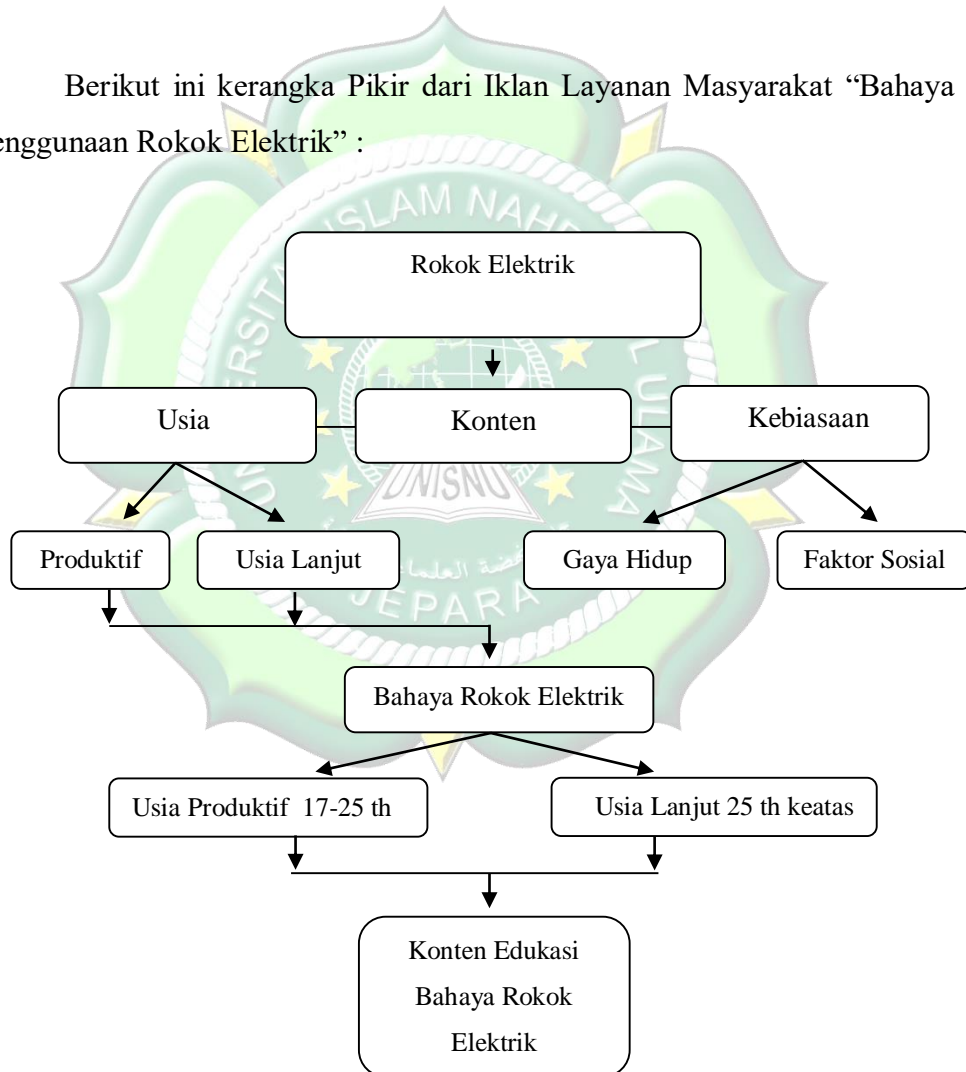
1.6. Krangka Berpikir

Dalam proses komunikasi visual tepat pada Iklan Layanan Masyarakat “ Bahaya Penggunaan Rokok Elektrik” di perlukan adanya kerangka berpikir yang sistematis dan logis sehingga tidak terjadi ketidak sinkronan baik dalam pengolahan data dan konsep Iklan Layanan Masyarakat. Kerangka pikir yang dibuat sistematis ini digunakan sebagai

pegangan pada saat observasi, eksplorasi, dan penyelesaian oleh perancangan tugas akhir sehingga dapat dipastikan bahwa pesan akan di sampaikan oleh perancang sesuai dengan sasaran.

Dari konsep tema yang sudah didapatkan, penulis gagasan bahwa tak hanya Audio Visual saja, media pendukung berupa poster, X-Banner, stiker, brosur, kaos, mug, pin , gantungan kunci dan kalender sebagai sarana penunjang media iklan layanan masyarakat.

Berikut ini kerangka Pikir dari Iklan Layanan Masyarakat “Bahaya Penggunaan Rokok Elektrik” :



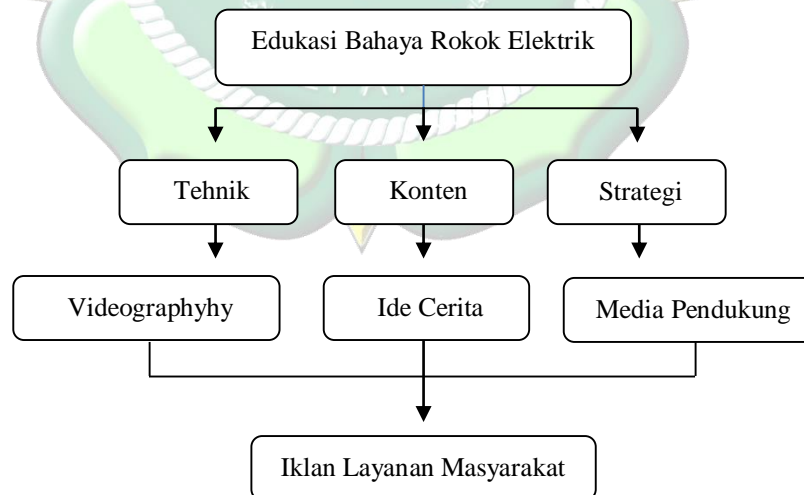
Gambar 1.2 : Flow Char Kerangka Pikir

Sumber : Penulis, 2020

Dari *flowchart* kerangka pikir Iklan Layanan Masyarakat “Bahaya Penggunaan Rokok Elektrik” ini menjadi acuan penulis dalam proses pembuatan Iklan Layanan Masyarakat , melalui hasil wawancara dan observasi di Dinas Kesehatan Kabupaten Jepara menjadi sebuah data yang digunakan membuat perancangan Iklan Layanan Masyarakat “Bahaya Penggunaa Rokok Elektrik”.

Rokok Elektrik sebagai objek kajian, dimana masyarakat jepara khususnya anak remaja dan orang dewasa sekarang ini sedang *trend* menggunakan rokok elektrik, kebiasaan menggunakan rokok elektrik biasanya didasari dari gaya hidup dan faktor sosial. Konten sebagai penyampain iklan layanan masyarakat kepada pengguna rokok elektrik maupun masyarakat. Perancangan Iklan Layanan Masyarakat “Bahaya Penggunaan Rokok Elektrik” merupakan upaya penyampaian kepada masyarakat tentang bahaya menggunakan rokok elektrik melalui audio visual.

Di bawah ini merupakan kerangka desain Iklan Layanan Masyarakat “Bahaya Penggunaan Rokok Elektrik” :



Gambar 1.3 : Kerangka Desain

Sumber : Penulis, 2020

Dalam perancangan Iklan Layanan Masyarakat, tentunya ada beberapa tahapan. Tahapan pertama mulai dari edukasi bahaya rokok elektrik, edukasi bahaya merokok yang berisi tentang permasalahan. Tahap ke dua

yaitu konten penyampain tentang iklan layanan masyarakat dengan ide cerita yang menarik perhatian masyarakat. Tahap ketiga yaitu Teknik, teknik dalam pembuatan videography menentukan angel camera maupun cara penganbilan video yang baik. Tahap selanjutnya yaitu strategi dimana dalam membuat iklan layanan masyarakat butuh strategi dalam mengiklan kan maupun strategi pembuatan media pendukung.

1.7. Metodologi Perancangan

Dalam melakukan perancangan media iklan layanan masyarakat “Bahaya penggunaan rokok elektrik” terdapat beberapa metode, yaitu sebagai berikut:

1. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian paling penting dalam proses penelitian, karena dari situlah peneliti akan mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data yang dibutuhkan sebagai berikut:

a. Data Premier

Data premier adalah berbagi informasi dan keterangan diperoleh langsung dari sumbernya, yaitu lokasi penelitian dan para pihak yang dijadikan informasi penelitian. Data ini berupa teks hasil wawancara dan diperoleh melalui wawancara dengan Dinas Kesehatan Kabupaten Jepara dan RSUD RA.Kartini Jepara yang sedang dijadikan obyek dalam penelitian.

Data dapat direkam atau dicatat oleh peneliti serta dokumentasi dengan kamera. Adapun metode atau teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut.

1) Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan berbagai factor dalam pelaksanaannya. Metode pengumpulan data observasi data observasi tidak hanya mengukur sikap dari responden, namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi.

Teknik pengumpulan data observasi cocok digunakan untuk penelitian yang bertujuan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam. Jadi dalam metode ini saya langsung terjun dan bertemu dengan narasumber sehingga saya dapat mengerti apa saja bahaya yang di timbulkan dari penggunaan rokok elektrik.

Table 1.2 Pengumpulan Data

No.	Masalah	Data yang dikumpulkan	Tehnik Pengumpulan Data			
			Observasi	Wawancara & Catatan Lapangan	Penggunaan Dokumen	Rekaman
1	Pengguna Rokok Elektrik di Jepara	Data di peroleh dari Dinas Kesehatan Kabupaten Jepara Proporsi umur pengguna Rokok Elektrik diJepara Data di peroleh dari Observasi di lapangan	● ● ●	● ● ●	● 	● ● ●
2	Faktor yang mendorong penggunaan Rokok Elektrik	Kebiasaan / kecanduan menggunakan Rokok Elektrik Faktor lingkungan sekitar Gaya hidup dalam masyarakat	● ● ●	● ● ●		● ● ●
3	Bahaya yang timbul akibat penggunaan Rokok Elektrik	Cairan yang terkandung dalam Rokok Elektrik Penyakit akibat penggunaan Rokok Elektrik		● ●		● ●

Sumber : Penulis, 2020

Secara sederhana peneliti merangkum jadwal kerja penelitian Dalam bentuk matrix secara sederhana sebagai berikut :

Table 1.3 Kegiatan Pengumpulan Data

No.	Kegiatan	Bulan I			Bulan II			Bulan III		
		Minggu I	Minggu II	Minggu III	Minggu I	Minggu II	Minggu III	Minggu I	Minggu II	Minggu III
1	Pengumpulan Data I Data di peroleh dari Dinas Kesehatan Kabupaten Jepara Proporsi umur pengguna Rokok Elektrik diJepara Data di peroleh dari Observasi di lapangan	•	•	•						
2	Pengumpulan Data II Kebiasaan / kecanduan menggunakan Rokok Elektrik Faktor lingkungan sekitar Gaya hidup dalam masyarakat			•		•				
3	Pengumpulan Data III Cairan yang terkandung dalam Rokok Elektrik Penyakit akibat penggunaan Rokok Elektrik						•	•	•	•

Sumber : Penulis, 2020

2) Wawancara

Wawancara ialah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu (*interviewer*) pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan (*interviewee*) terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Lexy J. Moleong, 2009:186). Wawancara dilakukan dengan Muslimin, SKM, MMKes sebagai Kasi Promkes Dinas Kesehatan Kota Jepara. Dan Dr. Tri Adi Kurniawan, Sp.P, M.Kes, FISR sebagai dokter spesialis paru dari RSUD RA.Kartini Jepara Pertanyaan yang diajukan mengenai bahaya penggunaan rokok elektrik dan

beberapa pertanyaan yang dibutuhkan dalam perancangan audio visual ini. Maka dengan ini diharapkan mendapatkan data akurat dari sumbernya.

3) Studi Literatur

Penelitian yang persiapannya sama dengan peneliti lainnya akan tetapi sumber dan metode pengumpulan data dengan mengambil data di pustaka, membaca, mencatat, dan mengolah bahan penelitian.

4) Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data visual dan data audio yang diperlukan untuk merancang iklan layanan masyarakat. Dokumen bisa berbentuk gambaran, tulisan atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi dilakukan dengan cara meminta data, merekam dan mengambil foto dari Dinas Kesehatan Kabupaten Jepara dan RSUD RA.Kartini Jepara.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah berbagai teori dan informasi yang diperoleh tidak langsung dari sumbernya. Data sekunder berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat atau mendengar. Data ini biasanya berasal dari data primer yang sudah diolah oleh peneliti sebelumnya.

2. Metode Desain

Metode desain dibagi dalam tiga cara berpikir yaitu Metode Kotak Kaca (*Glass Box Method*), Metode Kotak Hitam (*Black Boxes*), dan Metode pengorganisasian Diri (*Self-Organizing System*). Namun dalam perancangan Iklan layanan masyarakat “Bahaya Penggunaan Rokok elektrik” ini menggunakan metode kotak kaca atau *glass box Method*, yaitu metode berpikir rasional yang secara objektif dan sistematis menelaah suatu hal dengan cara logis dan terbebas dari pikiran dan

pertimbangan yang tidak rasional atau irasional, misalnya sentimen dan selera. Metode ini selalu berusaha menemukan fakta-fakta dan sebab atau alasan faktual yang melandasi terjadinya suatu hal atau kejadian dan kemudian berusaha menemukan alternatif solusi atas masalah-masalah yang timbul. Metode berpikir seperti ini lazim pula disebut sebagai reasoning. Ciri utama dari metode kotak kaca adalah :

1. Sasaran dan strategi desain telah ditetapkan secara pasti dan jelas sebelum telaah (analisis) dilaksanakan.
2. Analisis desain dilakukan secara tuntas sebelum menetapkan keputusan yang diinginkan.
3. Evaluasi bersifat deskriptif dan dapat dijelaskan secara logis.
4. Strategi perancangan ditetapkan terlebih dahulu sebelum proses analisis, biasanya dalam susunan sekuensial, walau adakalanya dalam bentuk proses parallel, meliputi komponen atau bagian persoalan yang dapat dipilah (Lubis, 2007:10).

Metode kotak kaca ini digunakan karena terdapat beberapa ciri utama seperti, sasaran serta strategi desain yang telah ditetapkan secara pasti dan jelas sebelum telaah dilakukan dan telaah desain di laksanakan secara tuntas. Penggunaan metode kotak kaca (glass box Method) ditetapkan terlebih dahulu sebelum proses analisis.

Dalam metode glass box, terdapat 4 tahapan yaitu:

- a. Tahapan Persiapan : merupakan tahap paling awal untuk menyiapkan perangkat dan segala kebutuhan untuk proses desain.
- b. Tahap Inkubasi : Tahapan mempersiapkan diri untuk menjadi sangat segar, tenang, dan peka untuk mengolah segala macam pengetahuan dalam alam bawah sadar sehingga memungkinkan untuk melahirkan ide-ide.
- c. Tahap Luminasi : Tahap dimana ide diharapkan bisa lahir sebagai efek dari pelaksanaan tahap persiapan dan tahap inkubasi yang sangat tertib. Tahap iluminasi berujung pada sketsa ide.

- d. Tahap Verifikasi: Tahapan dimana semua proses desain mengalami proses pengembangan ide dan finishing serta semua proses ditinjau ulang kembali dengan metode evaluasi.

3. Kajian Desain

Analisis data kualitatif (Bogdan & Biklen, 1982) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting serta apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2012:248).

a. Analisis SWOT

Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT adalah singkatan dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*. Analisis SWOT ialah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Freddy Rangkuti (2009 : 18)

Dengan demikian perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) :

- 1) Kekuatan (*Strength*) : Iklan layanan masyarakat merupakan iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus dihadapi, dalam penyampaian pesan, terutama didukung dari unsur visual didalamnya.

- 2) Kelemahan (*Weaknesses*) : kurangnya kepedulian masyarakat terhadap iklan layanan masyarakat, sering kali masyarakat mengabaikan pesan-pesan yang ada di dalam iklan layanan masyarakat tersebut.
- 3) Peluang (*Opportunities*) : Terkait dengan kelebihan dan kelemahan iklan layanan masyarakat, maka potensi untuk dapat diterima masyarakat kurang lebih tergantung pada materi, baik video maupun gambar, yang terdapat didalamnya. Apakah iklan layanan masyarakat tersebut dapat menarik perhatian masyarakat untuk melihat atau tidak. berpengaruh terhadap respon masyarakat atas iklan layanan masyarakat tersebut.
- 4) Ancaman (*Threats*) : merupakan suatu tantangan yang dapat menyebabkan masyarakat tidak merespon iklan layanan masyarakat tersebut.

Dari analisis SWOT diatas maka dapat disimpulkan bahwa cara pendekatan yang digunakan mampu mengidentifikasi masalah serta pemecahannya secara tepat dan sesuai dengan tujuan perancangan.

4) Kajian Karya

Perancangan dalam kajian ke karya Iklan Layanan Masyarakat “Bahaya Penggunaan Rokok Elektrik” menggunakan kajian semiotika komunikasi visual.

Dilihat dari sudut pandang semiotika, desain komunikasi visual adalah sebuah sistem semiotika khusus, dengan perbendaharaan tanda (*vocabulary*) dan sintaks (*syntagm*) yang khas, yang berbeda dengan sistem semiotika seni. Di dalam sistem semiotika komunikasi visual melekat fungsi “komunikasi”, yaitu fungsi tanda dalam menyampaikan pesan (*message*) dari sebuah pengirim pesan (*sender*) kepada para penerima (*receiver*) tanda berdasarkan aturan atau kode-kode tertentu. Fungsi komunikasi mengharuskan ada relasi (satu atau dua arah) antara pengirim dan penerima pesan, yang dimediasi oleh media tertentu.

Meskipun fungsi utamanya adalah fungsi komunikasi, tetapi bentuk-bentuk komunikasi visual juga mempunyai fungsi signifikan (signification), yaitu fungsi dalam menyampaikan sebuah konsep, isi, atau makna. Ini berbeda dengan bidang lain, seperti seni rupa (khususnya seni rupa modern) yang tidak mempunyai fungsi khusus komunikasi seperti itu, akan tetapi ia memiliki fungsi signifikan. Fungsi signifikan adalah fungsi dimana penanda (*signifer*) yang bersifat konkret dimuati dengan konsep-konsep abstrak, atau makna, yang secara umum disebut penanda (*signified*). Dapat dikatakan di sini, bahwa meskipun semua muatan komunikasi dari bentuk-bentuk komunikasi visual ditiadakan, ia sebenarnya masih mempunyai muatan signifikasi, yaitu muatan makna. (Sumbo Tinarbuko, 2009 : 11-12).

Sebagaimana dikatakan oleh (Sumbo Tinarbuko, 2009 : 12). Efektivitas pesan menjadi tujuan utama desain komunikasi visual. Iklan, fotografi jurnalistik, poster, kalender, brosur, film animasi, karikatur, acara televisi, video klip, *web design*, cd interaktif adalah di antara bentuk-bentuk komunikasi visual, yang melaluinya pesan-pesan tertentu disampaikan dari pihak pengirim (desainer, produser, *copywriter*) kepada penerima (pengamat, penonton, pemirsa).

1.8. Sistematika Penulisan

Adapun untuk mengetahui gambaran umum tentang pengantar karya ini, maka dirasakan perlu sistematika yang akan dipaparkan selagi berikut :

BAB I :Pendahuluan

Dalam bab ini adalah dasar dari sebuah permasalahan dan dibuatlah perancangan lalu terdapat tujuan dan manfaatnya.

BAB II :Landasan Teori

Landasan Teori berisi tinjauan pustaka berisi teori-teori yang dapat di gunakan untuk melakukan perancangan Iklan Layanan Masyarakat “Bahaya Penggunaan Rokok Elektrik”. Teori yang digunakan meliputi teori Iklan Layanan Masyarakat, Bahaya, Rokok

Elektrik, Audio Visual, Serta sinematografi dalam proses perancangan Iklan Layanan Masyarakat.

BAB III :Konsep dan Perancangan

Konsep dan Perancangan , konsep desain dan perancangan merupakan sajian dalam bentuk data yang di uraikan secara detail tentang objek di bab ini, berisi tentang pengguna Rokok Elektrik, Analisi SWOT, strategi visual, strategi perancangan, pemilihan media pendukung, konsep perancangan, media berkarya.

BAB IV :Implementasi dan Analisa

Implementasi dan Analisa, implementasi dan analisis data terdapat padabab ini, dimana analisa yang dibahas berdasarkan landasan teori yang kemudian diimplementasikan. Dalamnya terdapat sub bab yaitu audio visual, dan media pendukung. Penyajian berupa gambar dan foto serta lengkap dengan hasil kajian perancangan iklan layanan masyarakat “Bahaya Penggunaan Rokok Elektrik” kemudian diterapkan dalam media pendukung yang telah dipilih.

BAB V : Penutup

Penutup meliputi simpulan dan saran