

Perancangan Kampanye Sosial Pentingnya Mengetahui Cara Pertolongan Pertama untuk Usia 18-25 Tahun

Angelina¹, Iwan Zahar², Dahlia Zinnia Nizar³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara

Angelinaxhee@gmail.com

Iwanzahar38@yahoo.com

znizar@ico-d.org

Abstrak – Mengetahui pentingnya pertolongan pertama saat terjadi kecelakaan atau bencana sangat menentukan terhadap kondisi korban. Tindakan yang tepat dan cepat dapat menyelamatkan korban sesaat setelah terjadi kejadian. Namun rendahnya kesadaran masyarakat memiliki keterkaitan terhadap tingginya angka kematian yang harusnya bisa dicegah dengan pertolongan pertama. Melalui perancangan kampanye sosial ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran para remaja yang berusia 18-25 tahun akan pentingnya mengetahui cara pertolongan pertama. Perancangan ini menggunakan metode oleh Robin Landa, yang terdiri atas 5 tahap yakni Orientasi, Analisis dan Strategi, Konsep Perancangan, Pengembangan dan Implementasi Desain. Pengambilan data primer didapatkan dari wawancara dengan remaja berusia 18-25 tahun, dokter, pemadam kebakaran dan ketua markas PMI. Sementara data sekunder didapat dari studi pustaka yang berkaitan tentang kampanye sosial pertolongan pertama. Hasil dari perancangan ini adalah video short movie berdurasi 2 menit 3 detik, menggunakan style dokumenter dengan teknik video low angle, medium long shoot, medium shoot, close up dan rack focus dan dikombinasi dengan tone colour Cine-12-debarup. Video (short movie) ini berupa video hiburan sekaligus edukasi, yang dilengkapi dengan media pendukung yaitu Instagram Story, Line Today, Web Banner, Pop Up Banner yang mengarahkan ke website pertolongan pertama sehingga dapat belajar pengetahuan bagaimana menangani dalam pertolongan pertama.

Kata kunci: perancangan, kampanye sosial, kesadaran, pertolongan pertama, video short movie

I. PENDAHULUAN

Mengetahui pertolongan pertama saat terjadi kecelakaan atau bencana sangat menentukan terhadap kondisi korban. Tindakan yang tepat dan cepat dapat menyelamatkan korban sesaat setelah terjadi kejadian. Menurut Agus Bastian (Kepala Seksi SDM, Palang Merah Indonesia (PMI)) belum semua masyarakat Indonesia memahami tindakan pertolongan pertama atau bahkan memiliki kesadaran terhadap tindakan tersebut. Rendahnya kesadaran masyarakat memiliki keterkaitan terhadap tingginya angka kematian yang harusnya bisa dicegah dengan

pertolongan pertama. (Anonim, 2014, Akses Mudah, Kesadaran Masyarakat Terhadap Pertolongan Pertama Rendah, www.health.detik.com, diakses 29 Januari 2019)

Penanganan korban gawat darurat baik di rumah sakit maupun di luar rumah sakit pada prinsipnya adalah sama, yaitu mempertahankan hidup korban secara cepat dan tepat. Korban yang ditemukan di rumah sakit umumnya langsung ditangani oleh tim medis yang memang mengerti cara penanganannya, sedangkan korban ditemukan di lapangan seringkali luput dari

pertolongan, hal tersebut dikarenakan minimnya pengetahuan tentang bagaimana cara menolong korban gawat darurat secara cepat dan tepat.

Di Indonesia, Proporsi disabilitas (ketidak-mampuan) dan angka kematian karena kecelakaan masih cukup tinggi sebagian besar (70%) korban kecelakaan lalu lintas adalah pengendara sepeda motor yang terlambat mendapatkan pertolongan dan cedera kepala merupakan urutan pertama dari semua jenis cedera yang dialami korban kecelakaan, wilayah Jawa Timur pada tahun 2015 tercatat 567 ribu kecelakaan dengan angka kematian mencapai 17 ribu orang, 60% diantaranya karena terlambat mendapatkan pertolongan yang memadai. (Ambarika, 2017:26)

Menurut Agus, saat terjadi kecelakaan dan korban mengalami trauma luka dan tidak sadarkan diri, 6 menit pertama setelah terjadi kecelakaan adalah masa emas untuk menolong korban sebelum terjadi kerusakan otak yang dapat mengakibatkan kematian. Waktu 6 menit tersebut tidak akan cukup bagi korban untuk menerima tindakan medis terdekat. (Anonim, 2014, Akses Mudah, Kesadaran Masyarakat Terhadap Pertolongan Pertama Rendah, www.health.detik.com, diakses 29 Januari 2019)

Dengan demikian, diperlukan perancangan kampanye sosial tentang pentingnya mengetahui cara pertolongan pertama untuk usia 18-25 tahun dengan menggunakan *video (short movie)* sebagai media utama. Melalui perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran remaja pentingnya mempelajari pemberian pertolongan pertama kepada korban kecelakaan agar dapat meminimalisir dampak yang diterima korban akibat kecelakaan.

II. METODE

Proses perancangan ini bersumber pada 5 *step of design* oleh Robin Landa (2011:77-95), yaitu :

A. Orientasi

Dalam tahapan ini penulis mengumpulkan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari melakukan wawancara dengan Ketua Markas PMI yang bernama Edwar Bachtiar, Dokter Umum yang bernama Dr. Bobby dan Staff Officer Pemadam Kebakaran yang bernama Bapak Teguh Adiyanto,. Sementara data sekunder diperoleh dari studi pustaka dari media cetak maupun online yang berkaitan erat dengan tema dan objek perancangan.

B. Analisis dan Strategi

Melakukan analisis dari data-data yang diperoleh untuk membentuk strategi, yang

nantinya akan menghasilkan pedoman (*Brief*) dalam perancangan.

C. Konsep Perancangan

Pembentukan konsep terdiri atas 4 tahap, yaitu persiapan untuk menemukan ide dasar (*insight*), kemudian inkubasi dan iluminasi untuk menemukan konsep, dan yang terakhir verifikasi yakni mengevaluasi dan menguji konsep.

D. Pengembangan Desain

Konsep dibuat ke dalam bentuk visual yang jelas untuk dikembangkan ke dalam 3 tahap, yaitu *Script (Thumbnail)*, *Sketsa Kasar (Keyframe)*, dan *Komprehensif (Story Board)*.

E. Implementasi

Hasil desain dipersiapkan dengan rapi untuk dieksekusi ke dalam bentuk yang dipilih baik itu jenis digital, cetakan, atau lingkungan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Perancangan

1. Konsep Media

Dalam perancangan ini, media kampanye sosial pentingnya mengetahui cara pertolongan pertama untuk usia 18-25 tahun sebaiknya bersifat dramatis, informatif, dan tidak membosankan sehingga dapat membuat remaja mendapatkan suatu pembelajaran dari

hiburan. Maka media utama yang akan digunakan adalah *Video Short Movie*. Sementara untuk media pendukungnya adalah *Website dan Instagram*.

2. Konsep Visual

Bentuk visual terdiri 2 karakter tokoh yaitu seorang Ibu berumur 50 tahun dan anaknya bernama Evelyn berumur 22 tahun, setiap tokoh dapat berekspresi sesuai dengan karakter. Tokoh pertama yaitu Seorang Ibu yang memiliki karakter yang sederhana, baik dan sangat menyayangi anaknya. Dan tokoh selanjutnya yaitu Evelyn, anak dari sang Ibu yang memiliki karakter ceria, baik, dan sangat menyayangi orangtuanya.

3. Konsep Tipografi

Jenis tipografi yang digunakan sebagai memberikan kesan sederhana dan lugas. Oleh karena itu jenis tipografi yang akan digunakan adalah *Sans Serif*. Merupakan huruf tanpa kaki dengan ketebalan yang hampir sama disetiap bagian bentuk hurufnya dan juga mudah dibaca

4. Konsep Warna

Untuk menarik perhatian remaja 18-25 tahun warna video yang digunakan gaya yang simple, juga tone dan warna yang dramatis. Pemilihan penggunaan warna disesuaikan dengan kebutuhan video.

Gambar 3. Line Today
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

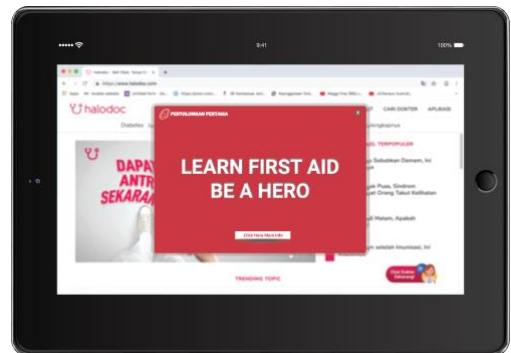
B. Gambar

1. Video Short Movie



Gambar 1. Video Short Movie Youtube
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

4. Pop Up Banner



Gambar 4. Pop Up Banner
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

2. Instagram Story



Gambar 2. GIF Instagram Story
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

5. Web Banner



Gambar 5. GIF Web Banner
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

3. Line Today



6. Website



Gambar 6. GIF Website
(Dokumentasi Pribadi, 2019)

IV. SIMPULAN

Perancangan Kampanye Sosial tentang Pentingnya Mengetahui Cara Pertolongan Pertama Untuk Usia 18-25 Tahun ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran para remaja yang berusia 18-25 tahun akan pentingnya mengetahui cara pertolongan pertama. Setelah melalui tahapan pencarian informasi, riset berupa wawancara pada Ketua Markasi PMI, Dokter Umum, Staf Officer Pemadam Kebakaran, dan *target audience* maka pendekatan yang digunakan berupa pendekatan emosional agar lebih mengunggah emosi *target audience* untuk semakin sadar akan mengetahui cara pertolongan pertama.

Kampanye sosial dengan tema serupa sudah pernah ada sebelumnya, namun dari segi pesan, strategi kreatif dan *target audience* belum sesuai. Oleh karena itu dengan adanya perancangan kampanye tentang Pentingnya Mengetahui Cara Pertolongan Pertama Untuk Usia 18-25 Tahun dengan sebuah *video short movie* sebagai media utama dan website diharapkan dapat meningkatkan kesadaran para remaja untuk

mengetahui dan memahami pentingnya mengetahui cara pertolongan pertama.

Dari hasil yang penulis dapatkan selama melakukan wawancara untuk mengetahui tingkat kesadaran remaja yang berusia 18-25 tahun mengenai Pentingnya Mengetahui Cara Pertolongan Pertama, terdapat banyak dari remaja berusia 18-25 tahun yang memiliki tingkat kesadarannya rendah mengenai pertolongan pertama. Namun saat penulis mencoba untuk menanyakan mengenai apakah mereka tertarik untuk mengetahui informasi dan bagaimana cara pertolongan pertama, mereka berpendapat bahwa mereka tertarik untuk mengetahui informasi dan bagaimana cara pertolongan pertama dengan media *youtube (video)* agar dapat melihat langsung cara menanganinya, jikapun dengan media tertulis harus ada keterangan berupa gambar atau *icon*. Berdasarkan hal tersebut, remaja berusia 18-25 tahun masih ada keingintahuan tentang informasi dan bagaimana cara pertolongan pertama.

Penulis berterima kasih kepada Universitas Tarumanagara yang telah menyediakan sarana bagi mahasiswa dalam mengerjakan Tugas Akhir. Namun, ketersediaan buku-buku yang dapat mendukung perancangan Tugas Akhir masih terbilang minim. Sehingga, ada baiknya jika

Universitas Tarumanagara menambahkan buku-buku yang kiranya dapat menunjang hasil Tugas Akhir yang dikerjakan menjadi lebih baik. Selain itu, penulis juga ingin menyarankan agar peserta tugas akhir selanjutnya dapat menentukan dan mengangkat tema yang tepat sesuai dengan karakter peserta agar proses penulisan dan pengumpulan data tugas akhir berjalan lebih lancar.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa dengan terwujudnya laporan tugas akhir yang berjudul "Perancangan Kampanye Sosial Pentingnya Mengetahui Cara Pertolongan Pertama Untuk Usia 18-25 Tahun" tidak mungkin selesai tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pertama-tama penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa dan ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Iwan Zahar dan Ibu Dahlia Zinnia Nizar, BFA selaku dosen pembimbing tugas akhir saya, yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan bimbingan yang besar selama pembuatan laporan ini sehingga saya bias menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Bapak Edwar Bachtiar selaku Ketua Markas PMI, Dr. Bobby selaku Dokter Umum dan Bapak Teguh Adiyanto selaku Staff Officer Pemadam Kebakaran yang telah membantu memberikan data-data pendukung untuk menyelesaikan tugas akhir ini
3. Kedua orangtua, kakak dan segenap keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan doa sehingga Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Chintia Eng, Diana, Kenny, Berlin dan Murni, selaku sahabat saya. Terima kasih karena sudah mendukung, menghibur, dan memberikan semangat.
5. Steven, LV, Albert, Dwi, Dharani, Ci Vini, Renaldi, Edi, Febricky, Paulty, Richard, Hellin, dan William yang selalu menanyakan *progress* selama pengerjaan tugas akhir. Terimakasih atas dukungannya.
6. Virlencia, Widya, Shirley, Helen, Angelica, Vella, Cynthia Hung, Nathalie dan Cristy selaku teman-teman kuliah selama 4 tahun ini, Terimakasih telah menjadi teman *supportive*, dan canda tawa selama 4 tahun di perkuliahan.

7. Anggota kelompok 5 yang telah berjuang bersama, saling *support* dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Segenap keluarga besar dari Vihara Nurani Maitreya yang selalu menyemangati dan menghibur disaat pengerjaan tugas akhir ini.
9. Juga terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan tugas akhir ini.

Apabila ada nama yang penulis belum sebutkan atau kesalahan pengejaan nama dan gelar harap dimaklumkan atas keterbatasannya. Penulis akan selalu bersyukur dan berterima kasih kepada yang telah membaca penulisan Tugas Akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, B. S. (2012). *Pemahaman Guru Tentang Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan*. Yogyakarta: Pendidikan Guru Sekolah FIP UNY
- Ali, M. & Asrori, M. (2014). *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Ambarika, R. (2017). *Efektifitas Simulasi Prehospital Care Terhadap Self- Efficacy Masyarakat Awam Dalam Memberikan Pertolongan Pertama Korban Kecelakaan Lalu Lintas*. Kediri: Pendidikan Ners STIKes Surya Mitra Husada Kediri.
- Antar Venus, Drs, M.A. (2009). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Budi. R. 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi. Makasar : Kretakupa Print.
- Flew, T. (2012). *New media : an introduction (edisi kedua)*. Oxford University.
- Landa, Robin. (2011). *Graphic Design Solutions*. America: Wadsworth Cengage Learning
- Suyanto, M. (2014). *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi.
- Pete, B. (2009) . *The Advertising Concept Book*. United Kingdom, Thames & Hudson Ltd
- Ruslan, R. 2013. *Kampanye Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers.

Shimp, T. (2010). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat

Suhandang, K. (2016). *Manajemen, Kiat dan Strategi Periklanan*. Bandung: Penerbit Nuansa.

Wiley, J. (2015). *Typographic Design: Form and Communication*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.

Winarto, R. (2017). *Hubungan Tingkat Pengetahuan Tentang Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan Dengan Motivasi Menolong Kecelakaan Lalu Lintas Pada Remaja Di SMK Binakarya I Karanganyar*. Gombong: Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Muhammadiyah Gombong