

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kesehatan anak menjadi salah satu hal yang sangat penting terutama apabila anak dalam masa pertumbuhan. Dengan kondisi kesehatan yang kurang baik tentu akan sangat berpengaruh terhadap pertumbuhannya. Jika pertumbuhan ini terhambat kemungkinan besar ia tidak tumbuh dengan optimal sebagaimana semestinya. Salah satu penyakit yang menyerang pertumbuhan anak adalah polio.

Polio merupakan salah satu penyakit menular yang disebabkan oleh virus yang menyerang sistem saraf sehingga penderita menderita kelumpuhan. Penyakit yang pada umumnya menyerang anak umur 0 sampai 3 tahun ini ditandai dengan munculnya demam, lelah, sakit kepala, mual, kaku di leher dan sakit di tungkai dan lengan. Upaya pencegahan dan pemberantasan penyakit polio telah dilakukan melalui gerakan imunisasi polio dan ditindaklanjuti dengan kegiatan surveilans epidemiologi secara aktif terhadap kasus-kasus *Acute Flaccid Paralysis* (AFP) kelompok umur <15 tahun dalam kurun waktu tertentu guna mencari kemungkinan adanya virus polio liar yang berkembang di masyarakat. *Acute Flaccid Paralysis* (AFP) merupakan kondisi abnormal ketika seseorang mengalami penurunan kekuatan otot tanpa penyebab yang jelas dan akhirnya dapat mengakibatkan kelumpuhan.

Indonesia bersama dengan negara-negara di Regional Asia Tenggara telah mendapatkan Sertifikat Bebas Polio dari *World Health Organization* (WHO) pada tanggal 27 Maret 2014. Namun, meskipun telah dinyatakan bebas polio, risiko penyebaran polio di Indonesia tetap tinggi selama virus polio liar masih bersirkulasi di dunia dan faktor risiko untuk terjadi penularan masih tetap ada oleh karena kekebalan masyarakat yang belum optimal yang disebabkan karena masih terdapatnya daerah-daerah kantong dengan cakupan imunisasi polio rutin yang rendah selama beberapa tahun.

Berdasarkan data dari Depkes RI (Departemen Kesehatan Republik Indonesia) setelah dilaksanakan Pekan Imunisasi Nasional (PIN) polio tiga tahun

berturut-turut pada tahun 1995, 1996 dan 1997, virus polio liar asli Indonesia sudah tidak ditemukan lagi sejak tahun 1996. Namun pada tanggal 13 Maret 2005 ditemukan kasus polio importasi pertama di kecamatan Cidahu, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat.

Kasus polio tersebut berkembang menjadi KLB (Kejadian Luar Biasa) yang menyerang 305 orang dalam kurun waktu 2005 sampai awal 2006. KLB (Kejadian Luar Biasa) ini tersebar di 47 kabupaten/kota di 10 provinsi. Selain itu juga ditemukan 46 kasus *Vaccine Derived Polio Virus* (VDVP) dimana 45 kasus di antaranya terjadi di semua kabupaten di pulau Madura dan satu kasus terjadi di Probolinggo, Jawa Timur. Setelah dilakukan *Outbreak Response Immunization* (ORI), dua kali *mop-up*, lima kali PIN (Pekan Imunisasi Nasional) dan dua kali *sub-PIN* (Pekan Imunisasi Nasional), KLB (kejadian luar biasa) dapat ditanggulangi sepenuhnya.

Kasus virus polio liar (VPL) terakhir yang mengalami kelumpuhan ditemukan pada tanggal 20 Februari 2006 di Aceh Tenggara, Nanggroe Aceh Darussalam. Sejak tahun 2006 hingga sekarang tidak pernah lagi ditemukan kasus Polio. Untuk mencegah kasus polio berkembang lagi di Indonesia, pemerintah melalui Kementerian Kesehatan RI gencar melakukan sosialisasi imunisasi kepada masyarakat melalui kegiatan PIN (Pekan Imunisasi Nasional) setiap tahunnya. Membawa anak-anak mereka ke pos pelayanan imunisasi atau posyandu. Seperti diketahui imunisasi merupakan program jangka panjang (mencapai kurang lebih 20 tahun), untuk rancangan imunisasi itu telah dirancang lama termasuk pembuatan vaksin. Hal ini dilakukan berdasarkan Landasan Hukum UUD 1945 Pasal 28 B Ayat 2 "Setiap anak berhak atas kelangsungan hidup, tumbuh dan berkembang serta berhak atas perlindungan dari kekerasan diskriminasi". Pasal 28 H Ayat 1 "Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan. UU Perlindungan Anak Nomor 23 Tahun 2002 dan UU Kesehatan Nomor 36 Tahun 2009.

Kesadaran masyarakat tentang pentingnya imunisasi bagi pertumbuhan anak masih rendah, dikarenakan faktor kurangnya pengetahuan mengenai imunisasi. Ini menjadi permasalahan yang harus diatasi oleh pemerintah. Berbagai cara

dilakukan pemerintah untuk mensosialisasikan imunisasi kepada masyarakat luas. Salah satunya dengan membuat Iklan Layanan Masyarakat (ILM) lewat media televisi. Hal ini bertujuan untuk mengampanyekan Indonesia bebas polio serta memberikan informasi kepada masyarakat luas untuk ikut berpartisipasi mengikuti program tahunan dari Kementerian Kesehatan RI yaitu PIN (Pekan Imunisasi Nasional).

Televisi sebagai media massa dalam bentuk elektronik saat ini merupakan tujuan utama untuk beriklan. Ini dikarenakan televisi dianggap sebagai media yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada khalayak. Pesan yang disampaikan media televisi berupa gambar dan suara sehingga memudahkan penontonnya untuk menerima isi pesan yang ditampilkan. Seperti diketahui bahwa iklan merupakan sebuah cara untuk mempromosikan atau memperkenalkan produk serta memberikan informasi. Secara langsung penonton yang melihat iklan di televisi akan terpengaruh secara emosional sehingga akan berdampak pada suatu efek tanggapan bagi yang melihatnya.

Hal tersebut juga diharapkan pada pelaksanaan PIN (Pekan Imunisasi Nasional) Polio tahun 2016 bertujuan untuk mengurangi resiko penularan terhadap importasi virus polio tipe 2 dan VCDPV type 2, memastikan tingkat imunitas terhadap polio di populasi cukup tinggi dengan cakupan lebih atau sama dengan 95% serta memberikan perlindungan secara optimal dan merata pada kelompok umur 0-59 bulan terhadap kemungkinan munculnya kasus polio yang disebabkan oleh virus polio Sabin. PIN (Pekan Imunisasi Nasional) dilaksanakan di Pos PIN, Posyandu, Polindes, Poskesdes, Puskesmas, Puskesmas Pembantu, Rumah Sakit serta pos pelayanan imunisasi lainnya di bawah koordinasi Dinas Kesehatan.

Dalam macam-macam iklan terdapat berbagai kategori salah satunya iklan yang mengandung unsur budaya bahasa daerah. Iklan sebagai bagian dari fenomena budaya dimana kampanye iklan yang efektif juga menjadi sebuah pekerjaan yang besar dalam mempengaruhi fenomena budaya lokal. Seperti yang ditunjukkan pada cuplikan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang dibuat Kementerian Kesehatan menyampaikan sebuah informasi tentang pelaksanaan

PIN (Pekan Imunisasi Nasional) 2016 yang akan diadakan secara serentak di seluruh Indonesia pada tanggal 8–15 Maret 2016.

Iklan layanan masyarakat adalah bentuk komunikasi visual yang disumbangkan oleh media untuk kepentingan masyarakat, yang berarti gratis. Sedangkan kriteria yang dipakai untuk menentukan kampanye pelayanan masyarakat adalah non komersial, tidak bersifat keagamaan, non politik, berwawasan nasional, diperuntukkan semua lapisan masyarakat, ditujukan oleh organisasi yang telah diakui atau diterima, dapat diiklankan dan mempunyai dampak dan kepentingan tinggi sehingga patut memperoleh dukungan media lokal maupun nasional (Hagijanto 2005, hlm.9, vol.8, no.1)

Iklan dibuat kreatif dengan penyajian pesan dalam iklan tersebut menggunakan unsur budaya bahasa daerah. Seperti diketahui bahasa daerah termasuk dari unsur-unsur budaya yang antara lain terdiri dari sistem religi, sistem organisasi kemasyarakatan, sistem pengetahuan, sistem mata pencaharian hidup, sistem teknologi dan peralatan, bahasa dan kesenian. Hal ini dimaksudkan agar pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut dapat menjangkau seluruh kalangan masyarakat. Indonesia merupakan negara dengan penduduk terbesar urutan ke empat di dunia yang berisi berbagai keanekaragaman ras, suku, agama dan tentunya bahasa yang berbeda-beda di setiap daerah. Maka dengan membuat iklan yang menggunakan unsur pendekatan budaya bahasa daerah diharapkan dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat. Iklan yang dibuat oleh kementerian Kesehatan RI juga berkesinambungan dengan iklan yang dibuat sebelumnya yaitu iklannya menggunakan budaya yang ada disekitar masyarakat Indonesia.

Dengan melihat permasalahan yang dapat diiklankan melalui iklan layanan masyarakat, dapat diketahui bahwa iklan layanan masyarakat berusaha mempengaruhi masyarakat agar mau melihat keadaan sekitarnya, bahwa masih banyak ketimpangan-ketimpangan sosial yang harus dibenahi demi keteraturan dan keseimbangan lingkungan. Ada tiga hal pokok yang dapat dilihat dengan munculnya iklan layanan masyarakat, antara lain: (1) menggugah kesadaran pemirsa untuk berbuat sesuatu, (2) isi pesannya bersifat umum, (3) isi pesannya menggunakan kata imbauan atau anjuran. (Setyaningsih & dkk, 2013, hlm.5)

Pada periode awal iklan PIN (Pekan Imunisasi Nasional) yaitu pada bulan februari 2016 menggunakan pendekatan bahasa daerah jawa, batak, dan ambon sebagai salah satu unsur budaya dengan dibawakan model iklan yang mewakili setiap bahasa daerah. Kemudian pada periode kedua yaitu pada bulan maret 2016 pendekatan budaya berorientasi pada bahasa daerah madura dan papua . Bahasa daerah yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat PIN mencerminkan bahwa kesadaran masyarakat di daerah tersebut cenderung rendah

mengunjungi posyandu untuk mendapatkan layanan imunisasi dengan berbagai pertimbangan.

Dengan adanya iklan tersebut, Kemenkes RI mengharapkan masyarakat memiliki kesadaran untuk ikut berpartisipasi dan berperan aktif dalam mensukseskan kegiatan PIN (Pekan Imunisasi Nasional) sehingga dapat mencegah penyebaran virus polio terjadi lagi di Indonesia, serta mewujudkan Eradikasi Polio (ERAPO) di seluruh dunia pada tahun 2020 mendatang.

Partisipasi masyarakat merupakan keikutsertaan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah dan potensi yang ada di masyarakat, pemilihan dan pengambilan keputusan tentang alternatif solusi untuk menangani masalah, pelaksanaan upaya mengatasi masalah, dan keterlibatan masyarakat dalam proses mengevaluasi perubahan yang terjadi. (Devyanti 2013, hlm.382, vol.1, no.2)

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti ingin mengetahui ada tidaknya pengaruh pendekatan budaya bahasa daerah pada iklan layanan masyarakat PIN 2016 di televisi terhadap partisipasi masyarakat.

Penelitian ini akan dilakukan di RW 09, Kelurahan Baktijaya, Kecamatan Sukmajaya, Kota Depok. Seperti diketahui bahwa Kota Depok merupakan salah satu kota penyangga Ibukota Jakarta. Sebagai kota yang berbatasan langsung dengan Ibukota Negara, Kota Depok mendapatkan tekanan migrasi penduduk yang cukup tinggi sebagai akibat dari meningkatnya jumlah kawasan pemukiman, pendidikan, perdagangan dan jasa. Hal ini menyebabkan Kota Depok dihuni oleh penduduk pendatang dari seluruh daerah di Indonesia. Dapat dikatakan hampir tidak ada penduduk asli yang bermukim di Kota Depok. Dibandingkan dengan kota penyangga lainnya yang berada di sekitar Ibukota Jakarta, Kota Depok sedang gencar mencanangkan program kota layak anak yang dimulai dari kota layak anak. RW 09 menjadi salah satu RW yang sudah menyandang predikat sebagai layak anak dan dijadikan sebagai *pilot project* untuk RW lainnya di wilayah tersebut.

Untuk pelaksanaan Pekan Imunisasi Nasional (PIN) 2016 di Kota Depok memiliki sasaran 206.524 balita atau anak berusia 0 sampai 59 bulan. Peneliti memilih RW 09 karena wilayahnya termasuk dalam wilayah RW (Rukun Warga) layak anak yang selama ini telah digalangkan oleh Pemerintah Kota Depok dan juga ingin mengetahui tingkat kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi dalam Pekan Imunisasi Nasional (PIN) 2016 di RW yang disebut-sebut sebagai kawasan

layak anak apakah sama atau berbeda dengan wilayah RW lainnya yang bukan merupakan kawasan layak anak di Kota Depok.

1.2 Rumusan Masalah

Ada tidaknya pengaruh pendekatan budaya bahasa daerah pada iklan layanan masyarakat PIN 2016 di televisi terhadap partisipasi masyarakat.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pendekatan budaya bahasa daerah pada iklan layanan masyarakat PIN 2016 di televisi terhadap partisipasi masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Penelitian di harapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dalam pengembangan ilmu Komunikasi khususnya dalam bidang *advertising* atau periklanan.

b. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan pembelajaran bagi peneliti selanjutnya yang diharapkan sebagai penunjang dalam perkembangan ilmu komunikasi dalam periklanan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian dibuat untuk membantu penulis dalam mengurutkan proses penelitian secara sistematis yang terdiri antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematis penelitian.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori-teori yang relevan sesuai dengan kasus yang diangkat sebagai bahan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan berbagai hal mengenai metodologi, antara lain: pendekatan penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, metode analisis data, variabel penelitian, waktu dan tempat penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian mengenai deskripsi objek penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis variabel, serta hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi uraian mengenai kesimpulan dan saran yang berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi referensi yang penulis gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.

LAMPIRAN