

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “SPORT ANYWHERE” SEBAGAI LANGKAH PENANGGULANGAN DIABETES

Ahmad Zakiy Ramadhan

Institut Seni Indonesia Yogyakarta
zakiramadhan86@gmail.com

Abstract

People's lifestyle today can be said to have been very bad, starting from diet, activity, until the rest, everything is not in its part. Meals ranging from mild to severe food straggle to various points across the country. Culinary business as though there is no ending, even continue to increase at it will. Advances in technology is growing rapidly, all competing to offer convenience in the activity. This development is inversely related to community health awareness. Low physical activity level, mixed with uncontrolled diet lead to the appear of degenerative diseases such as diabetes. Visual communication design is a study that is considered capable of being a problem solver. In designing a public service ad, it takes step by step to realize it. Starting from research on diabetes, target audience analysis until the realization process. The messages changing lifestyle of the people with visual media that expected to overcome the problem of diabetes in this country. Messages are metaphors that can be an alternative as the idea of creating public services advertisement.

Keywords: *lifestyle, diabetes, Public Service Ads*

Pendahuluan

Konsumsi gula yang berlebih akan menyebabkan meningkatkan kadar gula dalam darah. Gula yang menumpuk di dalam darah akan berdampak pada munculnya penyakit diabetes. Konsumsi gula berlebih biasanya didapat dari kebiasaan jajan dan wisata kuliner yang telah membudaya di masyarakat, ditambah lagi produk makanan dan minuman instan yang terus hadir dalam masyarakat menambah lengkap masalah kesehatan di Indonesia. Masyarakat seakan tidak menyadari apa yang akan dihadapinya di kemudian hari akibat konsumsi yang tidak terkontrol, dengan pola hidup yang buruk dapat memicu munculnya penyakit-penyakit kronis seperti diabetes.

Diabetes ditemukan di mana-mana, angka kejadiannya terus melonjak tajam, bahkan cenderung menakutkan. Diabetes bisa menyerang mata, jantung, ginjal, saraf, bahkan bisa sampai terjadi amputasi kaki. Jelaslah diabetes harus ditangani dengan sangat serius. *International Diabetes Federation* tahun 2012 menyebutkan bahwa saat ini ada sekitar 371 juta pasien diabetes. Angka ini melebihi jumlah seluruh penduduk Indonesia. Di Asia, jumlah pasien diabetes ada 70 juta orang, 7,6 persen diantaranya berada di Indonesia. Dilaporkan bahwa separuh penderita diabetes tidak menyadari kondisinya.

Kematian akibat diabetes pada 2012 mencapai 4,8 juta orang. *World Diabetes Atlas* edisi 2012 mencatat 471 miliar dolar Amerika atau sekitar 5.000 triliun rupiah telah dihabiskan pasien diabetes untuk biaya berobat. Fakta mengarah pada betapa diabetes telah menjadi salah satu penyebab kematian terbesar di dunia. Setiap tahun ada 3,2 juta kematian yang disebabkan langsung oleh diabetes. Setiap sepuluh detik ada satu orang atau setiap menit ada enam orang yang meninggal akibat penyakit yang berkaitan dengan diabetes. (Tandra, 2015: 2).

Populasi penderita *diabetes melitus* (DM) di Indonesia saat ini menduduki peringkat kelima terbanyak di dunia. Berdasarkan data IDF Diabetes Atlas, pada tahun 2013, penderita DM di tanah air mencapai 8.554.155 orang, "Bahkan angka tersebut semakin naik pada tahun 2014 hingga mencapai 9,1 juta orang," kata Ketua Perkumpulan Endokologi Indonesia (Perkeni) Prof. Dr. Achmad Rudijanto di Jakarta. Tahun 2035 jumlah penderita DM diprediksi melonjak hingga ke angka 14,1 juta orang dengan tingkat prevalensi 6,67 persen untuk populasi orang dewasa. "Tidak hanya itu, umur penderita diabetes pun kini semakin menurun atau semakin muda," katanya. Satu dari lima penderita diabetes masih berumur di bawah 40 tahun, yakni diantara 20 hingga 39 tahun sebanyak 1.671.000 orang. Sedangkan usia 40 hingga 59 tahun sebanyak 4.651.000 orang. Sisanya berusia 60 hingga 79 tahun. (suara.com). Diabetes, atau yang juga dikenal sebagai penyakit kencing manis, adalah penyakit kronik yang disebabkan oleh:

1. ketidakmampuan organ pankreas untuk memproduksi hormon insulin dalam jumlah yang cukup, atau
2. tubuh tidak dapat menggunakan insulin yang telah dihasilkan oleh pankreas secara efektif, atau
3. gabungan dari kedua hal tersebut.

Pada penderita diabetes yang tidak terkontrol, akan terjadi peningkatan kadar glukosa (gula) darah yang disebut *hiperglikemia*. *Hiperglikemia* yang berlangsung dalam waktu lama akan menyebabkan kerusakan serius pada sistem tubuh kita, terutama pada saraf dan pembuluh darah. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mengontrol kadar glukosa dalam darah pasien diabetes.

Diabetes tipe 2 diduga disebabkan oleh kombinasi faktor genetik dan lingkungan. Banyak pasien diabetes tipe 2 memiliki anggota keluarga yang juga menderita diabetes tipe 2 atau masalah kesehatan lain yang berhubungan dengan diabetes, misalnya kolesterol darah yang tinggi, tekanan darah tinggi (hipertensi) atau obesitas. Sedangkan faktor lingkungan yang mempengaruhi risiko menderita diabetes tipe 2 adalah makanan dan aktivitas fisik sehari-hari.

Hans Tandra (2015: 6) menyebutkan terdapat sembilan faktor yang menyebabkan seseorang terkena diabetes.

1. Keturunan, bila ada anggota keluarga terkena diabetes, maka anggota keluarga yang lain juga berisiko terkena diabetes.
2. Ras atau etnis, orang berkulit hitam lebih mudah terkena diabetes daripada orang berkulit putih. Orang Asia juga mempunyai risiko tinggi mengidap diabetes.
3. Usia, risiko terkena diabetes bertambah ketika berusia diatas 40 tahun.
4. Obesitas, semakin banyak timbunan lemak dalam tubuh, semakin sulit insulin bekerja, sehingga gula darah akan mudah naik.

5. Aktivitas fisik yang minim.
6. Dua sampai lima persen wanita hamil terkena diabetes.
7. Infeksi virus bisa menyerang pankreas, hal ini bisa mengganggu produksi insulin.
8. Stres menyebabkan hormon yang bekerja berlawanan dengan insulin menjadi lebih aktif sehingga meningkatkan glukosa darah.
9. Beberapa obat-obatan dapat meningkatkan kadar gula darah.

Dari sembilan faktor di atas, ada beberapa faktor yang tidak bisa dihindari, namun ada juga faktor yang dapat dikendalikan, yakni obesitas, aktivitas fisik dan tingkat stres. Menurut Direktur Penyakit Tidak Menular Dirjen Pengendalian Penyakit dan Penyehatan Lingkungan (P2PL) Kementerian Kesehatan, Ekowati Rahajeng, faktor yang paling utama mengakibatkan jumlah ini terus berada dalam peningkatan adalah pola hidup tidak sehat. Serta hanya 20 persen yang disebabkan oleh faktor genetik.

(<http://nationalgeographic.co.id>).

Pada pasien diabetes, diet merupakan aspek penting untuk mengontrol peningkatan kadar glukosa darah. Asosiasi Diabetes Amerika (*The American Diabetes Association* (ADA)) menganjurkan diet seimbang dan bernutrisi yang rendah lemak, kolesterol serta gula sederhana. Saat ini ADA bahkan telah melarang konsumsi gula sederhana kecuali dalam jumlah kecil dan dikonsumsi bersama dengan makanan kompleks. Penurunan berat badan dan olah raga sangatlah penting karena akan meningkatkan sensitivitas tubuh terhadap insulin, sehingga membantu mengontrol peningkatan kadar glukosa darah. Olah raga yang bersifat aerobik seperti jalan kaki, bersepeda santai, *jogging*, dan berenang dianjurkan dilakukan secara teratur selama 30 menit, 3-4 kali seminggu. Selain itu, aktivitas sehari-hari dapat tetap dilakukan seperti berkebun, membersihkan rumah, berjalan ke pasar dan naik turun tangga. Yang harus diperhatikan di sini, untuk pasien DM tipe 2 yang sudah memiliki komplikasi pada mata atau kaki harus dilakukan penyesuaian pada aktivitas fisiknya.

Olah raga adalah kegiatan penting yang harus dilakukan setiap orang agar tetap sehat. Bagi penderita *diabetes melitus*, baik yang terkontrol maupun belum terkontrol, manfaat yang didapat dari berolah raga bahkan lebih banyak lagi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa olah raga atau aktivitas fisik dapat:

1. Meningkatkan sensitivitas sel-sel tubuh terhadap insulin sehingga membantu menurunkan kadar gula dan kadar lemak darah.
2. Menurunkan tekanan darah dan kadar kolesterol jahat darah (LDL), meningkatkan kolesterol baik (HDL) sehingga menurunkan risiko penyakit jantung.
3. Mengontrol berat badan.
4. Menurunkan risiko komplikasi penyakit DM.
5. Menguatkan jantung, otot dan tulang.
6. Menurunkan tingkat stres.

Aktivitas fisik untuk pengendalian dan pencegahan *diabetes melitus* yang direkomendasikan adalah sesi 30 menit minimal 3-4x seminggu (atau idealnya setiap hari) bagi orang dewasa dan 60 menit bagi anak-anak dan remaja.

Aktivitas dapat dibagi menjadi beberapa sesi, setiap sesi 10-15 menit. Kegiatan yang direkomendasikan adalah kegiatan yang meningkatkan pernapasan dan denyut jantung

dan menyebabkan sedikit berkeringat, misalnya berjalan, berkebun, berenang, atau membersihkan rumah. Lakukan peningkatan intensitas dan lama latihan secara bertahap. Disarankan kepada penderita diabetes untuk tidak melakukan aktivitas fisik terlalu berat atau terlalu lama. Jika aktivitas fisik dilakukan secara berlebihan maka tubuh akan menghasilkan hormon adrenalin dan hormon-hormon lain yang akan melawan fungsi insulin, dengan begitu, gula darah akan semakin meningkat.

Olah raga menjadi sebuah solusi terhadap penyakit diabetes, budaya hidup sehat dengan berolahraga menginspirasi penciptaan sebuah iklan layanan masyarakat ini. Olah raga mudah dilakukan di manapun dan kapanpun adalah pesan yang akan menjadi poin utama dalam penciptaan ini, dengan berolah raga masyarakat akan menjadi sehat. Dengan masyarakat sehat maka bangsa akan menuju kehidupan yang lebih baik.

Iklan kesehatan tentang berolah raga dan penanggulangan diabetes selama ini telah dilakukan oleh pemerintah Indonesia melalui Dinas Kesehatan dan Perkumpulan Endokrinologi Indonesia (Perkeni), namun sepertinya khalayak tidak terlalu respon terhadap peringatan-peringatan dan himbauan yang telah disampaikan. Media-media iklan diabetes yang dinilai monoton dan konvensional, penggunaan slogan dan *tagline* yang cenderung membosankan disinyalir menjadi pemicu pesan yang disampaikan tidak berdampak. Asumsi masyarakat bahwa olah raga adalah hal yang membutuhkan waktu dan tempat tertentu juga menjadi dasar pemikiran dalam memilih ide. Dalam penciptaan ini mencoba menggiring opini masyarakat tentang olah raga ke arah yang berbeda sebagai solusi penanganan masalah diabetes, perlu ada strategi kreatif untuk mendukung perancangan ini.

Desain komunikasi visual adalah sebuah cara dan strategi untuk menyelesaikan masalah dengan bahasa visual. Archer menjelaskan bahwa “desain merupakan pemecahan masalah dengan satu target yang jelas” (Sachari, 2005: 5). Sachari juga memaparkan, desain dari segi aktivitas dan karya dapat didudukkan dalam satu tempat yang lebih objektif, yaitu:

1. Desain sebagai suatu riset yang menekankan segi inovasi, eksperimentasi, dan kreativitas.
2. Desain sebagai integrasi berbagai cabang keilmuan, termasuk seni.
3. Desain sebagai suatu fenomena sosial budaya, bahasa rupa, perkembangan teknologi, politik dan nilai-nilai masyarakat.
4. Desain sebagai wahana studi interdisiplin berbagai cabang ilmu. (Sachari, 2015: 29).

Desain komunikasi visual menjadi sebuah ilmu yang dianggap mampu berperan dalam menanggulangi masalah diabetes. Melalui pesan-pesan visual yang berisi konten tentang bahaya diabetes dan masalah pola hidup sehat diharapkan mampu mengajak masyarakat agar bersama-sama mau untuk mengatasi diabetes.

Rumusan masalah

Bagaimana menciptakan sebuah media yang tujuannya adalah mengatasi masalah *diabetes melitus* dengan solusi-solusi yang tidak menggurui dan mampu menjadi sebuah kampanye yang menyenangkan bagi masyarakat ?

Bagaimana menciptakan media yang mampu menyampaikan pesan bahwa olah raga itu penting, menyenangkan dan mudah dilakukan di manapun dan kapanpun ?

Orisinalitas

Media yang akan diciptakan adalah sebuah pesan yang mampu menggugah masyarakat agar mau melakukan olah raga setiap hari secara rutin di sela waktu luang yang dimiliki. Pesan yang disampaikan lebih ke arah humor dan menggelitik, sehingga masyarakat tidak merasa digurui dan diperintah, masyarakat mau melakukannya dengan kemauan sendiri. Pesan disampaikan secara ringan dan mampu diterima oleh banyak orang. Prinsip hiperbola dan penyangatan juga menjadi unsur dalam penciptaan media ini untuk memperkuat kesan humor tersebut.

Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penciptaan ini adalah mampu mempengaruhi pola pikir masyarakat terhadap olah raga, bahwa sebenarnya olah raga adalah sesuatu kegiatan yang mampu dilakukan dengan mudah, di manapun, dan kapanpun dan oleh siapapun.

Manfaat dari penciptaan ini adalah mampu mengatasi penyakit-penyakit kronis pada masyarakat seperti *diabetes melitus* yang sesungguhnya penyakit ini berbahaya namun efeknya tidak dapat dirasakan secara langsung oleh penderitanya. Budaya hidup sehat dengan berolah raga secara teratur mampu mencegah dampak penyakit ini.

Kajian Sumber Penciptaan

Diabetes melitus adalah sebuah penyakit yang dimana banyak dipengaruhi oleh pola hidup seseorang. Fenomena saat ini, pola hidup masyarakat sudah tidak lagi sehat, mulai pola makan, pola olah raga, hingga pola istirahat. Kenyataan saat ini memang sangat memungkinkan seseorang untuk menjalankan pola hidup tidak sehat. Wisata kuliner yang merebak di mana-mana dengan ragam jenis makanan, dengan harga yang terjangkau, mendukung seseorang untuk tidak teratur dalam pola makannya. Kemajuan teknologi mempengaruhi pola aktivitas fisik seseorang, kurangnya berjalan kaki, mengangkat beban, atau memompa aktivitas jantung agar mengeluarkan keringat juga sering tidak dilakukan setiap hari. Dari fenomena inilah penulis terinspirasi untuk mengangkat *Diabetes Melitus* sebagai tema besar dalam penciptaan ini. Sebuah problem kesehatan yang harus disadari oleh diri kita sendiri.

Sebagai sumber kajian utama adalah website *diabetesmelitus.org* untuk memperoleh data mengenai *diabetes melitus*. Metode wawancara dengan tenaga kesehatan dan asisten dokter penyakit dalam untuk mengetahui pokok permasalahan mengenai pola hidup dan penyakit *diabetes melitus* juga beberapa kali dilakukan.

Sebagai sumber inspirasi penciptaan karya, *review* dilakukan dari beberapa konsep *print add* dari beberapa agensi iklan yang ada di Indonesia seperti *ogilvy* dan petak umpet.



Gambar 1: Mybody Gym & Spa
Sumber: Google



Gambar 2 Iklan Kayaking
Sumber : Google

Brand name: Mybody Gym & Spa
Agency: Ogilvy & Mather Jakarta
Country: Indonesia
Category: Sports and Health Clubs, Gyms, Diet Clinics
Released: November 2005
Company: **OGILVY & MATHER**
INDONESIA, INDONESIA, Jakarta
Creative Director: Roy Wisnu/Glenn Alexander
Copywriter: Anggia Ariesti
Art Director: Alfa Aphrodita/Imelda

Advertising Agency: Ogilvy & Mather, Jakarta, Indonesia
Executive Creative Director: Gary Caulfield
Creative Director: Glenn Alexander
Art Directors: Alfa Aphrodita, Yogi Wiweka
Copywriter: Glenn Alexander
Photographers: Heru Suryoko, Leonardus Bramantya
Designer: Aldo Khalid
Published: 2008

Landasan Teori

1. *Lateral Thinking*

Di dalam buku berpikir lateral, Edward De Bono menjelaskan bahwa berpikir lateral menjadi sebuah metode dalam penciptaan kreatif media. Berpikir vertikal adalah kebenaran sedangkan dalam berpikir lateral kekayaan ragam. Berpikir vertikal menyeleksi satu jalan dengan mengesampingkan jalan lain. Berpikir lateral tidak menyeleksi, tapi membuka jalan lain. Berpikir lateral, orang akan menghasilkan sebanyak mungkin rancangan alternatif. Berpikir lateral dapat sengaja memilih arah yang salah. Berpikir lateral, orang berusaha melihat rancangan yang paling tidak nyata ketimbang yang paling jelas. Berpikir vertikal merupakan proses yang terbatas, berpikir lateral merupakan proses yang serba mungkin. Berpikir vertikal, orang menggunakan informasi demi informasi itu sendiri untuk bergerak maju menuju pemecahan. Berpikir lateral, orang menggunakan informasi bukan demi informasi itu sendiri, tetapi secara provokatif untuk menimbulkan pemolaan ulang (De Bono, 1990: 41).

Berpikir lateral sangat membantu dalam merancang sebuah desain membantu menemukan ide-ide yang tidak terpikirkan oleh orang lain, namun mampu menyampaikan pesan secara tepat. Seperti halnya dalam memerintah seseorang, ada beberapa cara, seperti memerintah secara langsung, memberi ancaman, dan menyindir. Menyindir adalah cara yang lateral. Bagaimana pesan yang disampaikan tidak serta merta namun orang tersebut mau melakukannya. Untuk mencapai tujuan dari perancangan ini, berpikir lateral dianggap mampu untuk menciptakan media yang bisa menciptakan sebuah media visual yang tujuannya adalah mengatasi masalah *diabetes melitus* dengan solusi-solusi yang tidak menggurui dan mampu menjadi sebuah kampanye yang menyenangkan dan dapat diterima bagi masyarakat. Pola berpikir divergent yakni mencari beberapa kemungkinan penyelesaian adalah salah satu cara penerapan dari berpikir lateral. Memikirkan banyak kemungkinan dalam menjawab permasalahan adalah pola berpikir kreatif.

2. Metafora

Di dalam buku *Art & Levitation* karangan M. Dwi Marianto, menjelaskan kemampuan untuk membuat ungkapan-ungkapan metaforik adalah kekuatan pikiran dan imajinasi manusia dalam menghadirkan gagasan baru, kreatif atau menawarkan kebaruan. Caranya adalah mengaitkan satu objek dengan objek lain atau menghubungkan satu objek dengan gejala sehingga dari penggabungan tersebut muncullah imaji dengan konsep yang unik pula (Marianto, 2015: 140).

Menyampaikan pesan secara tersirat, atau menggunakan pengandaian, disinyalir lebih efektif daripada menyampaikan pesan secara tersurat atau secara lugas. Ketika seseorang menasihati seorang temannya dengan kata-kata yang menyindir maka, pesan yang disampaikan terasa lebih halus dan mampu membuat sang penerima pesan berpikir lebih dalam.

Salah sebuah teori yang paling populer tentang metafora merumuskannya secara sangat ringkas sebagai “perbandingan tersirat (*implied comparison*)” di antara dua hal. Di sini metafora dipandang sebagai simile dengan predikasi similaritas, ditandai dengan kata penghubung seperti, bagaikan, laksana, bak, yang disembunyikan atau dilesapkan ungkap levinson yang ditulis kembali dalam semiotika visual (Budiman 2011: 87).

Sebuah maksud yang disembunyikan akan memiliki makna yang besar jika mampu diartikan dengan baik, sebuah puisi akan lebih terasa mendalam ketika kata-katnya mampu diartikan ketimbang sebuah berita yang disampaikan secara konvensional. Dalam menampilkan visual objek dalam iklan layanan masyarakat tentang diabetes ini, metafora menjadi sebuah cara dalam penyajian pemilihan dan penyampaian pesan.

Konsep Perwujudan

Proses penyampaian pesan secara metaforik melalui iklan layanan masyarakat mengenai penanggulangan penyakit diabetes mellitus dilakukan melalui visualisasi olahraga sebagai salah satu solusinya. Teknik fotografi menjadi teknik yang penulis pilih sebagai media utama, karena fotografi dapat lebih memprovokasi *audience* ketimbang

teknik lainnya. Sebuah momen yang tertangkap dalam sebuah bidang foto, akan sangat berarti ketika momen yang diambil adalah momen yang benar-benar sesuai.

Metode/Proses Penciptaan

Metode penciptaan iklan layanan masyarakat mengenai penanganan penyakit *diabetes melitus* ini adalah menerapkan langkah-langkah yang telah dirumuskan oleh Hawkins (1991), yakni tahap eksplorasi, eksperimentasi, dan perwujudan.

Pada tahap eksplorasi, di sini penulis mencoba menemukan *big idea*, *insight*, dan *consumer journey* melalui analisa 5W 1H.

1. Eksplorasi

Penyakit *diabetes melitus* adalah penyakit yang salah satunya disebabkan oleh pola hidup yang salah, dan salah satu penanggulangannya adalah dengan olah raga secara teratur. Melakukan olah raga sebenarnya adalah berangkat dari kemauan diri sendiri untuk melakukannya. Banyak yang beralasan bahwa aktivitas olah raga membutuhkan fasilitas yang lengkap, butuh teman untuk menemani, butuh waktu dan tempat yang sesuai. Di sini penulis mencoba menangkis semua alasan yang dikemukakan dengan media yang penulis tawarkan. Dari paparan di atas penulis mencoba mengambil satu ide besar dalam penciptaan ini yakni olah raga bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun tanpa fasilitas yang memadai.

Untuk mencapai *insight* perlu dilakukan pengamatan secara mendalam, pada diabetes itu sendiri dan pada solusi penanggulangannya yakni olahraga. Dalam pengamatan diabetes penulis mencoba menggali data dengan membaca, *browsing*, dan wawancara. Dalam proses mencari *insight* tentang olah raga, penulis mencoba mencari olah raga yang mudah dilakukan dimanapun dan kapanpun, dan juga menarik untuk dilakukan. Proses pengamatanpun penulis lakukan dalam menentukan segmen mana yang akan penulis sasar. Penyakit diabetes sering diderita oleh seseorang yang kegiatan sehari-harinya tidak membutuhkan aktivitas tubuh yang banyak, seperti mahasiswa, pekerja kantor, dan lain sebagainya. Berikut data *consumer journey* yang penulis peroleh berdasarkan pengamatan (*lihat tabel 1*).

Tabel 1. Analisa Consumer Journey

| | |
|-----------------|--|
| Jenis kelamin | Laki-laki dan wanita |
| Usia | 17-40 tahun |
| Tingkat ekonomi | Menengah – menengah Menengah – ke atas |
| Pekerjaan | Mahasiswa, karyawan kantor, wiraswasta, PNS |
| Letak geografis | Perkotaan |
| Habitus | Senang wisata kuliner Senang bermain <i>gadget</i> (<i>handphone</i> dan sebagainya) Banyak menghabiskan waktunya dengan duduk (di depan komputer, di depan televisi, di meja kerja, dsb) Memiliki kendaraan pribadi |

Dalam proses eksplorasi juga dianalisa kasus ini menggunakan 5W 1H:

What : Apa yang akan disampaikan dalam kampanye ini?

Dalam kampanye ini penulis mencoba menyampaikan pentingnya berolah raga secara rutin.

Where : Di mana akan dikampanyekan?

Ruang lingkup kampanye ini adalah masyarakat perkotaan.

When : Kapan kampanye ini dilakukan?

Yang pasti kampanye ini tidak mengenal waktu dalam penyampaiannya.

Who : Kepada siapa kampanye ini ditujukan?

Seperti paparan di atas, dalam analisa *consumer journey*, telah disebutkan target *audience* yang akan dituju.

Why : Mengapa kampanye ini menjadi penting?

Masalah kesehatan adalah masalah yang penting dalam menentukan kesejahteraan bangsa.

How : Bagaimana cara menyampaikan secara tepat sasaran?

Cara yang akan penulis lakukan adalah dengan menyampaikan sebuah pesan yang bersifat menghibur namun provokatif.

2. Eksperimentasi

Dalam tahap eksperimentasi, penulis mencoba berbagai macam kemungkinan desain yang akan penulis wujudkan, dengan sket-skets *layout* kasar.

Berikut sket logo yang telah penulis buat.



Gambar 3 Sket logo
Sumber : Ahmad Zakiy

Eksperimen juga penulis lakukan dalam menentukan *layout* poster.



Gambar 4 Sket layout poster
Sumber : Ahmad Zakiy

Proses sket juga penulis lakukan saat menentukan *setting* fotografi:



Gambar 5: Sket poster
Sumber : Ahmad Zakiy

Ulaskan Karya

Logo



Gambar 6 Logo Sport Anywhere
Sumber : Ahmad Zakiy

Sport Anywhere dalam bahasa Inggris mengandung makna 'Olah raga i mana Saja'. Secara keseluruhan logo ini memvisualkan orang yang sedang melompat, elemen dalam logo ini adalah lingkaran merah yang dipilih untuk merepresentasikan bentuk bola, bentuk bola dipilih untuk mewakili simbol dari olahraga. Sedangkan huruf “S” berwarna abu-abu mewakili bentuk jalan. Jalan dipilih karena mampu merepresentasikan pesan “*Anywhere*” (di mana saja). *Logotype* dibuat miring mengikuti lajur huruf “S”, untuk menimbulkan kesan dinamis dan *sporty*.

Poster

1. *Gowes Series*

Bersepeda adalah salah satu alat transportasi yang ada dan sangat sederhana-tidak memerlukan biaya yang mahal, namun memiliki manfaat besar bagi kesehatan. Bersepeda baik untuk menjaga kesehatan seperti kinerja jantung dan melatih otot kaki, namun saat ini kegiatan bersepeda sudah mulai ditinggalkan sebagai saran transportasi, bersepeda saat ini menjadi *trend* sebagai sarana olahraga saja. Kegiatan *Bike to Work* mulai menggalakkan lagi kegiatan bersepeda sebagai sarana transportasi alternatif yang ramah lingkungan. Dalam iklan ini mencoba menyampaikan pesan bahwa jangan malu untuk bersepeda, gunakan sepeda sebagai sarana transportasi jarak dekat. Dengan bersepeda kita bisa menjaga kesehatan dan turut menjaga lingkungan dari polusi.



Gambar 7: Poster Gowes Anywhere
Sumber : Ahmad Zakiy

2. *Badminton Series*

Badminton merupakan cabang olahraga yang telah lama populer di Indonesia, badminton mudah sekali dilakukan di manapun, hanya membutuhkan raket, kock, dan net sebagai pembatas. Dalam iklan ini kami mencoba mempopulerkan kembali olahraga *badminton* agar masyarakat mau melakukannya di manapun. *Badminton* menjadi salah satu olahraga yang menyenangkan dan dapat dilakukan dimanapun.



Gambar 8 Poster Badminton Anywhere
Sumber : Ahmad Zakiy

3. *Soccer Series*

Sepak bola adalah olah raga paling populer di Indonesia, semua orang bisa melakukannya, dalam iklan ini mencoba menyampaikan pesan bahwa semua gender bisa dan boleh melakukannya, sepakbola jalanan bisa menjadi alternatif olahraga yang murah meriah, menyenangkan dan menyehatkan.



Gambar 9 Poster Soccer Anywhere
Sumber : Ahmad Zakiy

4. *Tenis Meja Series*

Olah raga tenis meja memang tidak terlalu populer di masyarakat, selain membutuhkan keterampilan khusus dalam memainkannya, tenis meja juga membutuhkan fasilitas meja pingpong yang harganya tidak murah, dalam iklan ini kami mencoba menyampaikan pesan bahwa berolahragalah di mana kita bisa dan tetap melakukan aktivitas fisik dimanapun berada.



Gambar 10 Poster Pimpong Anywhere
Sumber : Ahmad Zakiy

Behind the Scene



Kesimpulan

Sebuah masalah sosial selalu menarik untuk diangkat sebagai tema dalam perancangan desain, desain komunikasi visual mampu menjadi sebuah jembatan dalam permasalahan komunikasi. Iklan layanan masyarakat merupakan media yang mampu menyampaikan pesan kepada masyarakat luas. Poster adalah salah satu pilihan media yang tepat dalam perancangan ini, poster dipilih karena dianggap media yang dekat dengan target audiens.

Membuat sebuah media iklan layanan masyarakat membutuhkan pendekatan secara langsung dan observasi yang intensif kepada masyarakat, lingkungan dan habitus, dengan demikian akan mampu tercipta suatu media yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam penyampaian pesannya. menciptakan media penyampai pesan yang persuasif dan menggelitik dengan selera humor yang tidak SARA menjadi pilihan tepat dan sangat efektif. Penyampaian secara metaforik menjadi alternatif dalam penyampaian pesan dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini, bahasa fotografi mampu mewakili pesan metafora tersebut, penggunaan objek-objek visual yang dipilih untuk mewakili pesan-pesan yang akan disampaikan adalah objek yang membuat target audiens berpikir dan harus mengartikan dalam bahasa nya masing-masing untuk dapat mengerti pesan dalam iklan ini.

Diharapkan dengan pembuatan media iklan layanan masyarakat ini mampu merubah pola hidup masyarakat yang selama ini keliru, menjadi lebih baik. Dalam menyampaikan pesan, dipilih pesan-pesan yang menyenangkan, menghibur dan tidak menggurui. Hal ini dikarenakan untuk menciptakan variasi baru dalam menyampaikan pesan kesehatan yang selama ini dinilai monoton.

Perancangan iklan layanan tentang diabetes ini dikerjakan dengan beberapa tahap agar mampu menjawab permasalahan yang ada. Tahap-tahap tersebut meliputi riset data tentang data dan masalah diabetes, target audiens yang akan disasar, dan media yang akan digunakan. Tahap kedua adalah merumuskan ide bentuk. Dalam merumuskan ide bentuk, lateral thinking dan metafora memegang peranan penting sebagai landasan dalam menemukan ide bentuk visual. penggunaan objek-objek visual yang dipilih untuk mewakili pesan-pesan yang akan disampaikan adalah objek yang dekat dengan target audiens yang membuat target audiens berpikir dan harus mengartikan dalam bahasanya masing-masing untuk dapat mengerti pesan dalam iklan ini. Dalam mewujudkan iklan ini, teknik fotografi dipilih karena mampu membangkitkan reaksi instan dan asosiasi.

Kepustakaan

- Budiman, Kris. 2011. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
De Bono, Edward. 1988. *Lateral Thinking*. Jakarta: Binarupa Aksara.
Hawkins, Alma M. 1991. *Moving from Within: A New Method for Dance Making*. Chicago: A Cappella Books.
Marianto, M Dwi. 2015. *Art & Levitation*. Yogyakarta: Pohon Cahaya.
Sachari, Agus. 2005. *Budaya Rupa*. Jakarta: Erlangga.
Tandra, Hans. 2015. *Diabetes Bisa Sembuh*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rujukan Online

<http://www.suara.com/health/2015/04/25/200000>

<http://diabetesmelitus.org/definisi-tipe-diabetes/DiabetesMelitus.org>

<http://nationalgeographic.co.id/berita/2013/05/2030-diabetes-hantui-masyarakat-indonesia>