

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “MENCUCI TANGAN” SEBAGAI UPAYA TANGGAP COVID-19

Nisa Laili Nursya'baana¹

Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Program Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
n.lailinursyabaana@gmail.com

Nova Kristiana²

Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Program Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
novakristiana@unesa.ac.id

Asidigisianti Surya Patria^{3*}

Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Program Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
asidigisiantipatria@unesa.ac.id

ABSTRAK

Di tempat-tempat usaha, seperti toko kelontong, toko beras, ataupun warung makan yang dimiliki oleh masyarakat umum harus menyediakan tempat mencuci tangan sebagai salah satu protokol WHO untuk pencegahan COVID-19. Tempat-tempat mencuci tangan bermunculan di depan toko atau tempat-tempat umum bersifat sementara. Biasanya terbuat dari ember atau tempat air yang diberi keran. Di tempat-tempat air tersebut tidak diberi arahan bagaimana mencuci tangan yang benar. Masyarakat sering mencuci tangan tidak sesuai dengan tata cara cuci tangan yang benar. Tujuan perancangan ini adalah merancang stiker Iklan Layanan Masyarakat (ILM) tentang Mencuci Tangan. Proses perancangan suatu karya desain grafis yaitu stiker memerlukan data yang akurat untuk dianalisis dalam mendukung konsep yang melandasi pembuatan karya. Sumber data primer atau utama diperoleh dari pengamatan/observasi cara mencuci tangan yang betul, baik dari video, pengamatan langsung dan dari selebaran (*flyer*) yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan. Sumber data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data pengumpul data melalui. Data ini didapat dari studi literatur, baik diperoleh dalam buku maupun artikel dan foto-foto yang diperoleh berdasarkan hubungan dengan objek perancangan. Informasi diperoleh dari beberapa buku atau artikel yang mencangkup informasi mengenai cara mencuci tangan yang benar. Agar ILM dapat tepat sasaran dan berhasil mencapai tujuan maka perlu mempertimbangkan aspek audien. Tahap perancangan dimulai dengan menggambarkan sebuah konsep yang diperoleh dari berbagai informasi berkaitan dengan urutan mencuci tangan yang benar dalam sebuah *thumbnail* dan *thigtissue*. Hasil perancangan ini adalah stiker ILM Mencuci Tangan yang digunakan untuk kampanye sosial bagaimana mencuci tangan yang benar. Stiker ditempel di ember berkeran untuk mencuci tangan.

Kata Kunci: Perancangan, Iklan Layanan Masyarakat, Cuci Tangan, Covid-19.

1. PENDAHULUAN

Tangan merupakan media yang sangat ampuh untuk berpindahnya penyakit, karena tangan digunakan untuk memegang benda-benda yang seringkali tidak diketahui dengan pasti kebersihannya. Salah satu contoh adalah ketika memegang *handle* pintu atau pegangan dalam kendaraan, kita tidak pernah tahu apakah ada agen penyakit (virus/bakteri) yang menempel disana, bisa jadi sebelumnya dipegang oleh orang yang batuk/bersin ditutup oleh tangannya. Kemudian tangan kita yang sudah memegang *handle* pintu tersebut menutup mulut kita yang menguap atau langsung memegang makanan. Jelas sudah terjadi proses perpindahan agen penyakit disana. Jika saat itu daya tahan tubuh kita lemah, dalam masa inkubasi kita pun akan mengalami gejala yang sama (Kemenkes, 2020)

Penyakit saluran pernapasan seperti COVID-19 yang disebabkan *coronavirus* menyebar ketika percikan dahak yang mengandung virus masuk ke dalam tubuh melalui mata, hidung, atau tenggorokan. Akan tetapi, yang paling sering terjadi adalah melalui tangan. Penyebaran virus dari satu orang ke orang lain paling sering terjadi melalui tangan. Selama pandemi global terjadi, salah satu cara paling mudah, penting, dan tanpa biaya untuk mencegah penyebaran virus adalah dengan rutin cuci tangan pakai sabun dan air (UNICEF, 2020).

Kebiasaan dalam mencuci tangan menggunakan air saja tidak dapat melindungi setiap individu dari bakteri dan virus yang terdapat di tangan. Terlebih jika mencuci tangan tidak di bawah air mengalir. Apalagi kebiasaan menggunakan dan berbagi wadah cuci tangan, hal itu sama saja saling berbagi kuman dan tetap membiarkan kuman menempel pada tangan. Kebiasaan itu harus ditinggalkan dan dirubah menjadi yang lebih baik dengan standar prosedur melakukan cuci tangan menggunakan sabun (Kemenkes RI, 2011).

Keberhasilan cuci tangan pakai sabun bukan hanya ditunjang oleh perilaku cuci tangan saja, namun juga oleh adanya sarana dan prasarana yang diperlukan dalam menjaga keberlangsungan kegiatan cuci tangan (Natsir, 2018). Selain Sarana dan prasarana perlu juga ditunjang dengan kampanye membiasakan diri dan meneruskan informasi mengenai pentingnya berupa tindakan pencegahan sederhana berupa cuci tangan pakai sabun di bawah air mengalir yang dilakukan dari berbagai elemen masyarakat terutama tenaga kesehatan dan kader-kader kesehatan (Nurbaiti et al., 2019).

Di Surabaya di tempat umum wastafel portable milik pemerintah dan perusahaan swasta yang melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dilengkapi petunjuk cara mencuci tangan yang benar sesuai dengan standar Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS) dari WHO. Sehingga masyarakat pengguna bisa mengikuti petunjuk yang ditempel di wastafel tersebut. Sedangkan di tempat-tempat usaha, seperti toko kelontong, toko beras, ataupun warung makan yang dimiliki oleh masyarakat umum harus menyediakan tempat mencuci tangan sebagai salah satu protokol WHO untuk pencegahan COVID-19 (Karunia, 2020). Tempat-tempat mencuci tangan bermunculan di depan toko atau tempat-tempat umum yang bersifat sementara. Biasanya terbuat dari ember atau tempat air yang diberi keran. Di tempat-tempat air tersebut tidak diberi arahan bagaimana mencuci tangan yang benar. Masyarakat tidak jarang mencuci tangan tidak sesuai dengan tata cara cuci tangan yang benar.

Salah satu upaya memberikan arahan langsung ke masyarakat cuci tangan yang benar adalah dengan menempelkan stiker ke tempat air tersebut sehingga masyarakat bisa mengikuti secara langsung petunjuk mencuci tangan dengan benar. Keunggulan stiker yang mudah diproduksi dan bisa ditempel di permukaan tempat air tersebut menjadi dasar menyebarkan Iklan Layanan Masyarakat cara mencuci tangan dengan benar. Stiker tersebut

dibagikan kepada pemilik tempat usaha yang memiliki tempat cuci tangan sementara tersebut, baik berupa ember maupun gentong air.

ILM “Mencuci Tangan” ini merupakan Iklan Layanan Masyarakat yang memberikan pengetahuan kepada masyarakat untuk mencuci tangan dengan air yang benar tidak hanya menggosok kedua tangan saja tetapi ada beberapa tahapan yang harus dilalui agar tangan menjadi bersih bebas kuman. Dengan bertambahnya pengetahuan mencuci tangan diharapkan masyarakat dapat meningkatkan kualitas hidupnya dan memiliki kesadaran berperilaku bersih melalui mencuci tangan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah menyadarkan masyarakat akan mencuci tangan yang benar melalui Iklan Layanan Masyarakat, berupa perancangan stiker Iklan Layanan Masyarakat tentang mencuci tangan.

2. METODE

Proses perancangan suatu karya desain grafis yaitu stiker sebagai Iklan Layanan Masyarakat Mencuci Tangan memerlukan data yang akurat untuk dianalisis dalam mendukung konsep yang melandasi pembuatan karya.

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016). Sumber data primer atau utama diperoleh dari pengamatan/observasi. Observasi merupakan metode yang digunakan untuk mengamati sesuatu, seseorang, suatu lingkungan, atau situasi secara tajam terinci, dan mencatatnya secara akurat dalam beberapa cara (Rohidi., 2011). Proses pengamatan dilakukan dengan mengamati cara mencuci tangan yang betul, baik dari video, pengamatan langsung dan dari selebaran yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan.

Sumber data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data pengumpul data, misalnya peneliti harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen (Sugiyono, 2016). Teknik pengumpulan data secara dokumentasi ini merupakan teknik untuk memperoleh informasi dari bermacam-macam sumber tertulis atau dokumen yang ada pada lokasi penelitian (Sugiyono, 2016). Data ini didapat dari studi literatur, baik diperoleh dalam buku maupun artikel dan foto-foto yang diperoleh berdasarkan hubungan dengan objek perancangan. Informasi diperoleh dari beberapa buku atau artikel yang mencakup informasi mengenai cara mencuci tangan yang benar.

2.1 Teknik Analisis Data

Agar ILM dapat tepat sasaran dan berhasil mencapai tujuan maka perlu mempertimbangkan pemikiran 5W+1H (Suhandang, 2010), yaitu:

1. *What* (apa) berisi pemikiran apa tujuan ILM tersebut.
2. *Who* (siapa) meliputi khalayak/*audience* yang dijangkau oleh ILM tersebut.
3. *When* (kapan) menunjukkan waktu pemasangan ILM tersebut.
4. *Where* (dimana) menunjukkan tempat pemasangan ILM tersebut.
5. *Why* (mengapa) menjelaskan alasan ILM tersebut dibuat.
6. *How* (bagaimana) menjelaskan media yang akan dibuat dan biaya yang harus dikeluarkan untuk ILM tersebut.

2.2 Proses Perancangan.

Perancangan karya desain grafis, memerlukan langkah atau tahapan dalam prosesnya, agar dalam pengerjaannya dapat terlaksana dengan baik. Berikut tahapan langkah-langkah perancangan stiker ILM mencuci tangan:

- 1) Identifikasi Data mencakup segala informasi yang berkaitan dengan cara

mencuci tangan yang benar. Informasi didapat dengan mengumpulkan berbagai sumber baik observasi maupun dokumentasi.

- 2) Analisis Data merupakan tahap memilah informasi yang diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi. Untuk mendukung tujuan dan konsep dalam perancangan karya. Analisa dilakukan dengan analisis *existing* dan analisis 5W 1H. Analisis *existing* dilakukan dengan mengumpulkan desain selebaran yang dibuat Kemenkes atau lembaga-lembaga lainnya selanjutnya ditarik sebuah kesimpulan untuk mendukung tujuan dan konsep dalam perancangan, sedangkan analisis 5W 1H dilakukan dengan menjawab pertanyaan *What* (apa), *Why* (mengapa), *Who* (siapa), *When* (kapan), *Where* (dimana), dan *How* (bagaimana) sebagai langkah untuk mengoptimalkan proses perancangan.
- 3) Tahap perancangan dimulai dengan menggambarkan sebuah konsep yang diperoleh dari berbagai informasi berkaitan dengan tata cara mencuci tangan dalam sebuah *thumbnail* dan *tight tissue* setelah menentukan media yang digunakan. Thumbnail merupakan sketsa awal untuk mewujudkan gambaran konsep, dan *tight tissue* merupakan tiruan bentuk jadi nantinya, sehingga meminimalisir kesalahan cetak.

Berikutnya merupakan tahap menggambarkan setiap isi secara detail. Setelah itu barulah menggunakan aplikasi komputer seperti Adobe Illustrator, Corel Draw, Photoshop, dan lainnya untuk mendesain gambaran telah dibuat, tahap ini sering disebut tahap *Tight tissue*. Dalam tahap ini juga memperhitungkan media yang digunakan. Tahap final art merupakan hasil desain yang telah dibuat desainer yang kemudian melalui proses produksi terbatas. Kalimat harus memenuhi kaidah pengembangan kalimat yang benar (setidaknya mengandung Subjek, Predikat, diikuti dengan Objek maupun Keterangan. Penggunaan tanda baca harus

diperhatikan dengan cermat agar penyampaian tulisan jelas dan mudah dimengerti. Kalimat yang terlalu panjang dapat dipisah menjadi beberapa kalimat sederhana.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Elemen Teks dalam layout poster pada umumnya terbagi menjadi judul, subjudul dan *credit title*. Judul berukuran lebih besar untuk membedakan elemen layout lainnya bertujuan agar menarik perhatian pembaca. Subjudul memiliki fungsi sebagai judul segmen. Elemen visual dalam layout selebaran berupa ilustrasi atau fotografi berfungsi menceritakan atau menggambarkan suatu bagian atau keseluruhan dari urutan kejadian melalui bentuk visual (Rustan, 2008).

Desain selebaran film juga tidak lepas dari prinsip-prinsip desain yang melingkupinya (Tinarbuko, 2009). Komposisi pada dasarnya berbicara tentang menyusun, menata, mengatur, dan mengelola unsur-unsur desain supaya serasi dipandang. Begitu pula desain selebaran ILM ini di dalamnya terdapat prinsip-prinsip layout desain yaitu: *sequence*, *emphasis* dan *balance* (Rustan, 2008). *Sequence* merupakan urutan perhatian pada *layout* atau aliran pandangan mata ketika melihat *layout* desain selebaran. *Sequence* bisa disebut juga sebagai hirarki, *flow* atau aliran. *Emphasis* merupakan penekanan di bagian tertentu pada *layout* desain poster. Gunanya untuk lebih memfokuskan *audience* dalam melihat selebaran tersebut. Sedangkan *balance* merupakan teknik mengatur keseimbangan terhadap unsur-unsur *layout* tersebut (Anggraeni & Nathalia, 2013).

Selebaran berupa media stiker yang akan ditempel di tempat mencuci tangan di depan toko-toko kecil sehingga warna yang digunakan adalah warna yang kontras, yaitu biru dan kuning. Stiker berukuran A5 148 x 210 mm dengan bahan jenis kertas stiker vinyl yang terbuat dari bahan vinyl yang tahan air dan

mempunyai kelenturan yang bagus dibandingkan kertas HVS, sehingga sesuai untuk stiker *outdoor* (dilekatkan di luar ruangan). Kelebihan dari stiker vinyl ini antara lain: tidak mudah luntur, mudah dirawat dan dibersihkan, bias cocok untuk pemakaian *outdoor*.

Selebaran mencuci tangan ini berjudul “Yuk Cuci Tangan” mengajak kita untuk cuci tangan dengan benar dengan menggunakan 5 langkah mencuci tangan yaitu: 1)basahi tangan, 2) tuang sabun, 3) gosok, 4) Bilas, 5) Keringkan

Desain pertama mayoritas menggunakan warna biru dan putih, warna hijau digunakan pada sabun. Berikut palet warna biru dari desain stiker.



Gambar 1. Palet Warna Stiker Pertama

Judul sebagai *emphasis* dari keseluruhan desain dibuat lebih dominan dengan jenis huruf Sans Serif dengan bentuk garis yang bulat untuk membawakan kesan santai. Font yang digunakan adalah Fredoka One untuk teks headline yang bold ditambahkan *outline* untuk mempertegas teks. Sedangkan untuk teks penjelas langkah-langkah cuci tangan menggunakan jenis huruf yang sama. Berikut jenis huruf dan penerapan huruf pada judul.



Gambar 2. Jenis huruf Fredoka One

Desain kedua tetap mempertahankan mayoritas menggunakan warna biru dan putih, warna kuning digunakan sebagai judul dan *highlight* prosedur mencuci tangan. Warna

kuning dan biru menggunakan palet warna sebagai berikut:



Gambar 3. Palet Warna Stiker Kedua

Judul pada stiker kedua menggunakan jenis huruf ‘Dimbo’ sedangkan teks menggunakan jenis huruf ‘Sniglet’ Berikut jenis huruf dan penerapan huruf pada judul.



Gambar 4.. Jenis huruf Dimbo

Berikut dua desain akhir dari stiker mencuci tangan dengan sabun. Keduanya menggunakan lima langkah mencuci tangan, teks dan gambar ilustrasi sama, hanya saja berbeda pada jenis huruf yang digunakan untuk penjelas langkah-langkah mencuci tangan. Judul juga berbeda dari teks yang digunakan. Desain 1 “Yuk Cuci Tangan” sebagai judul dengan jenis huruf ‘Fredoka One’ sedangkan Desain 2 berjudul “Cuci Tangan Yuk” dengan jenis huruf ‘Dimbo’.



Gambar 5.. Desain Stiker ILM Cuci Tangan

Berikut beberapa contoh penerapan desain stiker mencuci tangan pada tempat cuci tangan. Stiker ditempel di bagian depan tepat di atas kran mencuci tangan. Hasil menempel maksimal apabila ember wadah air berbentuk datar/flat (tidak bulat) dan tidak bergelombang.



Gambar 6. Penerapan Stiker pada tempat air.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Selebaran Iklan Layanan Masyarakat tentang Mencuci Tangan yang dikeluarkan oleh Menteri Kesehatan melalui media internet terdapat berbagai macam variasi. Dari beberapa variasi yang dikeluarkan Kemenkes RI, yang menjadi acuan dalam perancangan ini adalah selebaran yang menggunakan lima langkah mencuci tangan, yaitu: Basahi Tangan, Tuang Sabun, Gosok, Bilas lalu Keringkan,

Selebaran ini dirubah dalam media stiker yang akan ditempel di tempat mencuci tangan di depan toko-toko kecil sehingga warna yang digunakan adalah warna yang kontras, yaitu biru dan kuning. Stiker berukuran A5 148 x 210 mm dengan bahan jenis kertas stiker. Desain pertama mayoritas menggunakan warna biru dan putih, warna hijau. Judul sebagai emphasis dari keseluruhan desain dibuat lebih dominan dengan jenis huruf Sans Serif dengan bentuk garis yang bulat untuk membawakan kesan santai. Desain kedua tetap mempertahankan mayoritas menggunakan warna biru dan putih, warna kuning digunakan sebagai judul dan highlight prosedur mencuci tangan. Judul pada stiker kedua menggunakan jenis huruf 'Dimbo' sedangkan teks menggunakan jenis huruf 'Sniglet' kelima langkah tersebut divisualisasikan dalam bentuk ikon-ikon sebagai penyederhanaan langkah-langkah mencuci tangan dengan sabun mengacu pada selebaran ketiga yang dikeluarkan oleh Kemenkes.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2013). *Desain Komunikasi Visual*. Nuansa Cendekia.
- Karunia, A. M. (2020). *Ini 8 Prosedur Mencegah Penyebaran Corona di Tempat Usaha*. <https://money.kompas.com/read/2020/03/22/163100926/ini-8-prosedur-mencegah-penyebaran-corona-di-tempat-usaha?page=all>
- Kemenkes. (2020). *Www. Promkes. Kemkes.Go.Id*.
- Kemenkes RI. (2011). *Pedoman pembinaan perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS)*.
- Natsir, M. F. (2018). Pengaruh penyuluhan CTPS terhadap peningkatan pengetahuan siswa SDN 169 bontoparang Kabupaten Jeneponto. *Jurnal Nasional Ilmu Kesehatan (JNIK)*, 1(2), 1–9.

<http://journal.unhas.ac.id/index.php/jnik/article/view/5977>

- Nurbaiti, A., Ihsani, I., Raharjo, S. T., & Humaedi, S. (2019). Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Melalui Program Berbagi Sehat Oleh Pt Unilever. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 238–245.
<https://doi.org/10.24198/jppm.v6i3.26212>
- Rohidi., T. R. (2011). *Metodologi Penelitian Pendidikan Seni*. Citra Prima Nusantara.
- Rustan, S. (2008). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhandang, K. (2010). *Periklanan, Manajemen, Kiat dan Strategi*. Nuansa Cendekia.
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Jalasutra.
- UNICEF. (2020). *Fakta Penting tentang Cuci Tangan Pakai Sabun untuk Melindungi Anda dari Coronavirus (COVID -1) UNI*.
<https://www.unicef.org/indonesia/id/coronavirus/cuci-tangan>