

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Rokok Elektrik

Putri Hary Kusuma Rhyandina¹, Bing Bedjo Tanudjaja², Daniel Kurniawan³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,

Universitas Kristen Petra, Surabaya

Email : puputpanda1@gmail.com

Abstrak

Putri Hary Kusuma Rhyandina :

Iklan Layanan Masyarakat

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Rokok Elektrik

Penelitian ini dilakukan untuk mencegah bertambah banyaknya pengguna rokok elektrik di daerah Surabaya. Banyak pengguna rokok elektrik yang belum tahu benar bahaya yang mengancam pengguna maupun orang yang disekitarnya. Menggunakan media poster untuk menyampaikan pesan kepada pengguna rokok elektrik dan masyarakat. Elemen – elemen yang ada dalam poster dan baju turut berperan dalam menentukan penilaian masyarakat terhadap pesan yang akan disampaikan yang akhirnya membentuk pemikiran terhadap rokok elektrik.

Teknik Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan cara pengumpulan data berdasarkan data primer dan sekunder, dimana data observasi dan wawancara kepada pengguna rokok elektrik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna rokok elektrik menganggap itu lebih sehat dan tidak berbahaya, karena faktor gaya hidup yang kekinian.

Kata kunci: Iklan Layanan Masyarakat, rokok elektrik dan Iklan.

ABSTRACT

Putri Hary Kusuma Rhyandina:

Public Service Announcements

Public Service Advertising Design of Electric Cigarette Hazards

This research is conducted to reduce the number of electric cigarette consumers in Surabaya. Many users of electric cigarettes don't know the true dangers that may affect them and the other people around. This undergraduate thesis uses posters as a media to deliver messages to electric cigarette users and the society. Elements present in the posters and clothes play a role in determining the society's perception about the message given, which by the end of the day, will build the image on electric cigarettes.

Analysis Technique used in this research is quantitative method with primary and secondary data, such as observation and interview data of electric cigarette users. The results showed that electric cigarette users thought it was healthier and less harmful than the normal cigarettes, which can be caused by nowadays trending lifestyle.

Keywords:

Public service announcement, electric cigarettes, and advertising.

Pendahuluan

Berhenti merokok adalah impian dari banyak perokok. Berhenti merokok adalah usaha yang terbilang sulit dilakukan, berbagai fakta secara medis sudah menunjukkan dengan jelas dan terbukti bahwa merokok sangat berbahaya untuk kesehatan, tapi nyatanya masih banyak orang yang tidak mampu lepas dari jeratan rokok. Munculnya rokok elektrik bertujuan untuk mengurangi pengguna rokok tembakau atau berhenti merokok. *Vaping* merupakan salah satu alternatif untuk para pecandu rokok yang ingin merubah gaya hidup menjadi lebih sehat, tetapi tetap menginginkan sensasi merokok. Kata *vaping* berasal dari *vapor* yang berarti uap. *Vaping* merupakan proses merubah *liquid* menjadi uap atau *vapor* melalui suatu alat yang disebut *vape*. Yang bertujuan untuk menyebarkan keyakinan bahwa kegiatan *vaping* merupakan kegiatan yang jauh lebih positif dan jauh lebih sehat dibanding merokok tembakau.

Namun hingga kini keberadaannya masih menuai kontroversi dan sebagian besar negara dianggap sebagai produk ilegal dan terlarang. dalam beberapa penelitiannya menunjukkan bahwa uap yang dihasilkan dari rokok elektronik bukan merupakan uap air, melainkan mengandung nikotin dan mengandung zat kimia lainnya yang dapat mengganggu kesehatan dan mencemari udara. Uap dan cairan yang dihasilkan dalam rokok elektrik berbahaya bagi anak-anak, orang dewasa dan terutama ibu hamil yang dapat keracunan karena menelan, menghirup atau menyerap cairan tersebut melalui kulit atau mata. Bahan kimia tambahan yang berbahaya atau mungkin berbahaya telah ditemukan pada beberapa rokok elektrik. Bahan kimia ini mengandung logam, senyawa organik yang mudah menguap dan *nitrosamin*. Kadar ini cenderung lebih rendah daripada rokok tembakau, tetapi tidak ada cara untuk mengetahui seberapa besar kandungan berbahaya dari rokok elektrik karena belum diatur.

Kasus yang terjadi kesekian kalinya akibat rokok elektronik. Satu tahun yang lalu sempat ada berita ledakan elektronik yang melukai wajah dan leher pria asal Colorado Springs, Amerika Serikat. Lalu pernah juga kasus ledakan rokok elektronik hingga mengeluarkan api dan membuat kaki pria asal London terluka. Gara-gara mencoba rokok elektrik (*e-cigarette*), salah satu mata remaja berusia 14 tahun jadi buta. Selain itu, luka bakar juga mengenai wajahnya

dan berisiko meninggalkan luka permanen. di Indonesia sendiri ada dua kasus *vape*, pertama seorang wanita karena rokok elektrik paru-parunya penuh dengan air dan ada seorang pria asal Bandung yang sedang berada di Bali dia mengalami luka bakar dari ledakan *vape* yang digunakannya (Liputan6.com).

“Iklan Layanan Masyarakat adalah jenis iklan yang bersifat non-profit atau tidak mengejar keuntungan” (Liliweri, 1992, p.32). “Iklan Layanan Masyarakat mempunyai kriteria seperti, non komersial, berwawasan nasional, dapat diiklankan, diajukan oleh organisasi yang telah diakui dan diterima dan mempunyai dampak dan kepentingan tinggi sehingga patut memperoleh dukungan media local maupun nasional” (Kasali, 1992, p.205). Target yang dituju adalah orang-orang yang menggunakan *vape* yang awalnya tidak merokok, lewat adanya iklan layanan masyarakat ini para perokok bisa mengetahui bahaya dan dampak yang diperoleh jika mengkonsumsi sebagai alat pengganti rokok. Tidak adanya media tentang pencegahan *vaping*, membuat bertambahnya pengguna *vaping*. Maka dari situ supaya pengguna *vaping* berkurang, diperlukan media yang berguna sebagai penyampaian informasi yang bersifat sosial. Sebuah perancangan berupa iklan layanan masyarakat yang diharapkan dapat mengubah pola pikir masyarakat terhadap penggunaan *vape* dan menumbuhkan kesadaran terhadap para pengguna *vape*.

Tujuan Teori

Iklan adalah segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat media kepada sebagian / seluruh masyarakat. Sedangkan periklanan adalah keseluruhan proses yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan penyampaian iklan.

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Benyamin Molan (2007, p.229) Iklan mempunyai sifat-sifat, sebagai berikut :

1. Daya sebar Iklan memungkinkan penjual mengulangi pesan berkali-kali. Iklan juga memungkinkan para pembeli menerima dan membandingkan pesan-pesan dari berbagai pesaing. Iklan berskala besar menyatakan sesuatu yang positif

tentang ukuran, kekuatan, dan keberhasilan penjualan tersebut.

2. Daya ekpresi yang besar Iklan memberikan peluang untuk mendramatisir perusahaan tersebut dan produknya melalui penggunaan cetakan, suara, dan warna yang berseni.

3. Impersonalitas Pendengar tidak merasa wajib memerhatikan atau menanggapi iklan. Iklan adalah suatu monolog di hadapan, dan bukan dialog dengan pendengar.

Dari aspek isi pesan

1) *Product advertising*, yaitu iklan yang berisi informasi produk (barang dan jasa) suatu perusahaan. Ada dua jenis iklan yang termasuk kategori ini, yaitu :

(a) *Direct-action advertising*, yaitu iklan produk yang didesain sedemikian rupa untuk mendorong tanggapan segera dari khalayak atau pemirsa

(b) *Indirect-action advertising*, yaitu iklan produk yang didesain untuk menumbuhkan permintaan dalam jangka panjang.

2) *Institutional advertising*, yaitu iklan yang didesain untuk memberi informasi tentang usaha bisnis pemilik iklan dan membangun *goodwill* serta image positif bagi organisasi. *Institutional advertising* terbagi atas:

1) *Patronage advertising*, yakni iklan yang menginformasikan usaha bisnis pemilik iklan.

2) Iklan layanan masyarakat (*public service advertising*), yakni iklan yang menunjukkan bahwa pemilik iklan adalah warga yang baik, karena memiliki kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

Iklan bukan semata-mata pesan bisnis yang menyangkut usaha mencari keuntungan secara sepihak. Dalam iklan tersebut disajikan pesan-pesan sosial yang dimaksudkan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bias mengancam keserasian dan kehidupan umum.

Pada dasarnya ILM bertujuan:

a. untuk menggugah kesadaran masyarakat akan pemecahan suatu masalah sosial yang sedang aktual.

b. ILM merupakan aktivitas periklanan sosial yang berlandaskan gerakan moral, mengembangkan tugas mulia membangun

masyarakat melalui pesan-pesan sosial yang dikemas secara kreatif.

c. Mengkaji ILM dalam seni visual tidak lepas dari unsur peranan desain komunikasi visual. Dalam kehidupan sehari-hari desain komunikasi visual sangat signifikan sebagai sumber informasi atas keberadaan produk dan jasa.

Metode Penelitian

Data primer adalah data yang secara khusus dikumpulkan untuk kebutuhan riset yang sedang dijalankan. Data primer diperoleh dari sumber pertama, biasanya disebut responden atau orang yang dijadikan obyek penelitian. Dalam penelitian ini, responden adalah masyarakat yang menjadi target perancangan. Data primer tersebut dapat diperoleh melalui :

1) Observasi (pengamatan)

Observasi meliputi kegiatan pencatatan perilaku orang, objek dan kejadian-kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang terjadi. Dalam penelitian ini observasi dilakukan untuk mengetahui secara langsung orang memilih rokok elektrik.

2) Wawancara pengguna *vape*

Wawancara dilakukan pada pengguna rokok elektrik dan rokok tembakau dengan tujuan memperoleh keterangan sejauh mana mereka mengerti tentang rokok elektrik atau pun bahayanya.

Menurut Kasilo (81), media yang layak untuk dipakai adalah sebagai berikut :

- Paling kuat/dekat dengan kehidupan target audience
- Bisa menjalin sinergi (saling memperkuat) dengan media lain
- Realistis, sesuai kemampuan (waktu, tenaga, dan dana)

Juga menurut Kasilo (66), kita harus mengetahui apa saja yang dilakukan oleh target audience dalam aktivitas rutinnnya, dimana dia sering berada, kapan, dan poin-poin lainnya. Kegiatan, waktu, tempat dan suasana ini penuh dengan titik-titik untuk menyapa target audience. Inilah yang nantinya akan disebut sebagai *Point of Contact*.

Konsep Media

Tujuan yang ingin disampaikan melalui pendekatan kreatif adalah :

- Mengkomunikasikan pesan secara edukatif dan memancing rasa pengetahuan target *audience*
- Menciptakan visual yang dapat mendukung pesan dengan simbolisasi tertentu.
- Menarik perhatian masyarakat untuk melihat Iklan Layanan Masyarakat tersebut sehingga memperoleh informasi yang berguna

Isi pesan yang ingin disampaikan adalah bahaya terbesar yang mengancam rokok elektrik bisa meledak, belum lagi dengan kandungan yang ada dalam liquid. Cairan yang dipanaskan dan mengeluarkan uap dengan mekanisme elektrik itu menimbulkan radikal bebas, radikal bebas yang masuk ke tubuh lama-kelamaan dapat merusak sel sehat. selain itu rokok elektrik ini menghasilkan emisi halus nikotin nikotin dan zat-zat berbahaya lain di udara serta ruang tertutup, hal ini disebabkan karena cairan di dalam vaping mengandung nikotin serta *propilon glycol*.

Dampak dari rokok elektrik pada usia berikutnya antara lain kanker, darah tinggi, kecanduan, iritasi, stroke, sakit jantung, menyerang sel-sel paru-paru, penuaan dan luka bakar yang di derita jika meledak. Setelah disesuaikan dengan audience insight pesan diubah menjadi pesan kreatif dan disampaikan dengan bahasa yang sesuai dengan bahasa audience.

Maka isi Pesan Kreatif :

- Don't waste your life for vape
- Every drop of it will caese your smile slowly
- Gaul itu simple, gaya itu sehat, tenar itu bukan cari penyakit

Pesan Verbal:

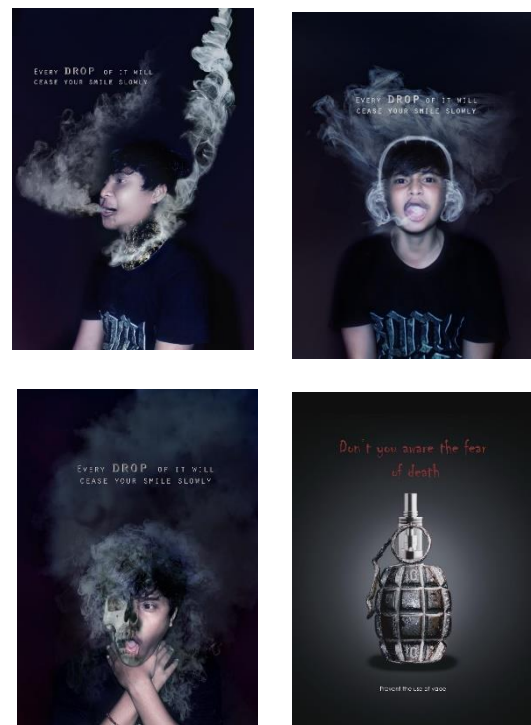
Pesan verbal pada Iklan Layanan Masyarakat ini bertujuan untuk menginformasikan bahaya rokok elektrik. Pesan tersebut menggunakan kata-kata yang dapat menimbulkan keinginan pembacanya sehingga audience yang melihatnya tidak sekadar melihat sekilas tetapi benar-benar membacanya sampai akhir dan memahami apa yang terdapat pada kata-kata itu sehingga audience dapat mengerti setelah membaca kata-kata tersebut.

Pesan Visual:

Pada pesan visual akan digunakan fotografi yang menggunakan metode digital imaging sesuai dengan informasi yang akan disampaikan nantinya. Penggunaan fotografi akan disandingkan dengan pesan verbal yang mengena sehingga akan mengakibatkan pesan tersebut akan tersampaikan dengan benar, yang tidak akan menimbulkan interpretasi yang berbeda-beda dari audience yang melihatnya.



Gambar 1.1 Tight Tissue Media



Gambar 1.2 Final Poster



Gambar 1.3 Desain Baju

Gambar 1.4 Desain Ambients



Kesimpulan

Perancangan ini disusun karena belum adanya media iklan layanan masyarakat tentang rokok elektrik, mengapa ILM karena pesan yang saya sampaikan untuk memberitahukan atau menghimbau bahaya tentang *vape* sendiri. Perancangan komunikasi visual penunjang kampanye sosial mencegah bertambah banyaknya penggunaan rokok elektrik. Perancangan ini disusun untuk mencegah penggunaan rokok elektrik secara dini di Surabaya. Tindakan preventif ini meliputi penginformasian segala hal yang berkaitan dengan bahaya atau dampak dari rokok elektrik, terutama mengenai bahaya di liquidnya. Jangan karena lifestyle merusak diri anda perlahan tanpa sadar akan hal itu, pikirkan efek jangka panjang yang akan anda dapat jika mengkonsumsi sesuatu. Tidak hanya itu anda pengguna rokok elektrik juga menyebarkan penyakit bagi mereka yang tidak mengkonsumsinya. Dengan adanya Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Rokok Elektrik diharapkan remaja di Surabaya dapat mengerti dan memahami akan bahaya rokok elektrik sehingga remaja dapat berhenti menggunakannya.



Gambar 1.4 Desain Majalah

Kendala muncul saat mempublikasikan media pengguna tertarik untuk membaca dan melihat, tapi respon yang di dapat kurang memuaskan ada sebagian dari mereka yang acuh tak acuh hal itu, ada juga yang berhasil mengubah pandangan pengguna tentang bahaya akan uap dari rokok elektrik.

DAFTAR REFERENSI

Andrie (November 29, 2014) Pengertian vape atau vapor. "Bishopnet" Sabtu,. 13 Januari 2017. <<http://bishopnet.blogspot.co.id/2014/11/pengertian-vape-atau-vapor.html>>.

Alvionita F. (2015) _Inilah Efek Samping Rokok Elektrik. "MeetDoctor". <<http://meetdoctor.com/article/inilah-efek-samping-rokok-elektrik>>.

Alo (2016) "Hidup Sehat" Apakah Rokok Elektrik Aman?. "Aldoker" <<http://www.alodokter.com/apakah-rokok-elektrik-aman>>.

Dominick, J.R. (2008). *The dynamics of mass communication: Media in the digital age*, eleventh edition, McGraw Ho, International Edition

Farsalinos K, Tsiapras D, Kyzropoulos S, et al. *Acute effects of using an electronic nicotine-delivery device (e-cigarette) on myocardial function: comparison with effects of regular cigarettes. European Society of Cardiology 2012 Congress; August 26, 2012; Munich, Germany. Abstract 1375.*

Junaedhie, Kurniawan. (1995). *Rahasia dapur majalah di Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Jefkins, Frank, (1997), *Periklanan*, Jakarta, Erlangga.
Kasali, Rhenald. (2007). *Manajemen periklanan: konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Jakarta, Pustaka Grafiti

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller., 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.

Liliweri, Alo. (1997). *Dasar-dasar komunikasi periklanan*. Bandung : Citra

Tinarbuko, Sumbo. (2007). *Semiotika komunikasi visual*. Jalasutra

Phil Astrid S. S usanto, (1977). *Komunikasi dalam teori dan praktek*. Bandung : Binacipta.

Rivers, William L. (1983). *Magazine editing in the 80's: Text and exercises*. California: Wadsworth Publishing Company.

Rudystina A. & PharmD.Thu T, "Fakta Unik." Rokok elektrik vs Rokok Tembakau: Mana Lebih Aman? "Hellosehat" 20 Januari 2017. <<https://hellosehat.com/rokok-elektrik-tembakau-mana-lebih-aman/>>.

Samiadi, L. A. & PharmD.Thu T "Tips Sehat" Apakah Rokok Elektrik Alias Vaping Efektif Membantu Berhenti Merokok?. "Hellosehat" 20 Januari 2017. <<https://hellosehat.com/apakah-rokok-elektrik-alias-vaping-efektif-membantu-berhenti-merokok/>>.

Straubbar, J., 2006, *Media Now: Understanding media, culture and technology*.

Perdana S. & Duyen Le T. "Fakta Unik" 8 Kandungan dalam Rokok dan Bahayanya Bagi Tubuh. 13 Januari 2017.

<<https://hellosehat.com/8-kandungan-berbahaya-dalam-rokok-dan-pengaruhnya-pada-tubuh/>>.

Vaporide (June 9, 2014) Stop Smoking, Start Vaping. "Vaporide". 13 Januari 217 <<http://www.vaporide.com/blog/stop-smoking-start-vaping/>>.

Vardavas CI, Anagnostopoulos N, Kougias M, et al. *Short-term pulmonary effects of using an electronic cigarette: Impact on respiratory flow resistance, impedance, and exhaled nitric oxide*. Chest 2012; 141:1400-1406.

Wati Erna, M St. (Nov 8, 2013) Sejarah dan perkembangan iklan Indonesia. "Slideshare" 15 Januari 2017. <<https://www.slideshare.net/Ahyaniyani/sejarah-dan-perkembangan-iklan-indonesia-28032245>>.