BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kesehatan sangat penting bagi setiap manusia . Sayangnya bagi setiap orang kesehatan tidak dianggap menjadi prioritas pertama. Hal itu mungkin dikarenakan belum tuntas pemahaman akan kesehatan. Didalam diri manusia organ-organ tubuh yang harus dijaga kesehatannya adalah mata, tangan, kaki, hidung, mulut, telinga, kepala. Dari pola hidup yang sehat atau dari pola manusia menkonsumsi makanan manusia dapat menjaga kesehatannya. Apabila organ tubuh tidak dijaga maka manusia akan sulit dalam melakukan aktivitas sehari-hari atau mungkin akan menyebabkan kematian.

Dari semua organ tubuh yang ada, saat ini organ tubuh bagian mata yang sangat rentan terganggu kesehatannya. Mata adalah suatu organ yang membantu manusia dalam melihat, tidak hanya itu saja bagi sebagian orang mengatakan bahwa mata adalah jendela jiwa. Mata sangat penting untuk semua manusia, karena apabila mata tidak dapat dijaga kesehatannya maka akan terjadi kebutaan atau tidak dapat melihat. Hal tersebut dikarenakan dampak yang terjadi setelah melakukan aktivitas sehari-hari yang kurang baik. Padahal banyak hal yang harus diperhatikan oleh manusia dalam melakukan setiap aktivitas yang sangat berbahaya untuk mata. Terkadang kegiatan atau dari sesuatu yang manusia pakai pada mata itu baik, malah hal tersebut yang dapat mengakibatkan mata manusia menjadi sakit, atau rusak. Kerusakan pada mata yang sering terjadi mulai dari hal yang kecil, kurang fokusnya mata dalam

melihat satu objek, yang biasa dikatakan rabun. Rabun terbagi menjadi tiga yaitu rabun jauh dan rabun dekat dan rabun senja. Rabun jauh adalah diamana mata manusia tidak fokus dalam menangkap objek ketika keadaan objek sedang berada dijarak yang cukup jauh. Rabun dekat adalah dimana mata manusia tidak dapat melihat sesuatu yang keadaan objek dalam keadaan dekat. Rabun senja adalah kerusakan pada mata manusia pada saat melihat dimalam hari, atau tidak bisa melihat pada malam hari.

Kerusakan mata tersebut biasanya kurang disadari oleh sebagian manusia, tetapi dalam jangka waktu yang cukup lama kerusakan mata yang tidak dapat dicegah maka akan berakibat kebutaan, atau rusaknya mata sehingga harus menggunakan jalan operasi untuk menyembuhkannya.Terjadinya kerusakan pada mata pada manusia dapat terjadi pada saat melakukan aktivitas sehari-hari seperti mambaca dalam keadaan sedang tidur, menonton televisi yang terlalu dekat, tidak menggunakan kaca mata pelindung pada saat berjam-jam di depan layar komputer, kurangnya pencahayaan pada saat membaca, kurangnya mengkonsumsi vitamin A dalam bentuk sayuran, tidak teratur menggunakan obat tetes mata sehingga terjadi iritasi, dan akibat terbentur benda keras pada sekitar organ mata yang dapat mengganggu pengelihatan.

Bagi sebagian orang dewasa bisa jadi kerusakan mata yang dialami sudah tidak dapat lagi diatasi hingga terjadi penurunan fungsi mata, untuk itu mata harus menggunakan alat bantu. Anak-anak yang sedang tumbuh kembang pun rentan terkena kerusakan pada mata. Anak-anak memang memiliki kemungkinan terkena kerusakan mata. Dapat dilihat saat ini banyak sekali anak-anak yang di bawah umur sudah menggunakan kacamata dalam aktivitasnya sahari-hari. Dan ada kecenderungan dari sebagian anak-anak yang masih duduk di bangku sekolah dasar sudah memakai kaca mata yang berlensa sangat tinggi. Menurut Rita Sita Sitorus, seorang konsultan pediatrik

ophtalmologis dan spesialis mata anak, Departemen Mata Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia, Rumah Sakit Cipto Mangunkusumo (FKUI-RSCM),Jakarta membenarkan adanya kecenderungan peningkatan penggunaan kaca mata oleh kalangan anak. Kenyataan bahwa saat ini anak-anak memiliki kecenderungan lebih cepat menggunakan kaca mata memang patut disayangkan.

Anak-anak pada usia 18 tahun kebawah sangat giat dalam melakukan akitivitasnya, seperti berolah raga, bermain, mengerjakan tugas, menonton televisi, membaca,. Diusia yang belum dewasa anak-anak belum bisa memilih atau menjaga apa yang baik atau apa yang tidak bagi kesehatannya. Terutama tentang kesehatan mata, anak-anak belum menyadari bahwa aktivitas yang menurut mereka baik, bisa saja membahayakan untuk kesehatan mata contohnya menonton televisi dengan jarak pandang miring, membaca buku pada keadaan kurang cahaya dan dalam keadaan berbaring, bermain video game yang berjam-jam, kurang nya mengkonsumsi sayur-sayuran yang bervitamin A, bagi anak –anak sayuran sangat penting untuk metabolisme dalam tubuh, dan yang paling kurang diperhatikan adalah jeda waktu beristirahat untuk anak-anak yang gemar membaca. Disisi lain anak-anak pada saat ini sangat sulit sekali mengkonsumsi sayuran. Hal ini diperkuat menurut penelitian dari Dwi Putro Widodo yang menerangkan bahwa “Hanya sekitar 10 persen anak yang mengkonsumsi sauran dan buah-buahan setiap harinya.” Apabila hal ini terlalu lama dibiarkan maka akan berkibat buruk bagi anak-anak dalam jangka yang sangat panjang, anak –anak akan mengalami rasa ketidak percayaan diri dalam melakukan berbagai macam kegiatan, terbatasnya dalam bergerak, dan yang paling disayangkan adalah anak-anak menjadi ketergantungan dengan kaca mata yang digunakan sampai usia nya mencapai dewasa.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka identifikasi masalah yang dapat menjelaskan permasalahan tentang:

1. Masyarakat kurang memberikan perhatian kepada kesehatan mata. (2008:13. Pikiran Rakyat Jum'at, 16 Mei).
2. Kurangnya kesadaran bagi sebagian anak-anak bahwa aktivitasnya sehari-hari yang biasa dikerjakan dapat merusak kesehatan mata. Seperti:
    - Menonton televisi dalam keadaan jarak yang terlalu dekat.
    - Bermain permainan komputer dengan jarak yang terlalu dekat, dan secara terus menerus tanpa jeda istirahat.
    - Membaca buku dalam keadaan berbaring dengan pencahayaan yang kurang baik, dan secara terus menerus tanpa jeda waktu istirahat.
    - Anak-anak kurang menkonsumsi makanan yang bergizi.
3. Banyaknya anak-anak yang sudah memakai kacamata dengan lensa yang berukuran sangat tinggi.
4. Keterbatasan peluang aktivitas penyandang gangguan pengelihatan.
5. Kurangnya kesadaran pada anak-anak tentang konsumsi makanan bervitamin.

1.3 Fokus Permasalahan

Fokus masalah yang ditujukan kepada perilaku masyarakat kota Bandung terutama dalam menjaga kesehatan mata. Khususnya pada anak-anak, karena meningkatnya kerusakan mata yang dialami oleh anak-anak dan juga menyadarkan pada sebagian anak-anak bahwa sebagian aktivitas yang dilakukan sehari-hari dapat berpotensi mengakibatkan kerusakan mata terlalu dini. Dengan demikian dari fokus permasalahan yang sudah disimpulkan maka

dibuat suatu perancangan sistem komunikasi untuk menyadarkan anak-anak pentingnya kesehatan mata.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan kampanye ini adalah:

1. Agar dapat mempengaruhi perilaku anak-anak terhadap sebagian aktivitas sehari-hari yang mengakibatkan kerusakan mata, sehingga menjadikan anak-anak mempunyai kesadaran penuh untuk menjaga kesehatan mata.
2. Menghimbau kepada anak-anak agar lebih mempunyai gaya hidup sehat, khususnya menjaga kesehatan mata pada anak diusia dini.

1.5 Kata Kunci

1.5.1 Kesehatan Mata

Menurut **Dr. Santo Jarome** dalam bukunya yang berjudul **Terapi Mata**, mata adalah salah satu indera yang tidak ternilai harganya. Daya tarik mata tampak seperti bunga eksotik yang berusaha meraih cahaya. Mata sering dikatakan juga sebagai jendela jiwa. Mata juga dapat diartikan sebagai organ pengelihatan yang mendeteksi cahaya, yang dilakukan oleh mata sangatlah sederhana hanya mengetahui apakah lingkungan sekitarnya adalah terang atau gelap, apabila mata diartikan juga secara kompleks Mata dapat dipergunakan untuk memberikan pengertian visual.

1.5.2 Pengertian Kampanye

Menurut Rogers dan Storey (1987)(dalam Venus ,2004) mendefenisikan kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek

tertentu pada sejumlah besar khlayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

Sedangkan menurut Pfau dan Parrot (1993) (dalam Venus ,2004) kampanye adalah suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap bekelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu tertentu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan.

1.5.2.1 Ciri – Ciri Kampanye

Dari definisi kampanye diatas maka dapat disimpulkan ciri –ciri kampanye yaitu (Venus, 2004):

1. Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu.
2. Jumlah khalayak sasaran besar.
3. Biasanya ditentukan dalam kurun waktu tertentu.
4. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

1.5.2.2 Jenis Kampanye

Menurut Chales U. Larson (1992) (dalam Venus ,2004) membai jenis kampanye ke dalam 3 kategori yaitu:

1. **Product oriented campaigns**
2. **Candidate oriented campaigns**
3. **Ideollogically or oriented campaigns**

Dari jenis kampanye diatas maka, jenis kampanye yang digunakan adalah Ideollogically or oriented campaign yaitu jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi perubahan sosial. Kolter disebut yang ditujukan untuk

menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap perilaku publik yang terkait.

BAB II
KESEHATAN MATA PADA ANAK-ANAK USIA DINI

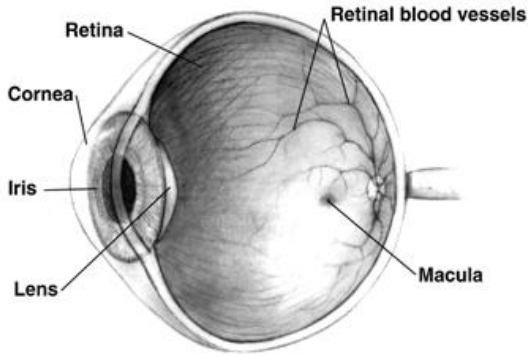
2.1 Pengertian Kesehatan Mata

Mata adalah organ tubuh yang sangat penting bagi setiap manusia. Mata merupakan alat mendeteksi cahaya yang dapat membedakan antara gelap dan terang dan secara kompleks mata juga dapat dipergunakan untuk memberikan pengertian visual.

Mata yang sehat adalah mata yang selaput bening yang bagian menutupi bagian hitam yang disebut dengan kornea sangat jernih dan transparan dan bagian putih pada mata benar-benar putih. Bagian hitam pada mata atau yang disebut dengan iris berwarna hitam, kelopak mata pun dapat membuka dan menutup secara baik dan bulu mata tumbuh secara teratur dan pertumbuhan bulu mata mengarah keluar.

2.1.1 Bagian organ mata pada manusia

Dalam buku **Terapi Mata** yang di keluarkan oleh **Steven M. Beresford** (2001:6) mata manusia bekerjasama mengahantarkan cahaya dari sumbernya menuju ke otak untuk dapat dicerna oleh sistem saraf manusia. Bagian –bagian mata sangat berperan untuk menghasilkan tangkapan visual yang diterima oleh mata. Dibagian depan mata terdapat kornea, yang merupakan jendela sel-sel transparan dimana cahaya bisa masuk. Tepat di belakang kornea ada yang disebut dengan iris, yaitu diagfragma gelap dari otot-otot barwarna yang mengetahui besarnya pemasukan cahaya ke dalam mata.



Gambar II.1 Anatomi Mata

Pupil adalah lubang gelap di tengah-tengah iris, yang membesar atau mengecil sesuai dengan ekspansi dan konstraksi iris. Terletak langsung dibelakng iris adalah lensa dalam, yang merupakan kapsul transparan dari sel-sel seperti karpet untuk menfokuskan cahaya retina di belakang mata. Bagian-bagian terhadap mata mempunyai peranan penting yaitu:

1. Kelopak mata dan bulu mata berfungsi untuk melindungi mata dari debu dan keringat.
2. Selaput bening mata atau kornea yang menutup bola mata disebelah mata.
3. Selaput bola mata atau *sclera,* merupakan selaput putih yang melapisi bola mata, selaput ini yang memberikan bentuk bola mata.
4. Tirai mata atau iris bagian yang memberikan warna mata dan membentuk pupil.

5. Manic mata atau pupil, bagian yang dibentuk olah iris yang berfunsi seperti diagfragma dalam kamera.
6. Badan kaca atau *korpus viterius,* merupakan bagian sebening kaca yang terletak antara lensa dan retina.
7. Selaput jala atau retina, adalah bagian mata mengubah cahaya yang masuk menjadi signal listrik untuk kemudian diproses diotak. Dalam bagian ini terdapat macula yang berperan dalam tajam pengelihatan, fovea yang merupakan bagian dengan tajam pengelihatan terbesar, dan sel-sel batang serta kerucut yang bertanggung jawab untuk melihat warna terang gelap. Lutein yang dikonsumsi akan menempati daerah daerah macula di daerah ini, tepatnya dilapisan terluar retina (lapisan pleksiformis terluar)
8. Serabut saraf optik yang berperan mengantarkan sinyal-sinyal listrik untuk diproses diotak, tepatnya dikorteks visual.

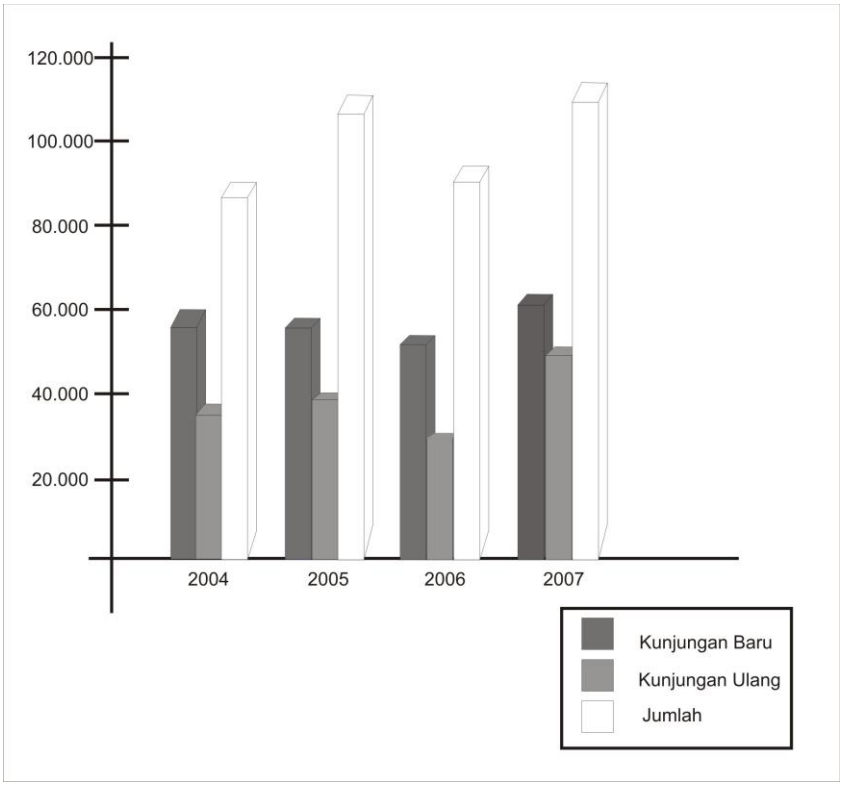
2.2 Kerusakan Mata Pada Anak

Dari tahun ke tahun peningkatan yang terjadi pada setiap masyarakat khususnya kota Bandung terhadap kerusakan mata cukup tinggi hal ini dapat di buktikan dengan peningkatan kunjungan yang ada pada Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung.

JUMLAH KUNJUNGAN PASIEN INSTALASI RAWAT JALAN PAVILIUN RUMAH SAKIT MATA CICENDO BANDUNG PERIODE 2004-2007

Jenis Layanan	2004	2005	2006	2007
Jumlah Kunjungan	87.876	93.562	98.132	103.910

Tabel II.1 Tabel Kunjungan Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung

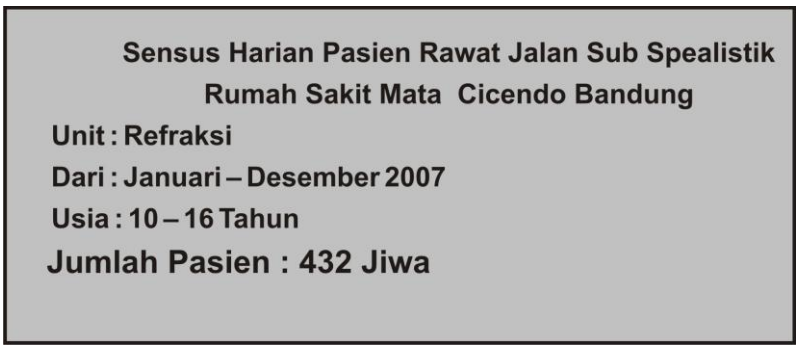


Gambar II. 2 Grafik Kunjungan Pasien Rumah Sakit Cicendo Bandung .

Dikota Bandung terdapat peningkatan yang terjadi pada jumlah kerusakan mata yang dialami terlihat pada kunjungan rumah sakit mata Cicendo Bandung, terhitung dari tahun 2004 peningkatan terjadi dari tingkat kunjungan baru dengan di jumlahkan dengan tingkat

jumlah ulang. Dan pada hasilnya jumlah pasien Rumah sakit Cicendo sangat meningkat terhitung dari tahun 2004 sampai tahun 2007.

Kerusakan mata yang terjadi pada anak pada saat ini cukup meningkat. Hal tersebut dikarenakan anak di kota – kota besar mengalami kerusakan mata yang terlalu dini sehingga banyak sekali anak-anak yang memakai lensa kacamata yang berukuran cukup tinggi. Terhitung dari tahun 2007 kerusakan mata yang dialami oleh anak-anak khususnya dikota Bandung sangat meningkat. Hal ini dijelaskan oleh data yang diperoleh pada Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung.



Gambar II.3 Jumlah Pasien Usia Dini

Dalam Sensus Harian dari rumah sakit mata Cicendo Bandung terhitung dalam tahun 2007, anak – anak khususnya yang berusia 10 sampai 16 tahun pada unit refraksi atau pemeriksaan umum yang menderita kerusakan mata minus, plus, silindris yaitu sebesar 432 jiwa di tahun 2007. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam satu tahun anak-anak yang mengalami kerusakan mata khususnya dikota Bandung sangat memperhatinkan, berarti kerusakan mata yang dialami oleh anak-anak sudah berjumlah sangat besar.

2.2.1 Perilaku Yang Menyebabkan Kerusakan Mata

1. Layar Komputer dan Layar Televisi

Penyebab kerusakan mata yang terjadi pada anak-anak adalah sebagian aktivitas sehari- hari yang dilakukan oleh anak-anak. Yaitu Televisi dan bermain permainan di komputer anak-anak kurang menyadari bahwa aktivitas tersebut dapat membahayakan kesehatan mata apabila terlalu lama tanpa istirahat dalam melihat didepan layar televisi dan komputer.

Menurut Rita S. Sitorus, konsultan pediatrik ophtalmologis/spesialis mata anak Departemen Mata FKUI/ RSCM Jakarta mengatakan bahwa hal ini diakibatkan oleh sinar biru yang terdapat di setiap layar televisi dan komputer. Sinar Biru adalah sinar dengan panjang gelombang 400 - 500 nm pada spektrum sinar yang masih dapat diterima oleh mata. Secara alamiah, sinar biru dipancarkan oleh matahari. Sumber-sumber lain penghasil sinar biru adalah layar televisi, komputer, lampu neon (TL). Pada anak-anak sinar biru akan mengakibatkan terjadinya okasidasi asam lemak di retina yang menghasilkan radikal bebas. Dalam jangka pendek dampak oksidasi sinar biru dapat menganggu kerja retina sehingga mengahambat proses pembelajaran melaui retina. (www.google.com/**Hal**.Tabloid Wanita Indonesia)

Sinar biru dengan panjang gelombang 400-500 nm dapat mengakibatkan kerusakan dan menyebabkan macula degenerasi yang terjadi pada saat dewasa. Macula adalah jaringan yang terdapat pada dinding bola mata bagian dalam tepatnya dibagian belakang dan berfungsi menerima

bayangan yang datang melalui lensa mata. Sinar biru pun ternyata mempnyai pengaruh pada kerusakan mata, dan juga sinar biru juga salah satu penyebab banyak anak-anak yang mengunakan kaca mata.

Dipusat daerah retina terdapat tempat yang sangat kecil yang mengurus pengelihatan sentral pada arah pandangan lurus kedepan dann diperlukan saat membaca dan berbagai tugas pengelihatan detail lainnya. Apabila macula mengalami kerusakan bagian bayangan yang terletak ditengah akan terhambat, seperti ada daerah kabur terpasang di daerah tengah gambar. Sebaliknya, bagian bayangan yang berada di sekitar daerah kabur mungkin terlihat jelas. Sebagai contoh, bila penderita degenerasi makula melihat jam dinding, angka-angka jam akan terlihat jelas, tapi jarumnya kabur.

2. Keadaan pada Saat Membaca

Menurut Vidyapati Mangunkusumo, Kepala Subbagian Refraksi Bagian Mata Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia mengatakan bahwa 300 anak sekolah di perkotaan mengalami kelainan refraksi yang diakibatkan oleh membaca dalam keadaan berbaring, maka ada kecenderungan mata yang berfungsi hanya sebelah sehingga merangsang kerusakan mata bagian sebelahnya. (www.google.co.id. /**Hal.** Dancow Parenting Center)

Gangguan refraksi adalah gangguan pembiasan yang akan mengakibatkan rabun, baik rabun jauh (miopia) atau rabun dekat (hypermetropia). Seharusnya posisi membaca memang sangat erat keterkaitannya dengan kesehatan mata. Apabila anak terbiasa melihat jarak dekat (kurang dari 30 cm) secara terus menerus maka otot mata

akan terus berkontraksi dan bekerja terus menerus sehingga akan menyebabkan lensa mata semakin cembung, dan akan mengakibatkan rabun jauh, atau mata tidak bisa melihat objek yang berjarak jauh.

Tidak hanya itu saja pencahayaan yang kurang hal ini disebabkan oleh lampu yang redup atau dengan posisi anak dalam membaca yaitu membaca sambil berbaring . Manusia yang terbiasa membaca sambil berbaring, akan membuat mata lebih bekerja keras karena ktidak seimbangan otot mata.

3. Kurangnya Mengkonsumsi Makanan Sehat

Makanan sehat bagi anak-anak sangat penting, karena makanan sehat dapat mendukung anak-anak dalam berkembang baik secara fisik maupun mental. Pada anak-anak makanan sehat sperti sayur, buah adalah makanan yang kuarng digemari karena rasanya yang hambar, dan kurang enak dibandingkan dengan makanan yang lain.

Padahal makanan sehat seperti sayur sangat mendukung agar mata anak menjadi sehat. Menurut Rachmi Untoro Direktur Gizi Masyarakat Kesehatan RI mengatakan bahwa banyaknya penyakit mata yang disebabkan oleh kekurangan Vitamin A dalam mengkonsumsi makanan sehari-hari hal ini sulit disembuhkan dan dapat berpotensi kubutaan. (http.//www.google.com/ Hal. GiziNet). Vitamin A adalah zat gizi yang penting untuk tubuh manusia, karena zat gizi ini tidak diciptakan oleh tubuh manusia maka harus dipenuhi dari makanan yan dikonsumsi, seperti sayuran hijau dan juga buah-buahan, agar mata dapat berfungsi dengan baik dan normal.

2.2.2 Akibat Kerusakan Mata Secara Umum

Menurut buku **Terapi Mata** yang di keluarkan oleh **AVI (American Vision Instiute)** Problem pengelihatan mata yang paling umum bukan karena faktor keturunan, yang menjadi penyebabnya adalah *developmental visual problem,* yang biasanya membentuk diri menjadi gerakan mata yang buruk, kesulitan *korvergen,* ketiadaan persepsi kedalaman, dan mata malas dan juling(2001:39). Problem ini merupakan hal yang umum. Bahkan sesungguhnya kebanyakan orang memiliki satu mata dominan. Beberapa faktor lain telah didefinisikan

Stress dan posisi tubuh: telah banyak diketahui bahwa stress bisa mempengaruhi tubuh dalam berbagai cara, dan tidak terkecuali mata. Problem pengelihatan paling umum yang berhubungan dengan stress adalah mata lelah dan miopia, begitu pula posisi tubuh yang buruk bisa membuat otot ekstrakular tidak seimbang, sering kali menyebabkan astigmatisme atau silinder.

Menurut Agus Supartoto Dosen Fakultas kedokteran Universitas Gajah Mada (UGM) dalam penelitiannya mengatakan bahwa kecenderungan anak-anak mengalami kerusakan mata yaitu sebesar 6,28% , yang diantara adalah jenis penyakit sebagai berikut (www.google.com/**Hal**:eyerelax.wordpress.com).

1. **Stres titik dekat dan miopia**

   Karakteristik utama miopia adalah objek jarak jauh tampak kabur walaupun objek jarak dekta bisa dilihat

dengan jelas. Bila seorang miopia, lensa korektif adalah lensa minus.

Secara almiah, harga keselamatan adalah penjagaan yang terus menerus. Itu sebabnya mangapa hampir semua hewan dan burung secara konstan memandang kejauhan untuk melihat tanda-tanda bahaya. Pengelihatan manusia berevolusi dengan tujuan yang hampir sama. Anatomi mata terstruktur khusus untuk penglihatan jarak jauh yang lama bersama-sama dengan kemampuan memfokuskan objek dekat untuk waktu yang pendek. Ketika membaca, menggunakan komputer, atau melakukan kerja dengan objek – objek dekat selama berjam-jam, menggunakan berlawanan dengan apa yang dimaksudkan oleh alam. Sebagai akibatnya, pengelihatan menjadi tertekan dan bisa terjadi kerusakan. Istilah teknis untuk ini adalah nearpoint stress (stress titik dekat)

2. Astigme (silinder)

Mata silinder berarti seseorang tidak dapat melihat suatu benda dengan jelas (kabur) dalam jarak pandang dekat maupun jauh yang disebabkan oleh permukaan lensa yang tidak rata. Semua manusia dapat terkena gangguan mata ini. Terutama keturunannya bermata minus atau plus gejalanya mirip dengan gejala pada gejala yang bermata minus.

3. Hyperopia (mata plus)

Adalah suatu keadaan dimana mata tidak dapat melihat dengan jelas suatu benda yang berada dalam jarak pada relatif dekat. Bayi yang baru lahir pasti mengalami hyperopia, tapi kondisi ini akan hilang begitu

besar. Apabila ada yang menderita hyperopia biasanya mempunyai sejarah keturunan dari keluarganya.

2.3 Contoh Perilaku Anak yang Menyebabkan Kerusakan Mata

Analisis dilakukan dengan objek penelitian anak-anak. Dimana anak-anak sangat rentan sekali untuk mengalami kerusakan mata. Anak-anak kurang menyadari bahwa sebagian aktivitas sehari-hari mereka sangat berpotensi mengakibatkan kerusakan mata terlalu dini.

Hal ini diperkuat dengan hasil dari wawancara pada anak –anak sekolah dasar di Kota Bandung yaitu :

SDN. Margahayu Raya
Jalan Jupiter 4 Blok I 2 Bandung

Sekolah dasar dipilih karena murid-murid pada sekolah dasar tersebut yang mengalami kerusakan mata sangat banyak. Tidak hanya kelas 6 sekolah dasar saja tapi juga murid kelas 1 sekolah dasar. Walaupun usia yang sangat muda tetapi sudah mengalami kerusakan mata. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan pada murid kelas 1 sekolah dasar:

" Ferina baru kelas 1 sekolah dasar, Ferina memakai lensa kaca mata: mata kanan minus 1 dan mata kiri minus 2. Penyebab Ferina menggunakan kaca mata dikarenakan menonton televisi dengan jarak yang terlalu dekat, dan Ferina baru selesai menonton televisi pada saat oarang tua Ferina menyuruh untuk berhenti menonton televisi."

Tidak hanya dikarenakan oleh televisi tetapi juga bermain permainan di komputer secara terus menerus tanpa beristirahat, dan dengan jarak yang sangat dekat. Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari salah satu murid sekolah dasar

” Darma murid kelas 4 sekolah dasar, Darma menggunakan lensa kacamata dengan minus 3 seperempat, Darma baru menggunakan kacamata selama 1 tahun, Darma memberikan alasan bahwa Darma menggunakan kaca mata karena bermain komputer terlalu lama, dan tidak ada jeda waktu beristirahat.”

Membaca buku memang hal yang sangat positif yang dilakukan oleh anak-anak dan di pandang baik oleh orang tua, tetapi apabila dengan cara yang salah maka akan menganggu kesehatan mata pada anak. Membaca yang benar adalah membaca dengan jarak pandang yang tidak terlalu dekat sekitar 30cm dengan pencahayaan yang cukup. Dalam hal ini yang paling sering dilakukan oleh anak-anak pada usia dini yaitu membaca pada keadaan berbaring tanpa cahaya yang cukup, dan jarak yang terlalu dekat. Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari salah satu orang murid yang mengalami kerusakan mata:

”Radesma adalah murid kelas 6 sekolah dasar, Radesma menggunakan lensa kacamata minus 3, Radesma memberikan pernyataan bahwa Radesma menggunakan kacamata karena terus menerus membaca dan tidak mempunyai jeda waktu untuk matanya beristirahat, dan dengan jarak yang dekat tanpa pencahayaan yang cukup.”

2.4 Uraian Permasalahan

Dari uraian diatas dapat disimpulkan adalah anak –anak pada usia dini sangat berpotensi mengalami kerusakan mata, hal ini diakibatkan oleh sebagian aktivitas sehari – hari yang sering

dilakukan oleh anak-anak. Penyebab terjadinya kerusakan mata yang dialami anak-anak adalah

- Melihat televisi dan layar komputer dengan jarak yang cukup dekat, tanpa ada waktu istirahat.
- Keadaan membaca buku yang salah yaitu dengan cara membaca sambil berbaring dan dengan cahaya yang kurang, membaca buku secara terus menerus tanpa jeda waktu istirahat.
- Konsumsi makanan yang bergizi terutama vitamin A pada anak, yang kurang di sadari manfaatnya oleh anak-anak.

Dari uraian diatas terlihat bahwa penyebab dari kerusakan mata pada anak adalah aktivitas sehari-hari yang sering dilakukan anak-anak pada usia yang sangat dini. Mungkin pada saat ini penyebab kerusakan mata pada anak tersebut kurang disadari oleh sebagian masyarakat kota Bandung. Padahal dengan adanya penyebab kerusakan mata maka dalam jangka panjang maka semakin meningkatnya kerusakan mata yang dialami oleh anak-anak yang diusia sangat dini. Tidak hanya itu saja apabila di biarkan maka akan mengakibatkan juga kebutaan anak.

2.5 Segmentasi

Dalam perancangan kampanye ini maka segementasi yang menjadi terget dari kampanye ini adalah:

1. Demografis :

   Secara demografis target yang ditujukan pada kampanye ini adalah anak yang berusia 10. Dimana anak-anak yang bersekolah dari sekolah dasar sampai sekolah menengah pertama. Dimana anak-anak pada usia tersebut sudah mempunyai kemampuan dalam memaknai suatu kejadian, dan sudah beraktivitas sesuai

dengan apa yang anak tersebut inginkan, contohnya adalah hobi dalam membaca, bermain permainan di komputer dan juga hobi dalam menonton acara kesayangannya di rumah.

2. Psikografis:

   Secara psikografis target kampanye ini adalah anak-anak yang belum mengetahui bahwa sebagian aktivitas sehari-hari yang anak-anak sering lakukan berpotensi mengalami kerusakan mata. Anak-anak yang kesehariannya kurang memperhatikan kesehatan, seperti kurang mengkonsumsi makanan sehat.

3. Geografis:

   Secara geografis kampanye ini ditujukan bagi anak-anak kota Bandung. Terutama sekolah – sekolah yang ada di Bandung, dan juga sebagian keluarga yang kurang memperhatikan tata letak khususnya alat-alat elektronik contohnya televisi yang diletakkan terlalu dekat dengan jarak pandang mata.

4. Status Sosial:

   Bedasarkan status sosial, kampanye ini ditujukan oleh kalangan masayarakat yang beragam, mulai dari status sosial masyarakat tingkat bawah, menengah dan juga atas. Hal ini disebabkan perilaku yang beragam pada setiap keluarga dalam menanggapi kerusakan mata yang terjadi pada anak-anak diusia dini. Contohnya masyarakat tingkat bawah biasanya kurang memperhatikan tata letak televisi dengan baik, dan pada masyarakat tingkat atas biasanya memiliki komputer di rumah sehingga anak-anak secara bebas bermain didepan layar komputer.

BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Dalam proses perancangan media kampanye ini diperlukan adanya strategi perancangan sebagai panduan agar media-media yang dihasilkan dapat mencapai tujuan dan target dan segmen dari kampanye . Strategi tersebut meliputi:

3.1.1 Strategi Komunikasi

Strategi yang di gunakan pada proses perancangan kampanye ini adalah menggunakan pola pesan satu sisi *(one sided fashion*), yaitu penyajian sebuah pesan yang disajikan satu sisi. Teori tersebut dikemukakan oleh Drs. Venus, M.A dalam bukunya Manajemen Kampanye.

Pada teori ini, pesan yang akan disampaikan bersifat satu sisi, yaitu pesan yang hanya menyajikan pesan yang mendukung posisinya. Pesan pada perancangan kampanye ini adalah besifat persuasif yaitu, mempengaruhi khalayak dengan pesan yang disampaikan sehingga dapat mempengaruhi penerima pesan agar melakukan hal yang sesuai dengan pesan yang disampaikan. Dan juga tidak bersifat menggurui dan target kampanye tidak merasa terbebani.

3.1.1.1 Pesan Utama

Pesan utama yang diberikan pada kahlayak adalah pesan yang memberikan kesan menunjukan perilaku anak atau penggambaran kondisi. Pada target, serta bersifat mengingatkan khalayak, agar target sadar

bahwa sebagian aktivitas sehari-hari yang dilakukan oleh anak dapat berpotensi mengalami kerusakan mata, sehingga dapat menimbulkan rasa kesadaran untuk target dalam diri mereka sendiri.

Pesan utama yang disampaikan pada kampanye ini adalah bagaimana agar masyarakat khususnya anak-anak pada usia dini dapat menimbulkan rasa kesadaran dalam diri mereka bahwa tidak semua aktivitas anak-anak sangat baik untuk kesehatan mata, seperti menonton televisi, bermain permainan di komputer, membaca pada keadaan berbaring, dan kurang mengkonsumsi makanan bervitamin, dan memberikan informasi kepada target kampanye yaitu anak-anak agar melakukan segala aktivitas anak-anak dengan perilaku atau kebiasaan yang baik untuk kesehatan mata.

3.1.1.2 Materi Pesan

Dalam perancangan kampanye ini terdapat dua unsur pesan yang akan disampaikan :

- Unsur visual, berupa gambar, logo, yang sesuai dengan masalah yang dikemukakan dalam kampanye.
- Unsur teks yang digunakan atau pesan tertulis, yaitu pesan yang tersirat secara tulisan yang mendukung visual yang disajikan.

Dalam pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa pesan yang akan dibuat dapat diterima dan dipahami oleh khalayak sebagai target pesan yang sesuai dengan visual yang dibuat.

Bedasarkan penjelasan diatas materi pesan yang akan digunakan terbagi menjadi dua yaitu:

- Materi pesan dalam bentuk media visual dimana pada materi ini terdapat elemen visual, dan pesan kedua materi tersebut harus terkait satu sama lain dan relevan.
- Materi visual pendukung dalam bentuk logo, yaitu dimana pecitraan logo kampanye sebagai pendukung bentuk visual, dan dapat mencerminkan pesan sesuai dengan pesan yang akan disampaikan pada kampanye, dan juga sebagai pemersatu atau menjadi satu kesatuan dari berbagai visual dalam media yang akan disampaikan.

Dalam penyampaian pesan diperlukan unsur teks yang berupa pesan pada indetitas kampanye yang akan mendukung dan menjelaskan materi pesan kampanye. Beberapa alternatif pesan dalam yaitu:

- Mata Jendela Masa Depan Kita
- Kalau Sudah Begini Baru Sadar
- Jernih, Sehat, Masa depan Kita
- Lihatlah Indahnya Dunia Dengan Mata
- Mata Cerminan Jiwa
- Mata Sehat Anak Cermerlang
- Sayangi Mata Kita Mulai Sekarang

Dari beberapa uraian diatas yang dipilih dalam perancangan kampanye ini adalah ” Sayangi Mata Kita Mulai Sekarang” . Kalimat ini dipilih karena sangat mewakili dan sangat relevan sebagai kalimat utama untuk penyampaian pesan kampanye. Kalimat ini juga diartikan untuk mangajak anak-anak untuk lebih memperhatikan matanya.

3.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif dalam media-media kampanye ini meliputi :

3.1.2.1 Pendekatan Kreatif

Pendekatan kreatif yang dilakukan adalah dari visual yang terkandung dalam media, berupa gambar atau foto yang menunjukan perilaku atau penggambaran kondisi yang sebenarnya, logo, simbol dan juga berupa teks atau tulisan yang terdapat dalam media-media dengan beberapa unsur yang memberikan suatu informasi kepada anak-anak bahwa sebagian aktivitas sehari-hari dapat menimbulkan potensi anak-anak untuk mangalami kerusakan mata, dan juga merubah kebiasaan anak-anak dengan informasi pesan yang telah dirancang agar anak-anak lebih memperhatikan kesehatan matanya.

Penyampaian pesan pada kampanye ini adalah dengan cara memuculkan kondisi perilaku yang ada disekitar. Dengan memberikan informasi tentang akibat dari perilaku yang salah yang dilakukan oleh sebagian anak-anak khususnya di kota Bandung.

3.1.2.2 Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang dilakukan tentang penyampaian pesan dalam bahayanya sebagian aktivitas yang dilakukan sehari-hari yang dilakukan oleh anak-anak yang disesuaikan dengan tema dan target kampanye.

Bentuk visual yang digunakan dalam media kampanye meliputi:

1. Layout

   Yaitu tata letak pada visual dan teks pada media kampanye yang mengacu kepada nilai estetis, yaitu penekanan pada segi keteraturan dan estetis.

   Konsep visal yang dibuat dalam bentuk perbandingan kontras, yaitu antar penyebab dan akibat dan juga antara jelas dan tidak, atau memilih antara mana yang mata sehat atau juga mana yang tidak sehat, pada elemen visual yang dibuat ingin mengajak anak-anak untuk memilih agar menimbulkan rasa kesedaran. Saperti yang tercantum di bawah ini.



Gambar III.4 Contoh Tata Letak Pada Media

2. Tahap Visual

   Yaitu menampilkan model yang akan mempersentasikan dari target kampenye yang sedang memperagakan gaya

yang berkaitan dengan kampanye perilaku sebagian anak yang berpotensi mengakibatkan kerusakan mata. Model yang dipakai adalah model anak-anak yang sedang berperilaku menonton televisi dalam keadaan yang sangat dekat, bermain permainan di layar komputer secara terus menerus, dan membaca pada keadaan berbaring, dan anak –anak yang sedang memakai kaca mata yang ukuran lensanya cukup tinggi. visual ini pun memakai gaya visual menyatukan gambar antara sebab dan akibat dari perilaku atau penggambaran kondisi.



Gambar III. 5 Karakter Model untuk Visual Media

3. Tipografi

   Tipografi yang sesuai dengan karakteristik, tema kesehatan mata pada anak, dan terget kampanye yang dicapai dengan tidak meninggalkan faktor keterbacaan.

Hog Bold HMK



Arial

Padahal duduk sudah di depan kok masih gak keliatan

Calibri

Mata Adalah Jendela Masa Depan Kita

5. Warna

   Warna mendukung faktor estetis yang digunakan pada media yang digunakan yaitu:

   - Putih

     C=0, M=0, Y=0, K=0

     Digunakan sebagai background, karena warna putih adalah warna netral bersifat tidak keras, maka pada elemen visual warna putih dipilih menjadi background atau latar belakang pada setiap media.

   - Hitam

     C=100, M=100, Y=100, K=100

     Font

Pada font digunakan warna hitam, karena dijadikan pesan pada kampanye, maka harus bersifat dominan maka pada font yang digunakan berwarna hitam.

Objek

Pada objek warna hitam berfungsi untuk membedakan gender antara laki-laki dan perempuan, karena objek yang digunakan memakai model anak laki-laki maka warna baju yang digunakan berwarna hitam.

- Merah

   C= 0, M=100, Y=100, K=0

  Garis

  Garis yang digunakan memakai warna merah karena berfungsi sebagai perbadingan antara objek pada sisi kanan dan pada sisi kiri, karena warna merah sangat dominan maka dipakai untuk garis pada objek media kampanye agar terkesan lebih tegas.

3.1.3 Strategi Media

Pada perancangan kampanye media sangat menentukan sebagai penunjang untuk kefektifan kampanye yang akan dibuat. Untuk itu media yang dipilih untuk media perancangan kampanye ini adalah:

1. Billboard

   Yaitu faktor pendukung karena ukurannya yang besar dan dipasang ditempat-tempat umum, sehingga pesan kampanye yang disampaikan akan dapat tersampaikan.

2. Poster

Salah satu media pendukung yang akan dipakai karena penyebarannya sangat luas dan dipasang ditempat umum seperti lingkungan sekolah, pertokoan khususnya supermarket dan toko buku.

- Poster 2

  Salah satu media pedukung yang akan dipakai untuk menjelaskan tentang sturktur mata. Media ini akan disebarkan di sekolah-sekolah hal tersebut disesuakan dengan target kampanye.

3. Spanduk

   Salah satu media ini sangat mendukung yang akan dipasang ditempat umum.

4. Iklan Media Cetak

   Iklan media cetak ini dibagi menjadi dua yaitu:

   1. Koran Anak(khusus untuk anak-anak)

      Koran adalah bacaan untuk dibaca, koran anak adalah koran yang didalamnya khusus untuk anak-anak contohnya pada koran Pikiran Rakyat yang didalam setiap isinya terdapat edisi khusus untuk anak-anak yang di sebut PeerCil.

   2. Majalah

      Majalah yaitu suatu bacaan yang dibaca majalah yang dimaksud adalah majalah keluarga yang sering dibaca hanya satu kalangan saja seperti majalah untuk keluarga.

6. Flyer

   Media ini dipilih karena penyebarannya yang sangat meluas, meskipun berukuran kecil, tetapi flyer akan dibagikan kepada target kampanye dan langsung dibaca.

7. Gimmick

Gimmick merupakan media pendukung yang bersifat pemberian, dan dapat dipakai dimanapun kapan pun oleh terget. Berbagai gimmick yang dipakai adalah:

- Kaos T-Shirt

  Merupakan media yang dapat dipakai sebagai pendukung sehingga pesan yang terdapat pada diatas kaos dapat dibaca oleh masyarakat sekitar dimana si pemakai kaos berada sebagai penyampai pesan kampanye.

- Stiker

  Merupakan media yang dipakai karena penyebarannya yang sangat luas. Stiker ini akan dibuat berbagai macam versi, seperti yang akan ditempel pada televisi, maka pesan yang disampaikan akan diseusaikan, begitu juga dengan stiker yang akan dipakai di alat elektronik yang lain.

- Mug

  Merupakan media yang sering dipakai setiap pagi ketika sarapan, yang dilakukan oleh para orang tua, yang merupakan target kampanye.

- Pembatas Buku

  Merupakan media yang digunakan disetiap buku, terutama buku untuk anak-anak. Media tersebut diberikan pesan yang sesuai misalnya bagamana membaca dengan baik.

- Rak Buku

  Meruapkan media yang digunakan oleh setiap anak untuk mebnatu menyimpan buku, pada media tersebut diberikan sebuah visual yang membuat kesadaran untuk anak.

- Mouse Pad

  Merupakan media yang digunakan untuk membantu menggerakan mouse pada komputer, media ini dipilih karena agar untuk menyadarkan anak-anak pada saat bermain komputer.

- Tempat minum anak

  Merupakan media yang sering digunakan anak-anak. Pada media ini pula diberikan pesan untuk menyadarkan anak.

- Pin

  Media ini dipilih karena sering digunakan anak-anak sebagai asesoris untuk dipakai di tas atau pun pada baju yang sedang dipakai.

8. Media Utama
   - Pengukur jarak baca

     Dipilih karena berkaitan langsung dengan pesan kampanye. Dimana didistribusikan disetiap majalah keluarga atau majalah ibu rumah tangga, agar langsung dapat digunakan.

   - Buku Cerita Bergambar

     Media ini dipilih karena berkaitan langsung dengan target kampanye yaitu anak-anak, dan didistribusikan disetiap toko buku. Buku ini menerangkan tentang mata dan hal-hal apa saja yang dapat merusak mata, yang disesuaikan dengan bahasa anak-anak.

   - Iklan Televisi

Media ini dipilih karena sesuai dengan akibat kerusakan mata yaitu televisi, karena penayangan iklan televisi ini di tayangkan langsung dan yang menjadi terget kampanye dapat melihatnya langsung.

3.2 Konsep Visual

3.2.1 Media Utama

Media utama pada kampanye ini adalah ambient media. Media ini dipilih karena lebih menarik dibandingkan dengan media lainnya. Dalam hal ini media yang dipakai adalah media yang bersangkutan langsung dengan pesan kampanye, yaitu alat ukur membaca dan buku cerita bergambar.

a. Alat Ukur Membaca

- Layout

  Pada media ini, lay out atau tata letak visual di sesuaikan dengan bentuk media yang seperti landscape seperti penggaris.

- Tipografi

  Jenis huruf yang digunakan pada media ini adalah jenis huruf Arial dan Hog Bold HMK dengan cetak tebal atau Bold seluruh huruf dengan kapital dan huruf kecil.

- Visual

Menyesuaikan dengan media yang dipilih hampir seperti dengan penggaris seperti gambar berikut ini.



Gamba III. 6 Visual Alat Pengukur
Baca pada media utama.

Sesuai dengan fungsinya alat pengukur baca ini digunakan pada anak-anak yang sangat gemar membaca. Alat pengukur ini diberikan pada setiap konsumen majalah. Alat ini disebarkan memalui majalah wanita khususnya ibu rumah tangga, agar dapat langsung dipergunakan dirumah. Alat ini membantu anak untuk selalu tetap membaca pada jarak minimal 30 cm di atas buku. Pada alat ini pun tertera pesan kampanye dibagian atasnya.

B. Buku Cerita Bergambar

- Lay Out

Pada media ini lay out atau tata letak visual diseuaikan dengan bentuk media, yaitu media buku cerita yang berbentuk lanscape.

- Tipografi

  Jenis Huruf yang digunakan pada buku cerita bergambar ini adalah Adlib BT, Arcane Wide, dan Gill Sans Ultra Bold Center dengan huruf kapital dan huruf kecil .

- Visual

  Visual berbentuk ilutrasi dari anatomi mata, dan ilustrasi yang memunculkan kebiasaan sehari-hari anak-anak yang berpotensi mengakibatkan kerusakan mata pada anak.



Gambar III.7 Buku Cerita Bergambar (Sayangi Mata Kita Mulai Sekarang)

Sesuai dengan fungsinya buku cerita bergambar ini ditujukan untuk anak-anak. Buku cerita bergambar ini bermaksud untuk menjelaskan kepada anak-anak tentang anatomi mata, bagian-bagian mata dan juga kebiasaan apa saja yang dapat menimbulkan kerusakan mata pada anak. Pemakaian kalimat pada buku cerita bergambar ini menggunakan kalimat yang sederhana dan juga yang dapat mudah dimengerti oleh anak-anak.

Sehingga pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh target kampanye yaitu anak-anak.

C. Iklan Televisi

- Layout

  Lay out pada media ini adalah dengan disesuaikan dengan tema kampanye dan tata letak dalam iklan televisi untuk kampanye.

- Tipografi

  Tipografi disesuaikan dengan tipografi yang sudah dirancang sesuai dengan tema.

- Visual

  Elemen visual yang digunakan adalah media penayangan televisi berupa kilasan film kartun yang disukai anak-anak, yang digunakan efek blur dan juga jelas dan pada akhir penayangan terdapat pesan kampanye.



STORY BOARD

blackbox
think out box

Job No. : .....
Loc./ Date : Bandung / 21 Juni 2007
Tittle/ Version : Iklan Komersial
Prod/Brand :
Client/ Agency : Black Box Corporation

Producer : Black Box Corporation
Crea Director : Dwi Septi .W.
Director : Dwi Septi .W.
DOP : Dwi Septi .W.
Format : AVI

NO	SCENE	VISUAL	VOICE & SFX	DURATION
1.	**SCENE 1 INT. PAGI HARI - RUANG TELEVISI** (Di ruang televisi, televisi sedang menyala, dan sedang menayangkan film kartun pada saat dilihat pada jarak jauh tayangan televisi menjadi kabur)		*Background suara tayangan televisi* Zoom out Televisi	
	(Di ruang televisi, televisi sedang menyala, dan sedang menayangkan film kartun pada saat diihat dekat tayangan televisi terliahat jelas)		*Background suara tayangan televisi* Zoom in Televisi	

STORY BOARD

blackbox
think out box

Job No. : .....
Loc./ Date : Bandung / 21 Juni 2007
Tittle/ Version : Iklan Komersial
Prod/Brand :
Client/ Agency : Black Box Corporation

Producer : Black Box Corporation
Crea Director : Dwi Septi .W.
Director : Dwi Septi .W.
DOP : Dwi Septi .W.
Format : AVI

NO	SCENE	VISUAL	VOICE & SFX	DURATION
	(Tiba-tiba televisi, menjadi tidak ada gambar dan suara)		SFX : ZZZZZZZZZZZZZZZZZZZZt	
	(Dan televisi pun muncul gambar)		"Hayo Jangan Deket Nonton Tvnya, Kalau Deket-Deket mata jadi rusak"	

STORY BOARD

blackbox
think out box

Job No. : .....
Loc./ Date : Bandung / 21 Juni 2007
Tittle/ Version : Iklan Komersial
Prod/Brand :
Client/ Agency : Black Box Corporation

Producer : Black Box Corporation
Crea Director : Dwi Septi .W.
Director : Dwi Septi .W.
DOP : Dwi Septi .W.
Format : AVI

NO	SCENE	VISUAL	VOICE & SFX	DURATION
	(tag line muncul)	SAYANGI MATA KITA MULAI SEKARANG Mata Adalah Jendela Masa Depan Kita		
	(logo kampanye dan lambang departemen kesehatan Indonesia)	di persembahkan oleh : MATA SEHAT		

Gambar III.8 Storyboard Iklan Televisi

Sesuai dengan fungsinya Iklan televisi ini berfungsi untuk menyadarkan anak-anak mengenai jarak pandang televisi dengan mata. Karena anak-anak sering melihat televisi makan iklan televisi tersebut ditayangkan di sela-sela anak-anak melihat televisi.

3.2.2 Media Pendukung

a. Billboard
b. Poster 1
   - Poster 2.
c. Spanduk
d. Iklan Media Cetak
   - Koran
   - Majalah
e. Flyer.
f. Gimmiks
   - T-shirt
   - Mug
   - Pembatas Buku
   - Tempat Minum Anak
   - Stiker
   - Rak Buku
   - Mouse Pad
   - Pin

BAB IV
TEKNIS PRODUKSI MEDIA

4.1 Teknis Media

Dalam proses produksi media melakukan melalui beberapa tahap yaitu:

a. Tahap sketsa awal

Sketsa awal adalah proses untuk mencari bentuk elemen visual kampanye yang akan dibuat.

b. Tahap eksekusi visual

Eksekusi visual adalah tahap dimana dilakukan proses visual, Visual yang digunakan dalam kampanye ini adalah foto dengan model anak-anak menggambarkan karakater yang serius, yang sangat tersiksa dengan menggunakan kaca mata dan juga mengambil objek benda yang sesuai dengan tema kampanye yang dibuat.

c. Tahap perancangan

Merupakan tahap penting yang dilalui, yaitu menentukan media apa saja yang akan dibuat agar dapat memecahkan permasalahan pada tujuan kampanye tersebut.

d. Tahap akhir

Pada tahap ini, media yang telah dibuat disiapkan untuk melalui proses cetak dan produksi.

4.2 Teknis Produksi Media

Jenis media yang akan diprodiksi:

a. Billboard

- Ukuran : 6 x 4 m
- Teknis : Print



Gambar IV.9 Billboard

Media billboard dipilih sebagai salah satu media pendukung karena berukuran sangat besar. Selain itu, penempatan media-media ini ditempatkan di pusat keramaian agar dapat mudah terlihat oleh khalayak yang menjadi target kampanye.

Media ini terdiri dari 2 versi komposisi visual yaitu gambar papan tulis yang biasanya terdapat di sekolah-sekolah bentuk visual tersebut yaitu sebelah kiri tulisan di papan tulis jelas dan disebelah kanan tulisan dipapan tulis terlihat kurang jelas, karena

disesuaikan dengan penggambaran kondisi yang terjadi pada anak-anak yang mengalami kerusakan mata. Pada visual yang kedua memakai objek buku makna yang disampaikan hampir sama dengan visual yang pertama yaitu penggambaran kondisi keadaan anak-anak yang menangalami kerusakan mata.

b. Poster

- Ukuran : 42 x 29,7 cm
- Teknis : Print



Gambar IV.10 Poster

Konsep pada cara penyampaian pesan media dari media di atas masih dalam konsep penggambaran kondisi tingkah laku anak. Pada media ini memakai 2 versi yaitu pada gambar atas menggunakan anak perempuan yang kiri tidak memakai kacamata dan yang kanan menggunakan kacamata. Pada versi kedua konsep memperlihatkan anatomi mata, yang di dalamnya

menjelaskan tentang bagian-bagian mata dan juga fungsinya dan bagian yang sering mengalami kerusakan. Poster ini diletakkan di sekolah –sekolah dan juga pertokoan terutama toko-toko buku.

c. Iklan Cetak

- Koran : Ukuran : 16 x 14 cm

  Teknis : Print



Gambar IV.11 Iklan cetak Koran

Dicetak di media cetak koran, koran yang dimaksud adalah koran khusus anak-anak contohnya koran Pikiran Rakyat yang di dalamnya terdapat edisi khusus anak-anak. Pada elemen visual poster masih mengambil garis besar penggambaran kondisi yang terjadi pada anak-anak yang mengalami kerusakan mata.

- Majalah Keluarga : Ukuran : 21 x 27,5 cm

  Teknis : Print.



Gambar IV. 12 Iklan Cetak Majalah

Dirancang dengan konsep penggambaran kondisi perilaku anak-anak. Disebar melalui majalah keluarga yang umumnya dibaca olah seluruh keluarga.

d. Spanduk

Ukuran : 3 x1 m

Teknis : Print



Gambar IV.13 Spanduk

Secara garis besar, media spanduk seperti gambar diatas masih dengan konsep visual yang sama dengan media poster sebelumnya, hanya saja terdapat penmabhan teks yang ada di sebelah kiri agar pesan yang yang disampaikan dapat lebih terserap oleh target kampanye.

e. Flyer

Ukuran :12x17 cm

Teknis : Print



TAMPAK DEPAN TAMPAK BELAKANG

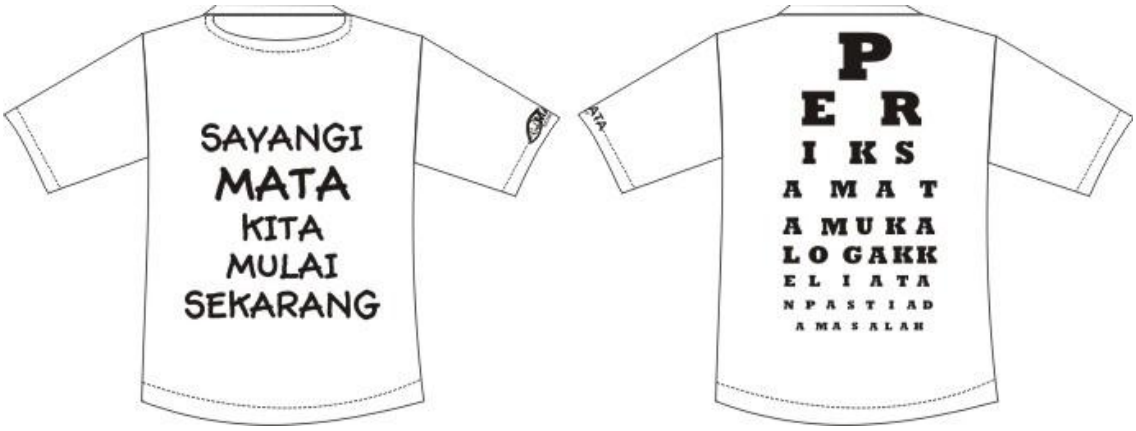
Gambar IV.14

Pada flyer masih dengan konsep penggambaran kondisi, dan pada flyer ini disebarkan langsung kepada target kampanye agar yang kampanye tersebut bisa langsung tersampaikan.

f. T-shirt

Ukuran : Ukuran anak-anak dan ukuran remaja.

Teknis : Sablon.



Gambar IV .15 T-shirt

Dirancang dengan konsep visual masih dalam penggambaran kondisi perilaku anak, terlihat ada pada depan T-shirt, dan bagian belakang terdapat elemen visual berupa huruf-huruf

yang biasanya ada di setiap optik tetapi di umumkan, dan huruf dapat dibaca yang menyerupai kalimat ” Periksa Matamu Kalo Gak Keliatan Pasti Ada Masalah”. Kalimat tersebut disesuaikan dengan pesan yang akan disampaikan pada target kampanye.

g. Mug

Ukuran : All Size

Teknis : Print



Gambar IV.16 Mug

Media ini biasanya dipakai oleh segala usia anak-anak maupun remaja, sesuai dengan target kampanye yaitu anak-anak.

h. Pembatas Buku

Ukuran : 21 x7 cm

Teknis : Print



Gambar IV.17 Pembatas Buku.

Media ini dipilih karena memiliki fungsi sebagai pembatas buku. Media ini pun disesuaikan dengan akibat kerusakan mata pada anak karena jarak baca yang terlalu dekat, dan terlalu terus menerus tanpa istirahat. Dengan dipilihnya pembatas buku ini pula pesan yang ada dapat tersampaikan bagi anak-anak yang mempunyai hobi baca buku. Visual yang dipakai adalah bentuk anatomi mata dan buku disesuaikan dengan konsep visual.

i. Stiker

Ukuran : 5 x 4 cm

Teknis : print



Gambar IV.18 Stiker

Media ini ditempelkan dimana saja terutama, pada alat elketronik yaitu televisi dan juga komputer, karena televisi dan komputer adalah madia yang rentan menyebabkan kerusakan mata pada anak, maka penempelan pada stiker sesuai dengan gambar.

j. Tempat Minum Anak

Ukuran : 6 x16 cm

Teknis : Print



Gambar IV.19 Tempat Minum Anak

Media ini dipilih karena sering digunakan oleh anak-anak untuk digunakan dirumah atau pun di bawa disekolah. Pada media ini tertulis pesan yang menyadarkan anak-anak agar lebih memperhatikan kesehatan mata, dan diberikan visual untuk menyadarkan anak-anak.

k. Mouse Pad

Ukuran : 22,5 x 12,5 cm

Teknis : Print



Gambar IV. 20 Mouse Pad

Media ini berkaitan dengan akibat kerusakan mata yaitu komputer karena media ini digunakan untuk mouse komputer maka pada media ini pun diberikan pesan agar menyadarkan anak-anak untuk tidak bermain komputer terlalu lama dan dan terlalu dekat.

l. Pin

Ukuran : Diameter 7 cm

Teknis : Print



Gambar IV.21 Pin

Media ini dipakai biasanya oleh anak-anak sebagai penghias tas dan juga sebagai penghias baju untuk anak-anak. Pada media ini juga di berikan visual anatomi mata dan juga pesan kampanye agar dapat menyadarkan anak-anak untuk selalu menjaga kesehatan mata.

m. Rak Buku

Ukuran : 20 x 12 cm

Teknis : Print



Gambar IV. 22 Rak Buku

Media ini digunakan untuk tempat penyimpan buku pelajaran anak-anak. Media ini digunakan adalah untuk menyadarkan anak-anak agar lebih memperhatikan kesehatan mata.

n. Alat Pengukur Jarak Baca

Ukuran : 30 x 5 cm

Teknis : Print



Gambar IV. 23 Alat Pengukur Baca

Media ini berkaitan langsung dengan kampanye sebagai alat yang dipakai untuk pengukur jarak baca. Alat ini untuk membantu anak-anak untuk dapat membaca dalam keadaan yang benar, dan jarak yang sesuai, yaitu jarak minimal 30 cm. Alat ini disebarkan pada majalah-majalah keluarga agar dapat langsung dipergunakan di rumah.

o. Buku Cerita Bergambar

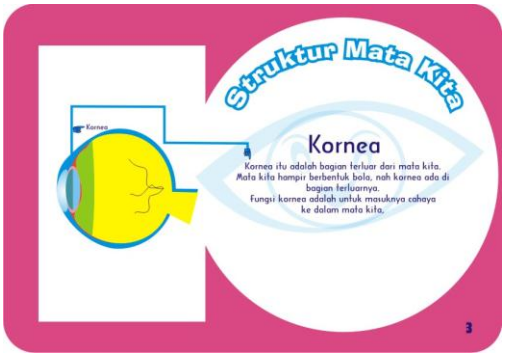
Ukuran : 29 x 21 cm

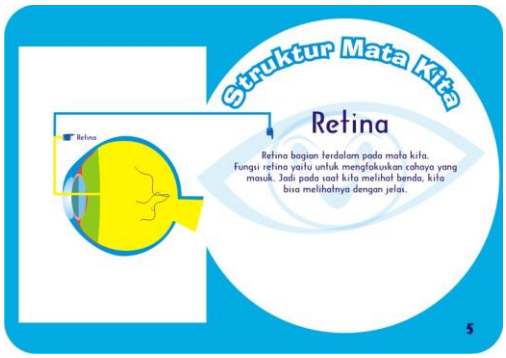
Teknis : Print

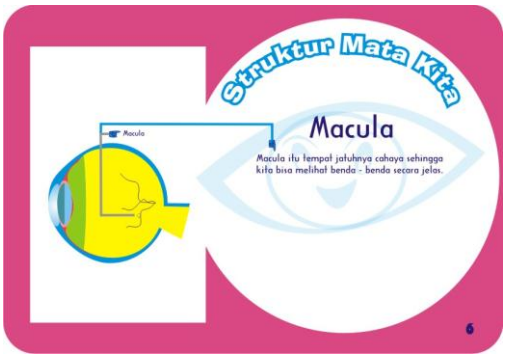


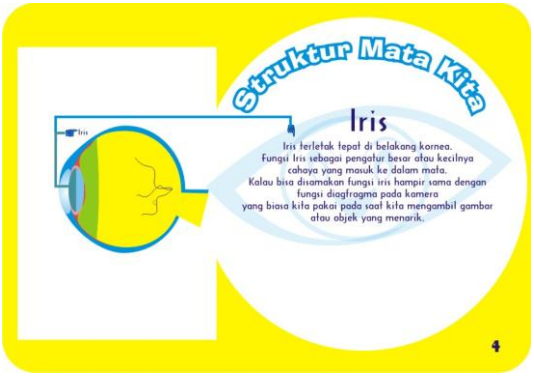






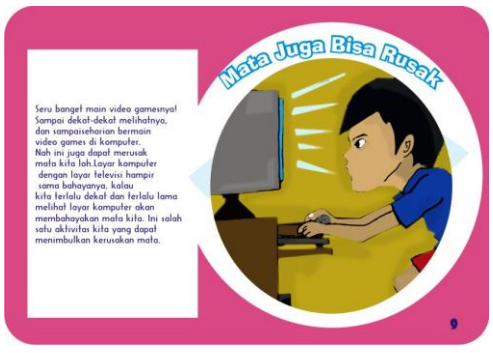

Struktur Mata Kita
Retina
Retina bagian terdalam pada mata kita.
Fungsi retina yaitu untuk mengfokuskan cahaya yang masuk. Jadi pada saat kita melihat benda, kita bisa melihatnya dengan jelas.
5

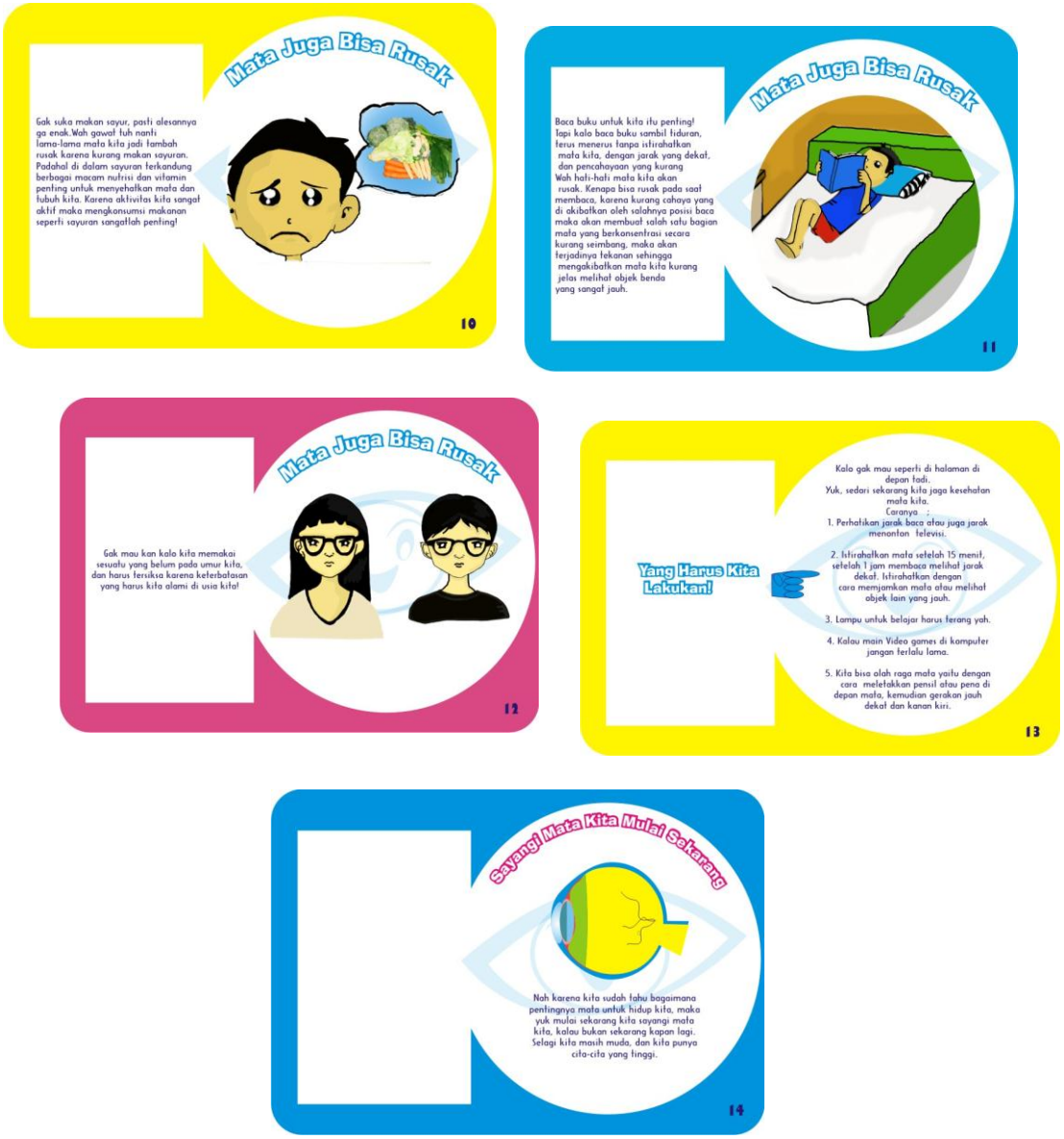

Struktur Mata Kita
Macula
Macula itu tempat jatuhnya cahaya sehingga kita bisa melihat benda - benda secara jelas.
6


Struktur Mata Kita
Iris
Iris terletak tepat di belakang kornea.
Fungsi Iris sebagai pengatur besar atau kecilnya cahaya yang masuk ke dalam mata.
Kalau bisa disamakan fungsi iris hampir sama dengan fungsi diagfragma pada kamera yang biasa kita pakai pada saat kita mengambil gambar atau objek yang menarik.
4


Mata Juga Bisa Rusak
Organ Mata Kita
Tidak cuma badan saja yang bisa sakit, dan merusak fungsinya. Tapi mata juga bisa rusak loh!
Secara tidak disadari kita sering melakukan hal-hal yang dapat merusakkan mata.
Kira-kira apa saja yah yang dapat merusakkan mata?
Yuk, kita lihat lagi di halaman selanjutnya!
7


Mata Juga Bisa Rusak
Waduh kok lihat televisi sangat dekat dan terus menerus yah!
Pasti di antara kita ada yang melakuknnya!
Kenapa kita nonton televisi tidak boleh deket-deket?
Karena pada layar televisi terdapat sinar yang dapat merusak mata, kalau kita terlalu dekat dan tertalu lama menonton televisi.
8


Mata Juga Bisa Rusak
Seru banget main video gamesnya!
Sampai dekat-dekat melihatnya, dan sampaisehariandi bermain video games di komputer.
Nah ini juga dapat merusak mata kita loh.Layar komputer dengan layar televisi hampir sama bahayanya, kalau kita terlalu dekat dan tertalu lama melihat layar komputer akan membahayakan mata kita. Ini salah satu aktivitas kita yang dapat menimbulkan kerusakan mata.
9



Gambar IV. 24 Buku cerita Bergambar

Media ini dipilih karena didalam buku ini dijelaskan tentang anatomi mata dan perilaku apa saja yang dapat berpotensi

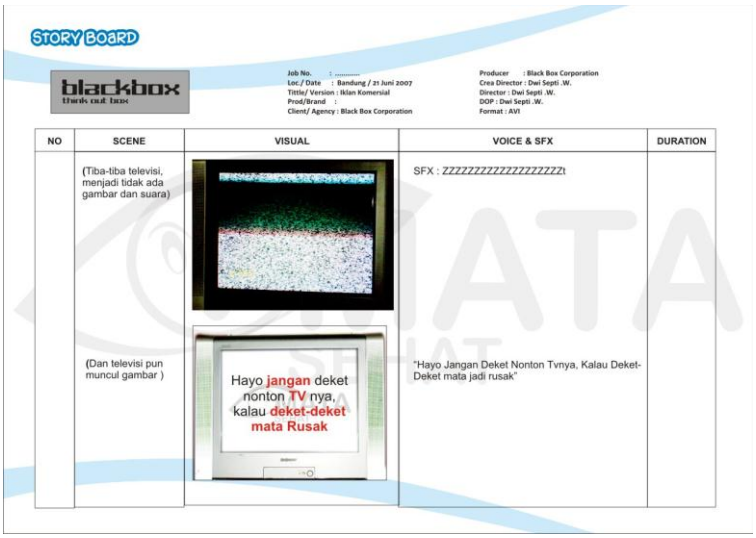
mengalami kerusakan mata. Dengan visual ilustrasi komik agar sesuai dengan target kampanye yaitu anak-anak.

p. Iklan Televisi

Ukuran : 720 x 480 pixels

Teknis : Shoot Kamera




STORY BOARD
blackbox
think out box
Job No. : .....
Loc./ Date : Bandung / 21 Juni 2007
Tittle/ Version : Iklan Komersial
Prod/Brand :
Client/ Agency : Black Box Corporation
Producer : Black Box Corporation
Crea Director : Dwi Septi .W.
Director : Dwi Septi .W.
DOP : Dwi Septi .W.
Format : AVI
NO
SCENE
VISUAL
VOICE & SFX
DURATION
(Tiba-tiba televisi, menjadi tidak ada gambar dan suara)
SFX : ZZZ



Gambar IV.25 Storyboard Iklan Televisi

Media ini dipilih karena sangat sesuai dengan tema dari tema kampanye ini adalah kesehatan mata pada anak. Iklan televisi ini ditayangkan di sela-sela anak-anak menonton televisi sehingga yang menjadi target kampanye yaitu anak-anak dapat langsung melihatnya. Iklan televisi ini juga bertujuan agar anak-anak mau

memperhatikan kesehatan matanya dan merubah kebiasaan anak-anak untuk melakukan aktivitas sehari-hari dengan benar tanpa berpotensi merusak mata.

4.3 Spesifikasi Hardaware dan Software

4.3.1 Spesifikasi Hardware

- Processor : Intel Pentium 4 CPU 2.26GHz
- Mainboard : ASUS PT800
- RAM : VISIPRO 1 GB
- VGA Card :GeForce FX5200 128MB

4.3.2 Spesifikasi Software

Software yang digunakan dalam proses perancangan kampanye ini adalah Corel Draw X3 dan Photoshop CS 3.