

## PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG DEMAM BERDARAH DI SURABAYA

**Fuad Akbar Rodhi Priyono**

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

[akbar.daoef@gmail.com](mailto:akbar.daoef@gmail.com)

**Marsudi, S. Pd, M. Pd**

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

### Abstrak

Penyakit demam *dengue* atau yang lebih sering disebut demam berdarah (disingkat DBD) merupakan penyakit yang sudah umum menyerang masyarakat namun berdampak serius bahkan tidak sedikit yang berakhir dengan kematian. Demam *dengue* atau demam berdarah adalah penyakit virus yang tersebar luas di seluruh dunia terutama di daerah tropis. Di Indonesia penyakit ini pertama kali ditemukan di Surabaya tahun 1986. Surabaya sendiri merupakan kota dengan catatan penderita DBD yang tidak sedikit. Menurut catatan Dinas Kesehatan Kota Surabaya dalam pendataan terakhir tahun 2012, terdapat 1.091 kasus DBD dan 6 orang meninggal dunia akibat penyakit tersebut.

Beberapa program pun dibuat oleh pihak Dinas Kesehatan Kota Surabaya dan dipublikasikan kepada masyarakat seperti di media cetak ataupun media elektronik. Program-program tersebut dipublikasikan kepada masyarakat Surabaya dalam bentuk ILM (Iklan Layanan Masyarakat) berupa poster, brosur, iklan media massa, *billboard* dan media cetak lainnya. Sayangnya ILM tidak dibuat dan dirancang khusus oleh seorang desainer grafis dengan desain seadanya tanpa melalui kajian data serta perancangan iklan layanan masyarakat yang benar. Hal tersebut membuat ILM kurang efektif dalam segi pendekatannya kepada masyarakat Surabaya.

Tujuan dari Perancangan Iklan Layanan Masyarakat tentang Demam Berdarah di Surabaya ini adalah agar masyarakat Surabaya sadar terhadap budaya hidup sehat dan terhindar dari penyakit demam berdarah mengingat penyakit demam berdarah ini adalah penyakit yang berdampak serius dan menyerang masyarakat dari kalangan apapun. Metode yang digunakan dalam perancangan ILM ini adalah dengan mengingatkan kepada masyarakat Surabaya terhadap budaya PSN (Pemberantasan Sarang Nyamuk) yaitu dengan langkah "3M Plus" yang disajikan secara khusus sesuai dengan karakter masyarakat Surabaya.

Hasil dari perancangan ILM tentang demam berdarah ini adalah berupa poster, brosur, iklan media massa, *billboard* dan stiker. Desain visual dari berbagai macam media tersebut didesain dengan visualisasi yang semenarik mungkin sesuai dengan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti dan berdasarkan prinsip desain dengan referensi dari buku-buku serta validasi dari para ahli.

**Kata kunci** : Iklan Layanan Masyarakat, Demam Berdarah *Dengue*

### Abstract

Dengue fever, more often called as DBD, is commonly strike out society and has a serious impact even some ends with death. Dengue fever is a viral disease that is widespread around the world, especially in tropics. In Indonesia, this disease was first discovered in Surabaya of 1986. Surabaya is a town with a huge number of dengue fever patients. Based on medical record of Healthy Department of Surabaya in the least of 2012, those are 1.091 case of dengue fever which is caused 6 people died.

There are a lot of program made and published by Healthy Department of Surabaya to the society in printed or electronic media. The programs are published in public service announcements such as poster, brochure, mass media advertising, billboard and other printed media. Unfortunately, public service announcements are not made and designed by a graphic designer. It design was sober, without going through neither the data study or the right design of public service announcements. Those made public service announcement does not effective to reach people attention in Surabaya.

The purpose of public service announcements on dengue fever in Surabaya is try to make the people of Surabaya aware to the way of healthy living and prevent from dengue fever considering that it was a serious disease that affects and attack people on various background. The methods that was used in public service announcements design are reminds Surabaya people on mosquito eradication habits on "3MPlus" step. It was presented exclusively in accordance with the character of people in Surabaya.

The results of the public service announcements design of dengue fever are form into poster, brochure, mass media advertising, billboard, and sticker. The visual design of those variety media was designed with visualization as attractive as possible based on analysis data which has been carried out by researchers and based on the design principles of book reference and validation of experts.

**Keywords:** Public Service, Dengue Fever

## PENDAHULUAN

### LATAR BELAKANG

Dewasa ini masyarakat setiap harinya dihadapkan oleh iklan. Masyarakat menjumpai bermacam-macam jenis iklan di jalan, televisi, di setiap tempat mata memandang masyarakat tidak bisa lepas dari iklan. Berbagai macam iklan yang ada seringkali menawarkan produk atau jasa dengan berbagai desain agar menarik hati masyarakat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Iklan-iklan yang ada telah bersaing menarik perhatian masyarakat demi tujuan komersial.

Dari bermacam-macam iklan yang dijumpai beberapa merupakan iklan yang memang tidak ditujukan dalam kepentingan komersial. Iklan Layanan Masyarakat atau yang disingkat ILM mempunyai tujuan menyampaikan informasi, mempersuasi masyarakat yang bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap, dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan. Sebagai contoh adalah iklan kampanye tertib lalu lintas yang dilakukan oleh Kepolisian maupun Dinas Perhubungan, khususnya Dinas Lalu Lintas Jalan Raya yang mengharuskan agar masyarakat memiliki sikap tertib hukum dan memiliki perilaku dalam berlalu lintas. Namun di sini pembahasan ILM dikhususkan tentang penyakit Demam Berdarah atau yang sering disingkat DBD.

Surabaya sendiri merupakan kota dengan catatan penderita DBD yang tidak sedikit. Menurut catatan Dinas Kesehatan Kota Surabaya dalam pendataan terakhir tahun 2012, terdapat 1.091 kasus DBD dan 6 orang meninggal dunia akibat penyakit tersebut. Beberapa program pun dibuat oleh pihak Dinas Kesehatan Kota Surabaya dan dipublikasikan kepada masyarakat seperti di media cetak ataupun media elektronik. Selama ini publikasi yang dilakukan dalam bentuk penyuluhan pada acara "Gebyar" (pergerakan kerja bakti pemberantasan sarang nyamuk) oleh Walikota Surabaya, *talkshow* di RRI setahun sekali

dan yang lainnya berbentuk media cetak seperti poster, brosur, iklan cetak, *banner* dan *billboard*.

Dengan adanya program pencegahan DBD yang telah dibuat, Dinas Kesehatan Kota Surabaya berharap adanya kesadaran yang dapat merubah perilaku masyarakat dalam pencegahan penyakit DBD. Berdasarkan informasi dari Dinas Kesehatan Kota Surabaya, Seksi Kesehatan Dasar dalam programnya yaitu Promkes (Promosi Kesehatan) mengaku bahwa anggaran dana dalam pembuatan ILM (Iklan Layanan Masyarakat) pada media cetak tidak memadai. ILM tidak dibuat dan dirancang khusus oleh seorang desainer grafis dengan desain seadanya tanpa melalui kajian data serta perancangan iklan layanan masyarakat yang benar.

Beberapa permasalahan tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang Iklan Layanan Masyarakat mengenai DBD serta merancang Iklan Layanan Masyarakat yang sesuai dengan kondisi masyarakat, khususnya di Surabaya.

### Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep perancangan desain visual Iklan Layanan Masyarakat yang tepat sebagai himbauan agar masyarakat Surabaya tercegah dari penyakit demam berdarah?
2. Bagaimana penerapan visualisasi perancangan Iklan Layanan Masyarakat yang tepat sebagai himbauan agar masyarakat Surabaya tercegah dari penyakit demam berdarah?

### Tujuan Perancangan

1. Mendeskripsikan konsep perancangan desain visual Iklan Layanan Masyarakat yang tepat sebagai himbauan agar masyarakat Surabaya tercegah dari penyakit demam berdarah.
2. Membuat penerapan karya desain hasil perancangan visual Iklan Layanan Masyarakat yang tepat sebagai himbauan agar masyarakat Surabaya tercegah dari penyakit demam berdarah

### Manfaat Perancangan

1. Bagi masyarakat  
Mengajak dan menghimbau kepada masyarakat agar lebih waspada dan berupaya mencegah penyakit DBD yang masih rentan dan rawan menyerang masyarakat khususnya di Surabaya.
2. Bagi mahasiswa Seni Rupa / Desain Grafis  
Dapat dijadikan referensi dalam pengerjaan perancangan dalam bidang desain grafis seperti poster, brosur dan media visual lainnya. Perancangan ini juga dapat memberikan wawasan dan pengetahuan dalam Iklan Layanan Masyarakat.
3. Bagi Dinas Kesehatan Kota Surabaya  
Hasil karya perancangan dapat dijadikan sebagai desain Iklan Layanan Masyarakat dalam promosi kesehatan khususnya Demam berdarah.
4. Desain produk : perancangan desain ILM tentang DBD dari hasil pengumpulan data yang berupa wawancara dan lain-lain.
5. Perancangan dibuat dengan langkah-langkah sebagai berikut :
6. Sketsa manual → Desain komputer → *Mock-up* desain
7. Validasi aplikasi : berupa validasi kepada para ahli yaitu dosen UNESA yang telah berpengalaman dalam bidang DKV dalam menilai dan memilih dua alternatif dari masing-masing media perancangan desain ILM tentang Demam Berdarah
8. Revisi produk : setelah diberi saran oleh para validator, peneliti memperbaiki desain untuk desain final.

### METODE PERANCANGAN

#### Pendekatan Penelitian

Berdasarkan judul penelitian ini, yaitu Perancangan Iklan Layanan Masyarakat tentang Demam Berdarah, maka penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian pengembangan yang disebut dengan siklus R&D (*Research and Development*). Menurut Sugiyono (2006:333) R&D didefinisikan sebagai metode penelitian yang digunakan menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk tersebut. Untuk dapat menghasilkan produk tertentu digunakan penelitian yang bersifat analisis kebutuhan dan untuk menguji keefektifan produk tersebut supaya dapat berfungsi di masyarakat luas.

Berdasarkan langkah-langkah pada teori Sugiyono, jika dikaitkan dengan penelitian ini peneliti hanya melakukan sampai tahap validasi desain saja sehingga tidak ada uji coba produk.. Secara singkat peneliti akan menggunakan langkah sebagai berikut :

1. Potensi dan masalah : R&D berangkat dari adanya potensi dan masalah.
2. Potensi dari ILM mengenai Demam Berdarah adalah di Surabaya masih belum ada Iklan Layanan Masyarakat tentang berdarah yang kurang sesuai dengan kaedah desain yang layak, sedangkan menurut pendataan terakhir pada tahun 2012 masih tercatat 1.091 kasus demam berdarah dan 6 orang meninggal dunia.
3. Pengumpulan data : peneliti mengambil sampel dari beberapa desain ILM yang sudah dibuat dari Dinas Kesehatan Kota Surabaya dan melakukan wawancara dengan beberapa pihak dari Dinas Kesehatan Kota Surabaya.

#### Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara  
Pada penelitian ini wawancara dilakukan dengan pihak Dinas Kesehatan Surabaya, yaitu Bapak Misgiyono, S.T sebagai perwakilan dan staf dari Seksi P2P (Pengendalian dan Pemberantasan Penyakit) yang berwenang dalam pendataan mengenai penyakit Demam Berdarah di Surabaya lalu kepada Bapak Sarwono Prehaji, A. Md yang merupakan staf dari Seksi Kesehatan Dasar dalam programnya Promkes (Promosi Kesehatan).
2. Observasi  
Peneliti melakukan observasi dengan melihat data-data atau program-program yang ada dari Dinas Kesehatan Surabaya berupa desain-desain visual tentang ILM dalam bentuk brosur, poster, dan *sticker* yang pernah dibuat.
3. Dokumentasi  
Dokumen-dokumen dalam bentuk gambar yang menunjang proses perancangan ILM akan didapat penulis melalui pihak Dinas Kesehatan Surabaya seperti poster, brosur, dan data-data yang menyangkut tentang demam berdarah. Di luar dari itu buku, media massa, artikel yang mendukung tentang demam berdarah juga digunakan untuk menunjang proses perancangan ILM ini.

#### Analisis Data

1. Analisis SWOT  
Analisis SWOT merupakan identifikasi beberapa faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) namun sekaligus meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*) (Rangkuti, 2012:198).
2. USP (*Unique Selling Proposition*)  
Ciri utama USP adalah memperkenalkan perbedaan penting yang membuat suatu perusahaan atau jasa itu unik. Kemudian pengembangkan suatu klaim periklanan

hingga para pesaing tidak memiliki pilihan (Shimp, 2003:440). Sehubungan perancangan ini merupakan perancangan ILM dan bukan perancangan iklan komersial maka keunikan yang dimaksud bukanlah keunikan dan keunggulan dari sebuah produk atau jasa melainkan keunikan dari kasus berangkatnya Iklan Layanan Masyarakat dibuat.

### Validasi Desain

Validasi desain dilakukan untuk menentukan apakah desain yang sudah dirancang sudah layak atau belum. Peneliti merancang dua alternatif desain dari setiap media kemudian divalidasi kelayakannya dalam segi kaedah-kaedah ilmu DKV oleh validator. Dalam perancangan ini yang bertindak sebagai validator adalah dua dosen Desain Grafis UNESA yang berpengalaman dalam ilmu DKV dari sisi kualifikasi akademik minimal telah menempuh pendidikan S2. Dua dosen yang akan dipilih dan memenuhi kriteria sebagai validator yaitu M. Rois Abidin, S.Pd, M.Pd dan Dwi Prasetyo, S.Sn, M.Pd karena keduanya telah menguasai dan aktif di bidang DKV.

### PERANCANGAN KARYA

#### Identifikasi Data

##### 1. Data Tentang Demam Berdarah

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari Dinas Kesehatan Kota Surabaya diketahui pendataan kasus demam berdarah terakhir pada tahun 2012 diketahui terdapat 1.091 kasus DBD dan 6 orang meninggal dunia.

Terlepas dari data resmi dari Dinas Kesehatan Kota Surabaya diatas peneliti juga mengutip dari surat kabar harian "Jawa Pos" (edisi 21 Juli 2014) bahwa Kelurahan Putat Jaya merupakan kawasan yang menduduki tingkat tertinggi kasus demam berdarah di Surabaya. Sejak Januari hingga Mei tahun 2014 di Kelurahan Putat Jaya terdapat 21 kasus demam berdarah.

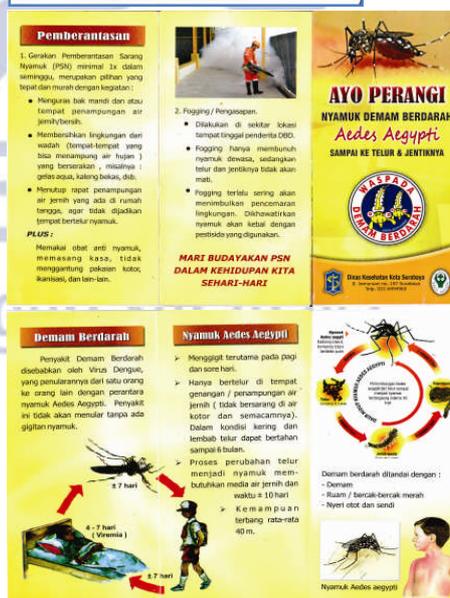
Selain dari surat kabar peneliti juga memperoleh data seputar jumlah korban demam berdarah melalui berita-berita *online*. Penderita demam berdarah triwulan pertama 2013 sebanyak 815 dan dengan persentase 60-70 persennya menjangkit anak-anak. Pada triwulan pertama 2014 sebanyak 139 dengan persentase merata terjadi pada anak-anak dan orang dewasa ([www.suarasurabaya.net](http://www.suarasurabaya.net)). Mengutip dari *website* Humas Surabaya, bahwa jumlah penderita demam berdarah pada tahun 2013 yaitu 2.190 kasus dan jumlah tertinggi terjadi di bulan April yaitu 526 kasus ([www.humas.surabaya.go.id](http://www.humas.surabaya.go.id)).

Dinas Kota Surabaya menjelaskan, tindak pencegahan harus didasari dari kesadaran masyarakat terlebih dahulu. Upaya pencegahan yang sudah dipublikasi sejak lama yaitu membudayakan gerakan Pemberantasan Sarang Nyamuk (PSN) dengan langkah "3M plus", yaitu:

- a. Menutup tempat penampungan air
- b. Menguras tempat penampungan air
- c. Mengubur barang-barang bekas
- d. Plus (memasang kasa, memakai anti nyamuk (semprot, bakar atau *lotion*), menghindari menggantung baju di dalam rumah secara sembarangan, ikanisasi (menaruh ikan pada bak mandi atau kolam), dan memberi bubuk *larvasida* (atau yang sering disebut bubuk *abate*) pada bak mandi dan tempat penampungan air lainnya).

##### 2. Media ILM oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya

Dari hasil observasi yang telah dilakukan, peneliti mendapatkan beberapa contoh desain media ILM tentang demam berdarah yang pernah dipublikasi oleh pihak Dinas Kesehatan Kota Surabaya, antara lain:



Desain poster dan brosur diatas digunakan peneliti sebagai acuan dalam perancangan desain Iklan Layanan Masyarakat tentang demam berdarah yang dilakukan. Segala bentuk kekurangan akan disempurnakan tetapi

prinsip dan pesan desain yang masih perlu akan tetap digunakan.

### Hasil Analisis Data

#### 1. Analisis SWOT

Keunggulan dari ILM tentang demam berdarah ini adalah gerakan 3M plus yaitu sebuah pembudayaan hidup dengan tujuan kesehatan masyarakat Surabaya sendiri. Gerakan 3m plus bukanlah hal yang sulit dilakukan dan tidak mengeluarkan biaya sama sekali. Semua kalangan bisa melakukan tanpa pengecualian dan tidak memandang perbedaan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan maupun kondisi ekonomi.

Kelemahan dari ILM tentang demam berdarah ini adalah dalam segi penyebarannya. Penyebaran ILM tentang kesehatan pada umumnya hanya banyak dijumpai di rumah sakit atau puskesmas saja sedangkan di jalan-jalan umum hanya sering dijumpai ILM tentang keselamatan lalu lintas.

Peluang dari ILM tentang demam berdarah ini adalah mengenai seberapa banyak jumlah kasus di Surabaya. Jumlah kasus demam berdarah di Surabaya tergolong tinggi karena mungkin banyak masyarakat setempat yang sering tidak menghiraukan pembudayaan 3M plus dalam kesehariannya.

Ancaman dari ILM tentang demam berdarah ini adalah bahwasanya masih banyak Iklan-Iklan komersial lain yang lebih bisa menarik perhatian beberapa masyarakat Surabaya. ILM sering kali dipandang tidak begitu penting bagi masyarakat, terutama bagi yang belum pernah terjangkit oleh penyakit demam berdarah itu sendiri. Iklan komersial yang mengancam yaitu iklan-iklan produk atau jasa yang dirasa beberapa kalangan masyarakat lebih diperlukan dan penting dalam kehidupan sehari-hari seperti iklan *handphone*, mobil, iklan sebuah acara bergengsi, tawaran jasa, dan lain-lain.

#### 2. USP (*Unique Selling Proportion*)

Pada perancangan ILM ini keunikan yang dimaksud bukanlah keunikan dan keunggulan dari sebuah produk atau jasa seperti pada iklan komersial pada umumnya, melainkan keunikan dari program gerakan PSN (Pemberantasan Sarang Nyamuk) dari Dinas Kesehatan Kota Surabaya.

Di sini keunikan dari program ini yaitu himbuan langsung kepada masyarakat untuk membudayakan PSN dengan langkah 3M plus dalam kehidupan sehari-hari. ILM dirancang dengan pendekatan visual dan verbal yang unik dengan menampilkan ilustrasi atau pesan yang disesuaikan dengan budaya masyarakat Surabaya.

### Konsep Komunikasi Periklanan

#### 1. Tujuan Komunikasi Periklanan

Perancangan desain Iklan Layanan Masyarakat ini bertujuan sebagai himbuan agar masyarakat hidup sehat, terutama meningkatkan kesadaran dalam diri masyarakat dalam tindak pencegahan penyakit demam berdarah melalui tindakan 3M plus.

#### 2. Strategi Komunikasi Periklanan

Dalam perancangan desain Iklan Layanan Masyarakat ini penulis akan menampilkan himbuan tentang tindak pencegahan penyakit demam berdarah secara singkat namun mudah dipahami. Pesan persuasif akan lebih menekankan pada “3M plus” yang disertai gambar-gambar ilustrasi dalam bentuk yang menarik, sederhana, dan sesuai dengan karakter masyarakat Surabaya.

### Konsep Media

Konsep visual desain Iklan Layanan Masyarakat mengacu pada upaya pencegahan serta penyebab penyakit demam berdarah. Ikon-ikon Surabaya juga akan ditambahkan sehubungan ILM ini hanya ditujukan untuk masyarakat Surabaya.

Karakteristik sasaran promosi dari ILM Demam Berdarah ini meliputi:

#### 1. Aspek Demografis

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- b. Umur : 10 tahun keatas
- c. Pendidikan : SD, SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi
- d. Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, Buruh, Karyawan, Wiraswasta.

#### 2. Aspek Psikografis

- a. Aktifitas : Masyarakat dengan aktifitas keseharian berlalu-lalang yang dari satu daerah ke daerah yang lain di Surabaya.
- b. Interest : Masyarakat yang mempunyai kegiatan sehari-hari dari satu lingkungan ke lingkungan yang lain di Surabaya.

Segmentasi geografis untuk Iklan Layanan Masyarakat tentang demam berdarah ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah Surabaya dengan kondisi geografis yang tropis dan padat penduduk.

### Konsep Kreatif/Desain

#### 1. Tujuan kreatif

Mengingatkan masyarakat Surabaya dalam pembudayaan Pemberantasan Sarang Nyamuk (PSN) dengan gerakan 3M plus. Gerakan 3M plus yang sebelumnya sudah sering diiklankan namun seiring waktu tidak lagi. Iklan yang saat ini lebih sering

ditampilkan adalah iklan-iklan komersil penawaran sebuah produk sehingga generasi setelahnya tidak tahu betul apa itu 3M plus.

Menciptakan iklan yang mudah diingat dengan pesan verbal dan visual yang menarik, sehingga pesan tentang pencegahan demam berdarah akan langsung tertuju kepada masyarakat Surabaya.

## 2. Strategi Kreatif

Tema yang digunakan adalah “3M plus”. Tema pokok ini diterapkan pada setiap media dalam pengaplikasiannya

Alasan tema “3M plus” dipilih sebagai ajakan kepada masyarakat Surabaya agar selalu membudayakan 3M plus dalam kehidupan sehari-hari guna mencegah demam berdarah.

Bentuk pesan verbal yang disertakan yaitu penjelasan dari 3M plus dan juga sebuah “parikan” atau pantun. Parikan yang ditampilkan yaitu:

“Sego bali rasane pedes  
Tombone panas ngombe es blewah,  
Ojo lali rek karo 3M plus  
Suroboyo bebas demam berdarah”

Inti dari sebuah parikan tersebut yaitu agar selalu ingat 3M plus untuk Surabaya bebas demam berdarah. Bahasa daerah Surabaya digunakan dalam parikan sebagai bentuk pendekatan kepada masyarakat Surabaya sehingga mudah diingat dan dipahami.

Pesan visual menggunakan ilustrasi karakter kartun Suro dan Boyo dalam pengaplikasiannya. Dalam pewarnaannya ilustrasi tidak dibuat sederhana seperti kartun-kartun iklan layanan masyarakat pada umumnya. Ilustrasi Suro dan Boyo dalam pewarnaannya akan dibuat lebih hidup serta berperan untuk mendemonstrasikan langkah-langkah 3M. Walaupun ilustrasi kartun Suro dan Boyo berkesan terlalu detail namun karakter tersebut dibuat lucu, menarik dan mudah diingat yang berperan sebagai ikon dan penarik perhatian utama dalam desain. Bentuk pesan visual ini diaplikasikan dalam setiap media desain yang dirancang.

Gaya desain yang digunakan adalah gaya kartun. *Background* yang digunakan adalah suasana perkotaan dengan gambar siluet gedung-gedung serta tugu pahlawan yang disesuaikan dengan suasana Kota Surabaya sendiri. Desain yang akan dibuat berkesan santai dan *fun*. Hal ini bertujuan untuk melakukan pendekatan persuasif kepada masyarakat Surabaya untuk selalu membudayakan 3M plus dalam kehidupan sehari-hari. Gaya desain ini diterapkan pada setiap media desain yang dirancang.

## Visualisasi Karya

### 1. Element Visual

Dalam perancangan ILM demam berdarah ini akan lebih didominasi dengan elemen visual berupa gambar ilustrasi di setiap medianya. Gambar ilustrasi yang dibuat merupakan karakter ikon kota Surabaya yaitu “Suro” dan “Boyo” yang berarti ikan hiu dan buaya beserta karakter dari nyamuk “*Aedes aegypti*”. Karakter “Suro” dan “Boyo” ini akan ada di setiap media perancangan ILM demam berdarah ini. Ilustrasi digambar dengan melalui 2 tahapan, yaitu tahap *sketch/hand drawing* dan tahap *coloring* melalui *software* komputer



### 2. Elemen Teks

Font “Badaboom BB” akan lebih sering digunakan untuk *headline* dan *subheadline* lalu “Comic Book Commando” digunakan untuk *bodycopy* atau keterangan penjelas dari sebuah ilustrasi namun itu semua tergantung

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat tentang Demam Berdarah di Surabaya

dari penyesuaian tiap media desain masing-masing. "Arial" hanya digunakan untuk teks pendukung dari logo Dinas Kesehatan Kota Surabaya. Ketiga font diatas akan selalu ada di setiap media desain yang akan dirancang.

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ**  
**12345678890**

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

1 2 3 4 5 6 7 8 8 9 0

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy z

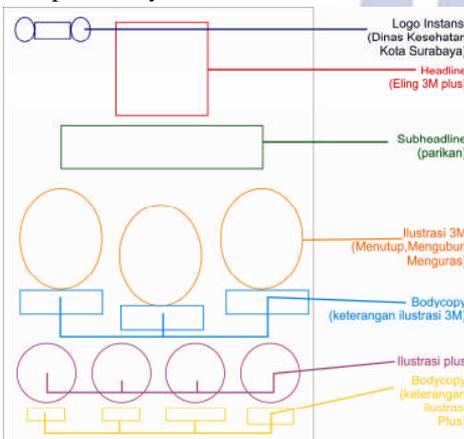
12345678890

3. Layout Desain

Hasil karya ILM merupakan salah satu dari dua alternatif yang telah dipilih oleh para validator. karya-karya tersebut telah disempurnakan menurut kritik dan saran dari para validator.

a. Poster

Komposisi Layout

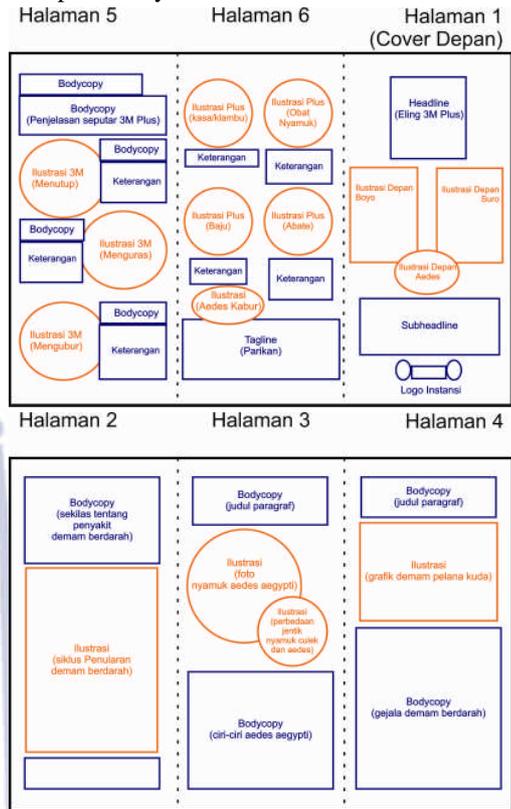


Desain Final



b. Brosur

Komposisi Layout

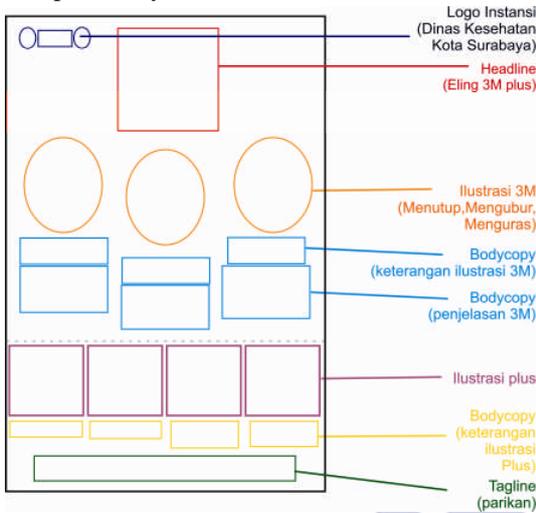


Desain Final



c. Iklan Media Massa

Komposisi Layout

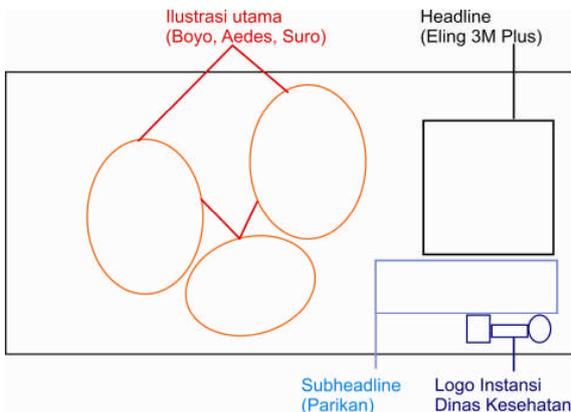


Desain Final



d. Billboard

Komposisi Layout

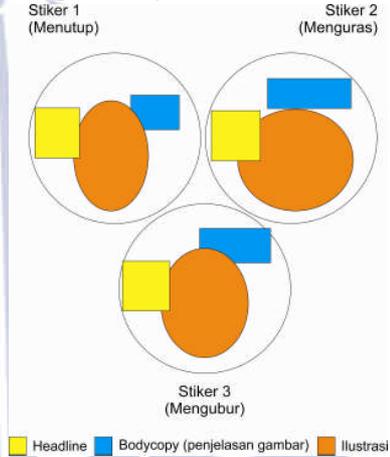


Desain Final



e. Stiker

Komposisi Layout



Desain Final



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan perancangan Iklan Layanan Masyarakat tentang Demam Berdarah di Surabaya ini dapat disimpulkan yaitu :

1. Peneliti menggunakan konsep perancangan "3M Plus" dengan mengenalkan dan mengingatkan tentang budaya Pemberantasan Sarang Nyamuk (PSN) dalam

perancangan Iklan Layanan Masyarakat sebagai himbauan agar masyarakat Surabaya tercegah dari penyakit demam berdarah. Peneliti menggunakan Ikon-ikon dan budaya Surabaya sebagai konsep perancangan dan pendekatan visual kepada masyarakat yaitu dengan ilustrasi “Suro” dan “Boyo” serta sebuah parikan.

2. Peneliti menerapkan konsep perancangan pada media poster, brosur, iklan media massa, *billboard*, dan stiker sebagai himbauan agar masyarakat Surabaya bebas demam berdarah.

### Saran

Dalam upaya mencegah penyakit Demam Berdarah peneliti menyarankan agar masyarakat sekaligus pembaca untuk selalu membudayakan 3M Plus dalam kehidupan sehari-hari. Melakukan 3M Plus merupakan langkah awal bagi tiap individu khususnya di Surabaya agar angka korban penderita Demam Berdarah yang tercatat semakin berkurang dari tahun ke tahun untuk kedepannya.

Untuk memperkuat positioning dari ILM Demam Berdarah di Surabaya, media yang dirancang tetap satu tema yaitu 3M Plus dengan ilustrasi kartun “Suro” dan “Boyo”. Walaupun tema yang digunakan sama namun berbagai perbedaan layout dalam setiap pengaplikasian desain yang menyesuaikan medianya bertujuan agar setiap media yang disampaikan mampu melekat dalam benak masyarakat dan menjadikan media tersebut sebagai ciri khas desain ILM tentang Demam Berdarah yang ada di Surabaya.

Demikian skripsi ini saya buat dalam upaya penerapan ilmu yang saya dapat selama perkuliahan untuk kepentingan sesama, bukan hanya untuk tujuan obyektif dalam mencari nilai semata. Atas kesediaan anda meluangkan waktu membaca atau mencermati karya saya, saya ucapkan terima kasih.

### DAFTAR PUSTAKA

Rangkuty, Freddy. 2012. *SWOT Balaced Scorered*. Jakarta: Gramedia

Shimps, Terrence. A. 2003. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta

([www.humas.surabaya.go.id](http://www.humas.surabaya.go.id)).

([www.suarasurabaya.net](http://www.suarasurabaya.net))