

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Donor darah merupakan suatu tindakan pengambilan darah dengan volume tertentu melalui pembuluh darah. Darah merupakan medium transport tubuh, volume darah manusia sekitar 7%-10% berat badan normal dan berjumlah sekitar 5 liter. Keadaan jumlah darah pada tiap-tiap orang tidak sama, bergantung pada usia, pekerjaan serta keadaan jantung atau pembuluh darah (Handayani dan Haribowo, 2008).

Ketersediaan darah untuk donor secara ideal adalah 2,5% dari jumlah penduduk. Sehingga jika jumlah penduduk di Indonesia sebesar 247.837.073 jiwa, maka idealnya dibutuhkan darah sebanyak 4.956.741 kantong darah. Akan tetapi pada tahun 2013 lalu jumlah darah yang terkumpul dari donor sebanyak 2.480.352 kantong darah. Akibatnya rumah sakit masih sering mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan transfusi darah melebihi donor darah di masa sekarang. Tingkat kesediaan yang tinggi untuk mendonorkan darah harus dianggap sebagai kesempatan bagi penggerak inisiatif masyarakat di masa mendatang (Kemenkes, 2014).

Komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, di mana unsur dasar bahasa visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan. Dalam upaya mencegah dan menanggulangi masalah kurangnya ketersediaan kantong darah, maka diperlukan sosialisasi kepada masyarakat. Sosialisasi kepada masyarakat dapat dilakukan dengan menampilkan video iklan layanan masyarakat.

Dewasa ini sosialisasi tentang donor darah yang terjadi di masyarakat Palembang melalui brosur, banner, pamflet, dan video iklan real layanan masyarakat. Namun di Palembang belum memiliki iklan layanan masyarakat tentang layanan donor darah dengan menggunakan pensosialisasian iklan dalam bentuk animasi. Beberapa keuntungan menggunakan animasi yaitu dapat menarik perhatian serta dapat menampilkan aksi – aksi yang tidak terlihat atau proses fisik

dengan bentuk yang berbeda. Harrison (Rahmmatullah, 2011, 179) menyatakan bahwa animasi mampu memperkaya pengalaman dan kompetensi pengamat pada setiap informasi yang disampaikan.

Terdapat penelitian terkait dengan animasi yang digunakan, yaitu penelitian dari Muhammad Alfi Ramadhan (2017) yang berjudul “Perancangan Media Komunikasi Visual Pada Kampanye Sosial Donor Darah “, penelitian ini melalui metode AISAS dan beberapa media seperti poster, flyer, booklet dan media social. Berupa ilustrasi gambar ajakan.

Penelitian kedua, Jannner Napitu (2012) yang berjudul “Kampanye Bahaya Narkotika Di Bali Melalui Desain Media Komunikasi Visual” penelitiannya membahas tentang media komunikasi visual pada ruang lingkup komunikasi visual berupa: Poster, Leaflet, Flyer, X – Banner, Paper bag, T- shirt, Stiker dan katalog. Menggunakan media cetak merupakan gambar diam tanpa suara yang kurang menarik perhatian masyarakat karena tidak ada gambar visual bergerak dan audio sehingga membuat informasi tidak dapat tersampaikan serta dengan baik ke masyarakat.

Dengan “**Perancangan Komunikasi Visual Tentang Layanan Donor Darah** ” diharapkan dapat mendorong motivasi masyarakat untuk mendonor darah melalui video animasi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yaitu sebagai berikut :

1. Merancang animasi 2 dimensi untuk pembuatan iklan layanan masyarakat
2. Menganalisis respon masyarakat setelah menonton video iklan animasi 2d

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian dibatasi pada proses pembuatan video iklan layanan masyarakat animasi 2 dimensi yang dapat mendorong motivasi masyarakat kota Palembang untuk mendonorkan darah.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk membangun video sosialisasi layanan donor darah berbasis animasi 2 dimensi. Video sosialisasi tersebut akan menjadi alternatif media sosialisasi tentang donor darah kepada masyarakat kota Palembang

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan iklan layanan masyarakat tentang layanan donor darah dapat mengedukasi masyarakat serta membuat masyarakat lebih termotivasi untuk donor darah sehingga dapat meningkatkan jumlah pendonor darah.