Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ikatan Dokter Anak Indonesia (IDAI) mengatakan imunisasi adalah melindungi dan menguatkan kekebalan tubuh dari suatu penyakit. Tujuan dari imunisasi adalah mencegah seseorang tertular dari penyakit menular dan memberantas penyakit di dunia (IDAI, 2015). Dari hasil wawancara dengan *marketing* di Rumah Vaksinasi, imunisasi adalah program yang diwajibkan oleh pemerintah untuk anak berusia di bawah 5 tahun dan mengikuti jadwal imunisasi yang sudah ditetapkan oleh IDAI. Selain itu, pemerintah juga menetapkan imunisasi wajib dan pilihan yang sama-sama penting. Perbedaan dari imunisasi wajib dan pilihan adalah imuisasi wajib itu disubsidi oleh pemerintah, sedangkan imunisasi pilihan itu tidak disubsidi.

Salah satu tempat yang menyediakan imunisasi atau vaksinasi adalah Rumah Vaksinasi. Rumah Vaksinasi menyediakan pelayanan imunisasi yang lebih terjangkau dibandingkan dengan rumah sakit, dan memiliki beberapa cabang yang tersebar di Jabodetabek sehingga cakupan pelayanan yang diberikan lebih luas. Dari hasil wawancara penulis dengan Rumah Vaksinasi mengatakan bahwa jumlah kunjungan di Rumah Vaksinasi mengalami peningkatan selama ini namun kunjungan tidak stabil. Ketidakstabilan pengunjung di Rumah Vaksinasi ini terjadi karena terdapat pengunjung yang datang ketika membutuhkan vaksin

Perancangan Promosi Rumah..., Marcia Christine Ipsan, FSD UMN, 2019

tertentu saja dan tidak melanjutkan vaksinasi lainnya di Rumah Vaksinasi. Selain itu, masih ada yang belum mengetahui mengenai Rumah Vaksinasi.

Dari permasalahan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji dalam perancangan tugas akhir ini melalui promosi dalam membantu Rumah Vaksinasi, untuk mengajak pengguna lama mendapatkan layanan vaksinasi kembali di Rumah Vaksinasi. Selain itu, dapat menarik pengguna baru yang ingin membutuhkan layanan vaksinasi agar mendapatkan layanan tersebut di Rumah Vaksinasi. Hal ini diharapkan dapat menimbulkan ketertarikan masyarakat terhadap Rumah Vaksinasi sehingga membuat masyarakat mendapatkan vaksinasi di Rumah Vaksinasi. Oleh karena itu, perlu dilakukan perancangan promosi di Rumah Vaksinasi.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang ada, maka dirumuskan permasalahan yang timbul yaitu: Bagaimana perancangan promosi di Rumah Vaksinasi untuk orang tua yang memiliki anak berusia di bawah 5 tahun dan orang dewasa agar dapat mendapatkan kembali layanan vaksinasi di Rumah Vaksinasi?

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini membahas tentang perancangan promosi yang tepat untuk Rumah Vaksinasi, dimana penulis tidak mengubah identitas utama dari Rumah Vaksinasi, yaitu logo. Selain itu, penulis juga membatasi dari target khalayak sebagai berikut:

1. Demografi

Perancangan Promosi Rumah..., Marcia Christine Ipsan, FSD UMN, 2019

Usia: 22-35 tahun

Jenis kelamin: Pria dan wanita

Kebangsaan: Indonesia

Kelas Sosial: SES B-A.

Etnis: Semua etnis.

Agama: Semua agama.

Pendidikan: Semua jenjang pendidikan

Status Pernikahaan: Sudah menikah.

Pekerjaan: Semua pekerjaan.

Tipe Keluarga: Semua tipe keluarga

Pendapatan: Diatas Rp 3.841.368,- (UMP Tangerang)

2. Geografi: Jakarta, Bogor, Depok, Bekasi dan Tangerang

3. Psikografi

Gaya hidup: Sehat dan modern

Aktifitas: Berorientasi keluarga dan beresiko tertular penyakit dari interaksi sosial dan kegiatan di luar dan dalam ruangan serta aktif menggunakan sosial media.

Ketertarikan: Kesehatan

Perancangan Promosi Rumah..., Marcia Christine Ipsan, FSD UMN, 2019

Kepribadian: *Family-oriented* dan sehat

Sikap: Peduli terhadap kesehatan

4. *Behaviour*

Kejadian: Usaha untuk mencegah penularan dari penyakit menular berbahaya.

Manfaat: Vaksinasi dapat mencegah penularan bakteri atau virus penyebab penyakit berbahaya.

Status pengguna: Orang tua belum memberikan vaksinasi tertentu kepada anak dan juga orang dewasa yang belum mendapatkan vaksinasi tertentu.

Tingkat penggunaan: Belum pernah atau sudah pernah mendapatkan vaksinasi lain dan ingin melengkapi vaksinasi

Tahap kesiapaan-pembeli: Orang tua yang memiliki anak di usia sudah siap memberikan vaksinasi dan orang dewasa yang siap diimunisasi.

Status loyalitas: Seseorang yang mau mengeluarkan biaya demi kesehatan.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari perancangan promosi di Rumah Vaksinasi adalah meningkatkan loyalitas pengguna layanan Rumah Vaksinasi agar menggunakan kembali layanan

Perancangan Promosi Rumah..., Marcia Christine Ipsan, FSD UMN, 2019

Rumah Vaksinasi melalui perancangan promosi untuk orang tua yang memiliki anak berusia di bawah 5 tahun dan orang dewasa.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari perancangan promosi di Rumah Vaksinasi adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi penulis adalah memdapatkan wawasan, pengalaman, dan juga menerapkan ilmu mengenai penyampaian pesan yang disesuaikan dengan komunikasi visual melalui perancangan promosi lebih dalam daripada yang selama ini diperoleh diperkuliahan.

2. Manfaat bagi Rumah Vaksinasi adalah mendapatkan masukan ide berupa perancangan media promosi yang presuasi untuk meningkatkan loyalitas pengguna layanan vaksinasi di Rumah Vaksinasi.

3. Manfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara adalah memenuhi syarat lulus Sarjana dan bentuk kontibusi penulis sebagai mahasiswa dalam perkembangan ilmu di Universitas Multimedia Nusantara.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA