



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Tanggal 8 Maret setiap tahunnya kerap dikaitkan sebagai titik balik bagi kelompok perempuan dalam menyuarakan kepentingan dan hak-hak mereka. Pasalnya, Bulan Maret selalu dikaitkan dengan munculnya *Women's March*, dan tanggal 8 Maret yang dikaitkan oleh *International Women's Day*. Berdasarkan artikel yang dilansir dari Tirto.id (2019) menyampaikan bahwa hal-hal yang sering disampaikan pada momen-momen tersebut di antaranya adalah hak cuti untuk buruh perempuan, hak fasilitas publik untuk perempuan dengan tanggungan menyusui, hak warga perempuan di Indonesia untuk mendapatkan edukasi mengenai kesehatan reproduksi seperti kesehatan kanker payudara dan serviks sesuai Rencana Pembangunan Nasional, mendesak KEMKOMINFO untuk membangun sistem agar mencegah semakin banyaknya kekerasan perempuan dan seksual di ranah *online*, serta tuntutan lainnya berkaitan dengan perempuan dalam bidang kesehatan, pendidikan, serta hukum dan kebijakan. Hal berikut merupakan data yang dilansir melalui artikel dari Komnas Perempuan pada tahun 2019.

Berdasarkan artikel yang dilansir oleh Kompas.com (2020), salah satu topik yang rutin diangkat dalam peringatan hari perempuan sedunia tersebut adalah kesehatan reproduksi dan seksual yang dapat dimaksud sebagai *gender* bagi perempuan. Di Indonesia sendiri, hal tersebut masih merupakan hal yang tidak bisa

dilakukan secara terbuka. Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2018), topik yang diangkat dalam edukasi seksual hanya mengenai HIV/AIDS, *birth control* dan sebagainya, walau pada data yang ada di lapangan, penyakit dan masalah bagian reproduksi lebih dari hal-hal tersebut. Padahal, data menyebutkan bahwa jumlah perempuan yang terkenal kanker payudara dan kanker serviks meningkat sejak 2017, dan kanker payudara adalah jenis kanker tertinggi yang memakan banyak korban dan terjadi pada pasien rawat inap maupun rawat jalan (Gumelar, 2018).

Belum ada riset mengenai daerah atau kota mana di Indonesia yang memperlihatkan jumlah kanker payudara terbanyak namun berdasarkan data yang dikutip oleh Wartaekonomi (2019) bahwa dalam rumusan Rakornas bahwa kanker payudara pada perempuan merupakan kasus kematian tertinggi di seluruh Indonesia dengan angka sebesar 421 per 1 juta penduduk dengan rata-rata kematian 170 per 1 juta penduduk. Seperti yang dibicarakan oleh Linda Agum Gumelar selaku ketua Yayasan Kanker Payudara Indonesia (YKPI) (2018) menyatakan bahwa pada wanita, kanker payudara adalah kasus kematian tertinggi di Indonesia, dan masyarakat terutama kelompok perempuan belum mengetahui mengenai urgensi akan hal ini. Selain itu terdapat pergeseran penderita Kanker payudara, Dr. Kardinah, Sp.Rad, *radiologist* di Rumah Sakit Kanker Dharmais menyatakan kanker payudara sudah mulai menyerang perempuan yang masih berusia 20 tahun. Berdasarkan artikel yang dijelaskan oleh alodokter.com (2018), kanker payudara merupakan tumor ganas yang terbentuk di jaringan payudara dan kumpulan sel kanker yang berkembang dan bertumbuh secara cepat dan dapat

menyebarkan ke bagian tubuh yang lain. Wanita sering mengalami penyakit kanker payudara namun tidak menutup kemungkinan pria juga dapat terkena. Sel kanker dapat terbentuk dalam jaringan lemak yang ada di payudara, kelenjar susu, dan saluran susu. Dr. Kevin Adrian (2018) menjelaskan bahwa penyebab kanker payudara sendiri belum secara spesifik diketahui, tetapi gaya hidup memiliki porsi besar yang mempengaruhi penyakit ini, dan sangat disayangkan bahwa gaya hidup masyarakat dinilai tidak melakukan gaya hidup sehat seperti mempunyai hobi untuk memakan makanan yang tidak sehat seperti makanan cepat saji, minuman bersoda, minuman alkohol, merokok, dan lain-lain, hal ini lah yang akan memicu kanker payudara pada diri seseorang.

Menurut Ketua Yayasan Kanker Payudara Indonesia (YKPI), Linda Agum Gumelar, kesadaran terhadap risiko kanker payudara sendiri bisa dikatakan masih sangat minim, bahkan cenderung diabaikan. Masa yang tepat untuk belajar dan mengenal cara untuk adalah usia remaja karena penyakit ini terdeteksi dalam proses yang lama untuk menyerang perempuan maupun laki-laki. Linda Agum Gumelar (2018) mengutarakan bahwa dibutuhkan upaya preventif berupa peningkatan kesadaran kepada masyarakat luas, terutama perempuan-perempuan. Upaya yang dilakukan untuk memperkenalkan cara untuk mencegah dan mendeteksi dini kanker payudara. Upaya ini diharapkan dapat mengurangi jumlah persentase orang yang terdiagnosa kanker payudara. Dalam hal ini, sebenarnya banyak organisasi di bidang kesehatan yang telah berupaya melakukan edukasi mengenai resiko kanker payudara, salah satunya adalah organisasi nirlaba, Lovepink Indonesia.

Lovepink Indonesia adalah sebuah organisasi *non-profit* (LSM) atau organisasi nirlaba yang memfokuskan dalam bidang kesehatan terutama kesehatan reproduksi perempuan yang dibentuk pada April 2013. Dibentuk oleh dua sahabat yang sama-sama terdiagnosa kanker payudara, kemudian keduanya merasa bahwa dukungan antar sesama pejuang kanker payudara sangat membantu mereka agar terus berjuang. Lovepink Indonesia mempunyai misi untuk membantu masyarakat Indonesia terutama wanita untuk membantu mereka meningkatkan kesadaran deteksi dini kanker payudara dan menghilangkan persepsi mereka terhadap kanker payudara bahwa kanker payudara hanya dapat terkena pada usia lanjut. Dilakukan melalui sosialisasi seputar tanda-tanda kanker payudara dan mengingatkan pentingnya melakukan pengecekan payudara secara berkala dan rutin. Upaya yang dilakukan oleh Lovepink Indonesia untuk membantu masyarakat Indonesia dalam meningkatkan kesadaran deteksi dini kanker payudara yaitu melalui kampanye yang dilakukan tiap tahunnya di Bulan Oktober untuk memperingati *Breast Cancer Awareness Month* secara rutin sejak 2014.

Kampanye bermula sejak tahun 2014 melalui, Kampanye Jakarta Goes Pink yang dilakukan setiap tahun. Kampanye ini kemudian berkembang secara regional menjadi Indonesia Goes Pink yang dimulai dari 2018 di Bali, Indonesia. Kampanye yang diselenggarakan oleh Lovepink menaruh perhatian pada edukasi seluruh lapisan masyarakat mengenai deteksi kanker payudara, tidak terikat oleh satu target yaitu perempuan, melainkan seluruh strata masyarakat yang berhubungan dengan isu ini, salah satunya adalah mengedukasi bagaimana seorang suami, anak, saudara, atau teman dalam memberikan dukungan kepada pasien kanker payudara. Edukasi

mengenai kanker payudara tidak berhenti hanya pada cara mendeteksi, pencegahan, dan dukungan emosional dari lembaga, melainkan memberikan juga edukasi mengenai pembangunan emosional yang lebih dalam kepada orang-orang sekitar yang tidak terkena kanker payudara tersebut.

Lovepink Indonesia mengadakan Indonesia Goes Pink sebagai upaya kampanye deteksi dini dan kesehatan payudara yang ditujukan untuk masyarakat terutama perempuan, namun pria pun dapat mengikuti acara ini untuk memberikan dukungan para wanita yang terkena kanker payudara. Acara ini dilakukan setiap tahunnya selama satu bulan penuh di Bulan Oktober dalam memperingati *Breast Cancer Awareness Month*. Setiap tahunnya Lovepink Indonesia memiliki target jumlah peserta, dimana jumlahnya selalu terlampaui. Kemudian, dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat mengenai Indonesia Goes Pink 2019, Lovepink Indonesia menggunakan *media relations* yang dilakukan melalui *press conference*, menggunakan *platform* sosial media yang berupa Facebook, Twitter dan Instagram dan melibatkan *brand ambassador*, Chelsea Islan dalam mempromosikan Indonesia Goes Pink 2019, dan dengan mengadakan *event* yang terdiri dari beberapa kegiatan. Kegiatan yang dilakukan dalam Indonesia Goes Pink 2019 ini adalah Pink Walk, Pink Virtual Marathon, dan Pink Pop-Up Market. Dalam setiap kegiatannya disisipkan informasi mengenai kanker payudara dan cara mengecek payudara dengan sendiri seperti tarian SADARI (Periksa Payudara Sendiri) dan melakukan *talkshow* dengan dokter spesialis agar sumbernya juga jadi lebih kredibel.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah, kurangnya kesadaran publik mengenai deteksi dini kanker payudara sehingga Lovepink Indonesia melakukan upaya agar dapat meningkatkan kesadaran tersebut. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah beberapa strategi kampanye yang dilakukan Lovepink Indonesia dalam meningkatkan kesadaran deteksi dini kanker payudara melalui Indonesia Goes Pink 2019.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

- Bagaimana strategi kampanye Lovepink Indonesia dalam meningkatkan kesadaran deteksi dini kanker payudara melalui rangkaian kegiatan pada Indonesia Goes Pink 2019?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kampanye Lovepink Indonesia dalam meningkatkan kesadaran deteksi dini kanker payudara melalui berbagai rangkaian kegiatan Indonesia Goes Pink 2019 sesuai dengan masalah pokok yang ada.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Secara akademis, diharapkan hasil dari penelitian dapat memberikan pengetahuan dalam menelaah pengembangan strategi kampanye *Public Relations* secara ilmiah terutama dalam mengampanyekan isu-isu sosial seperti pendidikan dan kesehatan.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Kegunaannya secara praktis, manfaat dari penelitian ini adalah untuk membantu mengevaluasi pengembangan strategi kampanye Indonesia Goes Pink 2019 yang dilakukan oleh Lovepink Indonesia agar kampanye yang dilakukan selanjutnya dapat berjalan lebih optimal dan mampu menjangkau publik lebih banyak. Kemudian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kritik dan saran sebagai masukan kepada organisasi yang hendak mengadakan acara kampanye berdasarkan isu sosial.

### **1.5.3 Kegunaan Sosial**

Adapun kegunaan sosial untuk membantu masyarakat terutama perempuan untuk lebih memaksimalkan kesadaran mereka khalayak mengenai betapa pentingnya deteksi dini kanker payudara.

## **1.6 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memfokuskan studi kasus strategi kampanye Lovepink Indonesia melalui acara yang dilakukan setiap tahunnya yaitu Indonesia Goes Pink 2019 dan keterbatasan yang dimiliki yaitu periode kampanye yang dilakukan hanya diteliti melalui kurun waktu 3 bulan mulai dari Agustus sampai Oktober 2019