

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Cacing kremi adalah infeksi cacing yang menyerang usus besar. Infeksi ini merupakan infeksi cacing yang paling umum di dunia karena proses penyebaran yang mudah dan cepatnya perkembangbiakan cacing pada tubuh manusia. Menurut Rawla & Sharma (2020), infeksi cacing kremi paling banyak menyerang anak-anak usia 5-14 tahun. Sekretaris Ikatan Dokter Indonesia (IDI), dr. FX Wikan Indrarto, Sp.A(K) mengatakan bahwa infeksi cacing pada anak di Indonesia cukup tinggi dengan jumlah kasus sebesar 28% (Utantoro, 2017).

Hal ini sangat mengecewakan karena menurut Ketua Umum PKK dr. Erni Guntarti Tjahjo Kumolo, masyarakat Indonesia kerap menganggap sepele bahaya dari infeksi cacing tanpa peduli dampak yang dapat terjadi bila tidak segera ditangani (Agustina, 2015). Infeksi cacing masih dianggap sebagai infeksi tidak berbahaya yang mudah disembuhkan. Kasus infeksi cacing kremi yang secara terus menerus disepelekan tentunya dapat memperburuk keadaan.

Padahal, infeksi cacing kremi yang tidak segera ditangani dapat menyebabkan berbagai komplikasi penyakit, khususnya pada anak-anak karena daya tahan tubuh yang masih rentan. Terutama jika lingkungan tempat tinggal anak tidak terjamin kebersihannya sehingga kemungkinan anak terserang infeksi cacing kremi menjadi sangat tinggi. Menurut Willy (2018), infeksi cacing kremi

yang tidak segera ditangani dapat menyebabkan vaginitis, endometriosis, penurunan berat badan, dan infeksi saluran kemih.

Dari permasalahan ini, ketidakwaspadaan masyarakat Indonesia terhadap infeksi cacing kremi perlu diubah pola pikirnya, khususnya bagi orang tua yang memiliki anak kecil. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu solusi berupa kampanye untuk mencegah anak terinfeksi cacing kremi dan agar masyarakat dapat lebih peduli dengan bahaya infeksi cacing kremi. Kampanye adalah sebuah bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi massa (Venus, 2019). Dengan adanya kampanye ini, diharapkan dapat mengurangi kasus dan risiko infeksi cacing kremi pada anak.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang kampanye pencegahan infeksi cacing kremi pada anak?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, penulis membatasi masalah dalam perancangan sebagai berikut:

A. Target Primer :

a. Demografis :

1. Usia : 26-35 tahun
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Pendidikan : SMA, Universitas
4. Pekerjaan : Ibu rumah tangga, karyawan, PNS

5. SES : B-C

b. Geografis : Jabodetabek

c. Psikografis : Orang tua yang sibuk sehingga lalai dalam menjaga kebersihan lingkungan dan kurang memerhatikan kesehatan diri anak.

B. Target sekunder : Laki-laki dan perempuan di luar batasan masalah target primer yang memiliki anak sedang duduk di bangku sekolah dasar.

C. Target market : Market media dari perancangan ini ditujukan untuk anak laki-laki dan perempuan berusia 6-12 tahun dan sedang menempuh pendidikan sekolah dasar. Media kepada target market ini disalurkan melalui target audiens.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Merancang kampanye pencegahan infeksi cacing kremi pada anak.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis adalah dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari penulis selama perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara dan menambah wawasan mengenai pentingnya pencegahan infeksi cacing kremi pada anak.

2. Bagi Masyarakat

Manfaat bagi masyarakat adalah meningkatkan kesadaran orang tua akan bahaya dan pentingnya melakukan pencegahan infeksi cacing kremi pada anak melalui kampanye sosial.

3. Bagi Universitas

Manfaat bagi universitas adalah sebagai referensi laporan bagi mahasiswa lain, khususnya dalam perancangan kampanye sosial.