

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Ilyas dan Yulianti (2012) miopia merupakan salah satu kelainan refraksi yang mengakibatkan penderitanya tidak dapat melihat objek jauh secara jelas atau disebut dengan rabun jauh. Penderita miopia dapat mengalami gejala lainnya berupa ablasi retina dan juling (Ilyas & Yulianti, 2012). Holden, et al. (2015) memprediksi bahwa, selama 40 tahun kedepan separuh populasi dunia akan mengalami permasalahan penglihatan dan kebutaan yang dipicu oleh rabun jauh (Holden, et al., 2015).

Adanya digitalisasi dan perubahan gaya hidup pasca Pandemi COVID-19 mengakibatkan kenaikan angka penderita miopia pada anak. *World Health Organization* (WHO) memprediksi bahwa 50% penduduk dunia akan menderita miopia pada tahun 2050 (Kurupp, et al., 2022). Berdasarkan hasil pemeriksaan Kasoem Vision Care terhadap lima sekolah dasar (SD) dan sekolah menengah pertama (SMP) di JABODETABEK menunjukkan 50% siswa memiliki keluhan rabun jauh. Pemeriksaan tersebut memberikan hasil bahwa terdapat siswa sekolah dasar yang menderita rabun jauh sebesar 6,5 dioptri dan beberapa diantaranya tidak mengatasi permasalahan miopia yang diderita (Hamdan, 2022).

Mengutip pada *website American Academy Of Ophthalmology* (AAO), orthokeratology merupakan terapi rabun jauh yang menggunakan lensa kontak khusus guna mengubah bentuk kornea. Orthokeratology/Ortho-K digunakan sebagai alternatif untuk mengurangi intensitas penggunaan kacamata maupun lensa kontak. Pengobatan tersebut direkomendasikan untuk anak-anak karena usia 5-9 tahun cenderung dalam masa pertumbuhan sehingga berpengaruh terhadap proses pemulihan (Mukamal, 2023). Selain itu, beberapa penelitian Kohort mengemukakan bahwa penggunaan orthokeratology selama dua tahun dapat memberi pengaruh signifikan sebesar 30%-59% pengurangan minus rabun jauh (Cho & Tan, 2019).

Berdasarkan data Google Trends per 12 bulan terakhir, minat pencarian Ortho-K terbanyak berada pada wilayah Jakarta dibandingkan dengan wilayah Banten, Jawa Timur, Jawa Tengah, maupun Jawa Barat. Terdapat kueri atau permintaan informasi mengenai topik yang berhubungan dengan Ortho-K yaitu seputar terapi Ortho-K dan biaya dari pengobatan Ortho-K (Google Trends, 2024). Hal tersebut selaras dengan data primer yang telah dikumpulkan penulis yaitu, sebesar 86 responden menyatakan cukup tertarik terhadap pengobatan Ortho-K, 13 responden sangat tertarik, dan 7 responden tidak tertarik dengan Ortho-K. Namun, sebesar 80 responden menyatakan belum memahami terapi Ortho-k dan 17 responden khawatir terhadap efek samping pengobatan Ortho-K.

Selanjutnya, berdasarkan data hasil wawancara penulis bersama dr. Manda, Sp.M. menyatakan bahwa banyak pasien dan orang tua dengan anak miopia yang datang ke Jakarta Eye Center tidak tahu tentang Ortho-K. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih perlu sosialisasi dan ajakan mengenai Ortho-K, sehingga meningkatkan jumlah pengguna terapi, mengurangi prevalensi miopia anak serta pencegahan *myopia boom* yang diprediksi oleh WHO. Lalu, berdasarkan pengumpulan data wawancara menunjukkan bahwa beberapa orang tua belum pernah menemukan visualisasi atau desain media persuasif berupa ajakan mengenai penggunaan Ortho-K. Hal tersebut juga didukung oleh hasil kuesioner berupa sejumlah 103 responden menyatakan belum pernah menemukan kampanye orang tua mengenai Ortho-K untuk anak-anak. Maka dari itu diperlukan perancangan kampanye terapi Ortho-K untuk penderita miopia usia 5-9 Tahun.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, penulis menyimpulkan beberapa permasalahan diantaranya yaitu:

1. Peningkatan prevalensi miopia pada anak dan prediksi *myopia booming* di tahun 2050
2. Kurangnya pengetahuan orang tua terhadap alternatif penanganan miopia anak berupa terapi Ortho-K, serta keraguan dan persepsi orang tua terhadap penanganan mata anak berbasis lensa kontak

3. Kurangnya eksistensi media persuasif terkait ajakan penggunaan Ortho-K di kalangan orang tua dengan anak miopia.

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan. Selanjutnya, penulis menentukan penelitian desain dengan pertanyaan:

Bagaimana perancangan kampanye terapi Ortho-K untuk penderita miopia usia 5-9 Tahun?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk memudahkan penulis dalam memperjelas perancangan agar lebih terfokus dan terarah. Pada penelitian *Perancangan Kampanye Terapi Ortho-K untuk Penderita Miopia Usia 5-9 Tahun* penulis menjabarkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin: Ayah dan Ibu (yang memiliki anak miopia usia 5-9 tahun)
- b. Usia: 25-39 Tahun

Perempuan di usia 20-30 tahun merupakan usia rekomendasi untuk hamil dan melahirkan (Alodokter, 2022). Apabila pada usia 20 tahun melahirkan anak pertama dan sang anak memasuki usia 5-9 tahun, maka sang ibu berumur 25 tahun. Selanjutnya, apabila ibu melahirkan di usia 30 tahun dan sang anak telah berumur 5-tahun, maka ibu tersebut berumur 39 tahun.

- c. Tingkat Ekonomi : SES A1-A2

Mengutip pada *website* National Eye Center, biaya pengobatan Ortho-K untuk satu mata sebesar Rp7.500.000 dan kedua mata dibutuhkan sebesar Rp15.000.000. Lalu, *screening* sebelum pembuatan lensa Ortho-K yaitu sebesar Rp750.000 (National Eye Center , 2023). Maka dari itu, target yang dibutuhkan adalah SES A1 dan A2 dengan pengeluaran Rp5.000.001-Rp7.500.000 dan lebih dari Rp7.500.001.

2. Geografis

- a. Negara : Indonesia
- b. Kota : JABODETABEK

Hasil dari penelitian Wulansari, Rahmi, & Nugroho (2018) menunjukkan bahwa prevalensi miopia pada anak cenderung lebih tinggi didaerah perkotaan dibandingkan wilayah pinggiran kota. Hal tersebut terjadi karena adanya pengaruh dari tingkat pendidikan orang tua, status ekonomi, gaya hidup, dan aktivitas luar ruangan. Selain itu, terdapat korelasi antara letak geografis dengan miopia (Wulansari et al., 2018)

3. Psikografis

- a. Orang tua yang ingin anaknya dapat kembali melihat normal dengan pengobatan aman.
- b. Orang tua yang belum mengetahui adanya terapi Ortho-K atau penanganan miopia tanpa lasik.
- c. Anak-anak yang tidak terbiasa menggunakan lensa kontak dan lelah memakai kacamata.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan Perancangan Kampanye Terapi Ortho-K untuk Penderita Miopia Usia 5-9 Tahun yaitu mengajak orang tua yang memiliki anak dengan diagnosis miopia untuk mengenal dan menggunakan terapi Orthokeratology/Ortho-K serta meningkatkan kesadaran dan kepedulian orang tua terhadap kesehatan mata anak.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat memberi manfaat yang dibagi menjadi tiga bagian diantaranya:

1. Manfaat bagi Penulis

Adanya perancangan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis untuk meraih gelar sarjana desain (S.Ds.) di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, penulis dapat menerapkan berbagai kemampuan dari ilmu desain maupun komunikasi yang telah dipelajari selama masa perkuliahan.

b. Manfaat bagi Orang Lain.

Adanya perancangan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat kepada para orangtua yang memiliki anak dengan diagnosis miopia untuk mengetahui terapi orthokeratology/Ortho-K dan meningkatkan kesadaran terhadap kesehatan mata minus.

c. Manfaat bagi Universitas

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual dalam melakukan pembelajaran, pencarian referensi, maupun pijakan yang berkaitan dengan bidang serupa.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA