

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Media Sosial**

Media sosial merupakan platform digital bagi penggunanya untuk menciptakan, membagikan, dan berinteraksi dengan beragam jenis konten, seperti teks, gambar, audio maupun video. Platform ini juga menyediakan interaksi langsung, sehingga pengguna bisa mendapatkan umpan balik dan menciptakan ruang virtual untuk berkolaborasi, berbagi ide, dan membangun hubungan. Selain itu, media sosial sering dimanfaatkan untuk keperluan pemasaran, penyebaran informasi, hiburan, dan pembentukan opini publik dalam berbagai konteks sosial dan budaya (Pujiono, 2021, h.9).

Berdasarkan informasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan platform yang memiliki peran penting dalam kehidupan digital saat ini, karena tidak hanya memungkinkan pengguna untuk berbagi dan berinteraksi dengan berbagai jenis konten, tetapi juga menjadi sarana yang strategis dalam membangun komunikasi serta mendukung berbagai aktivitas seperti edukasi dan penyebaran informasi dalam lingkup sosial dan budaya.

##### **2.1.1 Peran Sosial Media**

Di sektor kesehatan, media sosial berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan informasi kesehatan dengan cepat dan luas. Organisasi kesehatan, dokter, dan profesional medis memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube untuk mendidik masyarakat mengenai pencegahan penyakit, gaya hidup sehat, serta menyediakan panduan kesehatan yang mudah diakses oleh banyak orang (Jeyaraman, 2023, h.2). Informasi mengenai kesehatan masyarakat, seperti vaksinasi atau pencegahan penyakit menular, dapat disebarkan lebih efektif melalui media sosial, menjangkau audiens global dalam waktu singkat. Jadi dapat disimpulkan bahwa media sosial saat ini khususnya Instagram berperan penting dalam sektor kesehatan yang dapat digunakan sebagai sarana penyebaran informasi yang cepat, luas, dan mudah

diakses. Instagram juga membantu edukasi masyarakat serta mendukung upaya pencegahan dan promosi kesehatan secara lebih efektif.

### **2.1.2 Strategi Sosial Media**

Strategi 4 Pilar Sosial Media dari buku *“The Social Media Bible”* yang ditulis oleh Lon Safko dan David K. Brake (2009) dimana ada empat pilar dalam strategi media sosial, yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan entertainment. Pilar Komunikasi yang dimaksud adalah adanya interaksi, bertukar pesan, pikiran, dan pendapat kepada pihak lain (komunikasikan). Pilar Kolaborasi merupakan gabungan dari beberapa media sosial sehingga menciptakan ruang diskusi. Pilar Edukasi berangkat dari adanya kedinamisan, kecepatan dan sifat masal dari media sosial, menjadikan medsos sebagai sarana edukasi yang baik kepada audiens. Pilar Hiburan merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk menghibur dan menarik perhatian audiens. Konten yang memuat hiburan dapat membangun relasi dan kedekatan yang lebih dengan audiens (David, K, 2009. h. 677). Pada perancangan ini, pilar konten utama yang digunakan adalah edukasi. Hal ini berlandaskan pada perancangan konten Instagram yang mengangkat tentang pentingnya vaksin HPV dalam mencegah kanker serviks sebagai media informasi yang mengedukasi dan mengajak masyarakat untuk melakukan vaksinasi HPV.

Berdasarkan informasi mengenai strategi 4 Pilar Sosial Media menurut Lon Safko dan David K. Brake (2009) yang mencakup komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan, keempat pilar ini menekankan pentingnya interaksi antar pengguna dan kerja sama melalui berbagai platform, penyebaran informasi yang mendidik secara cepat dan luas, serta penyajian konten yang menghibur untuk menarik dan mempertahankan perhatian audiens.

### **2.1.3 Instagram**

Instagram merupakan salah satu jenis media sosial yang sering digunakan untuk memposting gambar maupun video serta menyebarkannya ke jejaring sosial lainnya. Di era ini, penggunaan Instagram terus meningkat sehingga Instagram juga sering difungsikan sebagai wadah bagi penggunanya

untuk mempromosikan produk maupun berbagi informasi lewat Instagram (Feroza, 2021, h.35). Oleh karena itu, seiring dengan meningkatkan jumlah pengguna, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai platform berbagi foto dan video, tetapi juga telah berkembang menjadi media yang efektif untuk edukasi dan penyebaran informasi.

### **2.1.3.1 Fitur Instagram**

Instagram menyediakan beberapa fitur untuk penggunanya membuat dan memposting konten berbentuk foto, video, tulisan atau apapun yang dibagikan oleh pengguna Instagramnya (Megadini, 2021 h.72). Beberapa fitur yang disediakan Instagram yaitu:

#### **1. Instagram Feeds**

Instagram *feeds* atau yang biasa disebut Instagram *post* adalah fitur untuk mengunggah foto atau video yang dilengkapi dengan berbagai elemen tambahan, seperti *like*, *comment*, *hashtag*, serta *caption* atau bisa disebut sebagai deskripsi terhadap konten yang dipublikasikan (h.72).

#### **2. Instagram Story**

Instagram *story* berguna untuk membagikan momen in real-time dalam bentuk foto maupun video. Fitur ini juga mendukung interaksi dengan pengguna Instagram lainnya, sehingga dapat digunakan untuk berbagi pengalaman secara lebih spontan (h.72).

#### **3. Instagram Reels**

Instagram *reels* berguna untuk berkreasi dalam mengedit video pendek langsung melalui *smartphone*. Selain itu, pengguna juga dapat menambahkan audio atau musik ke dalam video yang dibuat untuk meningkatkan daya tarik kontennya (h.72).

#### **4. *Direct Messenger (DM)***

*Direct Messenger* atau biasa disingkat DM berguna untuk mengirim pesan antar pengguna Instagram, baik dalam bentuk teks, foto, video, maupun stiker. Selain itu, fitur ini juga mendukung panggilan video, baik secara personal maupun dalam grup, sehingga memudahkan komunikasi secara langsung (h.72).

#### **5. *Shopping***

Fitur *shop* pada Instagram menyediakan tempat untuk jual beli bagi penggunanya. Di dalam fitur ini pengguna dapat langsung mencari, menemukan serta membagikan produk yang dilengkapi dengan label harga untuk memudahkan transaksi (h.72).

#### **6. *Search dan Explore***

Merupakan fitur yang berguna untuk mencari dan menjelajahi berbagai konten populer dan tren terkini di Instagram. Fitur ini, juga menawarkan konten yang relevan dengan minat pengguna serta mendapatkan informasi terbaru yang sedang viral (h.72).

Dari informasi mengenai fitur-fitur Instagram tersebut, dapat disimpulkan bahwa fitur Instagram mendukung kebutuhan penggunanya dalam membuat, membagikan, dan menjelajahi konten. Fitur-fitur seperti Instagram *Feeds, Story, Reels, Direct Messenger, Shopping*, serta *Search dan Explore* sehingga memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkomunikasi, berkreasi, hingga melakukan transaksi secara mudah dan menarik, menjadikan Instagram sebagai platform yang multifungsi dan dinamis dalam dunia digital.

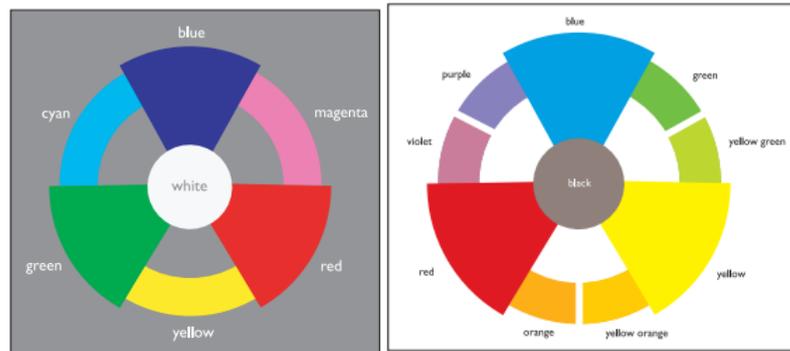
## **2.2 Elemen Desain**

### **2.2.1 Elemen Visual**

Elemen visual merupakan bagian dari sebuah desain yang memiliki pengaruh penting dalam penciptaan sebuah desain. Elemen visual digunakan

dalam bagian penyusunan desain dan berfungsi untuk berkomunikasi secara visual kepada target audiens (Landa, 2018, h. 19).

### 2.2.1.1 Elemen Warna



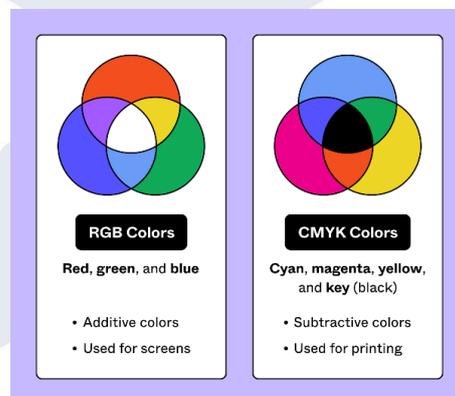
Gambar 2.1 Diagram Warna  
Sumber: Landa, 2011

Warna adalah elemen visual yang tercipta dari cahaya yang dipantulkan objek sehingga kemampuan kita dalam melihat warna dipengaruhi oleh cahaya. Warna juga menentukan tampilan dan suasana suatu platform atau konten. Warna dapat mempengaruhi *mood*, persepsi, dan keterlibatan audiens dalam membuat keputusan. Saat ini warna dapat ditemukan dalam pigmentasi dan dijual secara komersial, namun warna pada layar komputer berasal dari energi cahaya (panjang gelombang) yang bisa kita sebut sebagai warna digital. (Landa, 2011, h.19). Jadi kesimpulannya adalah, warna merupakan elemen visual penting yang terbentuk dari pantulan cahaya dan berperan besar dalam membentuk tampilan, suasana, serta memengaruhi persepsi dan emosi audiens. Dalam dunia digital, warna berasal dari energi cahaya atau panjang gelombang, berbeda dengan warna pigmen yang dijual secara komersial.



Gambar 2.2 Tiga Elemen Warna  
Sumber: <https://stock.adobe.com/id/images/color-theory>.

Elemen warna terdiri dari *Hue* (warna dasar), *Saturation* (intensitas warna), dan *Value* (kecerahan warna). *Hue* merujuk pada warna murni seperti merah, biru, kuning, hijau dan warna yang lain yang berfungsi untuk memberikan temperatur pada sebuah visual. *Saturation* mengukur kemurnian warna yang dapat menggambarkan kekuatan maupun lemahnya warna atau bisa disebut “rona” pada warna. *Value* menunjukkan tingkat kecerahan warna tersebut. Kombinasi dari elemen-elemen ini menghasilkan palet warna yang digunakan dalam desain media sosial untuk menciptakan efek visual yang diinginkan. (Landa, 2011, h.20). Dari informasi tersebut, kita mengetahui bahwa elemen memiliki peran dalam membentuk karakter visual suatu warna. Hue menunjukkan warna dasar, saturation menggambarkan intensitas atau kejenuhan warna, dan value menentukan tingkat kecerahannya. Kombinasi ketiga elemen ini membentuk palet warna yang digunakan dalam desain untuk menciptakan efek visual yang sesuai dengan tujuan

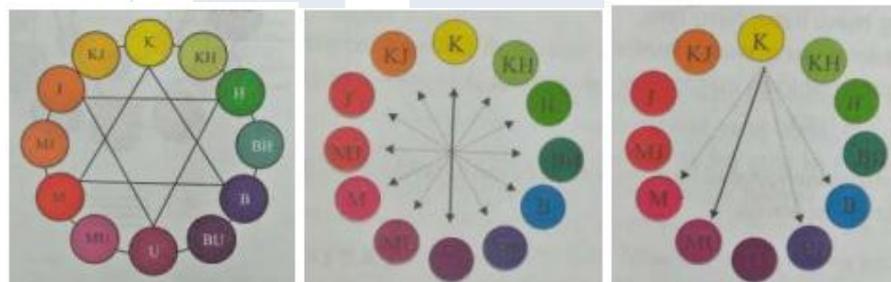


Gambar 2.3 RGB dan CMYK

Sumber: <https://www.figma.com/resource-library/what-is-cmyk>

Warna CMYK (Cyan, Magenta, *Yellow*, *Black*) digunakan dalam proses pencetakan, sedangkan RGB (*Red*, *Green*, *Blue*) diterapkan untuk tampilan di layar. CMYK adalah model warna yang berbasis tinta dan menciptakan warna melalui pencampuran tinta, sementara RGB merupakan model warna berbasis cahaya yang menggabungkan cahaya merah, hijau, dan biru. Kedua model ini sangat penting dalam desain

media sosial untuk memastikan bahwa warna terlihat konsisten di berbagai platform. (Landa, 2010, h.20). Oleh karena itu, pemahaman terhadap perbedaan antara warna CMYK dan RGB sangat penting dalam desain media sosial. CMYK digunakan untuk keperluan cetak dengan basis tinta, sementara RGB digunakan untuk tampilan digital berbasis cahaya. Kedua model warna ini membantu menjaga konsistensi tampilan warna di berbagai media dan platform.



Gambar 2.4 Lingkaran Warna  
Sumber: Sanyoto, 2010

Dalam perancangan ini, Penulis juga menggunakan warna komplementer. Warna komplementer merupakan warna yang saling berhadapan dalam lingkaran warna. Sedangkan *split* komplementer adalah warna yang ada di dekat warna komplementernya. Adanya warna komplementer maupun *split* komplementer ini berfungsi untuk menjaga keharmonisan serta dinamika pada sebuah karya (Junaedi, 2019, h. 96). Penggunaan warna komplementer dan *split* komplementer dalam perancangan ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan visual dan dinamika yang menarik dimana penggunaan warna yang tepat dapat membantu menjaga keharmonisan tampilan dalam sebuah karya desain.

#### 2.2.1.2 Grid

*Grid* adalah struktur fundamental yang bertujuan untuk mengatur konten dan mendukung komunikasi, meskipun keberadaannya sering kali tidak tampak oleh audiens. Meskipun demikian, *grid* memiliki peran penting dalam desain grafis dengan membantu desainer dalam

mengatur elemen-elemen secara harmonis dan konsisten. *Grid* dapat terdiri dari garis horizontal dan vertikal yang membentuk kotak atau kolom, berfungsi sebagai panduan untuk menempatkan teks, gambar, dan elemen desain lainnya (Graver dkk., 2012, h.22). Menurut Graver dan Jura, terdapat 6 jenis *grid* yaitu *Single-column Grids*, *Multicolumn Grids*, *Modular Grids*, *Hierarchical Grids*, *Baseline Grids* dan *Compound Grids*. Dengan demikian, *grid* berperan sebagai panduan penting dalam desain grafis untuk menciptakan tata letak yang terstruktur, harmonis, dan konsisten, meskipun sering kali tidak terlihat secara langsung oleh audiens. *Grid* terdiri dari garis horizontal dan vertikal yang membentuk struktur penempatan elemen visual seperti teks dan gambar.

### 1. Sistem *Single-column Grids*



Gambar 2.5 *Single Column Grid*  
Sumber: Graver & Jura, 2012

*Single-column grids* bekerja dengan menciptakan area tanpa pembagian untuk memuat konten. Jenis *grid* ini biasanya digunakan dalam konteks teks yang mengalir terus, seperti buku atau esai dimana teks dijadikan sebagai elemen utama. Dengan menempatkan teks sebagai fokus utama, pembaca dapat lebih terfokus pada konten tanpa gangguan, sehingga pengalaman membaca menjadi lebih terfokus (Graver dkk., 2012, h.26).

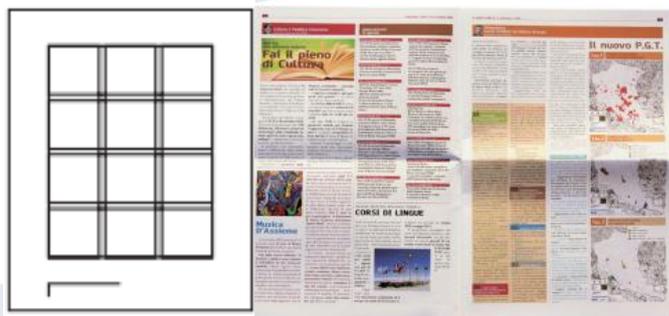
## 2. Multicolumn Grids



Gambar 2.6 Multicolumn Grid  
Sumber: Graver & Jura, 2012

Multicolumn *grids* adalah sistem efektif untuk jenis konten yang beragam karena dengan penggunaan *grid* ini mampu merapikan komunikasi dengan penggunaan kolom yang fleksibel. Desainer dapat dengan mudah menciptakan tata letak konten namun tetap mempertahankan estetika (Graver dkk., 2012, h.28).

## 3. Modular Grids

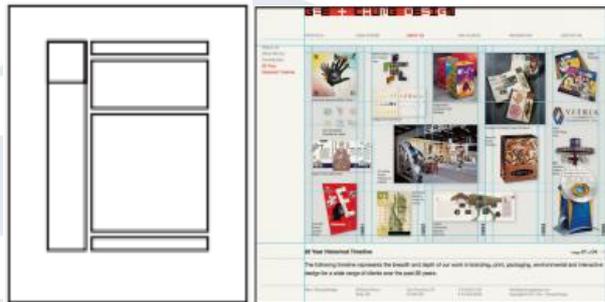


Gambar 2.7 Modular Grid  
Sumber: Graver & Jura, 2012

Modular *grids* adalah kombinasi dari kolom dan baris yang membentuk struktur. Kombinasi ini menciptakan rangkaian area konten dengan ukuran yang kecil (modul), yang dapat digabungkan baik secara vertikal maupun horizontal karena memiliki fleksibilitas yang tinggi. Dengan demikian, desainer memiliki kebebasan untuk menciptakan berbagai bentuk konten teks yang beragam (Graver dkk., 2012, h.32). Pada perancangan ini,

Penulis banyak menggunakan modular *grid* saat mengimplementasikan aset karya serta teks dalam penyusunannya. Hal ini bertujuan untuk menjaga kerapihan, konsistensi dan keharmonisan karya.

#### 4. Hierarchical Grids



Gambar 2.8 Hierarchical Grid  
Sumber: Graver & Jura, 2012

Hierarchical *grids* dapat digunakan untuk membuat konten tanpa pengaturan teratur atau pemisahan interval informasi yang berulang. *Grid* ini tetap dapat menciptakan keselarasan tertentu dalam menyusun teks dengan hierarki informasi (Graver dkk., 2012, h.40).

#### 5. Baseline Grids

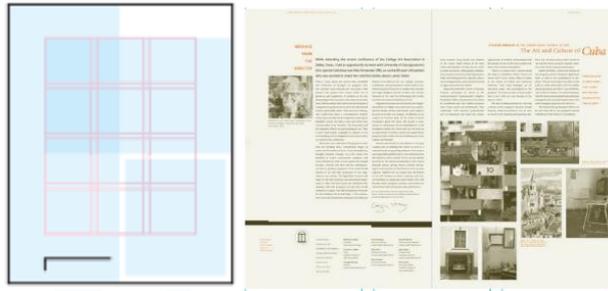


Gambar 2.9 Baseline Grid  
Sumber: Graver & Jura, 2012

Baseline *grids* dapat membantu desainer menciptakan serangkaian garis yang sesuai dengan ukuran font yang digunakan sehingga tercipta elemen tipografi yang selaras. *Grid* ini

menyediakan kerangka kerja yang dapat diandalkan untuk menghasilkan tata letak yang harmonis dan seimbang (Graver dkk., 2012, h.45).

## 6. Compound Grids



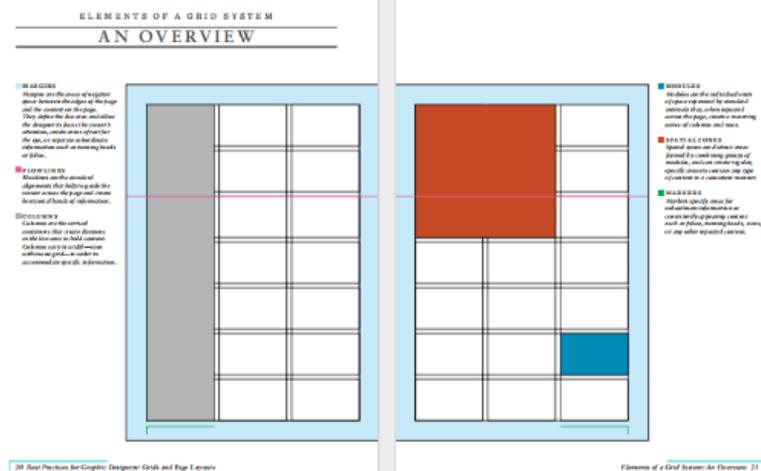
Gambar 2.10 Compound Grids  
Sumber: Graver & Jura, 2012

Jenis yang terakhir yaitu *Compound Grids* dimana teks tergabung menjadi beberapa sistem grid dan menjadi satu kerangka yang teratur dan sistematis. Agar pembaca tetap fokus, dalam *grid* ini sistem seperti margin, penempatan garis alur, dan elemen-elemen subordinate ikut membantu dalam memberikan kejelasan (Graver dkk., 2012, h.46).

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa enam jenis grid menurut Graver dan Jura yaitu single-column, multicolumn, modular, hierarchical, baseline, dan compound *grids* memiliki fungsi penting dalam membantu desainer menciptakan tata letak yang terstruktur, konsisten, dan harmonis. Setiap jenis *grid* menawarkan karakteristiknya masing-masing dalam seperti dari kesederhanaan dari penggunaan single-column *grid* untuk teks panjang, fleksibilitas multicolumn dan modular *grid* untuk jenis konten yang beragam, dan struktur kompleks compound *grid* untuk tetap menjaga kejelasan informasi. Dengan penerapan *grid* yang tepat, proses desain menjadi lebih terarah dan mampu meningkatkan kenyamanan audiens dalam melihat konten.

### 2.2.1.3 Layout

*Layout* merupakan susunan visual yang terdiri dari elemen-elemen desain. *Layout* adalah cara bagaimana elemen - elemen tersebut dikemas sedemikian rupa agar tercipta komposisi dan tampilan visual yang estetik (Graver dan Jura, 2012, h.20). *Layout* dan *grid* saling berkesinambungan karena untuk menciptakan *layout* yang baik dan harmonis diperlukan bantuan elemen *grid* dalam penyusunan text maupun ilustrasi pada sebuah karya. Kesimpulannya, *layout* merupakan cara susun elemen desain untuk menciptakan karya yang estetik yang menarik dan sangat berkaitan erat dengan penggunaan *grid*, karena *grid* berperan sebagai panduan yang membantu menyusun teks dan ilustrasi secara teratur dan harmonis. Dengan demikian, perpaduan antara *layout* dan *grid* menjadi kunci dalam menciptakan karya desain yang rapi, seimbang, dan mudah dipahami.



Gambar 2.11 Elemen Grid  
Sumber: Graver & Jura, 2012

Menurut Graver dan Jura, elemen grid dapat dibagi menjadi 6 jenis yakni *Margin*, *Flowlines*, *Columns*, *Module*, *Spatial Zone*, dan *Markers*. Berikut merupakan penjelasan jenis masing-masing elemen grids:

### **1. Margin**

Merupakan area kosong yang ada di antara tepi setiap halaman maupun baris konten. Ruang ini menciptakan wilayah yang hidup (area yang terisi) dan area istirahat bagi mata (area kosong), atau memisahkan informasi tambahan seperti alur tulisan atau nomor folio.

### **2. Flowlines**

Merupakan garis penyesuaian standar yang membantu memandu pandangan audiens ketika pandangan mata melintasi halaman.

### **3. Columns**

Merupakan wadah teks secara vertikal yang membentuk pembagian di dalam area. Lebar kolom bisa berbeda-beda walaupun dalam satu grid. Hal ini digunakan untuk menampung informasi yang spesifik.

### **4. Module**

Merujuk rangkaian area konten dengan ukuran yang kecil. Ketika diulang di seluruh bagian halaman, modul akan membentuk rangkaian berulang dari kolom dan baris.

### **5. Spatial Zone**

Merupakan zona rangkaian dari kelompok modul sehingga dapat diisi dengan berbagai jenis konten namun tetap tertata.

### **6. Markers**

Merupakan petunjuk lokasi untuk isi konten yang tidak mencolok maupun konten yang ada secara berulang seperti penomoran, ikon, dan sebagainya.

Dari elemen-elemen *grid* yang dipaparkan oleh Graver dan Jura, masing-masing memiliki peran penting dalam menyusun tata letak elemen pada sebuah desain. *Margin* berfungsi sebagai ruang istirahat visual di tepi halaman, *flowlines* membantu mengarahkan pandangan

audiens, *columns* menjadi wadah teks vertikal yang membagi konten, *module* membentuk struktur kecil yang berulang, *spatial zone* digunakan untuk mengelompokkan modul untuk menata berbagai jenis konten, dan *markers* digunakan sebagai penanda posisi elemen-elemen berulang. Keseluruhan elemen ini bekerja untuk menciptakan desain yang teratur, fungsional, dan nyaman ketika dilihat.

#### **2.2.1.4 Ilustrasi**

Ilustrasi adalah elemen visual yang dapat digunakan untuk memperjelas, memperindah, atau menambahkan konteks serta kejelasan pada informasi yang berupa teks. Dalam desain media sosial, ilustrasi berfungsi sebagai elemen visual yang menarik perhatian, menyampaikan pesan dengan cara yang kreatif yang dapat memperkuat identitas dan informasi. Ilustrasi bisa berupa gambar tangan, digital, atau gabungan keduanya, dan berfungsi untuk meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi visual (Kusrianto, 2007, h.15). Oleh karena itu, Ilustrasi berfungsi untuk memperjelas, memperindah, dan memperkuat pesan dalam suatu informasi, terutama dalam desain media sosial khususnya Instagram. Tidak hanya menarik perhatian, tetapi dengan adanya ilustrasi juga membantu memudahkan penyampaian pesan terhadap proses pemahaman audiens serta meningkatkan daya tarik visual dalam sebuah karya desain.

Ilustrasi juga dapat diartikan menjadi proses yang menggambarkan sesuatu yang membantu mengarahkan pengertian kepada audiens (Maharsi, 2016, h. 4). Dalam buku Maharsi yang berjudul Ilustrasi (2016), Ilustrasi dikategorikan menjadi 4 jenis yakni ilustrasi karikatur, buku anak, iklan dan editorial. Berikut merupakan penjelasan jenis-jenis ilustrasinya:

## 1. Ilustrasi Karikatur



Gambar 2.12 Ilustrasi Karikatur  
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/779826491713602167...>

Ilustrasi karikatur adalah sebuah gaya ilustrasi yang bersifat menghibur. Karena sifatnya yang ringan dan menghibur, karikatur sering dimanfaatkan sebagai alat komunikasi visual dalam mengkritik berbagai isu sosial dan politik yang berkembang di masyarakat (Maharsi, 2016, h. 70).

## 2. Ilustrasi Buku Anak



Gambar 2.13 Ilustrasi Buku Anak  
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/12455336470333868...>

Ilustrasi buku anak adalah ilustrasi yang erat kaitannya dengan dongeng ataupun buku pengetahuan. Fungsi utama dari penggunaan ilustrasi buku anak adalah menyampaikan cerita atau

menggambarkan suatu hal melalui visual. Bahkan dalam buku pengetahuan yang berisi informasi sejarah, hasil penelitian ilmiah, atau panduan, ilustrasi digunakan untuk membantu anak-anak lebih mudah memahami isi buku tersebut (Maharsi, 2016, h. 78).

### 3. Ilustrasi Iklan



Gambar 2.14 Ilustrasi Iklan

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/365284219748994001...>

Ilustrasi iklan adalah representasi visual dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Ilustrasi ini berperan dalam mempromosikan dan menyampaikan informasi tentang produk secara estetis kepada audiens. Karena sifatnya yang dinamis, ilustrasi iklan dapat dibuat dengan nuansa dramatis. Penggunaannya pun sangat umum di kalangan penyedia produk dan jasa (Maharsi, 2016, h. 86).

### 4. Ilustrasi Editorial

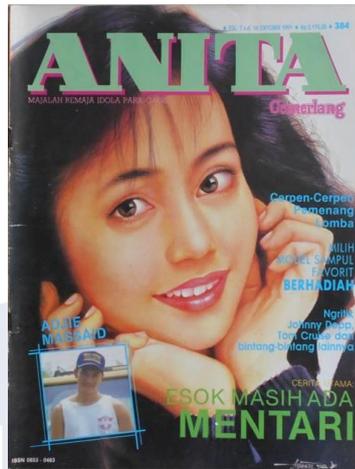
Ilustrasi editorial adalah ilustrasi yang sering digunakan pada media massa seperti surat kabar, majalah, atau publikasi sejenis. Ilustrasi ini dibuat secara khusus untuk mendampingi artikel atau berita yang disajikan dalam media

massa (Maharsi, 2016, h. 90). Ilustrasi editorial dapat dibagikan ke dalam dua kategori, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.15 Ilustrasi Opini  
Sumber: <https://www.maharsi.com>, 2016

Ilustrasi Surat Kabar dirancang untuk melengkapi artikel opini, di mana visual yang ditampilkan memiliki makna simbolis yang mewakili isu atau permasalahan yang dibahas. Ilustrasi ini sering kali mengandung elemen artistik yang kuat untuk menarik perhatian pembaca dan menambah kedalaman pemahaman mengenai topik yang diangkat. Misalnya, jika artikel tersebut membahas tentang perubahan iklim, ilustrasi bisa menggambarkan bumi yang dibungkus oleh termometer, menekankan urgensi masalah tersebut. Dengan cara ini, ilustrasi tidak hanya berfungsi sebagai hiasan, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang efektif, mampu menyampaikan pesan yang mungkin sulit diungkapkan hanya dengan kata-kata. Melalui kombinasi teks dan gambar, surat kabar dapat menyajikan informasi yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual, mendorong pembaca untuk merenungkan dan mendiskusikan isu yang diangkat (Maharsi, 2016, h. 92).



Gambar 2.16 Ilustrasi Majalah Anita

Sumber: <https://www.cahaya pustaka.com/2019/07/majalah-anita...>

Ilustrasi Majalah berperan sebagai elemen visual yang digunakan pada sampul maupun sebagai pendamping cerita pendek yang dimuat di dalamnya. Ilustrasi ini dirancang agar selaras dengan isi konten yang disajikan, sehingga dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan kepada pembaca. Selain itu, ilustrasi dalam majalah juga dibuat dengan mempertimbangkan target audiens, baik dari segi gaya, warna, maupun tema yang diangkat. Dengan menyesuaikan elemen visualnya, ilustrasi dapat menarik perhatian pembaca serta meningkatkan daya tarik majalah secara keseluruhan. Keberadaan ilustrasi yang tepat tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi juga dapat memperkuat identitas majalah dan memberikan pengalaman membaca yang lebih menarik dan mendalam (Maharsi, 2016, h. 95)

Jadi, kesimpulan dari jenis-jenis ilustrasi di atas yaitu dengan adanya jenis ilustrasi yang berbeda, masing-masing memiliki fungsi tersendiri namun sama-sama berperan penting dalam menyampaikan pesan secara visual. Karikatur digunakan untuk menghibur dan menyampaikan kritik sosial, ilustrasi buku anak membantu anak memahami cerita atau pengetahuan, ilustrasi iklan bertujuan

mempromosikan produk secara estetik, ilustrasi editorial berguna pada konten media massa agar lebih menarik dan komunikatif serta jenis yang terakhir yaitu ilustrasi majalah yang berfungsi sebagai sampul pada majalah. Semua jenis ilustrasi ini ikut berkontribusi dalam memperkuat pesan, memperjelas informasi, dan meningkatkan daya tarik visual sesuai dengan konteks penggunaannya.

### 2.2.1.5 Tekstur



Gambar 2.17 Tekstur

Sumber: <https://jasalogo.id/artikel/perbedaan-tekstur-dan-pattern...>

Tekstur merupakan representasi kualitas dari permukaan suatu benda. Dalam pengimplementasian desain, tekstur berfungsi untuk menambahkan dimensi (Resnick, 2003, h. 23). Tekstur dapat dibagi menjadi 2 jenis yakni tekstur visual dan tekstur nyata. Tekstur visual berarti ilusi dari tekstur asli, dimana dimensinya hanya tampak pada permukaan dan tidak memiliki tekstur fisik. Tekstur nyata atau bisa disebut tekstur taktil merupakan tekstur asli yang permukaannya bisa dirasakan secara fisik. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan tekstur dalam desain berperan penting untuk menambah dimensi dan memperkaya tampilan visual. Tekstur visual yang hanya memberikan ilusi permukaan tanpa bisa dirasakan secara fisik, dan tekstur nyata atau taktil yang dapat diraba karena

memiliki permukaan yang sebenarnya. Keduanya digunakan untuk memperkuat kesan visual serta menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi audiens dalam menikmati sebuah karya.

#### **2.2.1.6 Typography**

*Typography* merupakan termasuk seni yang berbentuk susunan huruf dapat yang membentuk sebuah bacaan dan memiliki nilai desain. Tipografi berfungsi untuk mengkomunikasikan lisan ke dalam bentuk visual lewat sebuah tulisan (Hasian 2021, h.721). Menurut Landa (2018), *Type Classification* Font dapat diklasifikasikan kedalam delapan jenis yaitu:

##### **1. Old Style**

Jenis ini merupakan jenis serif awal yang terkenal di abad ke-15an. Font terkenal termasuk *Times New Roman*, *Garamond*, dan *Bembo*.

##### **2. Traditional**

Masa peralihan *Old Style* ke era modern melahirkan jenis baru yaitu *traditional font style*.

##### **3. Modern**

Jenis ini terkenal pada akhir abad ke-18 dan ke-19. Bentuknya memiliki kontras di setiap tebal tipisnya. Beberapa contoh terkenal dari jenis huruf ini adalah *Didot* dan *Bodoni*.

##### **4. Slab Serif**

Jenis ini mulai berkembang pada awal abad ke-19. dan berbentuk tebal dan padat. Huruf-huruf ini memberikan kesan seperti membentuk persegi. Beberapa contoh terkenal dari jenis huruf ini antara lain *Memphis*, *Bookman*, *Serifa* dan *Clarendon*.

##### **5. Sans-Serif**

Jenis ini juga mulai terkenal pada awal abad ke-19 yang memiliki ketebalan garis yang sama/tidak meruncing sehingga font ini memberikan kesan yang lebih modern. Contoh

dari sans-serif adalah *Montserrat*, *Futura*, dan *Gotham*. Dalam perancangan media informasi ini, Penulis menggunakan jenis sans-serif dalam pemilihan font *headline* maupun *body text*. Hal ini karena font sans-serif memiliki tingkat keterbacaannya yang tinggi serta memiliki sifat yang modern.

#### **6. Blackletter**

Jenis ini banyak digunakan pada abad pertengahan yang berbentuk tebal seperti berbentuk ornamental sehingga sulit untuk dibaca. Contoh dari *Blackletter* ini adalah *Fraktur* dan *Rotunda*.

#### **7. Script**

Jenis ini berbentuk tegak bersambung seperti bentuk tulisan tangan pada masa itu. Contoh *Script* adalah *Berthold Script*, *Pushkin*, dan *Brush Script*.

#### **8. Display**

Jenis ini diciptakan untuk menulis dengan ukuran yang besar seperti untuk *headline* karena bentuknya yang memiliki desain rumit (dekoratif). Contoh jenis *Display* seperti *Neo Deco* dan *Stencil*.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa *typography* merupakan seni menyusun huruf yang berfungsi mengubah komunikasi lisan menjadi bentuk visual melalui teks. Masing-masing jenis font memiliki karakteristik tersendiri yang mencerminkan perkembangan sejarah dan fungsi desain, seperti jenis Sans-Serif yang modern dan mudah dibaca, atau *Display* yang dekoratif dan cocok untuk *headline*.

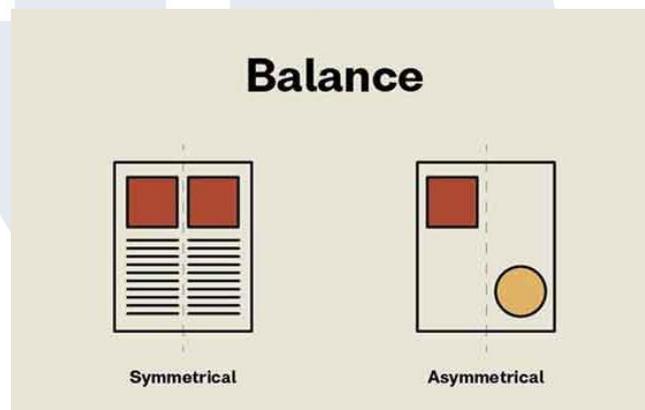
### **2.2.2 Prinsip Desain**

Memahami prinsip dalam membuat sebuah desain sama seperti memahami sebuah aturan atau hukum, agar seorang desainer dapat melaksanakan pekerjaannya secara efektif dan dapat menyusun elemen-elemen desain menjadi karya yang utuh (Landa, 2018, h. 25). Dengan memahami prinsip-prinsip desain menciptakan karya menjadikan karya tersebut efektif dan

terstruktur. Prinsip-prinsip ini berfungsi sebagai pedoman dalam merancang, sehingga setiap elemen visual dapat disusun secara harmonis dan saling mendukung. Maka dari itu, pemahaman akan prinsip desain menjadi kunci utama dalam proses perancangan yang profesional dan bermakna.

### 2.2.2.1 Balance

Keseimbangan adalah stabilitas yang diciptakan oleh pendistribusian bobot visual yang merata di setiap sisi desain. Keseimbangan ini dibagi menjadi dua jenis yakni *Symmetrical balance* dan *Asymmetrical balance* (Resnick, 2003, h.24).



Gambar 2.18 Jenis Keseimbangan

Sumber: <https://prerit.org/%EF%BF%BCprinciples-of-design-balance...>

*Symmetrical balance* adalah teknik keseimbangan yang menggunakan dua bobot yang setara sehingga menciptakan visual dan desain yang stabil, sedangkan *asymmetrical balance* adalah bobot visual yang disusun secara dinamis sehingga memberikan visual yang saling melengkapi bobot satu sama lain. Maka dari itu, keseimbangan dalam sebuah desain sangat diperlukan karena berfungsi untuk menciptakan stabilitas, baik secara simetris maupun asimetris. Keseimbangan simetris menghasilkan tampilan yang teratur dan stabil, sementara keseimbangan asimetris memberikan kesan dinamis namun tetap harmonis.

### 2.2.2.2 Hierarchy



Gambar 2.19 Penerapan Hirarki Visual

Sumber: <https://glints.com/id/lowongan/prinsip-hierarki-visual/>

Hirarki adalah suatu penyusunan desain dan elemen grafis bersama pengaturan ruangnya yang dapat membuat suatu alur dan rangkaian sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada para audiens (Landa, 2018, h. 25). Hirarki visual dalam desain berperan penting untuk mengarahkan perhatian audiens secara terstruktur terhadap elemen-elemen yang ingin ditonjolkan. Dalam konteks perancangan media sosial ini, penerapan hirarki visual membantu menyampaikan pesan utama secara agar informasi yang disampaikan tidak hanya terlihat menarik, tetapi juga mudah dipahami dan diingat oleh audiens.

### 2.2.2.3 Unity



Gambar 2.20 Penerapan Prinsip *Unity*

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature/article/the-building...>

*Unity* dalam desain grafis adalah sebuah prinsip desain dimana yang adanya hubungan antar bentuk-bentuk visual hingga menjadi sebuah

urutan, bentuk, atau kelompok yang membuat satu kesatuan dan memiliki harmoni. *Unity* dengan prinsip *Laws of Perceptual Organization* (Landa, 2018, h. 29) yang juga mengacu pada Teori Gestalt yang terbagi kedalam 6 prinsip yaitu:

1. *Similarity* (Persepsi dimana warna, bentuk, dan tekstur yang serupa dapat digabung-gabungkan sehingga menciptakan kesatuan)
2. *Proximity* (Persepsi terhadap elemen yang berdekatan berarti berhubungan)
3. *Continuity* (Elemen yang memiliki persepsi bersambungan membuat membentuk alur)
4. *Closure* (Partikel-partikel elemen yang bisa menciptakan suatu kesatuan ketika dikumpulkan)
5. *Common fate* (Elemen yang diletakkan atau bergerak ke arah yang sama dilihat sebagai suatu kesatuan)
6. *Continuing line* (Elemen yang membentuk seperti garis yang berkesinambungan)

Dapat disimpulkan bahwa prinsip *unity* dalam desain grafis bertujuan untuk menciptakan kesatuan visual yang harmonis melalui keterkaitan antar elemen. Dengan mengacu pada *Laws of Perceptual Organization* dari Teori Gestalt dimana terdapat enam prinsip utama *unity*, yaitu *similarity*, *proximity*, *continuity*, *closure*, *common fate*, dan *continuing line*. Masing-masing prinsip membantu berfungsi untuk menyusun elemen secara teratur, sehingga audiens dapat memahami pesan secara utuh dan efisien dalam satu karya.

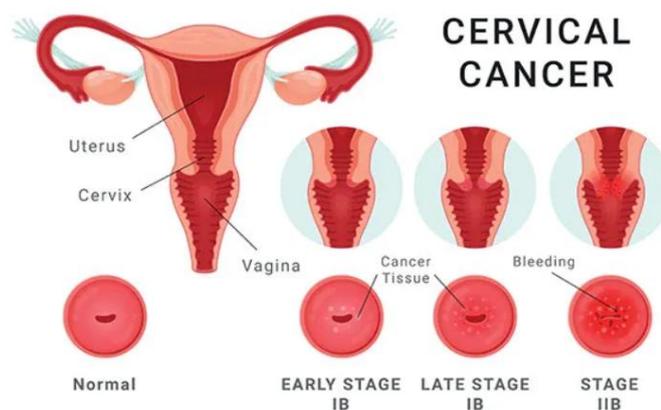
### **2.2.3 Copywriting**

*Copywriting* adalah seni dan keterampilan dalam menulis teks yang bertujuan untuk mempromosikan produk, layanan, atau informasi dengan cara yang menarik dan persuasif. Tugas utama seorang *copywriter* adalah menciptakan konten yang mampu menarik perhatian audiens, mempertahankan minat mereka, dan mendorong tindakan dari tujuan konten yang dibuat.

*Copywriting* lebih dari sekadar merangkai kata, di dalamnya juga melibatkan pemahaman psikologi audiens dan cara menyampaikan nilai produk, layanan maupun informasi dengan efektif. *Copywriting* sering digunakan di berbagai media, seperti iklan, brosur, konten media sosial, situs web, dan email marketing. *Copywriting* harus mencerminkan identitas dan membangun hubungan emosional dengan audiens. Keahlian seorang *copywriter* terletak pada kemampuannya untuk menyampaikan pesan yang singkat, jelas, dan meyakinkan, serta menyesuaikan gaya bahasa dengan target pasar yang ingin dijangkau (Sabri, 2021, h.11).

Berdasarkan informasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *copywriting* merupakan keterampilan dalam menulis yang bertujuan untuk mempromosikan produk, layanan, atau informasi secara persuasif dan menarik. Dalam menyusun *copywriting*, seorang *copywriter* harus mampu memahami kebutuhan audiens sehingga dapat menciptakan pesan yang efektif dan sesuai dengan target audiens. *Copywriting* juga berperan dalam membangun identitas dan hubungan emosional.

### 2.3 Kanker Serviks



Gambar 2.21 Kanker Serviks

Sumber: <https://royalprogress.com/id/blog/spesialisasi-medis/pusat-kesehatan...>

Kanker serviks adalah jenis kanker yang berkembang di sel-sel leher rahim, yaitu bagian bawah rahim yang terhubung ke vagina. Penyakit ini biasanya dimulai ketika sel-sel di serviks mengalami perubahan abnormal atau pertumbuhan yang tidak terkendali akibat infeksi virus Human Papillomavirus (HPV), yang

merupakan penyebab utama kanker serviks. Kanker Serviks memerlukan pencegahan sedini mungkin karena perempuan berusia 18 hingga 26 tahun telah memiliki resiko untuk mengalami kanker serviks. Hal ini yang membuat perempuan usia produktif harus mulai memperhatikan kesehatan reproduksinya (Sari A Della, 2015, h.16). Meskipun infeksi HPV umumnya bisa sembuh dengan sendirinya, dalam beberapa kasus, infeksi yang berkepanjangan dapat menyebabkan perkembangan sel-sel abnormal yang akhirnya berubah menjadi kanker. Kanker serviks berkembang secara bertahap, dimulai dari tahap pra-kanker hingga kanker invasif, yang dapat menyebar ke bagian tubuh lain jika tidak terdeteksi dan diobati pada tahap awal. Deteksi dini melalui skrining, seperti tes Pap Smear dan tes HPV, sangat penting untuk mencegah dan mengobati kanker serviks sebelum mencapai tahap yang lebih serius (Nita & Indrayani, 2020, h. 306).

Dari penjabaran informasi tersebut, maka disimpulkan bahwa kanker serviks adalah penyakit serius yang disebabkan oleh infeksi virus HPV dan berkembang secara bertahap dari sel abnormal menjadi kanker invasif jika tidak segera ditangani. Perempuan usia 18 hingga 26 tahun telah berada dalam kelompok berisiko, sehingga penting bagi mereka untuk mulai memperhatikan kesehatan reproduksi sejak dini. Meskipun infeksi HPV dapat sembuh sendiri, infeksi yang berlangsung lama bisa menyebabkan kanker. Oleh karena itu, pencegahan melalui vaksinasi HPV sangat penting untuk menghindari infeksi virus HPV yang dapat memicu perkembangan sel kanker serviks ke tahap yang lebih serius.

### **2.3.1 Faktor Pemicu Kanker Serviks**

Resiko terjadinya kanker serviks juga dapat dipicu dari beberapa faktor pola hidup yang tidak sehat. Aktivitas berhubungan seksual dibawah 20 tahun atau aktivitas seksual usia dini dapat membuat wanita berisiko terkena kanker serviks 2,41 kali lipat lebih besar dibandingkan dengan wanita yang telah berumur diatas 20 tahun. Hal ini dikarenakan terjadinya lesi prakanker serviks dimana wanita yang melakukan hubungan seksual usia dini memiliki risiko 2,583 lesi prakanker serviks dibandingkan wanita yang melakukan hubungan seksual pada usia serviks yang sudah matang (Khabibah, 2022, h.272).

Faktor selanjutnya yakni konsumsi tembakau rokok. Aktivitas merokok dapat menyebabkan kanker serviks karena dapat memicu perkembangan sel abnormal pada serviks wanita yang terkena kanker serviks dimana zat kimia pada rokok seperti nikotin dan metabolitnya dapat merusak sel-sel pada lapisan serviks (Paul, J, 2020, h.4). Faktor selanjutnya yakni berhubungan seksual dengan banyak pasangan. Hal ini dikarenakan perilaku bergonta ganti pasangan dalam hubungan seksual dapat menyebabkan peningkatan penularan infeksi Human Papilloma Virus (HPV) (Khabibah, 2022, h.273). Kebersihan genitalia yang tidak terjaga juga dapat meningkatkan resiko infeksi dimana bakteri patogen dalam vagina dapat berkembang sehingga dapat membuat penyakit/infeksi menjadi lebih berat yang dapat memicu terkena kanker serviks, baik dari kebersihan wanita maupun pasangannya (Amin, 2014, h.30). Selain faktor-faktor tersebut, faktor genetik riwayat kanker juga berpengaruh. Hal ini dikarenakan gen merupakan informasi genetika yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Artinya, perempuan yang memiliki riwayat keluarga dengan kanker lebih berisiko terkena kanker termasuk kanker serviks dibanding dengan perempuan yang tidak memiliki riwayat keluarga dengan kanker (Rio, 2017, h.160).

Dari berbagai faktor risiko yang telah dijabarkan tersebut menunjukkan bahwa kanker serviks bukan hanya disebabkan oleh infeksi HPV semata, melainkan juga ikut dipengaruhi oleh pola hidup dan kesadaran individu yang buruk terhadap kesehatan serviks. Oleh karena itu, edukasi kepada masyarakat menjadi hal yang sangat penting untuk meningkatkan pemahaman tentang pencegahan melalui vaksin HPV dan pentingnya menjaga pola hidup sehat. Dengan edukasi vaksin HPV dan pola hidup sehat, masyarakat diharapkan lebih sadar akan risiko-risiko tersebut dan mau mengambil langkah pencegahan sedini mungkin dengan melakukan vaksin HPV dan mendorong terciptanya lingkungan sehat yang peduli akan kesehatan reproduksi wanita.

### 2.3.2 Pencegahan Kanker Serviks



Gambar 2.22 Vaksin HPV

Sumber: <https://fkm.unair.ac.id/program-vaksin-hpv-gratis-dari-kementerian...>

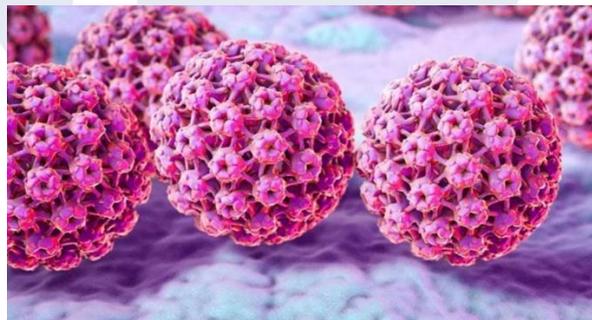
Kanker serviks adalah salah satu jenis kanker yang paling dapat dicegah, dan langkah-langkah pencegahan yang tepat dapat sangat mengurangi risiko terjadinya penyakit ini. Pencegahan paling efektif adalah melalui vaksinasi HPV. Selain vaksinasi, skrining rutin seperti tes Pap Smear dan tes HPV sangat penting untuk mendeteksi perubahan sel pra-kanker di serviks sebelum mereka berkembang menjadi kanker. Dengan mendeteksi dan mengobati lesi pra-kanker sejak dini, risiko kanker serviks dapat dikurangi secara signifikan (Latifah et al, 2020, h. 91).

Selain itu, menjaga gaya hidup sehat juga merupakan bagian penting dari pencegahan kanker serviks dengan menghindari faktor risiko seperti merokok, yang telah terbukti meningkatkan risiko kanker serviks, serta menjaga sistem kekebalan tubuh tetap kuat melalui pola makan sehat, aktivitas fisik, serta menghindari perilaku berisiko seperti melakukan hubungan seksual dini dan berganti-ganti pasangan. Hubungan seksual di usia muda meningkatkan risiko infeksi Human Papillomavirus (HPV), penyebab utama kanker serviks, karena leher rahim belum berkembang sepenuhnya dan lebih rentan terhadap infeksi. Selain itu, berganti-ganti pasangan juga meningkatkan kemungkinan terpapar HPV dan penyakit menular seksual lainnya, yang memperbesar risiko kanker serviks (Bramanuditya, 2018, h.15-17). Dengan rajin mengonsumsi makanan sehat seperti sayur mayur serta buah-buahan dapat membantu mencegah berkembangnya sel kanker karena mengandung kaya antioksidan,

diantaranya seperti brokoli, bawang putih, beri-berian, tomat, sayuran hijau, dan sebagainya (Alodokter, 2024).

Kesimpulan dari informasi tersebut adalah bahwa kanker serviks merupakan jenis kanker yang sangat bisa dicegah melalui pencegahan yang tepat seperti vaksinasi HPV dan skrining rutin (Pap Smear dan tes HPV) untuk mendeteksi lesi pra-kanker sejak dini. Selain itu, menjaga gaya hidup sehat dengan menghindari rokok, hubungan seksual dini dan berganti-ganti pasangan, serta memperkuat sistem imun melalui pola makan bergizi dan aktivitas fisik juga sangat penting. Konsumsi makanan kaya antioksidan seperti sayuran hijau, bawang putih, dan buah beri dapat membantu mencegah perkembangan sel kanker. Dengan melakukan pencegahan dini, risiko kanker serviks dapat ditekan secara signifikan.

#### 2.4 Vaksin HPV



Gambar 2.23 Virus HPV

Sumber: <https://unair.ac.id/infeksi-human-papillomavirus-hpv-pada...>

Vaksin HPV (Human Papillomavirus) adalah vaksin yang dirancang untuk melindungi tubuh dari infeksi virus HPV yang merupakan penyebab utama kanker serviks, serta beberapa jenis kanker lainnya seperti kanker tenggorokan, anus, dan kelamin. Vaksin ini bekerja dengan merangsang sistem kekebalan tubuh untuk menghasilkan antibodi yang mampu melawan virus HPV sebelum dapat menyebabkan infeksi. Vaksin HPV biasanya diberikan pada remaja, baik laki-laki maupun perempuan (utama), sebelum mereka menjadi aktif secara seksual. Hal ini dikarenakan vaksin HPV paling efektif ketika individu belum terpapar virus. Vaksinasi HPV juga dianggap penting sebagai langkah pencegahan jangka panjang dalam menurunkan angka kejadian kanker yang berhubungan dengan infeksi HPV,

sehingga membantu mengurangi beban penyakit terkait virus tersebut (Wantini & Indriyani, 2020, h.6). Vaksinasi HPV sebagai pencegahan kanker serviks dengan efektivitas sebesar 90% dan pemerintah telah mewajibkan murid-murid sekolah untuk melakukan program vaksinasi ini.



Gambar 2.24 Jenis Vaksin HPV  
Sumber: <https://imuni.id/sebelum-menikah-vaksin-hpv...>

Vaksin HPV memiliki 3 jenis. Penelitian terhadap efektifitas vaksinasi yang dilakukan kepada wanita muda berusia 15-26 tahun masih menunjukkan imunogenisitas yang sangat baik dari ketiga jenis vaksin yang ada, walaupun vaksinasi ini hanya efektif diberikan kepada orang yang belum terinfeksi virus HPV. Efek-efek pasca melakukan vaksin HPV yang wajar yaitu nyeri atau bengkak di area suntikan, kelelahan, pusing kepala atau efek samping lainnya yang bersifat ringan (Suryoadji, 2022, h114-118).

Dari penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa vaksin HPV merupakan langkah pencegahan yang sangat efektif dalam melindungi tubuh dari infeksi virus HPV yang menjadi penyebab utama kanker serviks dan beberapa jenis kanker lainnya. Vaksin ini paling efektif diberikan sebelum seseorang aktif secara seksual dibawah 26 tahun. Vaksin ini tersedia 3 jenis dan terbukti memiliki tingkat efektivitas hingga 90% dalam mencegah kanker serviks. Efek samping yang ditimbulkan umumnya ringan, seperti nyeri di area suntikan atau kelelahan. Program vaksinasi HPV juga telah diwajibkan oleh pemerintah sebagai upaya menurunkan angka kejadian kanker terkait HPV secara signifikan.

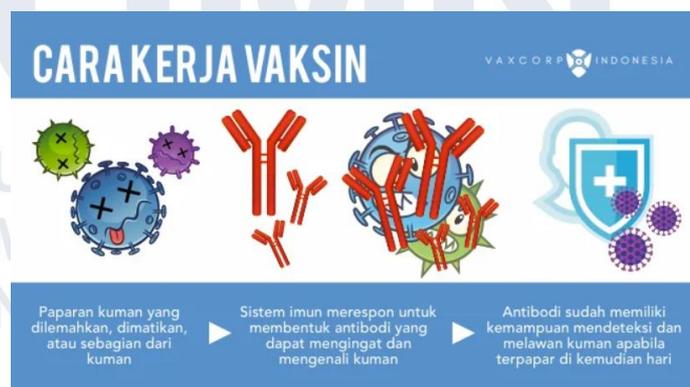
## 2.4.1 Penerimaan Vaksin HPV



Gambar 2.25 Dosis Vaksin HPV

Sumber: <https://imuni.id/sebelum-menikah-vaksin-hpv...>

Pada penerimaan vaksin HPV dibagi menjadi 2 kategori yakni pasien dengan penerimaan 2 dosis atau 3 dosis. Penerimaan ini dikategorikan berdasarkan usia seseorang. Seseorang yang berusia 9–14 tahun cukup diberikan 2 dosis Vaksin HPV. Masing-masing suntikan vaksin HPV sebanyak 0,5 mL. Setelah melakukan vaksinasi dosis pertama, seseorang diberikan 6–12 bulan setelah dosis pertama. Pada pemberian 2 dosis vaksin HPV, interval minimum pemberian vaksin dosis pertama dan kedua adalah 5 bulan. Apabila dosis kedua diberikan sebelum 5 bulan setelah dosis pertama, dosis ketiga harus diberikan 6-12 bulan setelah dosis pertama dan minimal 12 minggu setelah dosis kedua (Suryoadji, 2022, h.117).



Gambar 2.26 Cara Kerja Vaksin HPV

Sumber: <https://clinic.vaxcorpindo.com/cara-kerja-vaksin-optimasi...>

Vaksin HPV bekerja dengan cara merangsang tubuh untuk memproduksi antibodi yang bila tubuh terserang virus HPV, maka tubuh telah

memiliki imunitas untuk mengikat virus dan mencegahnya menginfeksi sel. Hal ini dikarenakan bahan dari vaksin HPV berasal dari partikel mirip virus (VLP) yang dibentuk oleh komponen permukaan HPV. VLP tidak memiliki DNA virus asli sehingga tidak berbahaya. Walaupun demikian VLP tetap memiliki aktivitas seperti virus alami sehingga VLP sangat imunogenik dimana VLP dapat memacu produksi antibodi tingkat tinggi oleh tubuh (National Cancer Institute, 2021). Prosedur untuk mendapatkan vaksin HPV juga tergolong mudah dimana seseorang yang ingin melakukan vaksinasi HPV hanya perlu berkonsultasi dengan dokter terkait *medical checkup* sebelum penerimaan vaksinasi, membuat jadwal vaksinasi, hingga langsung melakukan vaksinasi HPV (Kemenkes, 2024).

Kesimpulan informasi di atas secara singkat adalah penerimaan vaksin HPV dibedakan berdasarkan usia, yakni 2 dosis untuk usia 9–14 tahun dengan interval minimal 5 bulan, dan 3 dosis jika interval tidak terpenuhi. Vaksin ini bekerja dengan merangsang produksi antibodi melalui partikel mirip virus (VLP) yang aman namun sangat imunogenik, sehingga tubuh mampu melawan infeksi HPV sebelum virus menyerang sel. Prosedur vaksinasi pun tergolong mudah, dimulai dari konsultasi medis, penjadwalan, hingga penyuntikan vaksin sesuai arahan dokter.

#### **2.4.2. Manfaat Vaksin HPV**

Manfaat vaksin HPV juga tidak hanya terbatas pada perlindungan individu, tetapi meluas ke dampak kesehatan masyarakat secara keseluruhan. Ketika cakupan vaksinasi HPV diperluas, hal ini secara signifikan dapat menurunkan tingkat infeksi virus di populasi umum, yang kemudian menurunkan risiko penyebaran virus di masyarakat. Penurunan tingkat infeksi ini diharapkan dapat mengurangi insiden kanker serviks secara global, sebuah penyakit yang memakan banyak korban jiwa, terutama di negara-negara dengan akses terbatas terhadap deteksi dini dan perawatan kanker. Di banyak negara, program vaksinasi HPV telah menunjukkan hasil yang positif, dengan penurunan tajam dalam jumlah kasus lesi prakanker yang disebabkan oleh HPV,

yang merupakan tahap awal sebelum berkembang menjadi kanker serviks (Kautsar et al, 2023, h.5).



Gambar 2.27 Kutil Kelamin

Sumber: <https://www.stwasir.com/ciri-ciri-kutil-kelamin-yang-jarang-diketahui/>

Selain itu, manfaat penting lainnya dari vaksin HPV adalah dampaknya pada pencegahan kutil kelamin, yang juga disebabkan oleh beberapa strain HPV. Meskipun kutil kelamin bukanlah kondisi yang mengancam nyawa, mereka dapat menyebabkan ketidaknyamanan fisik dan emosional. Vaksin HPV memberikan perlindungan terhadap strain HPV yang menyebabkan kutil kelamin, sehingga secara keseluruhan meningkatkan kualitas hidup bagi mereka yang berisiko terinfeksi virus ini. Ini menunjukkan bagaimana vaksin HPV tidak hanya melindungi dari penyakit serius seperti kanker, tetapi juga dari kondisi kesehatan yang lebih umum namun tetap mengganggu (Dewi et al, 2021, h. 8).

Oleh karena itu, Vaksin HPV perlu segera dilakukan karena memberikan manfaat luas bagi individu dan kesehatan masyarakat. Bila masyarakat banyak yang melakukan vaksinasi HPV, tingkat infeksi HPV akan menurun secara signifikan, yang berdampak pada penurunan kasus kanker serviks dan lesi prakanker secara global. Selain itu, vaksin ini juga efektif mencegah kutil kelamin, yang meskipun tidak mematikan, dapat mengganggu kenyamanan fisik dan emosional. Jadi, dapat disimpulkan bahwa vaksin HPV berperan penting dalam meningkatkan kualitas hidup dan menurunkan penyakit akibat infeksi HPV di masyarakat.

### 2.4.3 UU Wajib Vaksin HPV



Gambar 2.28 Penyelenggaraan Program BIAS

Sumber: <https://www.tangerangkota.go.id/berita/detail/47235/cegah-difteri...>

Usaha untuk mencegah kanker serviks di Indonesia ikut dorong oleh kewajiban vaksinasi HPV diatur dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan. Undang-undang ini menekankan pentingnya imunisasi sebagai bagian dari upaya pencegahan penyakit dan promosi kesehatan. Melalui peraturan tersebut, pemerintah berkomitmen untuk menyediakan vaksin HPV secara gratis bagi kelompok sasaran, terutama untuk remaja putri, guna mencegah kanker serviks yang disebabkan oleh human papillomavirus (HPV) lewat program Bulan Imunisasi Anak Indonesia (BIAS). Implementasi program vaksinasi ini juga diatur dalam berbagai peraturan pelaksana, seperti Peraturan Menteri Kesehatan yang mengatur teknis pelaksanaan dan target vaksinasi. Dengan adanya kebijakan ini, diharapkan tingkat prevalensi kanker serviks dapat menurun secara signifikan, serta meningkatkan kesadaran dan aksesibilitas vaksinasi bagi masyarakat.

Dengan adanya kewajiban vaksinasi HPV melalui Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan dan program vaksin HPV gratis kepada remaja putri, melalui program BIAS ini, diharapkan dapat menurunkan prevalensi kanker serviks serta meningkatkan kesadaran dan akses masyarakat terhadap vaksinasi HPV.

## 2.5 Penelitian yang Relevan

Berikut merupakan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik pencegahan kanker serviks dengan vaksinasi HPV:

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Pengenalan Vaksinasi HPV Oleh Koalisi Indonesia Cegah Kanker Serviks Dengan Pendekatan Teori Difusi Inovasi	Sutjipto & Pinariya (2019)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa KICKS telah memiliki empat elemen utama yaitu inovasi saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial. Humas KICKS mengoptimalkan penggunaan <i>opinion leader</i> serta memanfaatkan media massa, media baru, dan komunikasi interpersonal sebagai saluran komunikasi. Pesan disusun dengan memperhatikan karakteristik inovasi, sementara pengenalan vaksinasi HPV oleh KICKS saat ini masih berada pada tahap persuasi dalam proses pengambilan keputusan inovasi.	Penelitian ini memberikan kebaruan dengan mengembangkan desain media sosial yang fokus pada edukasi dan peningkatan kesadaran tentang pentingnya vaksin HPV dalam mencegah kanker serviks. Inovasi terletak pada penggunaan strategi komunikasi digital dan visualisasi untuk menyampaikan pesan kesehatan secara efektif kepada audiens yang lebih luas dan beragam.

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
2.	Hubungan Dukungan Sosial Dengan Niat Imunisasi Human Papillomavirus Sebagai Pencegahan Kanker Serviks	Kholifatullah & Notobroto (2023)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan keluarga, teman dan dukungan tenaga kesehatan semuanya memiliki hubungan yang erat dengan niat imunisasi di kalangan mahasiswi Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga	Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan melakukan penyuluhan tentang pentingnya vaksin HPV untuk pencegahan kanker serviks. Pendekatan inovatif ini mengintegrasikan teknik komunikasi melalui dukungan keluarga, teman dan kesehatan
3.	Evaluasi Manajemen Program Imunisasi Hpv Dalam Pencegahan Kanker Serviks Di Kota Bandar Lampung	Rafa Habiba Sono (2024)	Program imunisasi HPV di Puskesmas Kota Bandar Lampung, yang difokuskan pada anak perempuan kelas 5 SD dalam kegiatan BIAS, dilaksanakan dengan dukungan APBN dan BOK, serta melibatkan tim medis dan penggunaan teknologi informasi. Tahapannya meliputi perencanaan, kerja sama dengan sekolah, pelatihan, dan sosialisasi berkelanjutan. Dengan partisipasi di atas 80%,	Penelitian ini menawarkan kebaruan edukasi tentang peran penting vaksin HPV dalam pencegahan kanker serviks. Penelitian ini melibatkan berbagai aspek seperti strategi digital dan pemerintah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat secara luas mengenai imunisasi HPV.

			<p>keberhasilan program ini didukung oleh kesadaran masyarakat yang positif. Meskipun menghadapi tantangan seperti penolakan orang tua dan kurangnya pemahaman, strategi persuasif dan monitoring KIPI terus diterapkan untuk meningkatkan penerimaan program di masa depan.</p>	
--	--	--	--	--

Dari ketiga penelitian tersebut, maka disimpulkan solusi untuk memberikan kontribusi baru dalam upaya edukasi dan peningkatan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya vaksin HPV dalam pencegahan kanker serviks. Kebaruan yang pertama adalah dengan mengembangkan desain media sosial yang efektif dimana penelitian ini memanfaatkan strategi komunikasi digital dan visualisasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Selain itu, pendekatan inovatif yang diterapkan juga perlu melibatkan dukungan dari keluarga, teman, serta tenaga kesehatan dalam penyuluhan terkait vaksinasi HPV. Melalui integrasi strategi digital yang juga dibantu peran pemerintah untuk ikut mengedukasi masyarakat terkait vaksin HPV, penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan pemahaman serta kesadaran masyarakat akan pentingnya imunisasi HPV sebagai langkah preventif terhadap kanker serviks.