

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat Indonesia masih banyak yang tidak menggunakan tabir surya/*sunscreen* dalam kegiatan mereka sehari-hari. Menurut data dari Brand Manager Anessa Indonesia, penggunaan *sunscreen* di Indonesia tercatat hanya sebesar 2% (Handayani, 2020). Indonesia mendapatkan paparan sinar Matahari yang tergolong tinggi dan memiliki iklim tropis karena secara geografis Indonesia berada di garis khatulistiwa. Menurut data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan pada 6 September 2023 Mojokerto termasuk titik panas tinggi di Jawa Timur (CNN Indonesia, 2023). Sistem pemantauan titik panas di Indonesia yang dimiliki oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan pada 29 September 2024, menyatakan bahwa Jawa Timur merupakan provinsi dengan titik panas tertinggi di pulau Jawa serta tergolong dalam lima provinsi dengan jumlah titik panas tertinggi di Indonesia (Fadhlurrahman, 2024). *Sunscreen* adalah sebuah produk yang dapat melindungi kulit manusia dari sinar UV atau radiasi sinar Matahari. *Sunscreen* berguna untuk menyerap, menghamburkan, dan memantulkan radiasi sinar UV di area tubuh yang masih terpapar (Minerva, 2019). Kulit perlu tetap terjaga meskipun tubuh memiliki sistem pertahanan alami. Umumnya, terdapat dua cara untuk melindungi kulit dari bahaya sinar UV, yaitu secara fisik dengan menggunakan payung, topi lebar, pakaian berlengan panjang, celana panjang, dan sejenisnya. Selain itu, perlindungan juga bisa dilakukan secara kimiawi dengan mengaplikasikan produk yang memiliki manfaat SPF (*Sun Protection Factor*).

Selama memasuki masa remaja, anak-anak akan mengalami banyak perubahan salah satunya secara kognitif (Fadli, 2023). Mereka cenderung bertindak egois, merasa pemikirannya benar, dan mulai sadar dengan penampilan. Sehingga timbul perasaan cemas akan penilaian dari teman-teman sebayanya. Pria cenderung menghindari perawatan kulit yang dianggap feminin dan kurang nyaman. Sifat

maskulinitas dari pria sering dihubungkan dengan situasi yang cenderung membahayakan kesehatan dan memicu adrenalin sedangkan femininitas sering dihubungkan dengan situasi yang meningkatkan kesehatan (Parasol, 2024). Padahal merawat kulit tidak memandang *gender*. Serta dr. M. Yadi Permana selaku Sekjen Perhimpunan Ahli Bedah Onkologi Indonesia mengatakan pria lebih rentan terkena kanker kulit karena lebih banyak terpapar sinar matahari dan juga jarang memakai tabir surya (Tim detikHealth, 2023), didukung dengan data jumlah kasus kanker kulit seluruh dunia pada tahun 2022 untuk pria mencapai angka kasus 179.953 jiwa dan perempuan mencapai angka kasus 151.769 jiwa (World Cancer Research Fund International, t.t.). Dengan demikian kurangnya edukasi dan kampanye mengenai pentingnya penggunaan sunscreen secara rutin di kalangan pria remaja menjadi perhatian serius yang menyebabkan tingkat pengetahuan tentang risiko paparan sinar ultraviolet menurun (Wadoe dkk., 2019)

Sinar UV tidak dapat dilihat oleh mata manusia, tetapi dapat dirasakan oleh kulit. Paparan radiasi UV sinar Matahari terhadap kulit secara terus-menerus bisa mengakibatkan efek akut dan kronik. Efek akut (cepat) yang umumnya terjadi adalah *sunburn* dan *tanning*. Sedangkan efek kronik (lama) yang umumnya terjadi adalah *photo aging* yang berciri-cirikan kulit kering, kasar, dan perubahan pigmentasi serta memicu terbentuknya kanker kulit (Flores, 2018). Dan upaya untuk meminimalisir terpicu kanker kulit adalah dengan menggunakan *sunscreen* secara teratur.

Dengan banyaknya pria remaja yang belum tergerak untuk menggunakan *sunscreen*, merancang media kampanye interaktif mengenai pentingnya penggunaan *sunscreen* pada pria berusia remaja adalah salah satu cara untuk menyampaikan pesan kampanye. Dari perilaku tersebut, dapat menimbulkan berbagai macam penyakit kulit. Sehingga perancangan ini diharapkan dapat merubah perilaku remaja untuk mengerti pentingnya penggunaan *sunscreen* dari usia remaja.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Pria remaja tidak mempedulikan kesehatan kulit untuk jangka panjang.
2. Kurangnya edukasi dan kampanye yang efektif dan menarik untuk menyadarkan pria remaja tentang pentingnya penggunaan *sunscreen* secara rutin. Pesan-pesan kesehatan kulit sering kali dirancang untuk target audiens perempuan, sehingga pria remaja merasa topik ini tidak relevan bagi mereka.

Penulis menyimpulkan dari kedua masalah tersebut dengan sebuah pertanyaan “Bagaimana perancangan media kampanye mengenai pentingnya penggunaan *sunscreen* untuk pria berusia remaja?”

1.3 Batasan Masalah

Pada perancangan kampanye ini, penulis membatasi lingkup permasalahan dengan:

1. Objek Perancangan: Media kampanye yang akan dilakukan melingkupi perancangan dalam bentuk media digital.
2. Target dalam perancangan ini adalah orang yang berjenis kelamin pria, berusia 12-19 tahun sebagai target primer dan orang tua murid sebagai target sekunder. Target memiliki pendidikan minimal lulusan SD. Serta berdomisili di Mojokerto karena menurut data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan pada 6 September 2023, Mojokerto termasuk titik panas tinggi di Jawa Timur. Dengan psikografis senang beraktifitas di luar ruangan.
3. Konten Perancangan: Manfaat *sunscreen*, dampak tidak menggunakan *sunscreen*.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari perancangan ini adalah membuat kampanye untuk memberikan kesadaran terhadap pentingnya penggunaan *sunscreen* pada pria remaja agar dapat mencegah kanker kulit.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan kampanye untuk menyadarkan pria akan pentingnya penggunaan *sunscreen* guna mencegah penyakit mematikan. Manfaat tersebut adalah:

1. Manfaat Teoritis:

Perancangan ini diharapkan menjadi menambah literatur desain komunikasi visual dan perilaku hidup sehat, khususnya membahas materi penggunaan *sunscreen*.

2. Manfaat Praktis:

Perancangan ini diharapkan memberikan ilmu lebih mendalam tentang *sunscreen* dan menyadarkan target audiens untuk menjaga kesehatan kulit dengan baik. Perancangan kampanye ini merupakan implementasi dari pembelajaran yang dipelajari penulis selama masa perkuliahan. Perancangan ini juga dijadikan sebagai media oleh penulis untuk syarat lulus di Universitas Multimedia Nusantara. Terakhir, manfaat perancangan kampanye ini untuk universitas adalah dapat dijadikan referensi dan tolak ukur mahasiswa-mahasiswi di masa yang akan datang.

