

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kampanye

Rogers dan Storey menyatakan kampanye merupakan aksi dalam menyampaikan komunikasi dengan terencana dan dilakukan terus menerus dengan jangka waktu tertentu, dengan harapan bisa mempengaruhi target kampanye dalam bentuk pesan ajakan untuk ikut bergerak dalam aksi tersebut. Dalam perancangan kampanye harus ada empat syarat yang perlu terpenuhi. Untuk yang pertama, kampanye harus berdampak pada masalah sosial yang diangkat. Kedua, kampanye perlu memiliki *audiens* dengan jumlah yang banyak. Lalu ketiga, penyampaian kampanye harus terencana. Dan terakhir, kampanye harus memiliki kampanye sumber yang jelas untuk membuktikan informasi atau isu yang ingin disampaikan ke target *audiens* (Venus, 2018, hlm. 9-10). Dengan kata lain, kampanye ini adalah sebuah gerakan atau ajakan secara luas dan juga sudah terencana, dengan tujuannya adalah membuat target kampanye bisa ikut bergerak terhadap isu yang diangkat

2.1.1 Tujuan Kampanye

Tujuan utama kampanye itu sendiri ada tiga. Yang pertama adalah untuk mengubah pola pikir dari setiap individu yang akan di edukasi. Kemudian yang kedua, aksi kampanye bisa mewujudkan rasa suka, peduli, serta dukungan untuk ikut bergerak dalam aksi kampanye sesuai dengan isu yang diangkat. Dan terakhir, kampanye harus mampu untuk mengubah tingkah laku dari target *audiens* untuk ikut beraksi dalam kegiatan kampanye, bisa secara bertahap ataupun instan (Venus, 2018, hlm. 15). Agar kampanye bisa terencana dengan baik maka perlu adanya tujuan yang sesuai dengan isu yang akan diangkat, sehingga kampanye bisa berjalan secara efektif.

2.1.2 Jenis-Jenis Kampanye

Dalam pelaksanaan kampanye mempunyai bentuk yang berbeda, setiap bentuk atau jenisnya tergantung dari tujuan akhir dari latar belakang

kampanye tersebut. Menurut Larson (1992) jenis kampanye itu terbagi menjadi tiga jenis (Venus, 2018, hlm. 16-18).

1. *Product-Oriented Campaign*

Jenis kampanye ini memiliki tujuan dalam bentuk bisnis untuk memasarkan pada produk tertentu untuk mendapatkan keuntungan finansial. *Commercial campaign* atau *corporate campaign* merupakan sebutan yang familiar pada jenis kampanye ini.

2. *Candidate-Oriented Campaign*

Kampanye ini berladaskan atas keperluan politik yang dilakukan oleh calon kandidat politisi, dengan tujuannya yaitu mendapatkan kepercayaan publik hingga terpilih menjadi politisi di daerah tersebut.

3. *Ideologically or Cause-Oriented Campaign*

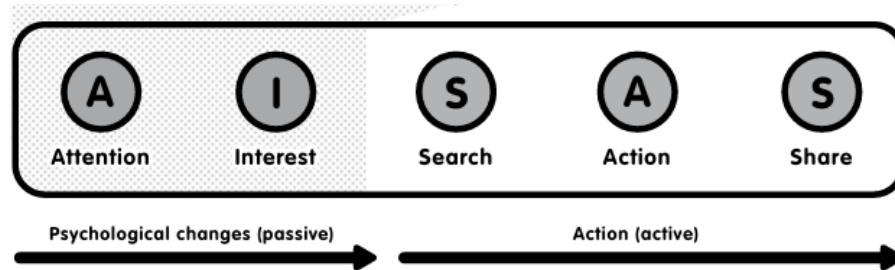
Kampanye yang memiliki dasar tujuan untuk merubah dari suatu isu sosial yang sedang terjadi dan biasanya disebut dengan kampanye sosial. Biasanya beberapa hal yang dirubah dalam kampanye ini seperti perilaku, pola fikir dari target audiens itu sendiri.

Dalam kampanye tidak hanya mengajak orang lain ikut bersuara pada satu tujuan yang sama, namun mempunyai beberapa jenis yang berbeda dalam setiap kampanye, seperti untuk keperluan politik, komersil, ataupun mengubah perilaku. Maka dari itu penulis menggunakan teori kampanye ini dengan tujuan untuk mencari tau mengenai bentuk kampanye yang pas dan sesuai bagi perancangan ini. Sehingga nanti setiap proses kampanye bisa mengubah perilaku santri terhadap isu yang disuarakan melalui pesan pesan yang konsisten, serta penggunaan media kampanye yang tepat sasaran.

2.1.3 Strategi AISAS

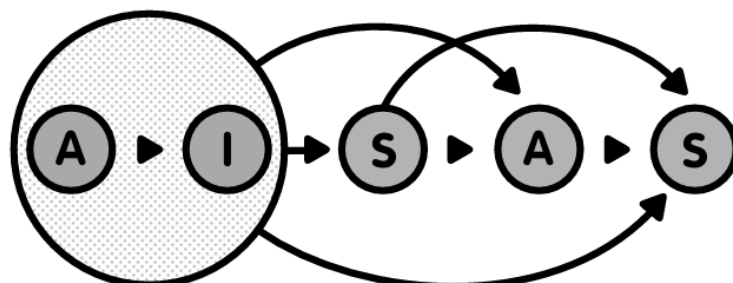
AISAS merupakan pembaruan dari strategi AIDMA yang diusulkan oleh Roland Hall di tahun 1920. AISAS itu sendiri adalah strategi komunikasi untuk memahami perilaku konsumen di masa perkembangan zaman digital seperti sekarang ini, strategi AISAS memiliki lima tahapan, diantaranya

Attention (A), *Interest (I)*, *Search (S)*, *Action (A)*, dan *Share (S)* (Sugiyama & Andree, 2010, hlm. 77-80). penggunaan strategi AISAS bisa menjadi salah satu cara berkomunikasi yang efektif di zaman digital seperti sekarang ini.



Gambar 2.1 Strategi AISAS
Sumber: (Sugiyama & Andree, 2010)

Dalam proses komunikasinya setiap tahapan akan saling terhubung. Untuk tahapan pertama dalam AISAS adalah *Attention (A)*, tahapan untuk menarik perhatian target audiens terhadap topik atau masalah yang diangkat. Lalu masuk ketahap *Interest (I)*, tahapan saat target audiens mulai tertarik terhadap topik yang diangkat dan mulai masuk dalam tahap *Search (S)*, target audiens akan mulai mencari informasi lebih dalam dari topik yang diangkat dari berbagai media seperti laman website, sosial media, atau mencari tau dari orang-orang yang mengikuti isu tersebut. Setelah target audiens tertarik dan mencari tau, kemudian mereka akan melakukan tindakan pada tahap *Action (A)* untuk mulai ikut berpartisipasi kedalam isu. Dan terakhir masuk kedalam tahapan *Share (S)*, tahapan saat target audiens membagikan informasi kepada orang lain dari mulut ke mulut atau secara online di media digital.



Gambar 2.2 Strategi AISAS
Sumber: (Sugiyama & Andree, 2010)

Untuk penerapannya, strategi AISAS tidak selalu berurutan. Bisa saja target audiens memulainya dari tahap *Attention (A)*, lalu menarik perhatiannya dan mulai langsung bertindak pada tahap *Action (A)* untuk langsung berpartisipasi, atau bisa juga mereka setelah merasa tertarik, mereka akan langsung *Share (S)* dengan membagikan informasi ke orang lain. (Sugiyama & Andree, 2010, hlm. 79-80). Dari sini dapat diartikan juga untuk merencanakan suatu komunikasi dengan strategi AISAS tidak selalu berurutan, namun agar membuat strategi lebih efektif juga bisa dari mengubah pola komunikasi di setiap tahapan AISAS.

Strategi AISAS ini akan sangat berguna bagi penulis untuk menentukan skema setiap media kampanye yang akan digunakan sesuai dengan target perancangan. Selain itu juga penggunaan teori AISAS ini bisa membantu penulis untuk memahami pola interaksi yang kuat dibangun selama kampanye ini berlangsung, maka dari strategi perlu ditetapkan dengan jelas.

2.2 Desain Kampanye

Pengertian dari desain secara singkat adalah suatu gambar visual yang bisa berkomunikasi ke audiens. Sedangkan arti dari desain secara menyeluruh adalah seni yang dibuat dengan tujuan berkomunikasi menyampaikan pesan ke audiens dengan prinsip yang diatur dalam prosesnya seperti kemudahan terbacanya pesan yang disampaikan, serta mengatur elemen visual grafis agar terbentuk sesuai dengan konsep yang dibuat (Landa, 2018, hlm. 1). Jadi dalam desain itu suatu cara untuk berkomunikasi secara visual, dan di dalam kampanye itu juga sangat berhubungan dengan desain dari bagaimana cara menciptakan suatu kampanye yang menarik secara visual dan juga bisa berkomunikasi kepada audiens.

Ada beberapa tujuan dari dibuatnya suatu desain kampanye itu sendiri diantaranya untuk keperluan yang sifatnya komersial semacam promosi, *branding*, penerbitan, perusahaan, ataupun koperasi. Ada juga untuk tujuan sosial seperti tujuan amal, organisasi, hingga sebagai hiburan, budaya, dan pendidikan seperti film, galeri, museum, festival (Landa, 2018, hlm. 1). Karena tujuan utama penulis untuk merancang sebuah desain visual berbentuk kampanye. Maka dari itu penulis

sangat membutuhkan setiap teori mengenai desain untuk merancang karya kampanye yang sesuai dengan kaidah di dalam desain visual, dan juga nantinya setiap visual bisa diterima dan dipahami target audiens.

2.2.1 Media Kampanye

Berdasarkan dari bukunya Landa (2010, hlm. 207-240) bahwa media kampanye itu bisa dari berbagai macam seperti berupa media cetak, *broadcast*, ataupun media digital lainnya. Selain itu memang pada umumnya setiap media juga mempunyai perbedaan dan kegunaannya, sehingga setiap media tersebut juga bisa memberikan dampak yang sesuai dengan audiens.

1. Media cetak

Landa (2010, hlm 211) menjelaskan setiap media cetak dibuat untuk bisa menarik perhatian audiens dengan maksud tertentu berupa ajakan atau promosi pada suatu iklan. Landa (2010, hlm. 207-211) juga menjelaskan bahwa satu media yang bisa digunakan berupa media cetak. Penggunaan media seperti ini banyak digunakan untuk keperluan media yang tidak bergerak atau bukan berjenis *audio visual*. Sehingga beberapa media tersebut perlu dibuat dengan pesan utama berupa *headline*, kemudian visualnya mengenai apa yang ingin disampaikan, *body copy* untuk teks pendukung atau informasi pesan utama. Menurut (Saharja & Gobal, 2021) ada beberapa macam – macam media cetak sebagai berikut ini.

a. Poster

Poster merupakan satu media cetak yang biasanya digunakan dalam promosi atau kampanye dengan ukuran persegi Panjang. Selain itu ukuran yang digunakan pada poster cukup beragam, seperti pada ukuran internasional dibuat pada ukuran A3,A2,A1,A0. Dan dicetak dengan menggunakan material kertas berupa *frontline*, *art paper*, *art cartoon*, ataupun dalam bentuk sebuah stiker dengan ketebalan atau gramasi yang

beragam seperti contoh poster ukuran A2 dibuat dengan kertas *art paper* 150 gsm (Saharja & Gobal, 2021, hlm. 463).

b. Baliho

Baliho menjadi salah satu media cetak yang dibuat dengan ukuran yang besar, karena media ini pada umumnya digunakan untuk jangka Panjang, selain itu untuk penempatan baliho ditempatkan pada tempat khusus seperti rangka yang terbuat dari konstruksi besi atau alumunium dan tiang besar. Untuk material yang digunakan biasanya berupa bahan *frontline*, atau dengan *backlite* (Saharja & Gobal, 2021, hlm. 463).

c. Banner

Banner merupakan media cetak yang dibuat dengan ukuran memanjang seperti contoh dengan 80 x 200 cm, kemudian untuk penempatannya itu sendiri biasanya menggunakan bantuan seperti tali, tiang penyangga yang bentuknya X biasa disebut sebagai X-banner, dan bentuk Y biasa disebut sebagai Y-banner. Biasanya material untuk sebuah banner berupa *flexy frontline glossy* dengan ketebalan diangka 260 atau 380 gsm (Saharja & Gobal, 2021, hlm. 463).

d. Brosur

Selain beberapa media cetak yang memiliki ukuran besar, ada salah satu media cetak yang memiliki ukuran kecil berupa brosur, dan biasanya untuk produk cetak seperti ini disebut dengan *digital offset*. Untuk media ini ada dua jenis berbeda seperti pamflet yang dibuat hanya dengan satu sisi kertas, kemudia ada leaflet yang merupakan media brosur dengan dicetak dua sisi atau bolak balik. Untuk material yang digunakan dalam mencetak brosur sama dengan poster seperti *art paper*, *HVS*, ataupun *art cartoon* (Saharja & Gobal, 2021, hlm. 463).

e. Buku atau Katalog

Penggunaan media cetak juga bisa untuk memberikan informasi tentang pesan atau produk yang ditawarkan, dan biasanya media ini berupa sebuah buku atau katalog. Buku memiliki variasi dan juga spesifikasi yang cukup beragam, mulai dari ukurannya. Biasanya buku dicetak dengan ukuran kertas A4 atau A5 untuk tujuan efektifitas dan juga kemudahan pembaca (Agra, 2022).

2. Teknik Cetak

Untuk beberapa perusahaan sekarang ini menerapkan teknik cetak yang disesuaikan dengan kebutuhan setiap medianya. Dan untuk beberapa media diatas menggunakan teknik cetak *digital printing* yang terbagi menjadi dua jenis pengelolaan seperti *POD (Print on Demand)* dan *large format (indoor* atau *outdoor)*. Pengertian dari teknik *digital printing* ini merupakan teknik mencetak dengan teknologi komputer tanpa menggunakan plat cetak dan memiliki beberapa kelebihan seperti kecepatan mencetak dalam jumlah yang banyak, serta biaya yang tergolong rendah. (Saharja & Gobal, 2021, hlm. 460)

a. *Digital Printing POD (Print on Demand)*

Perkembangan percetakan sudah cukup lama dari tahun 1990-an. *Print on demand* itu sendiri merupakan teknologi cetak *offset* untuk media yang tidak terlalu besar seperti poster, brosur, buku dengan jumlah banyak dan juga bisa dikerjakan dengan waktu yang cepat (Saharja & Gobal, 2021, hlm. 460).

b. *Digital Printing Large Format (Indoor dan outdoor)*

Teknologi cetak digital juga ada yang digunakan untuk mencetak kebutuhan media *indoor* (dalam ruangan) atau *outdoor* (luar ruangan) dengan ukuran yang cukup besar seperti sebuah baliho, billboard, banner, ataupun gambar teknik (Saharja & Gobal, 2021, hlm. 460-461).

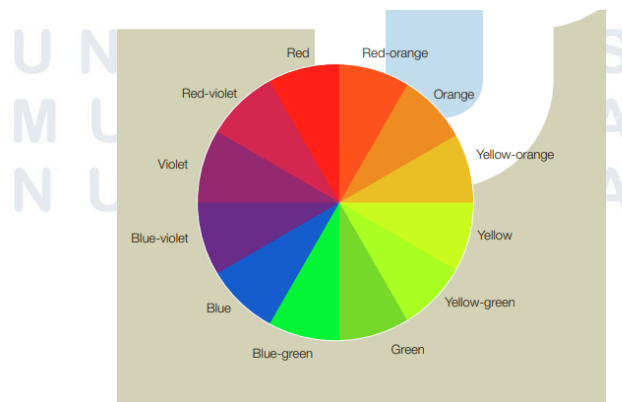
Berdasarkan teori mengenai media cetak ini, bisa menjadi salah satu rujukan penulis untuk diterapkan pada penggunaan media kampanye. Penggunaan teori akan dibentuk berdasarkan ukuran ataupun dari bahan yang akan digunakan pada media kampanye.

2.2.2 Elemen Desain

Pengertian dari elemen desain adalah kumpulan aspek yang ada pada sebuah desain grafis, pengembangan dan pengombinasian elemen desain digunakan untuk mengkomunikasikan konsep desain dan menghasilkan sebuah visual seperti gambar, pola, diagram, ataupun animasi. Elemen desain itu sendiri menurut Robin Landa ada garis, bentuk, warna, dan tekstur (Landa, 2018, hlm. 19). Dari pengertian elemen desain tersebut akan ada beberapa teori yang akan penulis gunakan dalam perancangan ini, yakni sebagai berikut.

1. Warna

Warna merupakan salah satu condiment penting dalam dunia desain grafis. Berbagai varian warna banyak digabungkan untuk menciptakan makna visual di berbagai media digital dan juga cetak. Selain itu juga setiap warna memiliki karakteristik yang berbeda-beda, (Dabner et al., 2014, hlm. 88). Setiap warna itu tidak hanya menciptakan keindahan saja, namun memiliki karakternya tersendiri. Maka dari itu setiap perancangan karya juga perlu menentukan hal yang memiliki arti dari setiap warna yang akan digunakan dalam perancangan.



Gambar 2.3 Warna
Sumber: (Dabner et al., 2014)

Sistem warna memiliki keunikan dan kompleksitas, karena pada setiap warna mempunyai makna yang berbeda begitupun saat dipadukan dengan warna lain. Di dalam desain perlu adanya sebuah pertimbangan pemilihan warna dari mulai kontras dan harmoni yang bisa mempengaruhi keterbacaan pada tipografi. Selain itu warna bisa digunakan untuk mengelola suasana desain dengan memanfaatkan psikologi warna (Dabner et al., 2014, hlm. 88). Dalam warna ada tiga cara kerja warna utama dari klasifikasi dan juga beberapa istilah warna, tiga cara tersebut adalah *hue*, *tone*, dan *saturation* (Dabner et al., 2014, hlm. 88). Dengan kata lain di dalam sistem warna itu memiliki makna yang berbeda beda, selain itu juga untuk memadukan suatu warna itu juga perlu mempertimbangkan dari segi kontras, *tone* dan harmoninya. Dari hal seperti ini juga akan menimbulkan dampak seperti keterbacaan, menciptakan suasana hati tersendiri dari hasil perancangan desain.

a. Skema Warna

Di dalam skema warna itu sangat berkaitan erat dengan palet warna, palet warna itu sendiri merupakan sebuah set warna yang dibentuk berdasarkan skema warna yang akan digunakan. Untuk skema warna adalah suatu kerangka kerja yang diisi banyak palet warna. Keterkaitan palet warna dan skema warna ini digunakan untuk menciptakan kumpulan warna yang serasi dan juga *balance*, dari keserasian warna tersebut disebut dengan harmoni warna atau perpaduan warna. Di dalam desain itu sendiri ada beberapa harmoni warna yang disusun untuk menciptakan kombinasi warna (Alexander et al., 2020). Di dalam warna mempunyai beberapa skema atau perpaduannya sendiri untuk menghasilkan kombinasi yang pas dan juga harmoni. berikut ini beberapa skema atau kombinasi warna yang akan penulis gunakan pada perancangan ini.

1) *Monokromatis*

Skema warna *monokromatis* merupakan skema yang terdiri dari satu garis *hue* warna, yang disesuaikan dari jumlah *shading* (warna gelap), *tone* (abu – abu), dan *tint* (wana terang) pada warna tersebut (Alexander et al., 2020). Dengan kata lain skema warna *Monokromatis* ini juga bisa menghasilkan variasi dalam satu warna yang harmonis, dengan menambahkan *shading*, *tone*, dan *tintnya*.



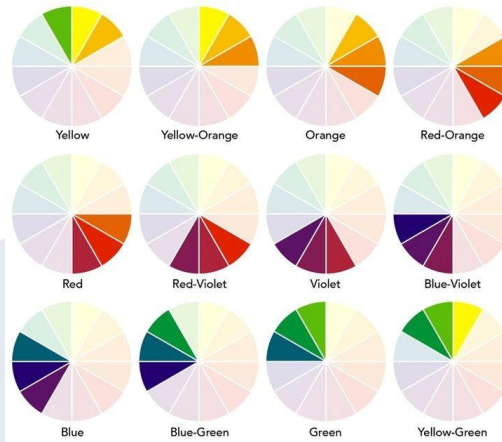
Gambar 2.4 Warna Monokrom
Sumber: <https://lh5.googleusercontent.com/XsK...>

Dengan menggunakan warna monokrom ini penulis bisa menciptakan konsistensi dan harmonisasi di dalam perancangan karya dengan bermain pada aksent warna dari kontras dan cerahnya warna tersebut.

2) *Analogus*

Sekama warna *analogus* adalah kombinasi dari warna yang saling berdekatan pada *color wheel*. Skema warn aini akan menghasilkan kombinasi yang berbeda dengan mengatur nilai *hue* (Alexander et al., 2020). Sebagai contoh warna analogus seperti perpaduan antara hijau, jingga, dan kuning.

ANALOGOUS COLORS



Gambar 2.5 Warna *Analogus*

Sumber: <https://jasalogo.id/wp-content/uploads...>

Pada desain skema warna *analogus* ini bisa menciptakan ketenangan dan juga kenyamanan bagi audiens. Maka dari itu penulis menggunakan warna analogus ini untuk menciptakan harmonisasi warna yang bisa membuat audiens nyaman saat menyampaikan pesan kampanye ini.

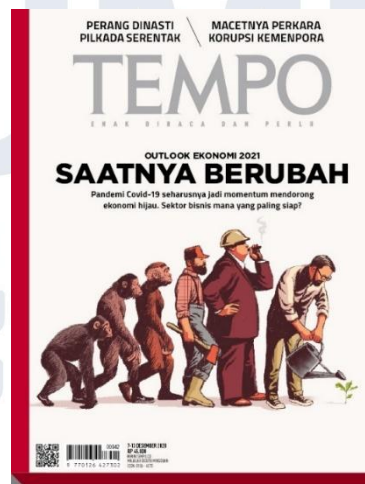
2. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan suatu konsep dan ide, dalam ilustrasi perlu adanya penggabungan dari suatu ekspresi yang dipresentasikan dalam sebuah gambar. Sebuah ilustrasi bisa membawakan suatu kehidupan dalam bentuk visual. Ilustrasi juga bisa untuk menghubungkan imajinasi dari suatu gambar dan bisa menempel ke audiens, serta secara harfiah bisa terhubung juga ke beberapa momen – momen dalam pengalaman pribadi seseorang. (Zeegen, 2005, hlm. 17). Dari sini bisa diartikan bahwa ilustrasi itu sebagai satu bentuk pemaparan ataupun penyampaian pesan yang imajinatif dengan menggunakan visual, dan dari ilustrasi tersebut juga bisa menggambarkan beberapa momen atau pengalaman dari suatu kejadian di kehidupan seseorang.



Gambar 2.6 Contoh Ilustrasi
Sumber: <https://www.gamelab.id/uploads...>

Sekarang ini untuk penggunaan ilustrasi juga banyak dipakai diberbagai macam media, seperti contoh dalam majalah, tabloid, buku anak, dan lain-lain. Selain itu juga dalam ilustrasi juga memiliki beragam bentuk, seperti dalam karya seni sketsa, lukis, karikatur, dekoratif hingga sekarang yang paling banyak menggunakan *image bitmap* dalam karya fotografi (Soedarso, 2014, hlm. 565-566). Dari sini bisa disimpulkan bahwa penggunaan ilustrasi itu terus berkembang pesat mengikuti zaman, sehingga suatu ilustrasi bisa diterapkan pada media – media terbaru yang memungkinkan digunakan untuk berkomunikasi secara visual kepada audiens.



Gambar 2.7 Ilustrasi Dalam Majalah
Sumber: <https://turnbackhoax.id/wp-content/uploads...>

Dalam Ilustrasi terdapat desain karakter yang menjadi satu komponen penting untuk kesuksesan untuk penyampaian pesan atau

informasi yang menjadi penggambaran kesetiap pesan yang mau disampaikan dan juga mudah diingat audiens. Desain karakter juga sangat dipengaruhi dari budaya yang menciptakan karakter tersebut (Soedarso, 2014, hlm. 566). Untuk menggambarkan suatu pesan yang sukses dan relevan dalam ilustrasi itu bisa digambarkan dengan beberapa hal, dan ada satu hal yang biasa menjadi aset penting tersebut adalah dari penggambaran karakter didalam desain.



Gambar 2.8 Desain Karakter

Sumber: <https://upload.projects.co.id/upload...>

Selain itu pada zaman sekarang perkembangan gaya ilustrasi juga cukup banyak dan memiliki beberapa gaya khasnya tersendiri untuk menciptakan pesan dan kesannya tersendiri. Maka dari itu penulis akan menetapkan salah satu gaya ilustrasi yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan pada perancangan kampanye ini.

a. Gaya Ilustrasi Kartun

Setiap ilustrasi memiliki beberapa gaya yang berbeda – beda dan menciptakan ciri khas dari beberapa tempat. Menurut Gejir (2017, hlm. 38) kartun ialah penyederhanaan bentuk dari gambar dengan memberikan kesan seperti kelucuan untuk menciptakan penekanan terkait pesan – pesan yang disampaikan. Kartun itu sendiri mempunyai posisi yang lebih menarik untuk berkomunikasi secara visual dibandingkan dengan gaya komunikasi yang lainnya (Gumilang & Patria, 2022). Kartun itu sendiri mempunyai proporsi yang imajinatif agar lebih mudah diingat masyarakat. Biasanya kartun dibuat dengan dengan konsep hewan yang menyerupai manusia, ataupun manusia itu

sendiri. (Fadhillah, 2022, hlm. 26). Dari sekian banyak gaya ilustrasi kartun menjadi satu gaya yang cukup banyak digunakan, dalam pembuatannya pun itu dari suatu penyederhanaan bentuk proporsi aslinya, seperti membuat karakter manusia menjadi lebih simpel.



Gambar 2.9 Gaya Ilustrasi Kartun
Sumber: <https://i.pinimg.com/236x...>

Dari segi visual kartun dibuat dengan garis yang lebih tebal dan di blok hitam. Kemudian dari segi warna yang digunakan juga mempunyai gaya tersendiri, pewarnaan kartun seperti *shading* dan *lightingnya* dibuat dengan tidak halus dan memiliki garis tepi sehingga masih terlihat perbedaan warnanya. Seperti contoh shading pada kartun dibuat sesuai dengan warna dasar pada karakter yang dibuat lebih gelap, begitupun sebaliknya dengan penggunaan warna *lighting* dibuat warna yang lebih terang dari warna dasar karakter. (Fadhillah, 2022, hlm. 30-32). Dalam proses pembuatannya, gaya ilustrasi kartun cenderung dibuat dengan garis yang tebal sehingga menghasilkan perbedaan kontras pada ilustrasi tersebut, selain itu biasanya penggunaan shading dan lightning pada karakter dibuat tidak dengan teknik gradasi sehingga bisa menciptakan shading yang kasar dan cukup terlihat perbedaannya dengan warna dasar dari karakter.

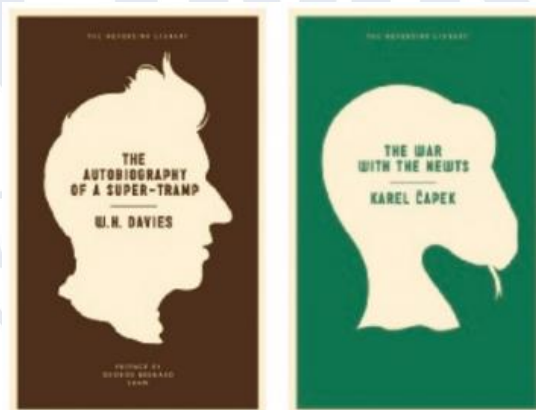
Di dalam proses perancangan sebuah karya desain tidak hanya membuat visual yang menarik dan estetik saja, namun juga bisa berkomunikasi dengan beberapa makna atau metaforanya tersendiri. Maka dari itu dari beberapa teori elemen visual seperti penggunaan warna dan juga pembuatan karakter ilustrasi yang bisa menciptakan makna dan harmonisasinya tersendiri, serta bisa juga berkomunikasi pada perancangan kampanye ini.

2.2.3 Prinsip Desain

Dalam merancang suatu ide dan konsep desain grafis perlu adanya suatu prinsip desain untuk menyusun elemen desain menjadi sebuah bentuk desain berupa digital, fisik, ataupun virtual. Prinsip desain itu sendiri memiliki empat prinsip yaitu *Balance*, *Hierarchy*, *Unity*, dan *Space* (Landa, 2018, hlm. 25). Pada proses merancang desain kampanye ini penulis akan menerapkan setiap prinsip desain, dengan tujuan setiap media kampanye akan memiliki harmonisasi pada setiap elemennya desainnya sehingga pesan bisa tersampaikan dengan efektif kepada target audiens.

1. Keselarasan (*Alignment*)

Keselarasan atau *alignment* Setiap elemen grafis perlu adanya penataan dengan teratur yang tujuannya itu sendiri ialah untuk menghasilkan kesinambungan dan koneksi pada setiap elemen visualnya



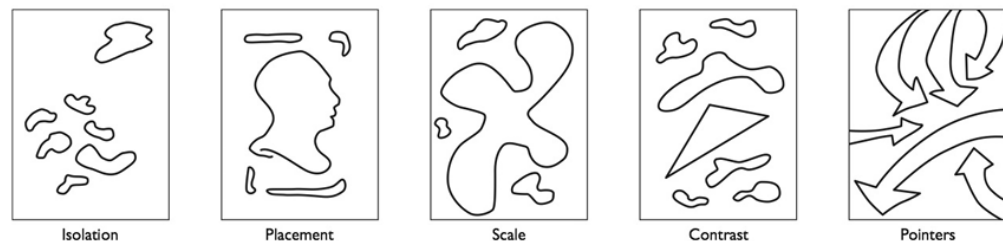
Gambar 2.10 *Alignment*
Sumber: (Landa, 2018)

Koneksi komposisi visual yang saling terhubung akan mewujudkan harmonisasi dan keseimbangan pada visual grafis yang dirancang

(Landa, 2018, hlm. 26). Setiap elemen desain harus mempunyai keselarasan atau *alignment* yang jelas maka dari itu penerapan prinsip desain ini akan penulis gunakan dalam proses perancangan kampanye.

2. Hirarki

Hirarki visual merupakan penyusunan tempat dari seluruh elemen-elemen desain. Hirarki visual memiliki tujuan tersendiri, yakni untuk penyampaian pesan apa yang ingin dilihat seseorang untuk pertama kalinya ketika melihat visual desain yang sudah dibuat.



Gambar 2.11 Hirarki Visual
Sumber: (Landa, 2018)

Pada penggunaanya, hirarki visual perlu menekankan visual dari salah satu elemen desain dari kontras, perbedaan skala ukuran, bentuk, ataupun warna. Tujuannya adalah agar orang tau perbedaan diantara elemen grafis tersebut (Landa, 2018, hlm. 26). Dari sini bisa diartikan bahwa prinsip hirarki itu bisa menciptakan persepsi dalam memahami isi pesan atau hal pertama yang akan dilihat oleh audiens pada suatu desain, maka dari itu dalam menentukan suatu pesan utama dalam desain bisa membuatnya lebih besar ataupun kontras.

3. Kesatuan (*Unity*)

Unity merupakan proses menyatukan elemen desain dari warna, bentuk, tekstur, hingga tipografi. Dalam penerapannya setiap elemen desain perlu adanya kesatuan antara elemen grafis dan saling terhubung sehingga pesan visual bisa tersampaikan dengan baik.

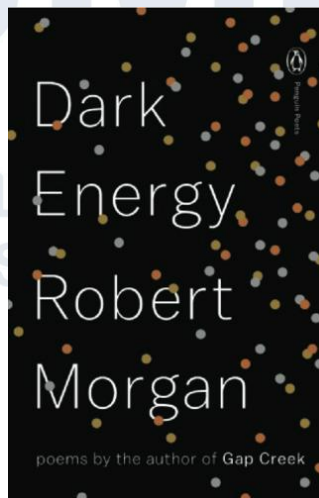


Gambar 2.12 *Unity*
Sumber: (Landa, 2018)

Selain itu juga *unity* bertujuan untuk menciptakan desain visual yang enak dilihat sehingga penonton yang melihat akan terus tertarik dan tidak membosankan (Landa, 2018, hlm. 27). Untuk menciptakan sebuah kesatuan dalam karya desain bukan hanya menyatukan setiap elemennya saja, namun juga perlu mempertimbangkan estetika dan harmonisasi dari setiap warna, bentuk, dan letaknya. Apabila suatu karya visual tidak memiliki prinsip *unity* yang baik, maka hasil desain tersebut bisa menimbulkan persepsi yang berbeda atau kehilangan identitasnya.

4. Ruang (*Space*)

Ruang yang tercipta disetiap desain grafis selalu menjadi peran penting, karena ruang kosong bisa menjadi pemandu audiens untuk melihat alur yang terstruktur dari desain yang sudah dirancang.



Gambar 2.13 *Space*
Sumber: (Landa, 2018)

Selain itu juga, setiap ruang yang terbentuk dari elemen bentuk ataupun garis bisa dibuat menjadi sebuah ilusi ruang. Sebagai contoh ilusi kedalaman ruang yang terbentuk dari bertumpuknya suatu bentuk di dalam desain (Landa, 2018, hlm. 27). Penulis bisa mengambil kesimpulan bahwa dalam penggunaan prinsip ruang dalam desain menjadi satu hal penting untuk menciptakan visual yang terstruktur, elegan, dan juga nyaman untuk dilihat.

Setiap perancangan suatu desain memerlukan prinsip desain yang jelas. Maka dari itu penulis menggunakan setiap teori prinsip desain dari Robin Landa untuk merancang desain agar setiap desain bisa memiliki keselarasan dan kesatuan pada elemen visualnya.

2.2.4 *Typography*

Tipografi adalah sebuah kesatuan desain dengan bentuk huruf atau tulisan yang diatur sedemikian rupa dalam bentuk media ruang dua dimensi ataupun media bergerak. Beberapa komponen yang ada dalam tipografi berupa jenis huruf, ukuran, dan juga ketebalan hurufnya. Setiap perbedaan jenis huruf yang dipakai perlu diterapkan untuk memisahkan judul dengan sub judul di sebuah desain (Landa, 2010, hlm. 128).



Gambar 2.14 *Typography*
Sumber: <https://forumkeadilan.com/wp-content/uploads...>

Tipografi merupakan bahasa visual dalam dunia desain grafis, maka perlu ada kejelasan dan keterbacaan pada tipografi. Karena tipografi itu menjadi salah satu fokus utama dalam penyampaian komunikasi (Landa, 2010, hlm. 128). Dalam merancang sebuah tipografi perlu mempertimbangkan

prinsip-prinsip tipografi untuk menyampaikan konsep dan ide yang kuat kepada audiens. Prinsip dalam tipografi itu ada empat yakni *legibility*, *readability*, *clarity*, dan *visibility* (Wijaya & Gischa, 2023). Dari sini penulis bisa menyimpulkan bahwa tipografi bukan hanya menampilkan tulisan yang menarik, tapi juga bisa berkomunikasi dengan baik. Di dalam desain visual tipografi menjadi satu komponen yang krusial, maka dari itu dalam perancangannya juga harus memperhatikan prinsip – prinsipnya.

1. Legibility

Legibility merupakan satu prinsip kejelasan dalam tipografi yang menjadi indikator setiap huruf bisa dibedakan dengan karakter huruf yang lainnya. Huruf yang bisa disebut sudah memiliki *legibility* yang baik, apabila karakter huruf tersebut bisa dikenali oleh audiens.



Gambar 2.15 *Legibility Typography*
Sumber: <https://tipspercetakan.com/wp-content/uploads...>

Legibility sudah menjadi satu hal yang penting untuk menentukan kenyamanan dan efisiensi dari perancangan teks yang dibaca (Wijaya & Gischa, 2023). Dengan merancang tipografi yang sesuai dengan prinsip tipografi seperti legibility yang jelas maka akan membuat target audiens bisa nyaman dalam memahami pesan kampanye yang disampaikan.

2. Readability

Maksud dari *Readability* adalah sebuah prinsip keterbacaan huruf atau text dalam perancangan tipografi. Mudah dan kenyamanan audiens membaca suatu teks dalam desain menandakan bahwa perancangan tipografi sudah memenuhi prinsip *readability*.

**when youre creating
copy... it needs to be good
and easy to understand
with good gramar and
'punctuation'!**

*When you're creating meaningful
and interesting copy, it should
flow well and be easy to under-
stand. It's also important to
proofread your work to ensure
correct grammar and punctuation.*

Gambar 2.16 *Readabilty Typography*
Sumber: <https://cdn.prod.website-files.com/642a...>

Dalam *readability* juga perlu mengatur setiap teksnya dengan baik dari mulai pengaturan *character spacing*, *paragraph spacing*. Alasannya karena setiap teks yang dapat dibaca juga mengacu pada kerapatan serta kerenggangan di setiap teksnya (Wijaya & Gischa, 2023). Keterbacaan menjadi satu hal yang penting dalam tipografi, maka dari itu pemilihan font perlu dipertimbangkan dalam perancangan karya.

3. *Visibility*

Pada tipografi, sebuah jarak pandang pembaca juga menjadi pertimbangan. *Visibility* itu sendiri mengacu pada keterlihatan suatu tipografi dalam jarak pandang tertentu, maka setiap teks perlu diatur skala besar kecilnya. Prinsip *visibility* juga memiliki hubungan yang baik dengan prinsip sebelumnya, karena walaupun ukuran yang digunakan pada setiap huruf sudah tepat namun karakteristik huruf kurang terbaca, maka audiens akan merasa sulit memahami pesan visual di dalam suatu desain (Wijaya & Gischa, 2023).



Gambar 2.17 *Visibility Typography*
Sumber: <https://toffeedev.com/wp-content/uploads/202...>

Berdasarkan pengertian *visibility* ini bahwa dari keterbacaan, keterlihatan tipografi juga perlu diatur. Keterlihatan suatu tipografi itu bisa dari penggunaan warna, ukuran, ataupun ketebalan setiap hurufnya.

4. *Clarity*

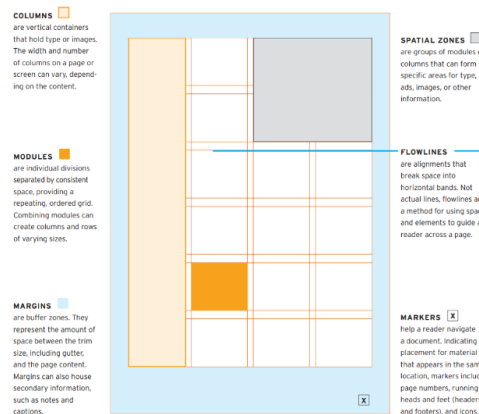
Keberhasilan dalam tersampainya pesan informasi mengacu pada prinsip *clarity* di tipografi. *Clarity* merupakan kemampuan setiap jenis huruf yang digunakan dalam suatu desain, faktor yang mempengaruhinya seperti hirarki visual, pemilihan *typeface*, warna, dan sebagainya.

Clarity yang baik bukan hanya mempertimbangkan keestetikaan suatu tipografi, akan tetapi juga mempertimbangkan kenyamanan audiens dalam membaca dengan menentukan *typeface* yang sesuai dengan konsep desain, dan tentunya tetap memperhatikan keterbacaan tipografi (Wijaya & Gischa, 2023). Pada perancangan desain pasti mempunyai konsepnya tersendiri dan biasanya untuk mewujudkan keterikatan konsep itu bisa dibuat dari sisi tipografinya. Maka dari itu pemilihan *typeface*, dan juga peletakannya juga menjadi pertimbangan untuk menciptakan prinsip *clarity* pada setiap hurufnya

Typography memiliki peranan yang sangat penting untuk merancang sebuah desain grafis, karena setiap pesan yang disampaikan juga harus tersampaikan dengan jelas kepada audiens. Maka dari itu penulis menggunakan *typography* dengan tujuan menciptakan komunikasi visual yang efektif, mulai dari pemilihan font, ukuran, kontras yang sesuai agar setiap pesan yang disampaikan bisa nyaman bagi pembaca dan tersampaikan dengan jelas.

2.2.5 *Layout*

Layout merupakan satu seni menata elemen desain agar menghasilkan visual yang sistematis (Tondreau, 2019, hlm. 8). Untuk merancang sebuah layout yang sistematis, biasanya diperlukan alat panduan yang disebut dengan *Grid System*. *Grid* memiliki beberapa komponen didalamnya berupa *margin*, *columns*, *modules*, *spatial zones*, *flowlines*.

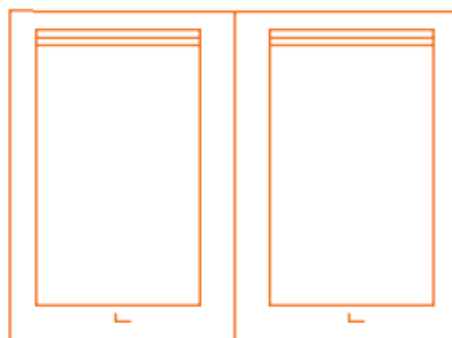


Gambar 2.18 *Component Grid*
Sumber: (Tondreau, 2019)

Struktural *grid* juga memiliki beberapa macam, Pada buku *Layout Essentials* karya Tondreau (2019) ada lima macam jenis struktural *grid*, yaitu *Single-column grid*, *modular grid*, *two-column grid*, *hierarchichal grid*, dan *multi-column grid*. Setiap jenis *grid* tersebut memiliki karakteristiknya tersendiri, terutama untuk beberapa penggunaan media berbeda.

1. Single-column Grid

Model strukur *grid* ini hanya memiliki satu kolom pada penerapannya digunakan untuk membuat teks yang memanjang kebawah sebagai contoh media yang biasa menggunakan model *grid* ini seperti esai, laporan, dan buku (Tondreau, 2019, hlm. 11).

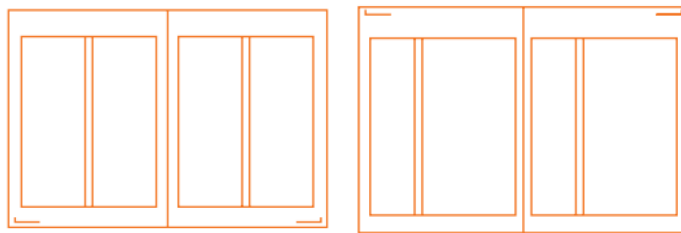


Gambar 2.19 *Single-Column Grid*
Sumber: (Tondreau, 2019)

Berdasarkan dari pengertian *single-column grid* ini menyatakan sistem *grid* ini hanya memiliki satu kotak *space* sehingga setiap elemen desain bisa cukup leluasa untuk diletakan pada lembar media.

2. *Two-column Grid*

Sistem grid dengan bentuk dua kolom dalam satu lembar, bentuk kolomnya bisa dibuat dengan lebar yang proporsional ataupun bisa dengan dibuat lebar yang berbeda. Pada penggunaannya, grid ini digunakan pada jenis desain yang perlu banyak informasi teks dan ingin disajikan secara terpisah di kolom yang berbeda, seperti untuk membuat sebuah buku atau majalah (Tondreau, 2019, hlm. 11).

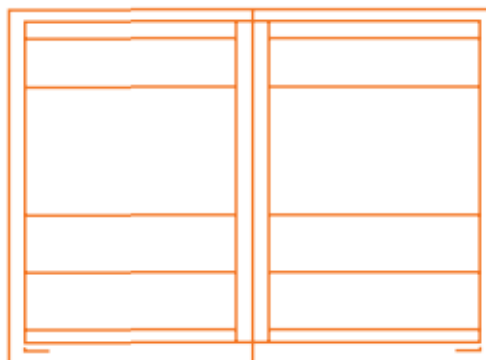


Gambar 2.20 *Two-Column Grid*
Sumber: (Tondreau, 2019)

Berdasarkan teori ini sistem grid akan sangat cocok sebagai panduan pada media yang akan dibuat dengan dua kolom informasi, dan penggunaan *grid* ini banyak diterapkan pada media seperti buku.

3. *Hierarchical Grid*

Sistem *grid* yang dibentuk dengan pembagian kolom disetiap lembar perancangan dibuat secara horizontal. Biasanya konten informasi juga akan dibuat dengan melebar atau horizontal. Tujuannya sendiri untuk kemudahan serta efisiensi. Majalah menjadi salah satu yang banyak menggunakan jenis sistem *grid* ini (Tondreau, 2019, hlm. 11).

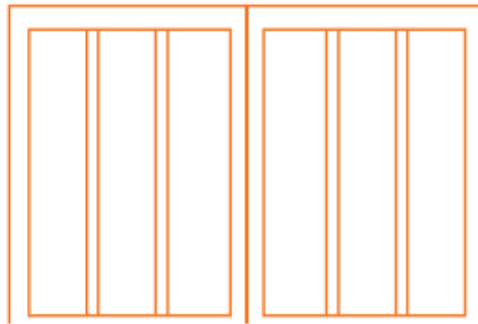


Gambar 2.21 *Hierarchical Grid*
Sumber: (Tondreau, 2019)

Sistem *grid* hirarki ini hampir menyerupai sistem *grid* sebelumnya dengan pendekatan yang berbeda pada arah kolomnya yang dibuat horizontal. Dan biasanya penggunaan sistem *grid* ini juga bisa diterapkan untuk banyak media dengan tujuannya yakni panduan hirarki visual yang akan disusun dalam satu lembar media.

4. *Multi-column Grid*

Sistem *grid* dengan kolom yang dibuat secara vertikal dan terdiri dari satu atau dua kolom, selain itu biasanya beberapa kolom juga dibuat dengan berbagai variasi ukuran yang berbeda-beda. Dalam penggunaan jenis sistem *grid* ini digunakan pada perancangan sebuah website ataupun majalah (Tondreau, 2019, hlm. 11). Sistem *grid* ini menyerupai dengan sistem *two-column grid* yang dibuat dengan lebih banyak kolom di dalam satu lembarnya. Dan biasanya setiap kolom dibuat dengan ukuran yang berbeda. Seperti pada perancangan sebuah website, buku, atau majalah yang banyak menggunakan *grid* ini sebagai panduan.



Gambar 2.22 *Multi-Column Grid*
Sumber: (Tondreau, 2019)

Layout juga menjadi satu hal yang penting untuk membuat karya visual yang baik. Teori *layout* atau tata letak juga harus melihat kesesuaian dari media yang akan digunakan, sehingga setiap informasi bisa tersusun dengan jelas dan juga tetap memiliki kesan yang harmonis. Maka dari itu penulis akan menyusun setiap elemen desain dengan *grid* yang sesuai dengan media yang akan digunakan pada perancangan kampanye ini.

2.3 Pondok Pesantren

Di Indonesia ada tiga jenis Pendidikan yakni Pendidikan formal, Pendidikan non formal, dan Pendidikan informal. Menurut (Coombs, 1973) Perbedaan dari pendidikan dilihat dari struktur yang dipakai, untuk pendidikan formal mempunyai struktur jenjang yang tertata mulai dari dasar hingga perguruan tinggi. Sementara untuk Pendidikan non formal adalah Pendidikan yang memiliki sistemnya sendiri yang dijalankan secara mandiri dengan kegiatan yang lebih banyak untuk mencapai tujuan belajarnya. Dan untuk Pendidikan informal merupakan pembelajaran disepanjang hidup yang bertujuan untuk mendapatkan nilai-nilai dari kehidupan sehari-hari. Pondok Pesantren itu sendiri merupakan salah satu Pendidikan berbentuk non formal yang banyak diminati Masyarakat. Pondok pesantren juga termasuk Lembaga Pendidikan tradisional Islam yang banyak mengajarkan dan mengamalkan ajaran agama Islam dan menerapkannya langsung di kesehariannya santri, santri merupakan panggilan siswa atau murid di pondok pesantren. Dan di dalam pondok pesantren juga terdapat Kiai atau seorang pemimpin yang mengajarkan ilmu agama serta yang mengajarkan moral dari segi umum ataupun tradisi lokal untuk kehidupan sehari-hari pada setiap santrinya. Murid-murid di pondok pesantren nantinya diharapkan bisa menjadi contoh dan panutan baik dalam perilakunya di lingkungan Masyarakat (Nadhiroh & Alimi, 2021, hlm. 149). Dari sini dapat diartikan bahwa pondok pesantren masih menjadi salah satu Pendidikan non formal berbasis Pendidikan islami yang dipercaya Masyarakat untuk bisa membentuk karakter anak-anak mereka menjadi seorang yang berahlak baik ketika sudah mulai hidup langsung di lingkungan masyarakat.

2.3.1 Jenis-jenis Pondok Pesantren

Dikutip dari Jurnal Saerozi & Rinda (2023, hlm. 4-5) Pondok pesantren di Indonesia sampai saat ini berkembang begitu cepat, dan juga tersebar di seluruh penjuru Indonesia. Di Indonesia sendiri pondok pesantren terbagi menjadi 3 jenis yang memiliki perbedaannya sendiri, yakni pesantren tradisional (*salafiyah*), modern (*khalifiyah*), dan Pesantren Komprehensif.

1. Pesantren Tradisional (*Salafiyah*)

Pondok pesantren ini masih tergolong kental dalam mempertahankan bentuk asli dari setiap pengajaran agamanya, sebagai contoh pengajaran suatu kitab yang ditulis oleh ulama abad ke 15 M masih berbahasa Arab. Dan metode pengajarannya menggunakan sistem “*Halaqah*”, Sistem pengajaran seperti disukusi antara Kiai/guru dengan murid untuk memahami apa yang ada didalam kitab tersebut, dan bukan mempertanyakan kemungkinan benar atau salahnya kitab tersebut. Santri *salafiyah* meyakini bahwa apapun yang diajarkan kiai merupakan hal-hal yang benar. Dan yakin bahwa kitab yang mereka pelajari itu benar. Selain itu metode pembelajaran sorogan masih diterapkan, santri di panggil bergantian menghadap kiai atau ustadz untuk mengaji kitab, peran kiai dan ustadz adalah menyimak dan membenarkan bacaan santri (Amiruddin et al., 2024, hlm. 5). Dengan kata lain pendidikan pesantren salafi itu masih sangat kental dalam bidang agama islam, sehingga biasanya setiap edukasi yang diajarkan didalamnya masih berdasarkan kitab – kitab terdahulu karangan para ulama.



Gambar 2.23 Pesantren *Salafiyah* Lirboyo
Sumber: <https://tuwaga.id/wp-content/uploads...>

Untuk materi pembelajarannya, Pesantren tradisional (*salafiyah*) mengikuti para pimpinan di pondok tersebut, atau biasanya disebut sebagai pengasuh pondok. Untuk santri yang tinggal ada dua macam yakni santri yang menetap (santri mukim), dan santri yang tidak menetap (santri kalong). Beberapa pesantren tradisional (*salafiyah*) yang ada di Indonesia diantaranya, Pesantren Lirboyo, Pesantren Ploso di Kediri,

Pesantren Maslahul Huda di Pati. Selain itu biasanya santri yang tinggal di pesantren salafi berfokus pada pengajian agama, sehingga Pendidikan formal biasanya akan dilakukan diluar pondok pesantren saja.

2. Pesantren Modern (*Khalafiyah*)

Pondok pesantren modern (*khalafiyah*) ini merupakan Pondok pesantren yang menggabungkan sistem sekolah dan kalsikal pengajaran pesantren. Sebagai contoh pada sistem pengajaran kitab-kitab lama di pesantren modern tidak begitu mencolok. Biasanya pengajaran kitab dirubah menjadi suatu mata pelajaran di dalam sekolah atau bidang studi.



Gambar 2.24 Pesantren Modern Gontor
Sumber: <https://suarapesantren.com/wp-content...>

Pesantren modern (*khalafiyah*), pada dasarnya terbentuk karena para kiai atau pengasuh pondok pesantren mengikuti perkembangan zaman, dampaknya perubahan yang terjadi didalam pondok pesantren seperti berubahnya sistem tradisi pesantren, dari mulai kemasyarakatan, agama, dan nilai-nilai kehidupan. Dan sistem pendidikannya juga memasukan pengetahuan umum, dengan catatan biasanya setiap pembelajaran akan dikaitkan dengan ajaran agama juga. Pondok Pesantren modern (*khalafiyah*) ini juga banyak tersebar diseluruh Indonesia, diantaranya seperti Pondok pesantren Gontor di Ponorogo, Pondok pesantren Darunnajah, dan Pondok pesantren Tebuireng (Amiruddin et al., 2024, hlm. 6-8) Berbanding terbalik dengan pesantren salafi, pesantren modern sudah mulai mengikuti pendidikan sesuai zamannya dengan menerapkan

beberapa pendidikan formal dalam satu lingkungan pesantren dengan catatan setiap pembelajaran akan dikaitkan dengan beberapa ajaran islami. Walaupun begitu pelajaran dari beberapa kitab terdahulu tetap diajarkan kepada santri namun dengan gaya mengajar yang lebih modern.

3. Pondok Pesantren Komprehensif

Jenis pondok pesantren ini merupakan gabungan antara *salafiyah* dan *khalafiyah*, Sistem gabungan ini diterapkan untuk Upaya mewujudkan keseimbangan antara ilmu agama dan umum, juga mengikutsertakan pendidikan kewirausahaan dan keterampilan seperti pertanian, peternakan, keterampilan berbahasa, keterampilan kepemimpinan, dan lain lainnya. Untuk Tujuan dari pesantren komprehensif adalah untuk membentuk karakter yang memiliki ahlak mulia yang berjiwa kewirausahaan tinggi. Salah satu pondok pesantren komprehensif adalah Pondok Pesantren Luqmanul Hakim Marelan di Medan (Saerozi & Rinda, 2023. hlm. 5). Pesantren komprehensif bisa diartikan juga sebagai pesantren gabungan, namun pada pesantren komprehensif akan menciptakan santri yang mampu berusaha ataupun memiliki keahlian tertentu yang akan digunakan dalam kehidupan bermasyarakat.

Tujuan utama pondok pesantren itu untuk membentuk pribadi yang berilmu, berakhlak mulia, serta menempuh beberapa pembinaan atau pendidikan secara agamis. Maka dari itu penulis akan membuat perancangan karya yang sesuai dengan nilai-nilai dasar atau kaidah yang sudah berlaku dan diterapkan di pesantren, sehingga nantinya setiap karya visual bisa diterima dan juga sebagai pengamalan nilai agamis bagi para santri itu sendiri.

2.3.2 Kriteria Hunian Yang Sehat

Maksud dari rumah atau hunian sehat berdasarkan Kemenkes RI No. 829/MENKES/SK/VII/1999 adalah hunian yang mempunyai kriteria dari akses sitasi sehat, rantai sehat, dan juga sirkulasi udara yang terjaga. Menurut pendapat dari (Desta Promesetiyo Bomo & Ramos P. Pasaribu, 2022, hlm. 64).

1. Sarana Dan Prasarana Kesehatan Hunian

rumah hunian yang sehat harus memiliki syarat yang mendukung kesehatan optimal pada penghuninya, agar tercapainya hunian yang sehat maka hunian tersebut harus memiliki sarana dan prasarana yang mendukung seperti pada tersedianya air bersih, aliran pembuangan air kotor, pembuangan sampah, dan lain – lain.

a. Sanitasi Lingkungan

Pengertian sanitasi lingkungan merupakan status kesehatan di suatu lingkungan atau tempat seperti saluran pembuangan kotoran, dan ketersediaan air bersih. Sanitasi lingkungan yang baik juga menjadi indikasi suatu lingkungan termasuk sehat.

Indikasi sanitasi sehat itu di dasari dari sarana pembuangan kotoran manusia, sarana pembuangan sampah, sarana pembuangan limbah, dan ketersediaan air bersih. Yang pertama sarana saluran pembuangan kotoran manusia atau jamban harus tersedia untuk setiap keluarga dan perlu adanya perawatan, dari kebersihan dan kesehatannya. Memiliki jamban yang baik bisa menjadi satu hal untuk mencegah pengaruh buruk terhadap lingkungan dengan tidak BAB di sembarang tempat. Kedua dengan adanya sarana pembuangan sampah yang terstruktur menjadi upaya menjaga kesehatan lingkungan sekitar. Ketiga untuk sanitasi dasar saluran pembuangan limbah, air limbah itu sendiri juga beragam seperti penampungan air bekas cucian, masak, mandi, dan lain lain. Seluruh limbah tersebut perlu disalurkan ke tempat yang tidak mencemari lingkungan, karena sejatinya limbah yang dihasilkan itu jika tidak dikelola dengan baik bisa menimbulkan masalah kesehatan lingkungan. Dan yang terakhir usaha sanitasi dasar berupa penyediaan air bersih. karena Air bersih menjadi pokok untuk menunjang kehidupan manusia mulai dari dikonsumsi hingga aktivitas sehari hari (Sidhi et al., 2016). Dari sini bisa diambil kesimpulan bahwa sanitasi seperti

tempat pembuangan kotoran seperti WC ataupun tempat sampah menjadi satu indikasi kesehatan. Apabila beberapa tempat sanitasi itu tidak terawat atau kotor maka bisa menjadi titik penyebab terjadinya penyebaran penyakit.

b. Lingkungan Yang Bersih

Salah satu faktor yang bisa mempengaruhi kehidupan masyarakat dari segi kesehatan, pendidikan, atau juga perkembangan psikologis masyarakat disuatu daerah adalah dari kondisi kebersihan lingkungannya. Lingkungan bersih itu sendiri tergambarkan dari terkelolanya sampah, sungai, polusi, hingga keamanan di daerah tersebut. Sementara itu untuk meningkatkan kebersihan lingkungan juga diukur dari kesadaran dan kepedulian masyarakatnya terhadap lingkungan sekitar (Herak, 2021). Dalam kesehatan manusia itu bisa terbilang berasal dari faktor kebersihan tempat tinggalnya. Lingkungan yang bersih itu bisa dilihat dari beberapa indikasi dari mulai terjaganya lingkungan dari sampah yang tidak dikelola, terjaganya udara dari berbagai polusi, ataupun kenyamanan setiap penghuninya.

Karena tujuan akhir penulis merancang sebuah kampanye mengenai pola hidup sehat, maka dari itu beberapa teori mengenai hunian sehat akan relevan sebagai acuan penulis merancang karya visual yang bisa menggambarkan suatu hunian yang layak dan bukan menjadi sarang bagi penyakit untuk berkembang biak didalam hunian tersebut.

2.4 Kesehatan

Dikutip dari laman resmi (Kemenkes, 2021), pengertian dari kesehatan mengacu pada Undang-undang nomor 36 tahun 2009 yang menjelaskan mengenai Kesehatan. Kesehatan merupakan kondisi sehat dari mulai fisik, mental, spriritual, ataupun sosial. Kesehatan juga menjadi indikasi seseorang bisa melakukan berbagai aktivitas mereka dengan produktif secara sosial dan juga ekonomi.

2.4.1 Pola Hidup Sehat

Yang dimaksud dengan pola hidup sehat adalah mempertimbangkan semua aspek kesehatan, dari apa yang kita makan dan minum sekaligus memperhatikan nutrisi yang konsumsi. Selain itu juga pola hidup sehat perlu memperhatikan aktivitas sehari-hari dari mulai olahraga yang akan mendukung kondisi fisik tetap sehat dan terhindar dari segala macam penyakit (Asri et al., 2021, hlm. 57). Pola hidup sehat belum sepenuhnya diterapkan di kehidupan remaja sekarang ini, masih terlihat banyak remaja yang menjalankan pola hidup yang kurang sehat. Sebagai contoh dari pola makan yang suka jajan sembarangan, kurangnya aktivitas fisik yang berpengaruh dengan kesehatan dari remaja tersebut, maka dari itu pola hidup sehat memiliki indikatornya (Farida et al., 2023, hlm. 16). Dari sini bisa diambil kesimpulan bahwa pola kehidupan yang sehat itu tidak hanya dari apa yang dikonsumsi, namun bisa berdasarkan dari kegiatan sehari-hari setiap individu seperti rajin berolahraga untuk mencegah tubuh dari serangan penyakit. Namun sayangnya di kehidupan seperti zaman sekarang banyak remaja yang malas untuk beraktivitas sehingga hal tersebut menjadikan kehidupan sehat mereka kurang terjaga.

1. Indikator Pola Hidup Sehat

Indikasi dari penerapan pola hidup sehat bisa dilihat dari upaya yang dilakukan setiap orang dengan kebiasaannya sehari-hari yang berpengaruh terhadap kesehatan dirinya. Beberapa indikasi tersebut seperti kesadaran untuk memperhatikan kebersihan diri, terjaganya pola makan yang sehat dengan memperhatikan keseimbangan gizinya, kemudian terjaganya keseimbangan yang cukup di setiap kegiatannya dengan menjaga pola tidur yang teratur dan olahraga yang teratur untuk menjaga kebugaran tubuh dan mencegah diri dari penyakit (Intan et al., 2021, hlm. 28) Kemenkes RI juga mendukung perubahan gaya hidup Masyarakat dengan membentuk program GERMAS (Gerakan Masyarakat Sehat). Program ini menekankan pada 7 langkah penting untuk mendukung Gerakan sehat Masyarakat dengan tujuan mencegah

masalah kesehatan, Langkah – langkah yang menjadi indikator tersebut diantaranya sebagai berikut. (Kemenkes, 2017)

a. Melakukan Aktivitas Fisik

Zaman sekarang semakin berkembangnya modernitas menyebabkan aktivitas fisik minim dilakukan oleh orang-orang. Kementerian Kesehatan RI menyebutkan tentang Aktivitas fisik yang merupakan salah satu gerakan gaya hidup sehat untuk meningkatkan kualitas fisik seseorang. Aktivitas fisik yang bisa dilakukan seperti bekerja, dan berolahraga.

b. Tidak Merokok

Kebiasaan merokok merupakan dampak buruk bagi kesehatan diri sendiri, dan orang sekitar. Berhenti merokok juga menjadi salah satu bagian penting untuk penerapan gaya hidup sehat. Berhenti dari kebiasaan merokok memang sulit dilakukan, namun beberapa bantuan bisa dilakukan dengan konsultasi ke ahli dengan metode hypnosis, atau bisa dengan mengikuti layanan yang terakreditasi untuk berhenti merokok.

c. Tidak Mengonsumsi Minuman Alkohol

Sama dengan merokok, mengonsumsi minuman alcohol juga menimbulkan efek buruk bagi kesehatan, tidak hanya itu selain dari segi kesehatan, minuman beralkohol juga bisa mengganggu bahkan mencelakai lingkungan sekitar karena efek mabuk yang dihasilkan dari alcohol. Berhenti mengkonsumsinya menjadi satu langkah menerapkan gaya hidup sehat yang baik.

d. Melakukan Cek Kesehatan

Salah satu gerakan untuk mengelola kesehatan diri. Cek kesehatan secara rutin menjadi salah satu penerapan gaya hidup sehat. Manfaatnya itu sendiri bisa memantau kesehatan diri dan mencegah penyakit sejak dini. Beberapa pengecekan kesehatan yang bisa dilakukan seperti cek berat badan dan tinggi badan untuk memantau nilai indeks massa tubuh (IMT) serta memeriksa

kondisi ideal tubuh dan mencegah resiko penyakit, kedua bisa dengan melakukan cek tekanan darah untuk memantau potensi resiko penyakit stroke, kesehatan jantung dan hipertensi. Ketiga bisa melakukan cek kadar gula darah secara rutin, dengan mengetahui kadar glukosa dalam darah bisa membantu mengurangi potensi diabetes.

e. Menjaga Kebersihan Lingkungan

Bagian penting dalam Langkah Gerakan Hidup Sehat, dengan menjaga kualitas kebersihan lingkungan. Menjaga kesehatan lingkungan bisa dalam skala yang kecil dari mulai lingkungan rumah tangga, dengan melakukan pengelolaan sampah yang baik. Dengan terjaganya lingkungan bisa menjadi Langkah dalam pencegahan perkembangan faktor penyakit yang disebabkan dari kotornya lingkungan sekitar.

f. Menggunakan Jamban

Menjaga aspek sanitasi menjadi satu hal penting gerakan gaya hidup sehat, dengan menggunakan saran pembuangan kotoran yang baik dengan jamban bisa menjadi faktor dalam mengurangi faktor resiko penyakit menular di lingkungan sekitar.

2. Manfaat Pola Hidup Sehat

Penerapan pola hidup sehat yang baik akan memberikan banyak manfaatnya dari mulai jangka pendek hingga jangka Panjang, dilansir dari laman (Kemenkes, 2018) ada 5 manfaat utama jika sudah terbiasa menerapkan pola hidup sehat di kesehariannya. Yang pertama bisa mengurangi Tingkat stres, pola hidup sehat tidak selalu mempengaruhi kesehatan fisik, tapi bisa menjadi pengatur mood seseorang untuk beraktivitas lebih berkualitas lagi. Manfaat kedua untuk meningkatkan stamina, dengan pola hidup yang sehat di konsumsi makanan sehat dan bergizi serta penerapan olahraga secara rutin akan bisa langsung meningkatkan energi didalam tubuh, karena olahraga itu sendiri membantu untuk melepaskan *endorfin* yang membuat perasaan lebih

baik. Ketiga bisa membantu mengurangi resiko terserang penyakit, dengan memperhatikan pola makan serta keaktifan aktivitas olahraga akan membuat imun meningkat dan mencegah penyakit seperti diabetes, stroke, jantung, serta hipertensi. Keempat bisa menjaga kualitas produktivitas harian, dalam studi kasus dari (Population Health Management, 2012) menunjukkan bahwa dengan mengkonsumsi makanan yang tidak sehat akan beresiko meningkatkan penurunan kualitas produktivitas sebanyak 66%. Yang terakhir dengan menerapkan pola hidup sehat bisa menjaga stabilitas berat badan, penerapan pola makan yang baik dengan memperhatikan gizi disetiap makanannya seperti mengurangi makanan dengan tinggi gula seperti soda dan lain lainnya bisa menjadi dampak baik bagi tubuh, dan menjaga berat badan tetap ideal. Selain dari berat badan, pola hidup sehat akan menjaga kesehatan seperti gigi, kulit, dan juga kuku.

Pola hidup sehat perlu diterapkan dilingkungan pondok pesantren, karena pada dasarnya lingkungan pondok pesantren dihuni oleh santri remaja yang masih kurang sadar pentingnya kesehatan dalam menunjang aktivitas sehari hari dalam menuntut ilmu di pondok pesantren. Maka dari itu dari teori mengenai pola hidup sehat ini bisa menjadi acuan bagi penulis mengenai beberapa hal yang mendukung atau termasuk kedalam pola hidup yang sehat dan baik untuk disampaikan secara visual pada perancangan ini.

2.4.2 Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat (PHBS)

Definisi dari Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) adalah perilaku dari seseorang ataupun keluarga yang dilakukan dengan sadar dan sebelumnya juga sudah mempelajari mengenai pendidikan kesehatan untuk menerapkan pola hidup bersih dan mewujudkan lingkungan yang sehat (Sondakh et al., 2016, hlm. 44). Kemenkes RI menyatakan tentang pengertian PHBS adalah usaha seseorang ataupun kelompok yang luas untuk mempengaruhi nilai nilai perilaku hidup sehat melalui lajur media informasi dan mengedukasi mengenai sikap dan perilaku tata cara hidup sehat dan bersih.

Tujuannya PHBS itu sendiri juga sebagai peningkatan kualitas kesehatan dengan menyadarkan seseorang untuk menerapkan perilaku bersih dan sehat di kesehariannya. Dalam pelaksanaannya, PHBS diterapkan pada 5 tatanan untuk memberikan kesadaran tentang perilaku hidup bersih dan sehat, 5 tatanan tersebut yakni PHBS di rumah tangga, PHBS di sekolah, PHBS di tempat kerja, PHBS di sarana kesehatan, PHBS di tempat umum (Kemenkes, 2016). Perilaku bersih dan sehat setiap individu itu didasari dari kesadarannya, dengan kata lain walaupun individu tersebut mengetahui hidup bersih dan sehat namun tidak pernah menerapkannya, maka individu tersebut bisa dikatakan merupakan pribadi yang memiliki kehidupan tidak bersih dan sehat. Maka dari itu perilaku bersih dan sehat ini perlu diajarkan dan terus disuarakan untuk menciptakan suatu lingkungan yang bersih dan terhindar dari bermacam penyakit.

1. Perilaku Hidup Bersih dan Sehat di Pesantren

Dalam penerapan PHBS di pondok pesantren mempunyai beberapa indikator, diantaranya terkait kebersihan individu, tempat wudhu, penggunaan air bersih, dan juga terkait kebersihan kamar santri. Untuk menciptakan lingkungan bersih dan sehat di lingkungan pondok pesantren, maka kesadaran untuk berperilaku bersih harus ditanamkan di setiap penghuninya. Melalui edukasi PHBS di lingkungan pondok pesantren merupakan satu cara membentuk kesadaran tersebut (Khafid et al., 2019, hlm. 178-179). Dari sini bisa disimpulkan bahwa penerapan PHBS juga perlu diperhatikan di lingkungan pesantren, mulai dari kesadaran setiap penghuninya untuk menjaga kebersihan di lingkungannya. Apalagi pesantren menjadi tempat pendidikan yang setiap muridnya hidup bersama di satu lingkungan, sehingga apabila ada santri yang sakit maka bisa berpotensi menularkan ke santri lainnya.

Dari beberapa teori mengenai hidup bersih dan sehat dapat disimpulkan bahwa perilaku menjadi satu hal penting yang menggambarkan kebiasaan baik atau buruknya disuatu lingkungan. Maka dari itu penulis bisa menggunakan beberapa hal mengenai perilaku hidup yang banyak dijalani di

pesantren untuk membuat pesan visual yang relevan dengan kehidupan mereka, dan nantinya pesan tersebut bertujuan untuk mengubah perilaku yang memang termasuk kedalam perilaku yang kurang baik menjadi lebih baik lagi.

2.4.3 Penyakit Menular

Pengertian dari penyakit itu merupakan keadaan saat tidak seimbangnya fungsi normal organ yang ada didalam tubuh manusia, termasuk dari sistem biologis dan penyesuaian kondisinya. Menurut Bauman penyakit ada tiga kriteria indikasinya, yakni dari gejala, dugaan dari sakit yang dirasakan, serta menurunnya kemampuan untuk beraktivitas sehari-hari (Masriadi, 2017, hlm. 3). Untuk definisi dari penyakit menular menurut Notoadmodjo (2003) adalah penyakit yang bisa ditularkan ke orang lain secara langsung ataupun dengan perantara. Untuk penularan secara langsung bisa berupa dari cairan yang tersebar dari manusia seperti ludah, dan bersin. Kemudian untuk penularan dengan perantara bisa berupa dari serangga, bakteri, dan kotoran. Dalam mekanisme penularannya penyakit itu dipengaruhi dari tiga faktor, faktor lingkungan sekitar menjadi salah satu media penyebabnya suatu penyakit. Kedua dari faktor lingkungan biologis yakni banyaknya organisme atau makhluk hidup yang bisa berpotensi menjadi penyebaran. Dan ketiga dari faktor lingkungan sosial yakni kebiasaan setiap orang di lingkungan tersebut (Masriadi, 2017, hlm. 4-10). Berdasarkan teori tersebut maka bisa disimpulkan bahwa penyakit menular itu menjadi satu hal yang perlu dicegah. Karena sesuai namanya penyakit ini tidak hanya menjangkiti satu individu, namun bisa menyebarkan ke individu lainnya, faktor penularannya pun bisa dari individu ke individu ataupun melalui perantara seperti udara ataupun cairan yang sudah terkontaminasi.

Beberapa penyakit menular yang sering menyerang santri di lingkungan pondok pesantren seperti tuberkulosis paru, infeksi saluran pernapasan, diare, serta penyakit kulit. Penyakit menular tersebut diindikasikan penyebabnya dari faktor lingkungan yang kurang terjaga serta dari kebiasaan perilaku santri itu sendiri (Zakiudin & Shaluhiah, 2016, hlm. 65). Pada

kenyataannya memang penyakit ini sering menjangkiti santri di pondok pesantren. Hal tersebut bisa terjadi karena kurangnya kehidupan bersih setiap santri yang tinggal di lingkungan pondok pesantren.

1. ISPA (Infeksi Saluran Pernapasan)

ISPA atau Infeksi Saluran Perapasan adalah salah satu penyakit yang penyebabnya karena infeksi renik, virus, atau bakteri pada saluran pernapasan. Dalam proses penyebaran penyakit ini biasanya melalui udara, pada saat virus atau bakteri dari partikel cairan penderita yang tersebar melalui batuk dan bersin kemudian terhirup oleh orang yang sehat. Bakteri dan virus yang terhirup akan mengendap dan berkembang biak selama 1 sampai 4 hari di saluran pernapasan sehingga terjadinya ISPA. Faktor kualitas lingkungan menjadi satu hal penting yang menjadi penyebab terjadinya bermacam penularan penyakit, salah satunya ISPA (Putra & Wulandari, 2019, hlm. 39). Selain itu juga beberapa penyebab dari terjadinya ISPA bisa terjadi dari paparan polusi udara yang terkontaminasi partikel seperti debu halus, asap kendaraan, dan juga polusi yang disebabkan dari industri (Kemenkes, 2023). Penderita yang terkena ISPA umumnya akan mengalami beberapa gejala. Gejala dari ISPA menurut Kemenkes (2023) itu meliputi.

a. Batuk

Salah satu gejala utama akibat ISPA, penderita akan mengalami batuk berdahak hingga batuk kering

b. Hidung Tersumbat

Penderita ISPA akan merasakan saluran hidung tersumbat karena penuh dengan lendir atau pembengkakan di saluran hidung akibat bakteri dan virus yang mengendap. Akibatnya penderita akan sulit bernafas melalui hidung.

c. Sakit Tenggorokan

Gejala umum yang akan dialami penderita di area tenggorokannya, penderita akan merasakan sakit di tenggorokan dan menyebabkan sulitnya menelan makanan atau minuman.

d. Demam & Sakit Kepala

Saat infeksi bakteri atau virus masuk, maka tubuh akan mengalami respon alami berupa demam dan biasanya juga akan dibarengi dengan gejala sakit kepala serta nyeri di otot. Saat tubuh mengalami kenaikan suhu maka perlu diwaspadai, karena menjadi salah satu terjadinya gejala ISPA.

e. Sesak Nafas

Gejala sesak nafas yang akan dirasakan oleh penderita, apabila infeksi bakteri atau virus sudah mencapai organ paru-paru. Jika sudah mencapai gejala serius ini, maka perlu segera adanya penanganan medis.

f. Lemas

ISPA merupakan penyakit yang akan mempengaruhi kondisi tubuh penderita yang akan terasa lemas dan lelah. Hal ini disebabkan karena tubuh akan terus melawan infeksi yang menyerang dan mengakibatkan energi terus berkurang.

2. Diare

Diare adalah penyakit berlebihnya frekuensi buang air besar dari biasanya, karena normalnya manusia membuang tinja perjamnya sebanyak 100-200 ml, dengan bentuk tinja yang cair ataupun setengah padat. Penyebab dari diare bisa berupa bakteri, virus, parasite, keracunan makanan atau minuman, dan juga menurunkan imunitas tubuh. Untuk bakteri yang menjadi penyebab diare itu ada 4 jenis, yakni dari bakteri *Campylobacter*, *salmonella*, *shigella*, serta *E. Coli*. Tanda tanda dari gejala diare biasanya akan buang air besar lebih dari tiga kali dalam sehari, dan terkadang juga disertai dengan demam, muntah, hingga lemas pada badan (Masriadi, 2017, hlm. 91-95).

Pada bukunya Masriadi (2017) menuliskan penyebab penularan diare disebabkan dari lingkungan atau juga perilaku manusianya sehari-hari, seperti air yang tercemar bisa menjadi penyebab penularan diare, mengkonsumsi makanan yang sudah kotor atau tercemar, tangan yang kotor setelah beraktivitas, buang air disembarang tempat, dan juga dari tempat makan yang kurang bersih. Penyakit diare juga terbagi menjadi dua jenis yakni sebagai berikut ini.

a. Diare akut

Diare yang terjadi secara mendadak dan biasanya akan berlangsung singkat selama beberapa jam hingga 7 atau 14 hari. Penyebabnya sendiri karena bakteri ataupun virus yang masuk ke dalam tubuh dari makanan atau minuman yang terkontaminasi atau juga kurang matang dalam proses masaknya. Untuk penularannya juga disebabkan dari faktor interaksi penderita terkontaminasi bakteri atau virus penyebab diare, lalu dari faktor melalui udara akibat bersin atau batuk si penderita, atau karena aktivitas seksual.

b. Diare Kronik

Diare kronik adalah diare hasil diagnosis yang berlangsung selama lebih dari tiga minggu untuk penderita orang dewasa, dan dua minggu untuk bayi. Penyebabnya juga bervariasi dan belum sepenuhnya diketahui. Dalam prosesnya diare ini dipengaruhi dari dua hal, yakni tekstur tinja, dan motilitas usus (gerakan didalam usus). Terganggunya proses mekanik dan ensimatik serta diiringi dengan gangguan mukosa, menjadikan pertukaran air dan elektrolit terganggu dan akan mempengaruhi bentuk dari kepadatan tinja yang keluar. Diare kronik terbagi menjadi tiga.

- 1) Diare osmotik, yakni kurang terserapnya zat karbohidrat, lemak, atau protein di saluran pencernaan sehingga menyebabkan feses yang keluar seperti berminyak.

- 2) Diare sekretorik, disebabkan dari terganggunya penyerapan karena perbedaan tekanan osmotik antara usus dalam dan dinding usus, sehingga mengakibatkan cairan serta elektrolit masuk Kembali ke dalam lumen usus dengan frekuensi yang besar dan mengakibatkan feses berbentuk air.
- 3) Diare Inflamasi, diare yang disebabkan rusaknya lapisan dinding usus halus dan disertai dengan peradangan, akibatnya feses yang keluar akan berdarah.

3. Penyakit Kulit

Penyakit kulit merupakan satu penyakit yang memiliki kesinambungan dengan lingkungan serta perilaku manusia. Penyebab dari penyakit kulit itu sendiri berasal bakteri, virus, parasit, dan jamur yang menginfeksi melalui kontak langsung ataupun secara tidak langsung ke kulit. Faktor lingkungan yang menjadi penyebab dari penyakit kulit diantaranya kualitas dan kuantitas air bersih yang menjadi sumber aktivitas seperti mandi, mencuci, dan lainnya. Faktor sosial ekonomi yang rendah juga menjadikan sebab dari penyakit kulit, perilaku hidup sehat yang buruk sehari-harinya, serta lingkungan yang tidak layak untuk kesehatan (Rahmadani et al., 2023, hlm. 1). Penyakit kulit bisa menjangkit siapa saja dan penyakit ini bukanlah penyakit yang bisa dianggap enteng, karena apabila sudah terjangkit dan tidak segera ditangani dengan baik maka akan memungkinkan untuk menyebar ke bagian kulit lain. Penyakit kulit yang disebabkan dari jamur atau disebut dengan *dermatofita* bisa menular dari penderita ke orang disekitarnya. Penyebarannya bisa melalui udara, dan kontak secara langsung dari pemakaian barang barang penderita seperti handuk, pakaian, selimut, alas tidur, dan sebagainya. Sayangnya banyak yang mengabaikan gejala yang disebabkan jamur kulit ini dengan alasan kesibukan pada aktivitas sehari-harinya (Rojun et al., 2023, hlm. 107). Timbulnya suatu penyakit menular pada kulit manusia bukan hanya dari kebersihan lingkungan

saja, namun perilaku seperti menggunakan alat pribadi ke penderita bisa menjadi penyebab penularan penyakit kulit ini.

Beberapa penyakit kulit menular yang menyerang manusia yang dijelaskan dari laman Kemenkes RI ada sebagai berikut.

a. Scabies

Penyakit kulit scabies atau juga disebut kudis adalah salah satu penyakit kulit yang disebabkan dari gigitan tungau *Sarcoptes scabiei* yang menembus kedalam kulit hingga timbulnya rasa gatal dan kemerahan di kulit. Penyakit ini akan mudah menular ke orang lain dengan perantara pakaian, tempat tidur, dan kontak langsung dengan orang yang sudah terinfeksi.

b. Kusta

Kusta merupakan salah satu penyakit infeksi kulit kronik yang penyebabnya dari kuman *Mycobacterium Leprae*. Penyakit kusta akan menyerang kulit dan saraf tepi, bahkan bisa menyerang jaringan tubuh lainnya dan masih menjadi permasalahan kesehatan di Masyarakat hingga sekarang. Gejala penyakit ini berupa bercak merah atau putih kering berisisik di kulit namun tidak gatal, kulit tidak berkeriat, dan rasa lepuh dan luka pada bagian yang terdampak, hingga bisa menyebabkan rasa nyeri melemahnya anggota gerak atau kelopak mata. Faktor timbulnya bakteri kuman *Mycobacterium Leprae* berasal dari manapun seperti dari dalam tanah, air, udara, serta manusia terkena kusta. Selain itu penderita kusta dapat menularkannya melalui perantara udara yang berasal dari percikan cairan dari saluran pernapasan penderita penyakit kusta (Siswanti & Yuni, 2018, hlm. 353).

Penyakit menular itu merupakan satu hal yang menjadi fokus utama dari perancangan ini, maka dari itu penulis bisa menggunakan teori ini untuk menjadi identifikasi terhadap penyakit tersebut dari bagaimana cara penularan

setiap penyakit tersebut, sehingga nantinya penulis bisa merancang prosesnya serta pencegahannya dalam bentuk visual.

2.5 Penelitian Yang Relevan

Untuk memperkuat dasar penelitian ini, perlu adanya suatu pengkajian terhadap topik yang diteliti dengan penelitian sebelumnya. Penelitian mengenai pola hidup sehat di lingkungan pondok pesantren dalam bentuk media kampanye akan dilakukan analisa terkait segi kebaruan dan juga kesamaan dari tujuan, metode, dan hasil penelitiannya.

Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Kampanye Pencegahan HIV/AIDS Menggunakan Buku Saku Pada Remaja di Pondok Pesantren Manba'u Syafa'atil Qur'an Kota Belitar	Viola Izzah Parensa, Sri Winarni, Ganif Djuawndi, Moh. Zainol Rachman	Penelitian ini berfokus pada kampanye untuk mencegah penyakit HIV/AIDS untuk pondok pesantren Manba'u Syafa'atil Qur'am kota Belitar.	Media kampanye berupa Buku saku yang digunakan dalam meningkatkan kesadaran terkait HIV/AIDS
2	Jejaring Ibu Nyai Pesantren Untuk Penguat Kampanye Kesehatan Masyarakat	Samsul Arifin	Penelitian memanfaatkan peranan seorang Ibu nyai di pondok pesantren	Media penyebaran kampanye kesehatan dengan menggunakan jaringan sosial

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
			dengan jaringan sosial yang dimiliki untuk menyuarakan dan mengedukasi kepedulian kesehatan di Masyarakat dan juga lingkungan pesanteren	dari seorang tokoh agama di lingkungan pondok pesantren.
3	Menjaga kesehatan Santri: Upaya PHBS Sebagai Pencegahan Diare di Lingkungan Pondok Pesantren	Rani Fitriani, Eva Mesi Setianan	Merancang beberapa metode kebutuhan setiap santri untuk menerapkan PHBS. Dan beberapa program edukasi dari sosialisasi hingga pelatihan khusus.	Mengadakan sosialisasi langsung dengan target melalui pengabdian Masyarakat. dan menggunakan beberapa media promosi guna membentuk kesadaran kesehatan dengan bentuk media cetak

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
				untuk menyampaikan informasi dan

Dari beberapa temuan penelitian terdahulu yang memberikan dampak kesadaran terhadap penduduk di lingkungan pondok pesantren mengenai pentingnya perilaku hidup sehat. Pada penelitian pertama memperlihatkan peranan media buku informasi dalam menyadarkan santri untuk mengetahui tentang HIV/AIDS serta bagaimana mencegahnya. Di penelitian kedua menggambarkan perananan dari pemimpin ataupun pengasuh di suatu pondok pesantren untuk menjadi teladan dalam penerapan hidup sehat melalui sosialisasi langsung ke target audiens. Dan pada penelitian terakhir menunjukan penggunaan berbagai media dalam menyuarakan dan menyadarkan santri di lingkungan pondok pesantren untuk mulai menerapkan perilaku hidup bersih dan sehat, demi mencegah terjadinya penyakit. penelitian ini akan mengimplementasikan kebaruan dari penelitian sebelumnya untuk perancangan kampanye ini.

