

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Vaksin adalah produk biologis yang berisi kuman yang sudah dilemahkan atau dimatikan dengan tujuan untuk membantu tubuh membangun perlindungan terhadap penyakit tertentu (Khariri, 2022). Menurut Kementerian Kesehatan RI, imunisasi sebenarnya tidak hanya penting untuk anak-anak, tapi juga bagi orang dewasa agar tetap terlindungi dari berbagai penyakit. Sayangnya, kesadaran masyarakat terhadap pentingnya vaksinasi dewasa masih tergolong rendah. Banyak orang yang bahkan belum tahu jenis vaksin apa saja yang seharusnya mereka dapatkan (Rokom, 2024).

Menurut Samsuridjal Djauzi, Penasihat Satgas Imunisasi Dewasa PAPDI dan Guru Besar FKUI, vaksinasi dewasa di Indonesia masih sangat sedikit. Misalnya, untuk vaksin influenza, jumlah penerimanya hanya 0,5 dari setiap 1.000 penduduk. Angka ini jauh lebih kecil dibandingkan dengan negara seperti Singapura (90 per 1.000), Jepang (250 per 1.000), dan Korea Selatan (311 per 1.000) (DPR RI, 2024). Dr. dr. Sukanto Koesnoe, SpPD-KAI, Ketua Satgas Imunisasi Dewasa PB PAPDI, mengungkapkan bahwa vaksinasi dewasa masih belum umum dilakukan dan belum mendapatkan perhatian yang memadai (Purbaya, 2023).

Menurut Dr. Nurul Fajriah Afiatunnisa, hanya 29% masyarakat Indonesia yang tahu tentang vaksinasi untuk orang dewasa dan terdapat 3% masyarakat Indonesia yang sama sekali belum mengenal vaksinasi dewasa. Angka ini masih tertinggal dibandingkan dengan Malaysia (31%), Vietnam (37%), dan Filipina (45%) (Purwoko, 2023). Berdasarkan wawancara dengan dr. Ido Genesio dari Klinik Prostasia, vaksinasi dewasa sering kali dianggap mahal dan belum menjadi prioritas. Banyak orang lebih memilih menggunakan uangnya untuk hal lain yang dianggap lebih penting. Hal ini juga terlihat dari hasil kuesioner, di mana hampir

setengah responden (49,4%) menyebut biaya sebagai alasan utama, dan 65,1% lainnya bahkan belum tahu bahwa vaksinasi dewasa itu ada.

Masalah ini makin terasa serius karena masih banyak penyakit yang sebenarnya bisa dicegah dengan vaksin, salah satunya kanker serviks. Menurut Wakil Menteri Kesehatan RI, Prof. Dante Saksono Harbuwono, kanker serviks menempati urutan kedua sebagai jenis kanker terbanyak di Indonesia, dengan lebih dari 36.000 kasus baru setiap tahunnya. Sekitar 70% dari kasus ini baru diketahui pada stadium lanjut, yang membuat risiko kematian jadi lebih tinggi (Kemenkes RI, 2025). Padahal, vaksin HPV terbukti bisa memberikan perlindungan hingga 88,7% terhadap lesi prakanker yang disebabkan oleh virus HPV, dan sudah terbukti efektif menurunkan angka kejadian kanker serviks baik di Indonesia maupun dunia (Setiawan et al., 2025).

Berdasarkan hasil riset pendahuluan, sebanyak 65,1% responden menyatakan belum mengetahui adanya vaksinasi dewasa. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun informasi mengenai vaksinasi dewasa sudah tersedia melalui berbagai sumber resmi, informasi tersebut belum tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Akibatnya, tingkat *awareness* terhadap vaksinasi dewasa masih tergolong rendah.

Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih intensif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat melalui edukasi dan kampanye kesehatan yang mendukung aksesibilitas vaksinasi bagi semua kalangan, terutama kelompok rentan seperti dewasa awal. Kampanye merupakan salah satu cara yang efektif dikarenakan menurut Dr. Antar Venus, MA, Comm. menyatakan kampanye memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan dalam hal terstruktur untuk mempengaruhi target audiens dalam segi pikiran, pengetahuan dan sikap (Muhammad Ilham, 2024).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang , ditemukan beberapa masalah – masalah mengenai tema terkait :

1. Minimnya edukasi yang tersedia serta tingginya misinformasi membuat kesadaran akan pentingnya vaksinasi dewasa menjadi rendah, sehingga

berdampak pada rendahnya tingkat penerimaan dan kepatuhan terhadap program vaksinasi.

2. Kurangnya efektivitas komunikasi mengenai vaksinasi dewasa menyebabkan tingkat *awareness* masyarakat terhadap vaksinasi dewasa masih tergolong rendah.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penulis mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut “Bagaimana perancangan kampanye vaksinasi dewasa yang efektif untuk meningkatkan kesadaran kelompok dewasa awal?”

1.3 Batasan Masalah

Objek perancangan kampanye ini ditujukan untuk kelompok dewasa awal yang masih kurang paham tentang pentingnya vaksinasi dewasa. Target utama adalah individu usia 18–25 tahun dengan kondisi ekonomi menengah ke atas (SES A–B), khususnya di wilayah Jabodetabek sebagai target utama. Sebagai studi kasus, penulis memilih Tangerang Selatan karena daerah ini punya karakteristik psikografis berupa pemahaman yang masih rendah soal vaksinasi dewasa, tapi di sisi lain tetap peduli dengan kesehatan. Konten kampanye tetap menggunakan poster sebagai media visual pendukung, namun media utama yang digunakan adalah website (microsite) karena 74% target audiens mencari informasi melalui platform digital. Microsite berfungsi sebagai pusat edukasi yang terstruktur, interaktif, dan mudah diakses. Sementara itu, aplikasi kesehatan digunakan sebagai media sekunder, mengingat 57,3% responden telah familiar dengan aplikasi seperti Halodoc. Fitur aplikasi seperti pengingat jadwal vaksin, pencarian klinik, dan penyimpanan data kesehatan mendukung tahap Action dan Share, sehingga melengkapi fungsi microsite sebagai media utama kampanye.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan penulis untuk membuat perancangan kampanye interaktif membangun kesadaran vaksinasi dewasa.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan kampanye ini memiliki manfaat yang terbagi ke dalam dua aspek utama, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Berikut manfaat dari pelaksanaan Tugas Akhir :

1. Manfaat Teoretis:

Manfaat Penelitian ini untuk diharapkan menjadi inti ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual yang dapat menjadi referensi bagi penelitian – penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan media kampanye lainnya, terutama dalam materi ilmu dan prinsip seni rupa desain grafis.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan menjadi makna dan berbuah ilmu pengetahuan mengenai pilar Persuasi DKV, khususnya membahas materi pilar persuasi terutama dalam bidang kampanye. Perancangan ini dapat menjadi referensi visual dan standar *usability* bagi mahasiswa DKV atau desainer yang ingin mengembangkan media kampanye kesehatan digital yang interaktif dan informatif.

