

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Asbes merupakan serat-serat mineral berukuran sangat kecil yang ringan dan mudah terhirup ketika materialnya rusak atau lapuk. Serat asbes bisa menempel di pakaian, terbawa angin, bahkan menempel pada barang-barang di rumah seperti tirai atau karpet (*Centers for Disease Control and Prevention*, 2020: cdc.gov). Material asbes ini disatu sisi menjadi material atap yang dimanfaatkan rumah tangga di Indonesia, namun disisi lain digolongkan sebagai karsinogen atau pemicu kanker, dan tidak ada tingkat paparan asbes yang dianggap aman. Asbes dapat menyebabkan gangguan kesehatan serius, seperti gangguan pernapasan, asbestosis, mesothelioma dan kanker paru-paru lainnya akibat paparan serat yang terlepas ketika material mengalami pelapukan. Selain dikenal sebagai pemicu utama kanker paru-paru dan *mesothelioma*, paparan asbes secara klinis terbukti dapat menyebabkan kanker laring dan ovarium. Temuan terkini bahkan memperluas risiko lainnya pada faring, lambung, dan kolorektum (*Agency for Toxic Substances and Disease Registry*, 2024: cdc.gov). Terdapat alternatif pengganti yang lebih aman seperti atap fiber semen *non*-asbes dengan estimasi harga dimulai dari Rp50.000 per lembar yang beredar di pasaran dengan berbagai merek, yang dapat menjadi pilihan material yang lebih aman bagi kesehatan dibandingkan dengan atap asbes konvensional.

Masalah sosial yang muncul dari situasi tersebut adalah rendahnya kesadaran masyarakat terhadap bahaya penggunaan atap asbes, sehingga mengabaikan ancaman kesehatan jangka panjang. Banyak masyarakat yang belum memahami bahaya paparan asbes bagi kesehatan, hal ini dapat dilihat berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) yang berjudul Indikator Perumahan dan Kesehatan Lingkungan 2024, sebanyak 9,68% atau sekitar 27 juta penduduk Indonesia masih mengandalkan asbes sebagai atap hunian. Data ini mengonfirmasi

bahwa penggunaan material tersebut masih sangat marak, khususnya di kawasan permukiman padat. Hasil penelitian (Muh Ilham Syarif, 2022) menunjukkan bahwa faktor utama masyarakat memilih atap asbes adalah karena harga dan kemudahan akses. Berdasarkan BPS 2024 secara kawasan, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung (57,49%) dan DKI Jakarta (54,68%) menjadi dua wilayah dengan persentase penggunaan tertinggi yang melampaui angka 50%. Karakteristik DKI Jakarta sebagai wilayah dengan kepadatan penduduk tertinggi di Indonesia menjadikannya sebagai provinsi yang paling rentan terhadap risiko paparan material berbahaya tersebut.

Jika kondisi ini dibiarkan, paparan terus menerus terhadap asbes dapat berdampak semakin serius terhadap kesehatan masyarakat, terutama di wilayah-wilayah yang rumahnya masih menggunakan atap asbes yang sudah rusak. Meskipun dampak penyakit akibat asbes umumnya baru sering muncul puluhan tahun mendatang sebagaimana dipaparkan oleh Dr. Ir. Bambang Setiaji, SKM, M.Kes, namun hal ini tidak bisa dianggap remeh karena menjadi alasan tiap tahun terdapat sekitar 1.600 kematian di Indonesia akibat penyakit yang berhubungan dengan asbes (Lestari et al., 2023). Permasalahan ini dapat dilihat dari banyaknya kasus yang tidak terdokumentasi secara resmi terkait kekeliruan diagnosis, di mana penyakit paru akibat asbes sering kali diidentifikasi sebagai tuberkulosis (TBC) (Chen et al., 2024). Hal ini terjadi karena gambaran radiologis dan karakteristik klinis keduanya memiliki kemiripan. Situasi ini dikhawatirkan akan menjadi "bom waktu" pada beban kesehatan yang meningkat dengan tajam (Zhao et al., 2024).

Namun demikian, mayoritas kampanye mengenai bahaya asbes yang ada saat ini masih berfokus pada aspek keselamatan kerja buruh. Oleh karena itu, perancangan kampanye ini secara spesifik menyasar isu kesehatan masyarakat khususnya keluarga kelas menengah ke bawah sebagai pengguna atap asbes. Masyarakat kelas ini belum memahami dan mengetahui bahwa ada material pengganti asbes yang lebih baik dan sehat. Perancangan kampanye sosial berbasis desain komunikasi visual ini tidak hadir untuk memaksakan perubahan instan, melainkan untuk membangun kesadaran jangka panjang. Dalam hal ini kampanye

sosial berperan sebagai komunikasi terencana sebagai upaya mengubah persepsi dan tindakan publik terhadap isu sosial tertentu (Widyasari et al., 2020). Oleh karena itu kampanye sosial sebagai media dengan fokus utamanya adalah mempersuasi masyarakat tentang bahayanya asbes dan memilih material lain yang lebih aman.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan situasi permasalahan yang dipaparkan sebelumnya, penulis menemukan beberapa aspek yang menjadi fokus perhatian, antara lain:

1. Rendahnya kesadaran masyarakat terhadap ancaman kesehatan jangka panjang, seperti asbestosis, mesothelioma, dan kanker lainnya, akibat penggunaan atap asbes.
2. Mayoritas kampanye masih menysasar keselamatan kerja buruh, sehingga ranah rumah tangga kekurangan persuasi untuk membangun kesadaran jangka panjang mengenai bahaya kesehatan atap asbes.

Oleh, karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini dispesifikasikan sebagai berikut: Bagaimana perancangan kampanye sosial tentang risiko kesehatan dari penggunaan atap asbes guna membangun kesadaran jangka panjang?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka perancangan ini ditujukan kepada masyarakat dewasa berusia 35-45 tahun, dengan status sosial ekonomi menengah kebawah (SES B-C), yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta, dengan menggunakan metode media komunikasi visual. Pemilihan wilayah DKI Jakarta didasarkan pada fakta bahwa wilayah ini merupakan salah satu daerah dengan persentase penggunaan atap asbes yang sangat tinggi, yaitu sekitar 54,68% berdasarkan data BPS 2024. Ruang lingkup perancangan akan dibatasi pada pengenalan bahaya paparan serat asbes bagi kesehatan, serta pesan persuasif untuk mendorong pemahaman tentang bahaya asbes dan material pengganti.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan indentifikasi masalah yang telah dipaparkan, tujuan penelitian ini adalah membuat perancangan kampanye sosial tentang risiko kesehatan dari penggunaan atap asbes.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dalam pembuatan tugas akhir ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu: manfaat teoretis dan praktis:

1. Manfaat Teoretis:

Secara teoretis, perancangan kampanye sosial yang berfokus pada isu kesehatan masyarakat ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kekayaan ilmu pengetahuan dalam bidang Desain Komunikasi Visual dan dapat memperluas pemahaman melalui penggunaan elemen desain dalam membangun kesadaran publik terhadap isu penggunaan material berbahaya seperti asbes.

2. Manfaat Praktis:

Secara praktis, tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman bagi masyarakat mengenai bahaya penggunaan atap asbes dan mengenalkan alternatif material pengganti yang lebih aman. Perancangan ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi lembaga lingkungan, pemerintah dalam mengembangkan kampanye serupa yang mengedukasi publik tentang kesehatan. Bagi penulis, perancangan ini menjadi sarana kontribusi karya kepada Universitas Multimedia Nusantara.