

Kampanye Edukasi Dengan Media Berbasis Ilustrasi untuk Mendukung Program Pemerintah menghadapi Permasalahan Endemi

Rabendra Yudistira Alamin, Rahmatsyam Lakoro,
Bambang Mardiono Soewito, Raditya Eka Rizkiantono, dan Sabar
Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital,
Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia
e-mail: rabendrayudistira@gmail.com

Abstrak— Pada tahun 2022, Pemerintah Indonesia sedang mewacanakan perubahan status pandemi Covid-19 menjadi endemi. Berdasarkan alasan tersebut, strategi yang tepat dibutuhkan untuk memberikan edukasi bagi seluruh komponen masyarakat. Satgas Covid-19 bermitra dengan Institut Teknologi Sepuluh Nopember merancang kampanye berbasis ilustrasi yang telah terbukti mampu meningkatkan atensi dan mempermudah pemahaman audiens terhadap konten edukasi, sehingga komunikasi dapat berjalan lebih efektif. Kampanye berbasis media ilustrasi diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan dalam rangka menyampaikan berbagai pesan edukasi kepada masyarakat.

Kata Kunci—kampanye edukasi, ilustrasi, program pemerintah, endemi, dan pandemi.

Abstrak— In 2022, The Indonesian government is discussing the discourse of the status change of the Covid-19 pandemic to endemic. For this reason, the Government needs the right strategy of socialization and education to touch all levels of society in dealing with the endemic. The Covid-19 Task Force partnered with the Sepuluh Nopember Institute of Technology to design an illustration-based campaign that has been proven to increase attention and facilitate audience understanding of educational content, so that communication can run more effectively. Illustrated media-based campaigns are expected to have a significant impact in conveying various educational messages to the public.

Keywords—education campaign, illustration, government program, endemic, and pandemic.

I. PENDAHULUAN

Pada bulan Maret 2022, Pemerintah Indonesia sedang mewacanakan perubahan status pandemi Covid-19 menjadi endemi. Namun dalam proses transisi tersebut, terdapat langkah-langkah yang dilakukan agar kondisi pandemi di Indonesia tidak kembali memburuk. Oleh sebab itu, masyarakat perlu bekerjasama dengan Pemerintah untuk menjaga dan meningkatkan kewaspadaan terhadap potensi gelombang lanjutan, yang akan mengakibatkan terhambatnya akhir pandemi.

Satgas Penanganan Covid-19 memegang peranan penting dalam menyebarkan edukasi kepada masyarakat. Sejak pandemi merebak, Satgas Covid-19 Bidang Perubahan Perilaku bermitra dengan Laboratorium Media Kreatif Digital Institut Teknologi Sepuluh Nopember untuk meluncurkan berbagai media edukasi, diantaranya adalah; Permainan Edukasi, Buku Cerita Anak, Maskot Duta

Perubahan Perilaku, Komik strip, poster digital, dan berbagai media penunjang lainnya. Media-media tersebut telah beredar luas dan mendapatkan apresiasi yang positif dari masyarakat. Hal ini sejalan dengan karakter masyarakat digital yang cenderung gemar menggali informasi dari beragam sumber [1].

Berbagai luaran dari kerjasama sebelumnya dapat dijadikan acuan untuk merancang kampanye yang mampu menarik perhatian masyarakat melalui berbagai media kreatif berbasis ilustrasi [2]. Edukasi dengan menggunakan ilustrasi mampu memberikan nilai lebih kepada informasi yang dihasilkan. Melalui bahasa gambar yang informative dan komunikatif, ilustrasi dapat menarik perhatian publik sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami dan diimplementasikan.

Untuk mewujudkan transisi pandemi menjadi endemi, masyarakat masih memerlukan edukasi yang menyeluruh. Konten edukasi yang terus berkembang, membutuhkan respon dan strategi media yang dinamis. Tujuan dari kampanye tersebut, informasi yang disampaikan secara menarik dapat memberikan dampak yang signifikan bagi perubahan perilaku masyarakat, khususnya terkait pandemic di Indonesia.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode perancangan kampanye melalui media berbasis ilustrasi dengan pendekatan desain konseptual. Pengumpulan data berupa konten edukasi bersumber dari Satgas Covid-19 Bidang Perubahan Perilaku. Perancangan desain dilakukan oleh mahasiswa dan dosen Mata Kuliah Ilustrasi Konseptual, di Departemen Komunikasi Visual, Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

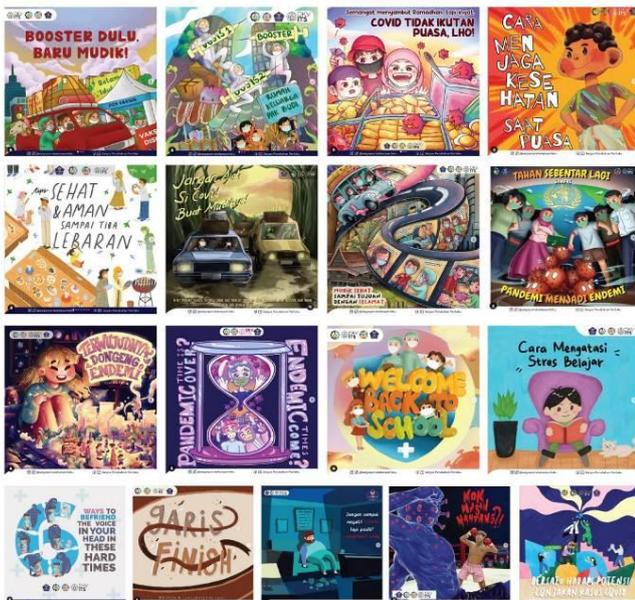
Terdapat dua media utama yang akan menjadi luaran utama dari kegiatan ini, yaitu poster edukasi dan buku kompilasi komik digital. Informasi dan sosialisasi terkait edukasi pandemi akan diadaptasi dalam dua media tersebut, dan dipublikasikan secara berkala melalui media sosial Satgas Covid-19 Bidang Perubahan Perilaku, terutama Instagram. Khusus untuk media komik, hasil akhir berupa kompilasi

akan disebarluaskan juga melalui *website* dan aplikasi komunikasi pendukung seperti whatsapp dan telegram.

Poster Edukasi

Poster edukasi dipandang sebagai media yang sesuai dengan target audiens, yaitu masyarakat Indonesia usia remaja hingga dewasa. Poster digital dinilai memiliki jangkauan luas, memiliki penyajian yang menarik sehingga menarik perhatian, dan mudah untuk disebarluaskan [3]. Pada platform Instagram, poster digital memiliki keleluasaan format dalam bentuk *slide*, sehingga dapat diunggah secara sekuensial dan berjumlah lebih dari satu halaman.

Konten edukasi yang diusung berfokus pada informasi penting terkini terkait Covid-19 di Indonesia yang sedang berada di masa transisi pandemi menuju endemi, percepatan vaksinasi, dan menjaga kewaspadaan. Media ini menggunakan pendekatan fiksi, yaitu aspek naratif dan sinematik [4]. Aspek naratif berkaitan dengan informasi yang akan disampaikan, sedangkan aspek sinematik berkaitan dengan visual yang akan disajikan dalam bentuk poster.



Gambar 1. Poster Edukasi terkait Covid-19, hasil kerjasama Satgas Perubahan Perilaku dengan ITS.

Berdasarkan *timeline* atau pembabakan dan isi konten informasi dalam tema pandemi, poster edukasi tersebut dapat dipilah menjadi 6 kategori, yaitu Ramadan di Masa Pandemi, Transisi Pandemi menuju Endemi, Kampanye Vaksinasi Penuh, Isu Kesehatan Mental selama Pandemi, Persiapan Menyambut Pembelajaran Tatap Muka di Masa Pandemi, Kampanye Protokol Kesehatan Generik. Konsep desain dari setiap luaran dikerjakan oleh mahasiswa, sedangkan dosen bertindak sebagai editor. Pendekatan yang digunakan adalah R&D (*research and development*) desain model 3D berupa *define, design, and develop* [5].

Terdapat sedikitnya 17 poster edukasi yang telah dipublikasikan melalui media sosial Satgas Covid-19 Bidang Perubahan Perilaku. Jadwal rilis untuk setiap poster ditentukan oleh Satgas Covid-19 dengan mempertimbangkan situasi pandemi terkini di Indonesia

serta kebijakan yang diambil oleh Pemerintah (Gambar 1).



Gambar 2. Poster Edukasi *Booster Dulu, Baru Mudik!*

Contoh pada Poster edukasi berjudul “*Booster Dulu, Baru Mudik*” termasuk ke dalam pembagian kategori “Kampanye Vaksinasi Penuh” (Gambar 2). Poster tersebut memberikan informasi kebijakan terkini yang diberlakukan kembali oleh Pemerintah, yaitu menerapkan wajib vaksinasi *booster* sebagai syarat perjalanan baik udara, darat, maupun laut. Dengan adanya poster kampanye vaksinasi penuh ini, diharapkan masyarakat dapat sadar akan pentingnya melakukan vaksinasi penuh dan meningkatkan kewaspadaan, untuk kebaikan bersama dalam menghadapi pandemi khususnya pada hari besar keagamaan.



Gambar 3. Poster Edukasi *terwujudnya dongeng endemi*

Poster edukasi kategori “Transisi Pandemi menuju Endemi” memberikan informasi mengenai perubahan masa pandemi menuju endemi. Poster kategori ini berfokus pada informasi upaya kolektif masyarakat dalam mewujudkan endemi. Contoh pada poster berjudul “*Terwujudnya Dongeng Endemi*”, memiliki pesan endemi akan menjadi kenyataan (bukan lagi dongeng) dengan berbagai persyaratan yang hanya bisa dicapai oleh kesadaran dan upaya penuh dari segenap lapisan masyarakat (Gambar 3). Dengan adanya poster edukasi ini, diharapkan masyarakat dapat mengerti bahwa endemi dapat terwujud jika masyarakat tetap melakukan protokol kesehatan ketat 5M, yaitu : 1. Memakai masker; 2. Menjaga jarak; 3. Mencuci tangan; 4. Vaksinasi lengkap; 5. Vaksinasi booster.

Hingga bulan Juli 2022, terdapat sedikitnya 17 poster edukasi yang telah dipublikasikan melalui media sosial Satgas Covid-19 Bidang Perubahan Perilaku. Rata-rata poster tersebut mendapatkan atensi yang besar dan respon yang baik dari audiens.

Buku Kompilasi Komik

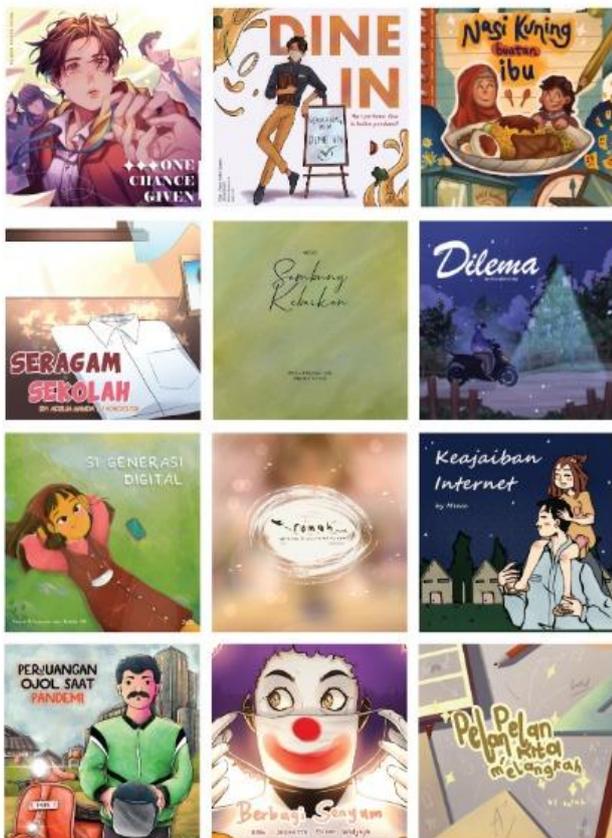
Selain media poster, poin-poin edukasi juga disampaikan

Rabendra Yudistira Alamin, Rahmatsyam Lakoro, Bambang Mardiono Soewito, Raditya Eka Rizkiantono, dan Sabar *Kampanye Edukasi Dengan Media Berbasis Ilustrasi untuk Mendukung Program Pemerintah menghadapi Permasalahan Endemi*

melalui buku kompilasi komik. Media komik terbukti efektif dalam meningkatkan *awareness* dan keterlibatan emosi dalam proses edukasi [6]. Buku kompilasi komik yang dirancang mengambil sudut pandang berbagai profesi yang beragam di masyarakat Indonesia. Setiap judul komik menyajikan potret perjuangan masyarakat yang diharapkan dapat menghibur dan memberikan inspirasi. Format buku kompilasi dipilih berdasarkan penelitian Edmunds dan Bauserman yang menyebutkan bahwa buku meningkatkan minat baca, khususnya pada anak-anak dan remaja [7].

Tema cerita yang diusung dalam buku kompilasi komik ini adalah “Kisah Perjuangan di Masa Pandemi”. Penyusunan naskah pada setiap judul ditentukan berdasarkan kreatifitas dan imajinasi dari setiap *author*. Buku kompilasi komik ini memperhatikan kaidah perancangan komik, yaitu; target pembaca, konsep desain, kriteria desain, dan desain final [8].

Terdapat lebih dari 60 judul komik yang kemudian diseleksi menjadi 12 judul (Gambar 4). Setiap judul memiliki sudut pandang yang berbeda, dengan menitik beratkan pada profesi karakter utama. Kriteria penokohan ini bertujuan untuk menghadirkan variasi skenario dan cara bertutur yang beragam dalam rangka merepresentasikan perjuangan masyarakat Indonesia di masa pandemi Covid-19.



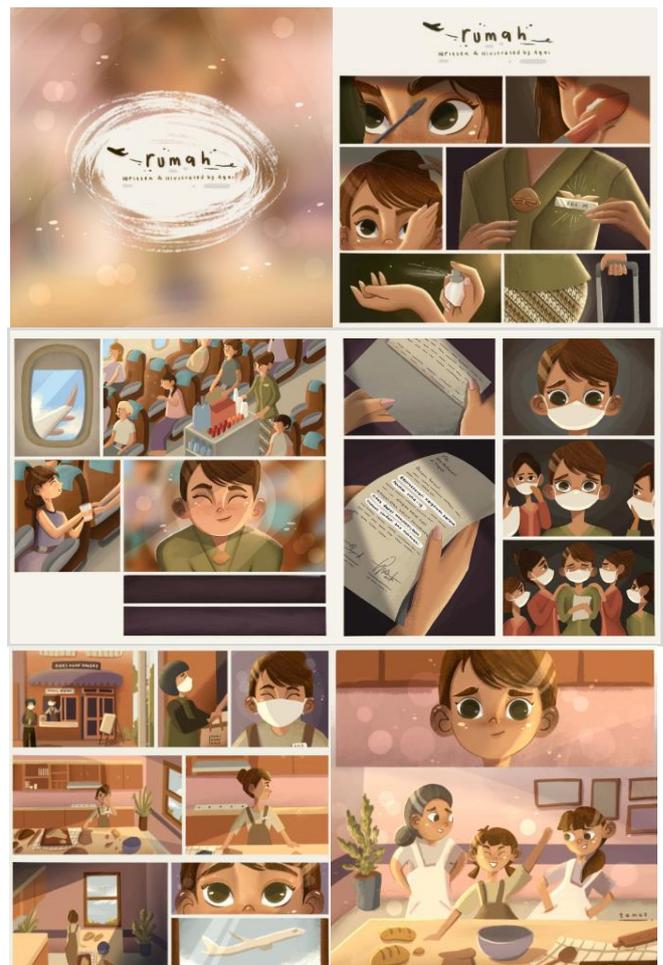
Gambar 4. Judul-judul Buku Kompilasi Komik Perjuangan di Masa Pandemi.

Cerita dalam setiap judul komik menggunakan struktur tiga babak (permulaan, pertengahan, akhiran). Struktur ini mengadaptasi filosofi tahap kehidupan sehingga alur yang disampaikan mendapatkan dramatisasi yang apik [9], dengan jumlah kurang lebih 10-12 halaman dan tidak bersambung. Gambar dibuat berwarna, dengan gaya gambar

bebas. Cerita tidak mengandung kekerasan atau isu sensitif, serta wajib memuat pesan moral yang inspiratif. Aspek edukasi pada komik tidak bersifat eksplisit, namun penokohan pada masing-masing cerita diharapkan menjadi teladan yang menginspirasi masyarakat luas. Hal tersebut menjadi latar belakang mengapa penokohan dibuat dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari [10].

Ilustrasi cerita mengenai keteguhan hati dan pantang menyerah dapat terlihat pada sebuah *silent* komik atau komik tanpa percakapan berjudul “Rumah” karya Nandita Agni Prameswari (Gambar 5). Komik tersebut menceritakan kisah perjuangan seorang pramugari yang mengalami pemutusan hubungan kerja sebagai bagian dari dampak pandemi. Tokoh utama kemudian pulang ke kampung halaman dan dengan dukungan keluarganya beralih profesi menjadi pengusaha roti. Profesi baru tersebut ternyata justru memberikan kesuksesan dan kebahagiaan yang lebih besar, dibandingkan dengan pekerjaan lamanya.

Meskipun komik dikemas tanpa percakapan namun visual yang dihasilkan dapat menggambarkan cerita dengan baik dan menyentuh. Komik tersebut mengandung pesan moral bahwa dibalik sebuah kesulitan akan ada hikmah tersendiri. Dengan adanya komik tersebut diharapkan masyarakat dapat termotivasi dan selalu optimis bahwa segala cobaan yang terjadi, khususnya yang terkait dengan pandemi, akan selalu memiliki jalan keluar.



Gambar 5. Cuplikan Komik Rumah.

Contoh lain pada komik karya Sheilya Chuangda Selamat

berjudul "Dilema" yang bercerita tentang perjuangan seorang ayah yang berprofesi sebagai ojek online (Gambar 6). Tokoh utama yang mendapati dirinya terpapar virus Covid-19 dari salah seorang penumpangnya, dihadapkan pada pilihan sulit, antara faktor kemanusiaan, ekonomi, atau keselamatan keluarganya. Pada akhirnya ia memilih untuk mengisolasi dirinya sendiri demi menjaga keselamatan keluarganya dan orang lain, meskipun dengan resiko kehilangan sumber penghasilan. Salah satu pesan moral dari cerita tersebut adalah bahwa setiap individu wajib mengutamakan kepentingan dan keselamatan orang banyak diatas kepentingan pribadi.



Gambar 6. Cuplikan Komik Dilema.

Buku Kompilasi Komik Perjuangan di Masa Pandemi menggunakan *headline* judul "12 Lensa" yang secara harfiah dapat diartikan 12 sudut pandang. Judul tersebut secara implisit berhubungan dengan 12 profesi karakter utama dengan segala bentuk upaya mereka untuk bertahan di masa-masa sulit akibat dari merebaknya virus Covid-19. Sehingga judul dapat diartikan 12 kisah perjuangan dari berbagai macam profesi di Indonesia pada saat masa pandemi.

Konsep *cover* buku kompilasi komik adalah gambar kamera di atas meja beserta barang pendukung yang berkaitan dengan protokol pandemi, seperti hand sanitizer dan masker (Gambar 7). Kamera merupakan objek representasi harfiah dari "Lensa" yang merupakan judul buku. Sedangkan objek lain merupakan representasi perlengkapan terkait protokol kesehatan pandemi Covid-19.

Secara keseluruhan, ilustrasi cover bermakna potret (cara pandang) masyarakat terhadap pandemi, melalui bahasa komik.



Gambar 7. Cover Buku Kompilasi Komik Perjuangan di Masa Pandemi dengan judul 12 Lensa.

Hasil akhir buku kompilasi ini menyesuaikan format *flip spreadsheet* dengan tebal 79 halaman. Buku ini dapat diakses secara gratis dengan cara pembaca melakukan *scan barcode* yang telah dibuat atau melalui link pada media sosial Satgas Covid-19 Bidang Perubahan Perilaku.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Kampanye edukasi pandemi dapat dilakukan melalui beragam media kreatif, termasuk penggunaan ilustrasi yang informatif dan komunikatif. Luaran buku kompilasi komik dan poster edukasi menjadi contoh media kreatif yang mampu menarik atensi tinggi dari masyarakat. Edukasi dengan menggunakan ilustrasi mampu menambah nilai pada sebuah informasi menjadi lebih mudah diterima dan menyentuh sisi emosi dari audiens. Konten edukasi pandemi yang dipadukan dengan kisah inspiratif dan ilustrasi yang menarik, terbukti meningkatkan *awareness* audiens, sehingga mereka diharapkan tergerak untuk menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Meskipun demikian, kampanye edukasi transisi pandemi menuju endemi perlu didukung dengan media-media penunjang lain yang bersifat lebih formal dan lebih menyeluruh sebagai rujukan utama, seperti buku panduan, modul, aturan Pemerintah, dan sebagainya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Masyarakat berterima kasih kepada Pusat Kajian SDGs DRPM-ITS, Satgas Covid-19 khususnya Bidang Perubahan Perilaku, rekan-rekan tim mahasiswa; para desainer dari poster edukasi dan komik dari kelas Ilustrasi DKV semester Genap 2021, juga tidak ketinggalan kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi pada kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Aburahma, Mona Hassan. Mohamed, Heba Moustafa.(2015). *Educational Games as a Teaching Tool in Pharmacy Curriculum*. American Journal ofPharmaceutical Education 2015; 79 (4) Article 59.

Rabendra Yudistira Alamin, Rahmatsyam Lakoro, Bambang Mardiono Soewito, Raditya Eka Rizkiantono, dan Sabar
Kampanye Edukasi Dengan Media Berbasis Ilustrasi untuk Mendukung Program Pemerintah menghadapi Permasalahan Endemi

- [2] Alamin, RY., Ramadhani, N., Darmawati NO., Dwitasari P., Noordyanto N. 2021. Kompilasi Buku Cerita Anak Sebagai Media Edukasi di Masa Pandemi. *Jurnal Desain IDEA*. Vol.20, No.2. Hal. 67-71.
- [3] Sumartono. Astuti, H. (2018). Penggunaan Poster sebagai Media Komunikasi Kesehatan. *Komunikologi*. Vol.15, No.1. Hal. 9.
- [4] Pratista, H. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- [5] Keller, J. M. (1987). Strategies for stimulating the motivation to learn. *Performance + Instruction*, 26(8), 1-7. <https://doi.org/10.1002/pfi.4160260802>
- [6] Kanti, F.Y., Suyadi, B. Hartanto, W. (2018). Pengembangan Media Pembelajaran Komik Digital pada Kompetensi Dasar Sistem Pembayaran dan Alat Pembayaran untuk Siswa Kelas X IPS di MAN 1 Jember, *Pendidikan Ekonomi*, Vol.12, No.1. Hal. 140.
- [7] Edmunds, K. M., Bauserman, K. L. (2006). What teachers can learn about reading motivation through conversations with children. *The Reading Teacher*, 59,5.
- [8] Bramantyo, EBD., Prasetyo, D. (2020). Perancangan Buku Edukasi Dasar Komik untuk Komikus Pemula. *Sains dan Seni ITS*. Vol.9, No.2. Hal. F269.
- [9] Oscario, A. (2011). Penerapan Teori Struktur Cerita pada Pembuatan Film. *Humaniora*. Vol.2, No.2. Hal. 1248-1249.
- [10] Kusuma, G. P., Wigati, E. K., Utomo, Y., & Putera Suryapranata, L. K. (2018). Analysis of gamification models in education using MDA framework. *Procedia Computer Science*, 135, 385-392.