

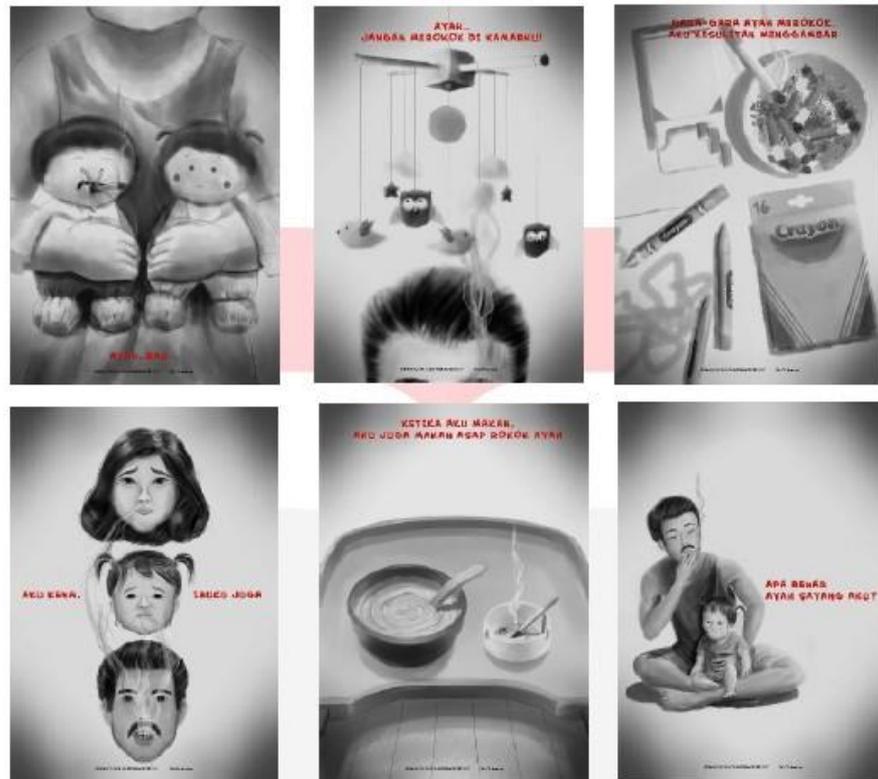
BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Studi pustaka terdahulu sangat penting bagi bahan acuan yang dapat membantu dalam merumuskan asumsi dasar. Beberapa referensi perancangan terdahulu yang dapat mendukung proses pengerjaan “Perancangan Poster Infografis Sebagai Sarana Kampanye Bahaya Merokok di Sekitar Anak”. Perancang menemukan beberapa perancangan pendukung diantaranya sebagai berikut:

Karya pertama, Mochamad Farhat Karami (2017) dari Universitas Telkom dengan judul “Kampanye Sosial Tentang Bahaya Asap Rokok Terhadap Balita”, karya ini membuat sebuah strategi perancangan kampanye bahaya asap rokok terhadap balita menggunakan media poster. Media poster juga digunakan media pendukung berupa kalender dinding, jam dinding, *leaflet* dan *x-banner*. Desain dari poster dikemas dengan nuansa hitam dan putih dengan sentuhan warna merah pada beberapa teks agar lebih menjadi fokus dan terbaca. Warna yang diambil tersebut agar menciptakan citra ketakutan, kematian, dan bahaya. Diharapkan Ayah yang merokok agar lebih waspada terhadap bahaya terhadap balita dari kegiatan merokok tersebut.



Gambar 2.1 Desain Poster Kampanye Bahaya Rokok Terhadap Balita

Sumber: Kampanye Sosial Tentang Bahaya Asap Rokok Terhadap Balita, Mochamad Farhat Karami (2017)

Persamaan dari “Kampanye Sosial Tentang Bahaya Asap Rokok Terhadap Balita” dengan “Perancangan Poster Infografis Sebagai Sarana Kampanye Bahaya Merokok di Sekitar Anak” yaitu sama menggunakan strategi kampanye dalam menyampaikan suatu informasi. Isi dari kampanye juga sama yaitu ingin menyampaikan bahaya merokok di sekitar anak.

Perbedaan dari “Kampanye Sosial Tentang Bahaya Asap Rokok Terhadap Balita” dengan “Perancangan Poster Infografis Sebagai Sarana Kampanye Bahaya Merokok di Sekitar Anak” yaitu dari jenis poster yang digunakan. Pada “Perancangan Poster Infografis Sebagai Sarana Kampanye Bahaya Merokok di Sekitar Anak” menggunakan infografis berseri sedangkan

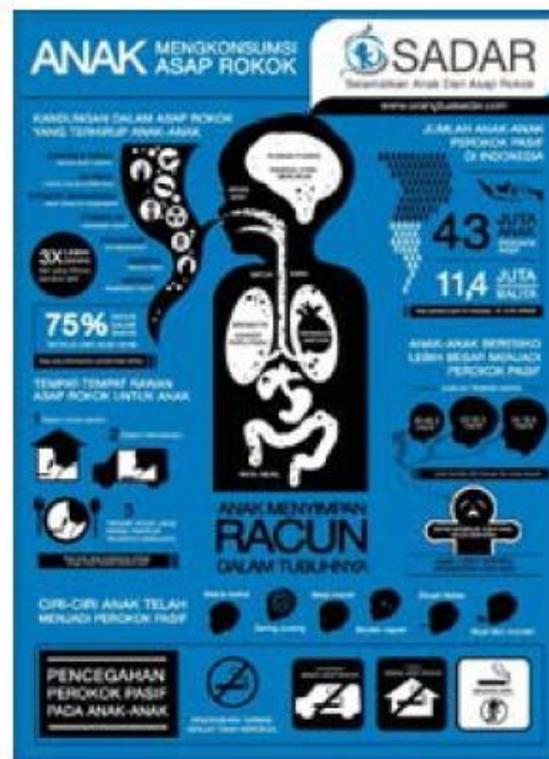
Kampanye Sosial Tentang Bahaya Asap Rokok Terhadap Balita” menggunakan poster ilustrasi berseri.

Karya Kedua Dewangga Adi Perdana (2015) dari Fakultas Seni Rupa dan Desain ITB dengan Judul “Kampanye Pencegahan Perokok Pasif Pada Anak-Anak” Karya ini menggunakan strategi kampanye dengan menekankan informasi dampak asap rokok pada kesehatan anak kepada orangtua dengan memberi informasi dari berbagai media seperti media cetak, TVC, event di *car free day*, media dunia maya, dan pendekatan langsung. Nama proyek kampanye ini adalah ‘SADAR’ yang merupakan singkatan dari ‘Selamatkan Anak-Anak Dari Asap Rokok’. Kampanye ini ingin memberi penyuluhan terkait etika-etika merokok apabila harus berhadapan dengan anak-anak di berbagai tempat.



Gambar 2.2 Artikel Kampanye Pencegahan Perokok Pasif

Sumber: Kampanye Pencegahan Perokok Pasif Pada Anak-Anak, Dewangga Adi Perdana (2015)



Gambar 2.3 Poster Infografis Kampanye Pencegahan Perokok Pasif

Sumber: Kampanye Pencegahan Perokok Pasif Pada Anak-Anak, Dewangga Adi Perdana (2015)

Persamaan dari “Kampanye Pencegahan Perokok Pasif Pada Anak-Anak” dengan “Perancangan Poster Infografis Sebagai Sarana Kampanye Bahaya Merokok di Sekitar Anak” yaitu sama mengambil masalah tentang merokok di Indonesia. Ada perancangan poster Infografis tentang bahaya asap rokok, dimana pada perancangan juga dibuat poster infografis tentang informasi bahaya merokok disekitar anak.

Perbedaan dari “Kampanye Pencegahan Perokok Pasif Pada Anak-Anak” dengan “Perancangan Poster Infografis Sebagai Sarana Kampanye Bahaya Merokok di Sekitar Anak” yaitu pada perancangan “Kampanye Pencegahan Perokok Pasif Pada Anak-Anak” dibuat media yang lebih luas seperti artikel, iklan televisi, poster infografis dan beberapa media pendukung lainnya seperti billboard, *website*, dan *gimmick*. Pada penelitian ini hanya berfokus pada media

cetak poster infografis berseri dengan media pendukung berupa media digital yang disebar melalui media sosial. Selain itu perbedaan pada poster infografis yaitu tema warna dan gaya desain yang akan dibuat lebih berwarna dan ilustratif.

Karya ketiga, Michelle Josie Johannes (2016) dari Universitas Binus Jakarta dengan judul “Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Pencegahan Adiksi Gadget Pada Anak (*Hands to Hands*)” Karya ini menjelaskan sebuah strategi kreatif untuk berkampanye menggunakan komunikasi visual. Perancangan dikemas menggunakan suasana yang *childish* dan *playfull* agar orang tua bisa melihat konteks dari informasi ini dari sudut pandang anak yang dapat membangun dorongan emosional. Hasil perancangan menunjukkan implementasi media kampanye yang dapat menyasar kepada target secara tepat karena ditempatkan pada media-media yang cukup sering ditemui oleh target, serta adanya media pendukung yang membantu target membangun interaksi tanpa gadget dengan anak. Kampanye yang disuarakan dalam project ini yaitu *Hands to Hands* dimana komunikasi langsung terhadap anak sangat penting daripada hanya diberikan gadget sebagai penenang.



Gambar 2.4 Desain Poster Komunikasi Visual

Sumber: Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Pencegahan Adiksi Gadget Pada Anak (*Hands to Hands*), Michelle Josie Johannes (2016)

Persamaan dari “Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Pencegahan Adiksi Gadget Pada Anak (*Hands to Hands*)” dengan “Perancangan Poster Infografis Sebagai Sarana Kampanye Bahaya Merokok di Sekitar Anak” yakni membuat poster ilustratif yang berisi informasi dengan media poster infografis yang digunakan juga memiliki kesamaan.

Perbedaan dari “Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Pencegahan Adiksi Gadget Pada Anak (*Hands to Hands*)” dengan

“Perancangan Poster Infografis Sebagai Sarana Kampanye Bahaya Merokok di Sekitar Anak” yakni dari segi materi yang disampaikan keduanya berbeda. Karya milik mahasiswi asal binus ini memuat informasi tentang adiksi gadget kepada anak, sedangkan karya yang akan dibuat oleh perancang yaitu memuat informasi tentang bahaya orang tua yang merokok di sekitar anak.

Berdasarkan data-data di atas, karya pertama dan karya kedua merupakan karya yang memuat isi tentang bahaya merokok, sedangkan karya terakhir merupakan kampanye yang memuat adiksi gadget pada anak. Persamaan karya pertama dan kedua yaitu dari segi isi, sedangkan yang menarik pada karya ketiga merupakan gaya desain yang lebih menarik untuk dibaca. Maka dari itu dalam perancangan kampanye bahaya merokok di sekitar anak akan dimuat dalam gaya ilustrasi vektor yang sederhana dengan konten mudah dimengerti yang penuh warna, sehingga memiliki keunikan tersendiri dibanding media media informasi bahaya merokok pada umumnya yang terkesan kaku.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Perancangan

Perancangan merupakan proses penting dalam menciptakan suatu karya. Menurut Syifaun Nafisah (2003:2) Perancangan adalah penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam suatu kesatuan yang utuh dan berfungsi. Menurut Wucius Wong (2018:1) “merancang adalah proses mencipta sebuah bentuk dengan memiliki tujuan. Berbeda dengan lukisan dan patung yang merupakan perwujudan khayalan seniman pribadi, karya rancang memenuhi kebutuhan

penggunanya. Pendek kata, karya rancang yang baik ialah ungkapan rupa yang sebaik-baiknya, sari-pati ‘sesuatu’, entah sesuatu itu pesan ataupun yasan. Dalam merancang harus memahami bahasa rupa, yaitu asas, kaidah, dan konsep “.

Kesimpulan dari definisi tersebut, perancangan merupakan proses penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa yang bertujuan untuk perwujudan karya rancang yang memiliki fungsi serta dapat memecahkan masalah.

2.2.2 Poster Infografis

Media Poster Infografis digunakan dalam perancangan ini dalam menyampaikan informasi. Arsyad (2007) memaparkan bahwa poster adalah media visual dua dimensi dimana didalamnya terdapat gambar dan pesan tertulis secara singkat, selain menyampaikan pesan-pesan, poster juga dapat mempengaruhi dan memberikan motivasi tingkah laku seseorang yang melihatnya.

Infografis sangat bervariasi. Infografis awalnya merupakan kependekan dari “grafis informasi”, dalam penerapannya infografis dapat diartikan sebagai format unik yang telah digunakan secara luas yang dicirikan dengan menampilkan ilustrasi, tipografi, dan orientasi horizontal maupun vertikal yang nantinya akan menampilkan fakta dari serangkaian informasi (Lankow & Ritchie, 2014).

Kesimpulan dari definisi tersebut, poster infografis merupakan serangkaian media visual berisi informasi yang menampilkan diagram, simbol, ilustrasi dan

tipografi dengan menyajikan pesan kompleks agar tersampaikan dan mudah dimengerti serta dipahami oleh pembaca.

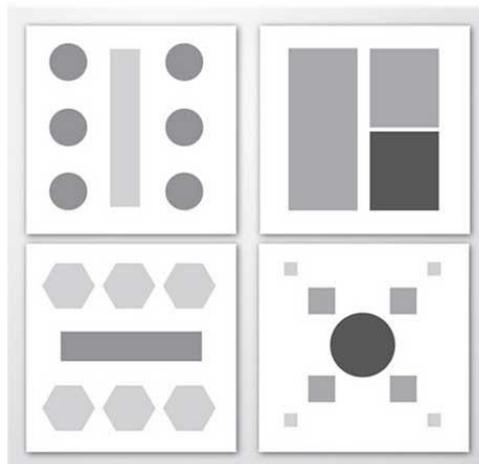
2.2.2.1 Prinsip Desain Poster

- **Keseimbangan**

Keseimbangan merupakan prinsip dalam komposisi yang menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang atau ruang berisi unsur-unsur rupa. Ada dua jenis keseimbangan tata letak desain yang bisa diterapkan:

1. Keseimbangan simetris/formal

Keseimbangan simetris terjadi apabila berat visual dari elemen-elemen desain terbagi secara merata baik dari segi horizontal, vertikal, maupun radial. Gaya ini mengandalkan keseimbangan berupa dua elemen yang mirip dari dua sisi berbeda. Kondisi pada keseimbangan simetris adalah gaya umum yang sering digunakan untuk mencapai suatu keseimbangan dalam desain.



Gambar 2.5 Contoh Layout keseimbangan

Sumber: <http://umardanny.com/pengertian-dan-prinsip-desain-poster/>

2. Keseimbangan asimetris

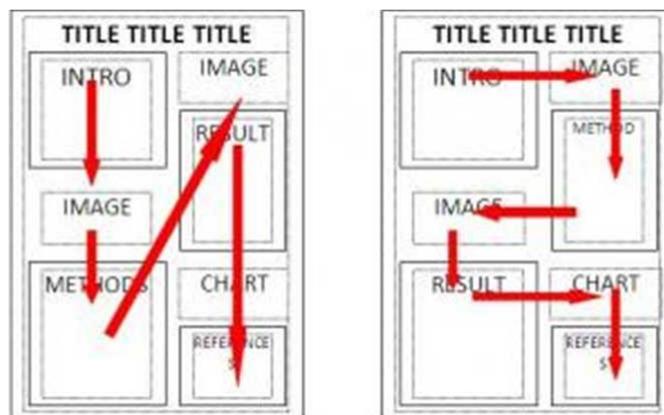
Keseimbangan asimetris terjadi ketika berat visual dari elemen desain yang tidak merata di poros tengah halaman. Gaya ini mengandalkan visual seperti skala, kontras, warna untuk mencapai keseimbangan dengan tidak beraturan.

Tipe keseimbangan asimetris:

- Keseimbangan dalam warna
- Keseimbangan dalam bentuk dan ukuran
- Keseimbangan dalam posisi
- Keseimbangan dalam nilai warna dan tekstur

• Alur Baca

Alur baca yang diatur secara sistematis oleh desainer untuk mengarahkan “mata pembaca” dalam menelusuri informasi, dari satu bagian ke bagian lain.

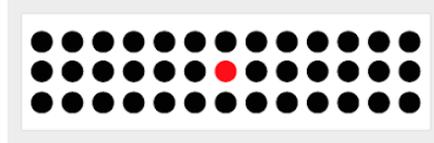


Gambar 2.6 Contoh Alur Baca pada Poster

Sumber: <http://umardanny.com/pengertian-dan-prinsip-desain-poster/>

• Penekanan/*Emphasis*

Emphasis berguna untuk menentukan elemen visual (berupa gambar atau tulisan) yang penting dalam desain, dan juga membantu untuk membuat runtutan informasi dari yang terpenting hingga yang tidak penting (Landa, 2012:29).

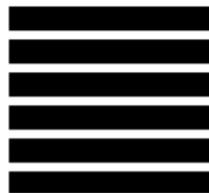


Gambar 2.7 Contoh prinsip Penekanan

(Sumber: <https://www.komunikasipraktis.com/2018/09/pengertian-prinsip-dan-unsur-desain.html>)

- ***Irama/Rythm***

Menurut Landa (2012:30), ritme digunakan untuk menciptakan stabilitas visual, ritme merupakan urutan visual yang diciptakan dalam interval yang sudah ditentukan seperti dalam aplikasi multi halaman dan *motion graphic*, contoh lainnya adalah desain buku, desain situs web, dan desain majalah. Sangat penting untuk mengembangkan aliran visual yang berkesinambungan dari halaman satu ke halaman lainnya, yang tidak kalah penting adalah menggabungkan variasi elemen untuk menjelaskan, memberi aksen, dan menciptakan minat visual.

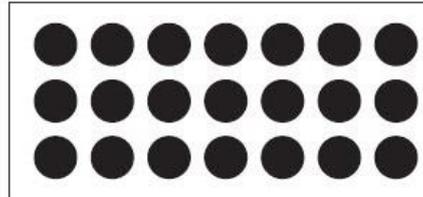


Gambar 2.8 Contoh prinsip ritme

(Sumber: <https://www.komunikasipraktis.com/2018/09/pengertian-prinsip-dan-unsur-desain.html>)

- ***Kesatuan/Unity***

Kesatuan menurut Landa (2012:31), adalah di mana semua elemen grafis dalam desain saling terkait sehingga mereka membentuk keseluruhan yang lebih baik, semua elemen grafis tampak seolah-olah mereka adalah satu.



Gambar 2.9 Contoh prinsip kesatuan

(Sumber: <https://theinsidemag.com/prinsip-seni-rupa/#!>)

2.2.2.2 Tujuan Poster

Dibuatnya sebuah poster tentu bukan tanpa sebab, tetapi memiliki maksud dan tujuan sendiri. Secara umum tujuan dan maksud dibuatnya poster adalah sebagai media publikasi agar masyarakat bisa membacanya dan melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang ada dalam poster tersebut. Tetapi secara khusus maksud dan tujuan dibuatnya poster tergantung dengan apa yang diinginkan pembuat, bisa untuk tujuan komersil, mencari simpati publik, mencari perhatian masyarakat, dan lain sebagainya. Pada perancangan ini tujuan pada poster infografis, bertujuan untuk memberi informasi dan mengajak target audiens untuk tidak melakukan kegiatan merokok di sekitar anak.

2.2.2.3 Jenis-Jenis Poster

Berdasarkan pemaparan tujuan pada poster, poster memiliki beberapa jenis sesuai dengan dengan isi dan tujuan seperti berikut ini:

- **Jenis Poster berdasarkan Isi**
 - Poster Kegiatan. Merupakan poster dengan informasi suatu kegiatan (*event*) yang akan dilaksanakan, seperti: pameran, pentas seni, kegiatan sosial dan isu lingkungan, dsb.
 - Poster Niaga (Bisnis/Dagang). Yaitu poster berisi tawaran untuk menggunakan produk/jasa seperti: poster produk minuman, makanan, poster jasa desain, dsb.
 - Poster Layanan Masyarakat. Poster berisi edukasi atau ajakan kepada masyarakat umum terhadap suatu isu yang bersangkutan dengan masyarakat, seperti: keluarga berencana, bahaya merokok, dsb.
 - Poster Pendidikan. Poster yang berhubungan langsung dengan pendidikan, biasanya dibuat di sekolah atau lingkungan kampus perguruan tinggi.
- **Jenis Poster berdasarkan Tujuan**
 - Poster Komersial, poster untuk mempromosikan barang dan jasa.
 - Poster Kampanye, untuk mengambil simpati masyarakat terhadap suatu isu, tokoh, atau lembaga politik.
 - Poster Propaganda, poster yang berusaha menggiring opini publik.
 - Poster Film, untuk mempromosikan sebuah karya film.
 - Poster Komik, mempromosikan sebuah komik.
 - Poster Afirmasi, untuk memotivasi pembacanya.
 - Poster *Wanted* (Pencarian), untuk mencari orang hilang.

- Poster *Cheesecake*, untuk mencari perhatian publik, biasanya digunakan untuk merekrut calon bintang (idol).
- Poster Riset, untuk mempromosikan atau merekrut kebutuhan suatu riset/penelitian.
- Poster Kelas, digunakan untuk memberikan motivasi, pendidikan atau inspirasi bagi lingkungan pendidikan (sekolah).

Pada perancangan ini untuk mengkampanyekan informasi-informasinya akan digunakan poster kampanye yang bertujuan untuk memberi informasi kepada target audiens tentang dampak bahaya merokok di sekitar anak, baik itu berupa data atau informasi dampak bahaya tersebut dan juga untuk mengajak agar tidak melakukan kegiatan merokok di sekitar anak.

2.2.2.3 Elemen visual pada poster

Berikut ini merupakan elemen-elemen visual yang terdapat pada poster:

1. Ilustrasi

Ilustrasi adalah desain yang membantu memberi gambaran jelas atas ide atau konsep atau tulisan. Ilustrasi juga berfungsi sebagai elemen penghias yang dapat menarik perhatian audiens (Kartika & Wijaya, 2015:20).

Ilustrasi berasal dari bahasa Belanda, yakni *illustratie*, maknanya sendiri adalah suatu hiasan dengan gambar atau pembuatan sesuatu yang jelas (Nurhadiat, Dedi, 2004). Dalam arti luas ilustrasi dapat didefinisikan sebagai suatu karya seni rupa yang bertujuan memperjelas

sesuatu atau menerangkan sesuatu yang dapat berupa cerita atau naskah, musik atau gambar (Rasjoyo, 1994, hlm.63).

Ilustrasi dapat diartikan sebagai salah satu elemen dalam desain yang membantu menjelaskan suatu hal melalui bahasa visual/gambar. Sesuai dengan salah satu definisi ilustrasi yaitu *illustrate* yang berarti menerangkan. Ilustrasi dapat berupa gambar, symbol, relief, music yang tujuannya untuk mengkomunikasikan atau menjelaskan sesuatu (Santosa, 2002:57).

- **Jenis dan Teknik Ilustrasi**

Jenis Ilustrasi yang digunakan oleh tiap perancang berbeda beda dan berbagai macam. Muharrar (2003:13) menerangkan bahwa ilustrasi menurut perkembangannya dari pengiring teks ke bidang yang lebih luas begitu rumit dan bervariasi sehingga pembatasan yang tegas dalam pembagian bidang-bidang ilustrasi adalah tidak mungkin. Namun Salam melakukan pembagian tersebut meliputi: Ilustrasi buku (merujuk pada ilustrasi yang dibuat sebagai pendamping atau penjelas teks pada buku). Adapun beberapa jenisnya antara lain:

- Ilustrasi Buku Ilmiah (non-fiksi), Ilustrasi Buku Kesusstraan, Ilustrasi Buku Anak-anak, Ilustrasi Buku Komik.
- Ilustrasi Editorial merujuk pada ilustrasi yang dibuat untuk menyajikan pandangan (opini) dimuat di surat kabar atau majalah.
- Ilustrasi Busana (merujuk pada ilustrasi yang dibuat untuk memperkenalkan atau menjual produk busana yang sedang mode).

- Ilustrasi Televisi (Ilustrasi yang dibuat untuk kepentingan siaran televisi).
- Ilustrasi Animasi (ilustrasi ini menampilkan unsur rupa atau gambar dan gerak. Penggabung antara ilustrasi dan film membawa pada penemuan ilustrasi animasi).
- Seni Klip (*Clip Art*) merupakan ilustrasi yang dibuat untuk mendukung suatu tulisan, tetapi tidak memiliki biaya untuk memberlinya. Seni klip merupakan seni siap saji dimana dapat ditempatkan pada *layout* tanpa harus membayar royalti pada orang lain.
- Ilustrasi *Cover*, Kalender, Kartu Ucapan, Perangko, Poster dan lain sebagainya. (Ilustrasi ini dibuat untuk ememnuhi maksud dan tujuan dari benda-benda dimana ia ditampilkan).

Teknik Ilustrasi yang digunakan oleh perancang dalam proses perancangan juga berbagai macam. Menurut (Muharrar, 2003: 52) berdasarkan tekniknya pembuatannya, ilustrasi dibedakan menjadi 3 bagian yakni: (1) ilustrasi dengan teknik gambar tangan (2) ilustrasi dengan teknik fotografi, atau alat elektronik lain misalnya computer, dan (3) ilustrasi dengan teknik gabungan gambar tangan dan teknik fotografi atau alat elektronik lainnya, sebagai hasil ekspresi dan kreasi dari ilustratornya.

Pada perancangan ini, teknik yang digunakan dalam menggambar ilustrasi adalah teknik ilustrasi gabungan gambar tangan dan teknik

ilustrasi menggunakan media elektronik computer dengan memanfaatkan program pengolahan berbasis vektor yakni *adobe illustrator*.

- **Ilustrasi Vektor**

Penemuan teknik cetak-mencetak memberi sumbangan yang penting dalam perkembangan seni ilustrasi. Sebelum teknik ini ditemukan, seni ilustrasi merupakan karya tunggal dan tidak direproduksi. Seiring perkembangan teknologi banyak ditemukan teknik-teknik baru dalam menciptakan karya ilustrasi, salah satunya adalah teknik pembuatan ilustrasi menggunakan computer dengan program-program grafis seperti *Corel Draw, Adobe Illustrator, Macromedia freehand*.

Vektor adalah susunan garis, kurva dan bidang tertentu yang membentuk suatu objek. Gambar vektor termasuk dalam kategori *resolution-independent* karena terbentuk dari *fill* dan *stroke* yang tidak terpengaruh oleh resolusi, jadi objek vektor sangat solid sehingga sekecil apapun gambar yang diperbesar tidak akan pecah atau kehilangan ketajamannya. Gambar vektor sangat cocok untuk logo dan ilustrasi (Wahana Komputer 2007:81).

Melalui uraian di atas disimpulkan bahwa ilustrasi berbasis vektor yaitu pengolahan gambar yang memuat pesan tertentu dengan menggunakan program aplikasi grafis seperti *Corel Draw, Adobe Illustrator, Macromedia freehand* dengan mengkombinasikan titik koordinat, kurva, dan garis hingga tercapai gambar sesuai yang

diharapkan dimana komputer mencatat semua posisi titik ujung dan pangkalnya sesuai posisi.

2. Tipografi

Tipografi merupakan elemen penting yang terdapat pada poster. Tipografi adalah ilmu yang mempelajari segala sesuatu tentang buku cetak (Kusrianto, 2009:190). Tipografi dapat diartikan pula sebagai bagian dari kosakata visual yang mengatur mulai dari font, skala, jarak antarhuruf, jarak antarkata, jarak antarbaris, efek yang digunakan, kualitas huruf, aspek keterbacaan, dan lain sebagainya (Kartika & Wijaya, 2015:34). Tipografi atau *typhography* memiliki pengertian yang meliputi penataan dan pola halaman, atau setiap barang cetak, atau dalam pengertian lebih sempit hanya meliputi pemilihan, penataan, dan berbagai hal yang berhubungan dengan pengaturan baris-baris susunan huruf.

Unsur tipografi pada poster terdapat pada judul poster, sub judul, teks deskripsi, logo dan slogan. Pemilihan font untuk masing masing unsur haruslah cocok sesuai dengan karakter pada topik yang akan dikomunikasikan.

3. Warna

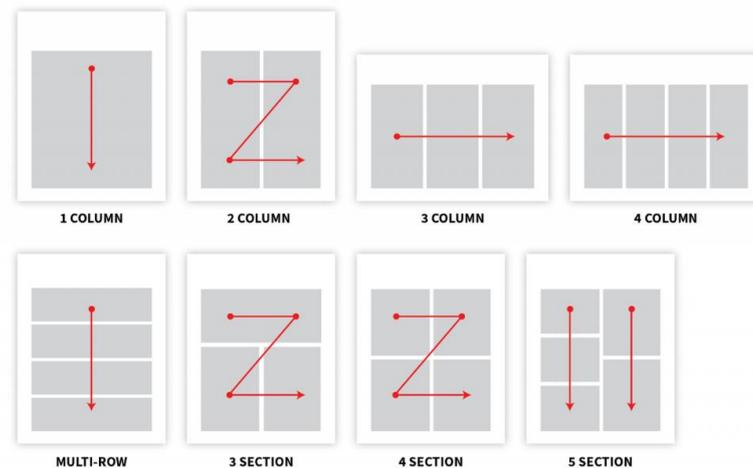
Warna merupakan suatu kualitas yang memungkinkan seseorang dapat membedakan dua objek yang identik dalam ukuran bentuk, tekstur, raut dan kecerahan, warna berkait langsung dengan perasaan dan emosi (Sunaryo, 2002:10).

Warna adalah salah satu unsur visual yang memiliki peran penting dalam sebuah desain. Sebuah poster lebih bagus jika tidak terlalu banyak menggunakan warna. Jika untuk page layout cukup menggunakan maksimal 5 warna saja. Salah satu contoh, bisa dengan memilih kombinasi warna dengan skema berdasarkan *color wheel*. Satu hal lagi yang perlu diperhatikan adalah penempatan estetika warna dalam poster yang dibuat.

4. Layout tata letak poster

Poster pada umumnya memiliki tata letak layout untuk memudahkan keterbacaan. Menurut Rustan (2009: 1) pada dasarnya layout dapat dijabarkan sebagai tataletak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya.

Pada poster, merancang layout untuk menyeimbangkan tata letak dalam setiap elemen seperti teks, gambar dan diagram. Mengarahkan mata pembaca dari area yang paling penting ke area yang kurang penting. Contohnya: Judul dari artikel harus menjadi area yang paling mencolok, kemudian sub-judul berada di urutan kedua, gambar di urutan ke tiga, dan artikel di urutan terakhir. Penggunaan ukuran font yang sangat besar untuk judul artikel, ukuran sedang untuk sub judul. Ukuran font yang digunakan untuk artikel haruslah jauh lebih kecil, ukuran yang biasa digunakan adalah 9-11 point.



Gambar 2.10 Contoh pelayoutan dengan 1 kolom sampai dengan 5 kolom,

Sumber: <https://www.niagahoster.co.id/blog/cara-membuat-infografis/>

2.2.3 Kampanye

Kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana. Menurut Ruslan Rosady (2008:23) kampanye bertujuan untuk mengubah pola pikir dan perilaku. Masing-masing penyelenggara kampanye mempunyai tujuan yang berbeda beda. Kampanye komunikasi adalah sebuah kegiatan yang terorganisir yang mempunyai sasaran tertentu, dilakukan guna mencapai tujuan tertentu dengan jangka waktu yang ditentukan. Menurut Rogers dan Storey (1987) dalam Ruslan Rosady (2008:23) setiap aktivitas kampanye umumnya mengandung empat hal, yaitu (1) tindakan kampanye yang bertujuan guna menciptakan efek dan dampak tertentu, (2) jumlah khalayak sasaran yang berjumlah besar dan (3) dipusatkan dalam kurun waktu tertentu, (4) melalui beberapa rangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir. Kampanye juga memiliki ciri dan karakteristik lainnya, yaitu sumber yang jelas, yang menjadi penggagas,

perancang dan penyampai sekaligus penanggung jawab suatu produk kampanye, sehingga individu yang menerima pesan kampanye tersebut dapat mengidentifikasi dan mengevaluasi kredibilitas sumber pesan tersebut setiap saat.

Kesimpulan dari definisi tersebut, kampanye merupakan suatu aktivitas komunikasi terorganisir yang bertujuan mengubah perilaku dan pola pikir sejumlah khalayak tertentu guna menciptakan efek dan dampak tertentu.

2.2.4 Orang Tua

Orang tua adalah orang yang lebih tua atau orang yang dituakan, terdiri dari ayah dan ibu yang merupakan guru dan contoh utama untuk anak-anak karena orang tua yang mengintrepertasikan tentang dunia dan masyarakat pada anak-anaknya (Friedman. M., 2010).

Orang tua merupakan pusat pendidikan pertama dan utama bagi anak, maka anak memperoleh pengetahuan pertama dari orang tuanya. Orang tua berperan aktif dalam membentuk perilaku, sikap dan berbagai kebiasaan yang ditanamkan kepada anak sejak dalam lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga yang baik sangat penting sekali diciptakan untuk mendukung terciptanya keluarga sejahtera (Shochib, 2010:3).

Kesimpulan dari definisi tersebut, orang tua adalah ayah dan ibu yang merupakan pusat pendidikan dan contoh utama bagi anak dalam lingkungan keluarga karena mengintrepertasikan dunia dan masyarakat.

2.2.5 Anak

Anak adalah manusia berusia muda yang sedang mengalami proses pertumbuhan dari segi fisik maupun psikis. Menurut R.A. Kosnan “Anak-anak yaitu manusia muda dalam umur muda dalam jiwa dan perjalanan hidupnya karena mudah terpengaruh untuk keadaan sekitar”, oleh karena itu anak-anak perlu diperhatikan secara sungguh-sungguh. Akan tetapi sebagai makhluk sosial yang paling rentan dan lemah, ironisnya anak-anak justru sering kali ditempatkan dalam posisi yang paling dirugikan, tidak memiliki hak untuk bersuara, dan bahkan mereka sering menjadi korban tindak kekerasan dan pelanggaran terhadap hak-haknya.

Pada saat anak-anak mencapai usia 3 tahun, otak berukuran tiga perempat dari ukuran orang dewasa. Pada usia 6 tahun, otak telah mencapai sekitar 95 persen dari volume otak dewasa (John W. Santrock, 2011:8). Sebagian peningkatan tersebut disebabkan oleh peningkatan jumlah dan ukuran ujung-ujung saraf dan reseptor. Neurotransmitter yang konsentrasinya meningkat pada usia 3-6 tahun adalah dopamine. Peneliti menemukan perubahan-perubahan dalam pola lokal di otak terjadi dari usia 3-15 tahun. Peningkatan kematangan otak berkontribusi terhadap perubahan-perubahan kemampuan kognitif (John W. Santrock, 2011:36).

Pengamatan pada anak memiliki berbagai fase, fase pengamatan pada anak dibagi menjadi empat masa menurut William Stern (William Stern., 1999) antara lain:

- Masa mengenal benda sampai 8 tahun. Pada masa ini pengamatannya masih bersifat luas dan banyak, seperti manusia dan hewan.

- Masa mengenal perbuatan antara 8-9 tahun. Pada masa ini telah memperlihatkan bagaimana tingkah laku manusia dan perbuatan hewan.
- Masa mengenal hubungan antara 9-10 tahun. Pada masa ini anak mulai bisa membedakan waktu, tempat, dan sebab akibat.
- Masa mengenal sifat 10 tahun keatas. Pada masa ini anak mulai menganalisa sesuatu, sehingga dia bisa mengenal sifat-sifat manusia dan hewan.

Kesimpulan dari definisi tersebut, anak adalah manusia muda yang belum dewasa dalam jiwa dan perjalanan hidupnya. Oleh karena itu anak-anak mudah terpengaruh keadaan sekitar. Fase pertumbuhan dan perkembangan anak sangat penting pada usia 3-6 tahun dan 8-10 tahun karena pada usia tersebut anak mengumpulkan apapun yang diamati dan akan diterima tanpa kritik. Sehingga penting bagi orangtua agar mencontohkan hal-hal baik dan tidak melakukan kegiatan yang berisiko terhadap perkembangan anak diusia tersebut.

2.2.6 Merokok

2.2.6.1 Pengertian Merokok

Merokok adalah menghisap asap tembakau yang dibakar ke dalam tubuh kemudian menghembuskan kembali keluar. Pendapat lain menyatakan bahwa perilaku merokok adalah sesuatu yang dilakukan seseorang berupa membakar dan menghisapnya serta dapat menimbulkan asap yang dapat terhisap oleh orang-orang disekitarnya.

2.2.6.2 Kandungan pada Asap Rokok

Asap rokok membawa bahaya dari sejumlah kandungan tembakau dan juga dari hasil pembakarannya. Sekitar 60% asap rokok terdiri dari gas dan uap, diantaranya: karbon monoksida, hidro sianida, nitric acid, nitrogen dioksida fluorocarbon, asetone dan ammonia. Penelitian mengungkapkan bahwa sedikitnya ada 9 dari gas yang terkandung dalam asap rokok sangat berbahaya bagi paru-paru (Aiman Husaini; 2007).

- **Tar** merupakan kumpulan bahan kimia yang terkandung dalam daun tembakau. Tar terbentuk saat proses pemanasan tembakau berlangsung. Tar yang ada dalam rokok adalah hidrokarbon aromatic polisiklik yang tergolong dalam zat karsinogen. Zat karsinogen merupakan zat yang dapat menumbuhkan kanker (Suryo Sukendro; 2007).
- **Nikotin** merupakan alkaloid toksis yang terkandung dalam tembakau. Zat ini yang membuat rasa kecanduan pada perokok. Hal tersebut dikarenakan nikotin dapat menstimulasi kerja jantung menjadi lebih cepat. Sehingga peredaran darah juga mengalir lebih cepat. Nikotin dalam dosis rendah berdampak gangguan saluran pernapasan. Nikotin dalam dosis banyak akan mengakibatkan tersumbatnya peredaran darah, yang mana dapat mengalami gangguan penyakit (Teddie Sukmana; 2009).
- **Karbon Monoksida** merupakan gas yang beracun dan tidak berwarna yang ada dalam asap rokok. Kandungan di dalam asap rokok yaitu sekitar 2-6%. Karbon monoksida dapat mengikat hemoglobin (Hb) sekitar 200 kali lebih kuat saat berada di paru-paru dibandingkan

dengan daya ikat oksigen (O₂) dengan Hb. 10% Hb akan terisi oleh karbon monoksida dalam kurun waktu 4-7 jam dalam bentuk COHb (Carbonyl Hemoglobin), sehingga akan berakibat sel darah merah kekurangan oksigen, yang akhirnya sel tubuh akan kekurangan oksigen. Kekurangan oksigen pada tubuh dalam kurun waktu yang panjang akan mengakibatkan penyempitan dan pengerasan pembuluh darah, sehingga sangat beresiko terhadap serangan jantung (Boateng Peter; 2011).

Asap rokok dapat menetap di udara selama kurang lebih 2-3 jam dan juga bisa mengendap di lantai dan benda-benda di dalam rumah, bahkan bisa menempel pada badan, rambut, dan pakaian. Asap rokok sangat berbahaya terutama bagi anak-anak yang paling rentan terhadap penyakit apapun karena daya tahan tubuh yang belum sempurna seperti orang dewasa. Tidak hanya paparan asap rokok langsung, namun sisa-sisa hasil asap rokok yang tertinggal juga bisa membahayakan bagi kesehatan anak.

2.2.6.3 Bahaya Asap Rokok Bagi Anak

Anak yang sering berada di sekitar perokok aktif rentan menjadi perokok pasif dan berdampak pada kesehatan. Menurut Dr. Nastiti N. Raharjo Sp. Ak., seorang dokter spesialis anak, dampak yang dirasakan perokok pasif memang lebih parah daripada perokok aktif, karena asap yang dihasilkan dari ujung puntung rokok diketahui lebih beracun. “Jadi, bila anak-anak terpapar dengan lingkungan perokok, mereka akan mendapat 2 kali risiko pengaruh asap, yaitu asap yang dihempuskan dari para perokok,

maupun asap yang dihasilkan dari ujung puntung rokok yang disinyalir lebih beracun. Risikonya lebih tinggi pada perokok pasif”.

Secara umum balita dan bayi lebih rentan terhadap penyakit apapun, termasuk penyakit akibat asap rokok. “Pada balita, daya tahan tubuh dan imunitasnya masih belum sempurna, karena itu dampaknya bisa lebih besar daripada orang dewasa,” papar Dr. Nastiti. Anak yang terkena paparan asap rokok berisiko terjadi kerusakan pada dinding saluran napas, sehingga mudah terjadi asma, bronkitis, dan infeksi saluran napas lainnya. Bahkan dalam jangka panjang dapat terjadi kanker, lanjut Dr. Nastiti (Perdhana Dewangga, 2014).

2.2.6.4 Dampak merokok di sekitar anak

- **Infeksi Saluran Nafas**

Efek kesehatan yang paling banyak terjadi pada anak-anak yaitu gangguan saluran pernafasan. Hal tersebut dikarenakan asap rokok banyak mempengaruhi daya tahan tubuh manusia terutama pada anak-anak. Asap rokok merubah struktur kekebalan tubuh dari alat napas, sehingga organ yang paling cepat terkena dampaknya adalah paru-paru. Dampak lain yang ditimbulkan adalah kerusakan pada dinding saluran napas, sehingga mudah terjadi asma, bronkitis dan infeksi saluran napas lainnya (Royal College of Physicians; 2010).

- **Penyakit Jantung**

Asap rokok dapat merusak hati dan sirkulasi darah. Karbon monoksida dari asap rokok dan nikotin membuat jantung bekerja lebih cepat.

Nikotin membuat pembuluh darah menyempit dan membatasi aliran darah dan juga meningkatkan resiko penggumpalan darah. Bahan lain dari asap rokok dapat merusak lapisan arteri koroner (Departement of Health; 2016).

- **Perkembangan Paru Buruk**

Pada masa kanak-kanak, paru-paru akan terus tumbuh dan berkembang. Rentang waktu mulai dari baru lahir hingga empat tahun adalah masa-masa yang sangat rentan untuk pertumbuhan dan perkembangan paru. Ketika anak terpapar oleh asap rokok di usia ini, fungsi paru-paru akan menurun. Gangguan ini berpotensi meningkatkan kerentanan terhadap kerusakan paru lainnya. Nantinya, anak akan lebih rentan mengalami masalah paru di kemudian hari karena polusi udara atau hal-hal lainnya.

- **Kanker Paru**

Penyebab kanker paru banyak sekali faktornya, namun perokok pasif yang selama ini menjadi korban paparan asap rokok menjadi paling rentan dan memiliki resiko terkena kanker paru. Meskipun tidak merokok, bahan karsinogenik ini berpotensi dihirup orang di sekitarnya. Saat menghirup asap rokok, campuran bahan kimia ini langsung ke paru-paru. Pada awalnya kerusakan pada paru dapat diperbaiki oleh tubuh, tapi paparan yang terus menerus ini menyebabkan kerusakan pada jaringan paru-paru. Kerusakan inilah yang mengakibatkan sel-sel bereaksi secara tidak normal hingga muncul sel kanker (Rahman Aulia; 2019).

- **Bibit Perokok Aktif**

Anak yang tinggal di lingkungan dimana terdapat perokok yang melakukan kegiatan merokok dengan bebas memiliki kecenderungan untuk menjadi bibit perokok aktif di masa depan. Kebiasaan merokok pada remaja dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain pengaruh keluarga, teman sebaya dan iklan. Jumlah perokok pemula pada remaja terus meningkat setiap tahunnya (Kustanti Astri; 2014).