

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi covid-19 sudah mewabah di Indonesia sejak Maret 2020 yang ditandai dengan kasus pertama di daerah Depok. Hampir dua tahun pandemi menyerang Indonesia sehingga membuat lumpuh perekonomian di Indonesia. Pemerintahan Indonesia tentu tidak tinggal diam dan terus berupaya agar Indonesia dapat melewati masa krisis ini. Salah satunya dengan menyediakan vaksin covid19. Namun, upaya tersebut mendapat berbagai respon dari masyarakat. Melalui pemberitaan pada media massa kita dapat melihat bahwa masyarakat menyetujui upaya tersebut. Menurut Agusta (2021), vaksinasi covid-19 merupakan salah satu upaya untuk membuat tubuh lebih kebal dan terlindungi dari virus yang ada. Namun, banyak terjadinya efek samping setelah melakukan vaksin membuat masyarakat menjadi ragu untuk melakukan vaksinasi. Hal ini disebabkan masih kurangnya pemahaman dan informasi tentang vaksin juga membuat masyarakat khususnya pada orang dewasa. Menurut Ramdhani (2021), pandemi covid-19 meningkatkan bentuk malnutrisi seperti kekurangan mikro nutrisi sehingga memaksa jutaan keluarga bergantung pada makanan alternatif yang miskin gizi. Di sisi lain keluarga terutama anak-anak membutuhkan gizi yang seimbang. Kandungan gizi mikro dan makro yang ada didalam makanan diketahui dapat meningkatkan daya tahan tubuh.

Kekurangan gizi pada masa anak-anak selalu dihubungkan dengan kurangnya asupan vitamin mineral yang spesifik dan berhubungan dengan mikronutrien maupun makronutrien tertentu. Belakangan ini banyak penelitian yang mengetahui dampak kekurangan zat gizi, dimulai dari meningkatnya risiko terhadap penyakit, infeksi, hingga kematian yang dapat menghambat pertumbuhan dan perkembangan mental. Stunting merupakan gangguan pada pertumbuhan anak yang disebabkan ketidakseimbangan gizi dalam hal yang memiliki dampak buruk jangka panjang yaitu terganggunya perkembangan fisik, mental, intelektual, serta kognitif. Anak yang terkena stunting pada usia lima tahun akan sulit diperbaiki sehingga akan berlanjut hingga dewasa dan dapat meningkatkan risiko keturunan dengan berat badan lahir yang rendah. (Apriluana dan Fikawati 2018).

Seiring dengan majunya perkembangan teknologi khususnya pada bidang komunikasi informasi publik, Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Kota Bogor memiliki salah satu misi yaitu meningkatkan kapasitas layanan informasi dan potensi masyarakat. Saat ini, Divisi Komunikasi Informasi Publik di Dinas Kominfo Kota Bogor memerlukan bantuan dalam pembuatan informasi berbasis audio-visual dengan tema vaksinasi dan *stunting*. Informasi berbasis audio-visual dipilih agar masyarakat Kota Bogor lebih mudah untuk mengingat dan memahami pesan yang disampaikan.

Menurut Refita (2017), salah satu konten komunikasi visual yang bisa menyajikan informasi menarik adalah *motion graphic*, yang pada umumnya merupakan gabungan dari potongan potongan desain berbasis media visual yang menggabungkan antara animasi dengan desain grafis. Dalam hal pembuatan *motion graphic*, dapat dimasukkan elemen-elemen yang berbeda seperti ilustrasi, video, tipografi, fotografi dan audio. Selain itu, salah satu dari berbagai macam cara menyajikan informasi yaitu dengan iklan. Menurut Yunus (2018), iklan merupakan



salah satu sarana komunikasi terhadap produk yang disampaikan melalui berbagai media dengan tujuan mengusahakan agar masyarakat tertarik untuk menyetujui dan mengikuti.

Dengan adanya iklan yang dibuat, diharapkan dapat memberikan pemahaman dan informasi dasar tentang bagaimana melindungi masyarakat dari penyakit. Detil informasi yang disampaikan adalah bagaimana cara kerja vaksinasi Covid-19 pada tubuh manusia dengan harapan, agar masyarakat di Kota Bogor menyadari pentingnya vaksinasi Covid-19 dari remaja hingga lansia. Selain itu, juga memberikan informasi bagaimana terjadinya *stunting* pada anak, dan bagaimana mengurangi resiko terjadinya jenis penyakit tertentu akibat *stunting*.

1.2 Tujuan

Tujuan dari kegiatan ini adalah menghasilkan iklan layanan masyarakat tentang vaksinasi Covid-19 dan *stunting* dengan menggunakan teknik *motion graphic*. Selain itu, kegiatan ini juga menghasilkan media pendukung yang dapat mempromosikan *motion graphic* melalui media sosial agar audiens target tertarik untuk menonton *motion graphic* vaksinasi covid-19 dan *stunting*.

1.3 Manfaat

Manfaat dari pembuatan *Motion Graphic* Iklan Layanan Masyarakat di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor adalah sebagai berikut:

- 1) Dengan adanya iklan layanan masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang manfaat vaksinasi Covid-19 dan bahaya *stunting* pada anak sejak usia dini.
- 2) Membantu petugas kesehatan untuk menjelaskan kepada masyarakat tentang pentingnya memberikan vaksinasi covid-19 dan edukasi *stunting* khususnya untuk kalangan yang sudah menjadi ibu.

1.4 Ruang Lingkup

Ruang Lingkup dari pembuatan *motion graphic* untuk iklan layanan masyarakat di Dinas Kominfo Kota Bogor adalah sebagai berikut :

- 1) *Motion graphic* yang telah dibuat menyajikan konten informasi edukasi.
- 2) Audiens target dari iklan ini adalah masyarakat Kota Bogor dengan rentang usia 18 sampai 59 tahun.