

## PENDEKATAN *JUXTAPOSITION* SEBAGAI DASAR PERANCANGAN *AMBIENT MEDIA* KAMPANYE SADAR SKOLIOSIS

Kadiasti, Ristia<sup>1</sup>✉

<sup>1</sup>Dosen Jurusan Animasi, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang

### Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Januari 2018  
Disetujui Februari 2018  
Dipublikasikan Maret 2018

Keywords:

Kampanye;  
Ambient Media;  
Skoliosis

### Abstrak

Perancangan media kampanye sosialisasi pencegahan skoliosis ini dirancang untuk orang tua yang memiliki anak remaja, guru dan juga remaja. Media utama yang digunakan adalah *Ambient Media* dengan alasan memberikan *surprising effect* yang baik. Penggunaan *ambient media* dengan memanfaatkan lingkungan dan medium sekitar *target audience* memungkinkan untuk penyampaian informasi yang tepat dan terarah. Interaksi dengan *audience* memungkinkan penyampaian afektif dan kognitif tersampaikan dengan maksimal. Dengan menggunakan *ambient media* ini diharapkan masyarakat menjadi lebih mawas diri akan skoliosis agar pencegahan preventif bisa dilakukan.

## PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan hal yang utama, apalagi bila menyangkut kelangsungan hidup manusia. Seringkali manusia melalaikan kesehatan mereka, sehingga berujung pada penyakit yang kronis hingga kematian. Hal tersebut dipicu karena kurangnya pengetahuan dan kepedulian masyarakat terhadap penyakit terutama yang tergolong penyakit yang tidak populer namun dapat memberi efek serius pada kesehatan. Salah satunya adalah skoliosis. Skoliosis bukan tergolong penyakit namun tergolong pada kelainan fisik khususnya pada tulang belakang. Penelitian oleh *American Association of Neurological Surgeons* (aans.org, 2007) menunjukkan bahwa sebanyak 2-3% dari populasi penduduk menderita skoliosis.

Skoliosis yang merupakan kelengkungan lateral pada vertebrata bisa disebabkan sejumlah abnormalitas pada vertebrata sendiri (struktural) atau karena vertebrata tergantung miring (postural). Kelengkungan ini dibagi menjadi dua jenis yaitu : *primer* akibat penyebab patologik dan *sekunder* yang bisa dua – satu di atas dan satu di bawah yang primer – untuk mengkompensasi kelengkungan utama. Skoliosis juga dibagi menjadi beberapa tahapan tingkat kritis, dan pada penderita tingkat akut umumnya tidak menyadari bahwa mereka menderita skoliosis. Umumnya penderita merasakan bentuk tubuhnya yang berubah drastis, dan tiba-tiba mengalami *dyspnea* dan *hipoksia*. *Dyspnea* merupakan istilah kedokteran untuk kondisi sesak nafas, sedangkan *Hipoksia* merupakan kondisi jaringan tubuh kekurangan

✉ Corresponding author :  
Address: Jurusan Animasi  
Universitas Dian Nuswantoro, Semarang  
Email : [ristiaka@gmail.com](mailto:ristiaka@gmail.com)

oksigen. Keadaan tersebut terjadi karena desakan dari rongga tulang rusuk akibat bertambahnya kurva lengkungan. Tingkat lengkungan diatas  $60^{\circ}$  satu-satunya solusi yang bisa ditawarkan adalah dengan operasi. Operasi yang dilakukan adalah dengan memasang pen titanium untuk menyangga bentuk tulang punggung.

Pencegahan preventif bisa dilakukan sebelum penderita tersebut mengalami progresitas yang signifikan dan menghindari terjadinya *dyspnea* dan *hipoksia*. Langkah awal dan yang paling mudah adalah mengenali gejala pada saat anak tersebut menginjak usia 7-10 tahun, jika timbul kejanggalan pada tubuh anak dapat dikonsultasikan ke dokter untuk dipantau perkembangannya selama satu tahun ke depan agar mengurangi risiko terjadinya skoliosis. Namun, kurangnya pengetahuan dan kepedulian masyarakat terhadap skoliosis menjadi salah satu faktor terlambatnya penanganan terhadap penderita skoliosis yang sudah terlanjur mengalami *progress*. Padahal untuk penderita yang memiliki kurva di bawah  $40^{\circ}$ , bisa dikurangi risikonya. Pengurangan risiko tersebut bisa melalui penggunaan *brace* atau penyangga yang dipakai selama 24 jam selama beberapa bulan sampai derajatnya menurun dan sampai berhenti masa pertumbuhannya. Cara lain selain penggunaan *brace* adalah dengan melakukan fisioterapi seperti pilates, dan olahraga renang.



Gambar 1. Hasil *rontgen* penderita dengan sudut kurva  $68^{\circ}$  yang berhasil dioperasi

Untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan dampak yang ditimbulkan skoliosis, dibutuhkan sebuah media kampanye untuk mengedukasi masyarakat tentang bahaya skoliosis. Hal ini ditujukan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat agar mawas diri pada diri, keluarga, dan orang terdekat yang memiliki gejala-gejala skoliosis serta segera menemui dokter untuk penanganan lebih lanjut. Dengan demikian tingkat keparahannya bisa dikurangi dan dicegah. Dalam penelitian ini, pendekatan visual *juxtaposition* diimplementasikan pada media kampanye, dan diharapkan efek yang ditimbulkan dari pendekatan visual *juxtaposition* pada berbagai media kampanye dapat mempersuasi masyarakat akan bahaya skoliosis.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kualitatif. Data yang terkumpul merupakan data yang berdasar pada aspek fakta yang terjadi di lapangan melalui wawancara. Data wawancara yang didapat berupa data dari dokter ortopedik yang khusus menangani skoliosis dan juga penderita skoliosis yang tergabung dalam komunitas Masyarakat Skoliosis Indonesia. Studi literatur juga digunakan sebagai acuan dalam perancangan media kampanye sadar skoliosis menggunakan pendekatan *Juxtaposition*.

## Proses Komunikasi dalam Konteks Mempersuasi

Efektivitas proses persuasi sangat bergantung pada keberhasilan proses komunikasi. Proses komunikasi yang efektif membutuhkan kesatuan situasi antara pengirim dan penerima pesan tentang isi suatu pesan tersebut. Proses komunikasi tersebut dapat dikatakan efektif apabila isi pesan tersebut mampu untuk membangkitkan rasa cemas dan mampu mengarahkan *audience* untuk menerima

kebaikan isi pesan meskipun hanya dari satu isi. Dalam konteks penyebaran pesan lewat kampanye sadar skoliosis ini, digunakan proses komunikasi massa dalam membedah data sebagai dasar perancangan. Model komunikasi massa menurut Lasswell (dalam David, 2002:7) dikatakan bahwa struktur komponen komunikasi melibatkan adanya komunikator, media, dan Komunikan.

Perancangan ini berfokus pada analisis sanggup menyampaikan isi pesan dari komunikator dalam kasus ini adalah Komunitas Masyarakat Skoliosis Indonesia yang memiliki pesan untuk menyosialisasikan bahaya skoliosis pada masyarakat. Penggunaan media disesuaikan dengan konsep persuasif agar memberikan dampak signifikan terhadap komunikan. Kebutuhan aspek pemahaman kognitif (pemahaman pesan) dan afektif (pembuktian pesan) harus bersinergi dengan media penyampaian. Oleh karena itu media penyampaian pesan yang digunakan membutuhkan adanya pengalaman dengan *audience* sebagai target sasaran. Pengalaman yang dimaksudkan dalam hal ini mencakupi baik dari aspek kepercayaan (*trustworthiness*) ataupun kesan (*meaningfulness*) akan pesan yang disampaikan. Wijaya (2009:70) mengemukakan bahwa komunikasi merupakan salah satu model yang memadukan pemahaman kognitif dan afektif melalui apa yang dialami oleh *audience*. Konsep ini berusaha menanamkan pemahaman disertai dengan bukti yang ada dan disampaikan melalui pengalaman *audience*.

Proses pengalaman *audience* untuk menghasilkan efek kognitif dan afektif tersebut dapat diaplikasikan dengan bentuk *ambient media*. *Ambient media* berpusat pada medium yang digunakan, yakni memanfaatkan lingkungan dalam penempatan media. Interaksi *audience* dengan medium tersebut memaksimalkan penerimaan pesan sehingga menghasilkan aksi yang diharapkan dalam hal ini adalah

timbulnya kesadaran dan aksi pencegahan skoliosis.

### **Pendekatan *Juxtaposition***

Pendekatan *juxtaposition* dapat diaplikasikan di berbagai aspek keilmuan seperti sastra, film, seni dan desain. *Juxtaposition* sendiri berarti menyandingkan dua hal yang berbeda namun berhubungan satu sama lain. John Ingeldew mengatakan dalam bukunya *The A-Z of Visual Ideas* (2011:92) bahwa *juxtaposition* dapat membawa *audience* memainkan imajinasi mereka dengan menghubungkan dua hal tersebut. Hal ini terjadi karena kerja otak secara otomatis menghubungkan dua hal yang terlihat. Hal ini juga didukung oleh penggunaan media yang tepat dan pesan serta visualisasi yang komunikatif. *Juxtaposition*, menimbulkan *shocking effect* kepada *audience* karena hal tersebutlah yang menjadi tujuan utama dari *juxtaposition*, dengan memainkan elemen-elemen yang kontras antara gambar satu dengan yang lainnya, yaitu misalnya besar dan kecil, gelap dan terang, bahagia dan sedih, lembut dan kasar, baru dan lama, horizontal dan vertical, benda bergerak dan benda diam. *Juxtaposition* sendiri merupakan salah satu penggunaan teknik dalam yang sering digunakan dalam fotografi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Data**

Berdasarkan hasil data wawancara dan observasi dari berbagai informan yaitu komunitas skolis Indonesia sebagai komunikator, dokter spesialis orthopedik, dan penderita skoliosis diperoleh fakta-fakta sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil analisis data yang didapat dari berbagai sumber

Pokok Bahasan	Keterangan
Hasil wawancara dengan pakar spesialis tulang belakang yaitu DR. Dr. Luthfi Gatham SpOT (K) dan Komunitas Masyarakat Skoliosis Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dampak jangka panjang skoliosis bagi penderita yaitu terganggunya paru-paru dan jantung</li> <li>- Keterbatasan gerak penderita skoliosis yang menginjak derajat lebih dari 40°</li> <li>- Minimnya pengetahuan di masyarakat tentang skoliosis, sehingga kondisi penderita sudah parah saat dibawa ke dokter</li> </ul>
Hasil wawancara dengan penderita skoliosis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Minimnya kesadaran akan skoliosis dan informasi yang diketahui tentang skoliosis dan akibat jangka panjang dari skoliosis</li> <li>- Sebagian besar penderita tidak mengetahui bahwa mereka menderita skoliosis sampai ketika diperiksa oleh dokter</li> </ul>
Jurnal Kesehatan dan surat kabar yang memuat tentang skoliosis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dilansir oleh Kompas.com pada 25 Oktober 2017, bahwa skoliosis dapat mengganggu fungsi jantung dan paru-paru, kecacatan, bahkan juga kematian</li> <li>- Dikutip dari tesis oleh Siti Mukaromah (2011:130) bahwa penyandang skoliosis mengalami kesusahan beradaptasi baik secara fisik maupun psikis dikarenakan berubahnya bentuk tubuh yang tidak sebanding dengan kegiatan atau lingkungan kesehariannya</li> </ul>

Berdasarkan data yang diperoleh, urgensi penanganan skoliosis melalui kampanye sadar skoliosis sangat penting untuk dilaksanakan. Mengingat ketidaktahuan masyarakat akan bahaya skoliosis. Komunitas Masyarakat Skoliosis Indonesia yang memiliki misi dalam penyebaran kampanye sadar skoliosis menitikberatkan pada pesan bahaya skoliosis kepada masyarakat yang nantinya akan diikuti dengan aksi preventif kepada tiap-tiap individu. Pesan yang akan ditampilkan pada kampanye sadar skoliosis berfokus pada membangun kesadaran masyarakat bahwa skoliosis dapat menyerang siapa saja dengan gejala yang samar terlihat. Penyampaian pesan tersebut didukung dengan medium yang dapat berinteraksi dengan *audience* untuk bisa mendatangkan efek afektif dan kognitif yaitu dengan *ambient media*. Penggunaan media tersebut didukung oleh visualisasi yang tepat dalam hal membandingkan dampak dan membangkitkan kesadaran akan skoliosis yaitu *juxtaposition*.

Seperti data dan tinjauan pustaka yang sudah dijelaskan, kondisi lingkungan dan pengaplikasian medium harus diperhatikan begitu pula maksimalisasi *audience* yang berinteraksi dengan medium kampanye. Berikut adalah segmentasi target dari berbagai aspek agar kampanye yang dilakukan dapat tepat sasaran.

Tabel 2. Segmentasi target

Segmentasi	Keterangan
Geografis	Target lokasi difokuskan di daerah urban perkotaan dimana dekat dengan rumah sakit besar yang memiliki peralatan medis yang cukup untuk memeriksa pasien skoliosis sehingga akses masyarakat untuk mengetahui tentang skoliosis jauh lebih mudah
Demografis	Pada kampanye ini, berpusat pada jenis kelamin perempuan, karena berdasarkan data tersebut penyandang scoliosis sering dijumpai pada remaja perempuan. Untuk segi umur dibagi menjadi dua sub bagian yaitu primer dan sekunder. Primer, Orang tua dan Guru. Gejala scoliosis bisa dilihat dari orang terdekat penderita yang menemukan ada yang ganjal pada bentuk tumbuh kembang anak/ anak didik mereka. Sekunder, Remaja. Segmentasi kedua adalah remaja itu sendiri yang mawas terhadap diri mereka sendiri.
Psikologis	Target dikhususkan kepada masyarakat yang sudah terdidik atau mempunyai latar belakang pendidikan yang cukup. Karena untuk mengetahui pesan yang disampaikan, perlunya proses pemikiran lebih lanjut untuk mencerna metafora visual yang disampaikan.

Media pendukung lain dari *ambient media* yang digunakan adalah dengan medium yang dapat berinteraksi langsung dengan *audience* dan bisa memaksimalkan efek *juxtaposition* yaitu majalah. Sedangkan pengaplikasian *ambient media* yang tepat adalah di pusat keramaian dengan perbandingan jumlah wanita yang dominan seperti di pusat perbelanjaan. Wanita adalah target utama dalam perancangan ini.

### Konsep *Ambient Media*

Kekuatan utama *ambient media* adalah memberikan *surprising effect* (efek yang mengejutkan) kepada komunikan (Nugrahani, 2008:6). Jadi penggunaan *ambient media* harus ditempatkan pada lingkungan yang mendukung dan dekat dengan *target audience*.

Berikut adalah alur perancangan yang melibatkan adanya komunikator yaitu Masyarakat Skoliosis Indonesia, media yang digunakan yaitu *ambient media* dengan pendekatan *Juxtaposition*, dan komunikan yaitu segmentasi target dalam hal ini adalah masyarakat urban perkotaan dengan menggunakan model komunikasi Lasswell dengan menitikberatkan pada pesan yang disampaikan dengan medium *ambient media*.



Gambar 2. Alur konsep perancangan kampanye sadar skoliosis

### Konsep Juxtaposition

Konsep *Juxtaposition* pada perancangan ini menampilkan dua fakta yang terjadi di masyarakat, yang pada satu sisi menampilkan fakta bahwa skoliosis dapat menyerang siapa saja dengan gejala yang samar, sedangkan pada satu sisi dapat dilihat dampak signifikan dari skoliosis tanpa disadari. Hal tersebut akan memunculkan reaksi afektif dan kognitif dari *audience* tentang interaksi dari *ambient media* yang dipadu dengan pendekatan visualisasi *Juxtaposition*.

*Juxtaposition* mudah diterapkan karena hanya memerlukan sedikit perubahan pada kedua objek untuk menarik perhatian. *Juxtaposition* bekerja paling baik saat pemrosesan visual dengan mencocokkan objek, hal ini memungkinkan adanya pola berulang yang dapat dengan mudah diperhatikan oleh *audience* G. DiGirolamo dan D. Hintzman (dalam Gleicher et al, 2011:9).

Studi acuan dari perancangan ini mengadaptasi dari iklan AXE Parfum yang menyandingkan kedua gambar yang berhubungan satu sama lain dengan makna yang berbeda satu sama lain. Gambar sebelah kiri mengarah ke gambar sebelah kanan dengan acuan *headline* iklan yang

menjembatani gambar sebelah kiri dan kanan. *Headline* tersebut tidak hanya menjembatani namun juga memberi informasi dan menekankan pesan yang akan disampaikan.



Gambar 3. Iklan AXE dengan pendekatan *Juxtaposition*

Pendekatan ini digunakan pada *ambient media* dan juga media pendukung perancangan yaitu majalah dengan mempertimbangkan fleksibilitas majalah untuk pengaplikasian *Juxtaposition*.

### Media Kampanye Sadar Skoliosis

Berdasarkan rangkuman hasil segmentasi target dan hasil observasi pada tabel 1 dan 2, konsep pesan yang akan disampaikan adalah dengan menampilkan fakta yang terjadi di lapangan dengan persentase angka besarnya jumlah penderita skoliosis di Indonesia untuk menaruh kepercayaan dan mempersuasi *audience*.

Pendekatan *juxtaposition* pada *ambient media* menggunakan media kaca yang disejajarkan dengan perbedaan refleksi yang dihasilkan disertai *headline* yang berisi fakta persentase penderita skoliosis.



Gambar 4. *Ambient media* dengan menggunakan kaca

Refleksi kaca pada sebelah kiri terlihat normal, sedangkan sebelah kanan dibuat melengkung. Pada kaca normal untuk merepresentasikan postur tubuh normal dan pada kaca melengkung merupakan representasi dari postur tubuh penderita skoliosis. Interaksi dengan *audience* ditunjukkan pada refleksi kaca yang ada pada *ambient media*.



Gambar 5. Implementasi *ambient media* dengan interaksi *audience*

Pada media pendukung perancangan yang juga menggunakan pendekatan *Juxtaposition* adalah majalah. Pada media majalah, penggunaan *headline* yang berisi fakta yang berdasarkan angka persentase penderita skoliosis juga menjadi *point of interest* dan penghubung pesan antara gambar satu dengan yang lainnya.



Gambar 6. Implementasi majalah kampanye sadar skoliosis

Pada gambar tersebut terlihat menggunakan model gadis dengan membawa tas dan buku selayaknya mahasiswa. Hal ini merepresentasikan *target audience* dari iklan ini adalah gadis berumur 13-21 tahun yang rentan terserang skoliosis.

Pada gambar sebelah kanan, digambarkan gadis tersebut hendak menoleh ke belakang bertujuan mengajak *audience* untuk melihat pesan di halaman selanjutnya, hal tersebut didukung oleh penggunaan pesan yaitu “bahaya mengancam anda di belakang”. Ekspresi tersenyum pada gambar sebelah kanan merepresentasikan bahwa penderita bisa saja terlihat normal dan tidak merasakan sakit yang dominan, namun pada gambar selanjutnya digambarkan bahwa skoliosis tumbuh seiring pertumbuhannya bila tidak segera ditangani

Pada gambar sebelah kiri, digambarkan gadis tersebut dari tampak belakang dengan rontgen tulang belakang penderita skoliosis. disertai dengan fakta-fakta ancaman skoliosis. Baju gadis tersebut menggunakan warna hitam, warna ini berasosiasi kegelapan malam, kesengsaraan, bencana, misteri. Watak dari karakter warna ini adalah menekan dan “*depressive*” (Sanyoto, 2009:50). Hal ini bermaksud memberikan pesan adanya bencana dan ancaman dari skoliosis itu sendiri.

## PENUTUP

Penggunaan *ambient media* dengan memanfaatkan lingkungan dan medium sekitar *target audience* memungkinkan untuk penyampaian informasi yang tepat dan terarah. Dengan adanya interaksi dengan *audience* juga memungkinkan penyampaian afektif dan kognitif yang tersampaikan dengan maksimal. Hal itu tidak jauh dari tujuan kampanye yang berusaha menyadarkan masyarakat akan bahaya skoliosis dengan urgensi pesan yang sangat penting. Pengembangan penggunaan medium *ambient media* dan majalah didukung dengan pendekatan visualisasi

*juxtaposition* yang membandingkan dua hal yang saling berhubungan namun memiliki makna yang berbeda satu sama lainnya memungkinkan *audience* untuk menghubungkan dua objek. *Juxtaposition* memungkinkan *audience* untuk memproses objek visual dengan baik karena adanya proses pengulangan data yang didukung oleh pesan dari *headline*. Pesan yang terdapat pada *headline* berisi fakta prosentase angka yang terjadi di lapangan tentang jumlah penderita skoliosis dan juga pesan akan dampak yang dapat terjadi pada penderita bila tidak kunjung diberi penanganan medis. Korelasi antara pesan dan visualisasi yang memungkinkan adanya interaksi dengan *audience* tersebut memberikan *shocking effect* kepada *audience* sehingga pesan akan tersampaikan dengan keberlanjutan aksi sadar akan skoliosis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Gleicher, Michael; Danielle A.; Rick W.; Ilir J.; Charles D. H.; Jonathan C. R. 2011. *Visual Comparison for Information Visualization*. Journal Information Visualization Vol 10 Issue 4. California : Sage Publishing.
- Hanurawan, Fattah. 2010. *Psikologi Sosial*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Hughes, Sean. 1984. *Traumatologik dan Ortopedik*. Jakarta: EGC Penerbit Buku Kedokteran
- Ingledeu, John. 2011. *The a-z of Visual Ideas*. London: Laurence King Publishing.
- Mukaromah, Siti. 2011. *Pengalaman Psikososial Remaja Penyandang Skoliosis di Wilayah Karesidenan Surakarta, Jawa Tengah : Studi Fenomenologi*. Tesis. Jakarta : Pascasarjana Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia
- Nugrahani, Rahina. 2008. "Perkembangan Ambient Media di Indonesia" *Jurnal Imajinasi Vol 4 No 1*. Semarang : UNNES
- Perry, David. K. 2002. *Theory and Research in Mass Communication, Context and Consequences – Second Edition*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associate Publisher.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. *Nirmana*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Shimp, Terence A.. 2003. *Periklanan Promosi. Edisi ke-5. Diterjemahkan oleh: Nurcahyono Mahanani*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Wijaya, Bambang Kusuma. 2011. "Model Komunikasi Berasa dalam komunikasi pemasaran, Studi mengenai Iklan Ambient Media dalam Meraih Kepercayaan Khalayak Konsumen" *Jurnal Communication Spectrum Vol 1 No. 1*. Jakarta : Universitas Bakrie.

- 8 **Kadiasti, Ristia.** Pendekatan *Juxtaposition* sebagai Dasar Perancangan *Ambient Media* Kampanye Sadar Skoliosis