

PERANCANGAN INFOGRAFIS SEBAGAI MEDIA PENGENALAN PROGRAM HOMEVISIT CLEFT CARE INDONESIA

Wira Janitra Gunawan

wjanitra@student.ciputra.ac.id

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

ABSTRAK

Cleft Care Indonesia adalah sebuah yayasan peduli bibir sumbing yang menyediakan 2 jenis layanan, berupa edukasi tentang bibir sumbing dan operasi pengobatan bibir sumbing gratis. Walaupun begitu, ternyata tidak jarang pula bantuan dari Cleft Care Indonesia ditolak. Dalam melakukan riset digunakan metoda kualitatif, untuk mendapatkan kedua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Setelah dilakukan riset, didapatkan penyebab utama dari masalah tersebut adalah kurangnya pengetahuan orang tentang yayasan Cleft Care Indonesia. Salah satu permasalahan lain adalah stigma-stigma tentang bibir sumbing yang berbau mistis yang sudah lama beredar, dan stigma-stigma inilah yang membuat penderita bibir sumbing enggan untuk mengambil tindakan untuk mengobati bibir sumbingnya. Dengan sebuah infografis, diharapkan desain tersebut dapat memberikan pengetahuan lebih kepada pengamat tentang apa dan siapa Cleft Care Indonesia, dan program layanan kesehatan Home Visit mereka, sehingga dapat terbentuk sebuah kepercayaan antara orang-orang dengan yayasan ini agar orang-orang tidak lagi takut untuk mengambil keputusan untuk mengobati bibir sumbing mereka dan ikut serta dalam program Home Visit ini.

Kata kunci: kampanye, pengobatan, gratis, sumbing

ABSTRACT

Cleft Care Indonesia is a cleft care foundation that provides free services for the people that needs it. The 2 main services that they provide are educational services to educate the people everything that people need to know about cleft, and free cleft treatment surgeries. Surprisingly, these services that are given away for free are often rejected and ignored by the people. In conducting the research, a qualitative method is used to obtain both the primary and secondary data. After the research was done, it was found

that the main cause of the existing on-going problems was the lack of awareness by the people about the foundation Cleft Care Indonesia. One other problem is the cleft stigmas that has been around and told by people for a very long time now, and it is these stigmas that are in the way of people suffering from cleft from seeking medication to treat their cleft. With an informative infographic designed, it is hoped that the design could tell the observers what and who Cleft Care Indonesia is, and briefly explain the Home Visit program ran by the foundation, so that a trust can be formed between the people and the foundation so that people can no longer be afraid to participate and seek medication to treat their cleft.

Keywords: *free, cleft, medication, campaign*

PENDAHULUAN

Lebih dari 4 juta anak di dunia terlahir setiap tahunnya, menderita dengan sebuah kelainan. Menurut Chigurupati, Heggie, dan Bonanthaya dalam *Oral and Maxillofacial Surgery* (2010, 43:3), kelainan yang dapat dialami anak-anak tersebut sangatlah beragam, dan dapat terjadi pada wajah, kaki, maupun bagian-bagian lain dari tubuh mereka. Salah satu kelainan sejak lahir yang cukup umum terjadi adalah pada wajah, dan kelainan pada wajah yang cukup sering dapat kita temui adalah kelainan bibir sumbing. Bibir sumbing adalah salah satu kelainan pada wajah yang cukup umum, namun mahal untuk ditangani, di Amerika Serikat dibutuhkan rata-rata \$101,000 untuk melakukan pengobatan.

WHO (World Health Organization), dan organisasi-organisasi peduli bibir sumbing yang lainnya diseluruh dunia sudah berupaya untuk memberikan fasilitas dan layanan pengobatan yang digratiskan dan disubsidi bagi yang kurang mampu, namun yang menjadi masalah bukanlah hanya faktor ekonomi saja. Pada Negara-negara yang sedang berkembang, Indonesia adalah salah satunya, dimana pendidikan dan akses kepada teknologi tidaklah begitu baik, pengobatan dan penanganan yang dibutuhkan untuk bibir sumbing cenderung dihindarkan karena adanya mitos-mitos dan kepercayaan, stigma buruk yang dipegang dari generasi ke generasi, atau dilaksanakan namun terlambat. Keterlambatan dalam penanganan kasus bibir sumbing ini dapat menyebabkan susah dan lamanya proses penyembuhan, dan bahkan memungkinkan terjadinya komplikasi. Tidak hanya buruk dalam segi kesehatan, namun bibir sumbing ternyata juga akan memiliki dampak buruk terhadap mental, psikologi dan kepercayaan diri seorang anak didalam masa pertumbuhannya. Anak yang menderita bibir sumbing juga akan merasa kesusahan ketika mereka ingin melakukan berbagai jenis aktivitas sehari-hari seperti makan dan berbicara.

Cleft Care Indonesia adalah sebuah yayasan yang memiliki beberapa program yang mendukung penyembuhan penderita bibir sumbing di Indonesia. Salah satu program yang dimiliki Cleft Care Indonesia adalah program Home Visit, dimana agen Cleft Care Indonesia akan mendatangi tempat tinggal penderita bibir sumbing yang dirasa kurang mampu, untuk memberikan bantuan berupa edukasi mengenai bibir sumbing, dan pengobatan bibir sumbing gratis. Namun di Indonesia, kelainan bibir sumbing cenderung dianggap sebagai hal yang sepele, dan dihiraukan begitu saja. Beberapa kali, tawaran bantuan yang diberikan oleh Cleft Care Indonesia ditolak karena beberapa alasan. Ada yang menolak karena pernah mendengar dan percaya akan beberapa mitos mengenai bibir sumbing, membentuk stigma-stigma yang buruk, ada pula yang menolak hanya karena mereka tidak percaya dan mengenal siapa Cleft Care Indonesia. Dengan ini, penulis telah mendesain sebuah infografis sederhana yang akan mengenalkan, menjelaskan, dan meyakinkan pengamat agar pengamat bisa sedikit lebih tau lagi dan percaya akan program Home Visit yang dimiliki oleh yayasan Cleft Care Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metoda kualitatif, melalui sebuah wawancara yang dilakukan kepada 5 orang anggota pengurus yayasan Cleft Care Indonesia dan riset terhadap situs Cleft Care Indonesia. Menurut Strauss dan Corbin dalam Cresswell, J. (1998:24), penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang akan menghasilkan hasil penelitian yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik dan pengukuran. Hasil penelitian yang didapat terbagi menjadi 2 jenis data, data primer dan sekunder. Menurut Hasan (2002: 82, 58), data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti, dan data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang sudah ada. Data primer didapatkan dari wawancara yang telah diadakan dengan anggota pengurus yayasan Cleft Care Indonesia yang telah bersedia, dan data sekunder didapatkan dari riset singkat yang dilakukan pada situs Cleft Care Indonesia, jurnal dan situs-situs yang lain.

PEMBAHASAN

Cleft Care Indonesia memiliki beberapa permasalahan yang terjadi sampai saat ini, namun beberapa masalah tersebut kemungkinan dapat terselesaikan pula secara bersamaan apabila pokok permasalahan dapat diselesaikan. Satu masalah dengan masalah yang lain dapat diselesaikan bersama karena mereka semua memiliki 1 pokok permasalahan yang sama, yaitu kurangnya *awareness* dari orang-orang terhadap keberadaan yayasan tersebut. Permasalahan finansial, tenaga, dan beberapa permasalahan yang serupa dapat diatasi apabila lebih banyak orang mengetahui keberadaan Cleft Care Indonesia. Bantuan tenaga dan finansial mungkin dapat diterima dan diberikan orang-orang lebih banyak dari dalam negeri daripada luar, seperti yang terjadi sampai pada saat ini. Satu permasalahan lain yang dialami oleh yayasan ini adalah kepercayaan orang-orang terhadap yayasan ini, suatu permasalahan

yang dapat diselesaikan namun dibutuhkan beberapa waktu. Cleft Care Indonesia memiliki satu program yang dinamakan Home Visit, didalam program ini agen kesehatan dari Cleft Care Indonesia akan mengunjungi rumah penderita bibir sumbing yang dirasa kurang mampu untuk memberikan bantuan. Bantuan yang diberikan oleh Cleft Care Indonesia berupa edukasi mengenai bibir sumbing, dan operasi penyembuhan bibir sumbing gratis apabila penderita menyetujui dan ingin dibantu. Namun, ternyata tidak sering pula bantuan program Home Visit dari Cleft Care Indonesia ini ditolak, karena 2 hal utama. Adanya stigma bersifat mistis yang telah beredar mengenai bibir sumbing sejak lama, dan pengetahuan yang kurang dari orang-orang terhadap yayasan Cleft Care Indonesia ini. Dan karena itulah, sedikit sekali kepercayaan yang dapat diberikan oleh kebanyakan orang-orang terhadap yayasan Cleft Care Indonesia dan program Home Visitnya ini, karena tidak ada orang sebelumnya yang mengenal yayasan ini, kata ibu Endang selaku agen kesehatan Home Visit Cleft Care Indonesia.

Upaya Cleft Care Indonesia

Upaya Cleft Care Indonesia dalam menangani masalah yang sedang terjadi kurang terlihat. Dari hasil interview yang kami dapatkan Cleft Care Indonesia sangat jarang sekali menghadiri konvensi atau acara apapun itu. Cleft Care Indonesia juga jarang sekali mengadakan sebuah gerakan, acara, atau kegiatan umum yang dapat menjadi salah satu sumber mencari *awareness* dari orang-orang yang terbaik untuk Cleft Care Indonesia dan yayasan-yayasan yang serupa. Informasi terakhir tentang gerakan dan acara yang pernah diadakan oleh yayasan Cleft Care Indonesia yang dapat penulis temukan adalah acara penggalangan dana tari sumba di salah satu Marvell City mall di Surabaya yang dilakukan pada tahun 2016. Sampai pada saat ini Cleft Care Indonesia hanya dapat mengandalkan donatur dan bantuan rutin yang didapatkan dari relasi salah satu pengurus Cleft Care Indonesia dari luar negeri. Bantuan dalam bentuk tenaga kerja juga didapatkan dari relawan, yang bersifat sementara dan tidak permanen. Beberapa hubungan antar yayasan dengan sponsor dan relawan tersebut juga kurang baik, salah satu bukti dari ini adalah situs Cleft Care Indonesia yang jarang diperbaharui kontennya, dikarenakan hilangnya kontak dengan relawan yang sempat membantu mengurus situs mereka. Sampai pada saat ini bantuan yang diterima oleh yayasan Cleft Care Indonesia walaupun ada namun sangat minimal, dengan jumlah yang tidak pasti karena beberapa alasan seperti yang tertulis diatas. Didapatkan juga informasi bahwa belum ada sama sekali bantuan atau kerjasama yang diterima dan terbentuk antara yayasan Cleft Care Indonesia dengan pemerintah.

Kebutuhan Esensiil Yayasan Cleft Care Indonesia

Yayasan Cleft Care Indonesia saat ini sangat membutuhkan *exposure* yang lebih baik terhadap orang-orang, agar dapat diketahui dengan lebih baik keberadaanya. Apabila keberadaan yayasan ini dapat diketahui oleh lebih banyak orang, beberapa masalah yang ada dan masih terjadi sampai sekarang mungkin akan terselesaikan dengan sendirinya atau

mungkin dimudahkan. Permasalahan finansial contohnya, mungkin dapat dimudahkan apabila dapat diterima lebih banyak donatur dari dalam negeri sehingga yayasan tidak harus bergantung kepada sponsor yang didapat dari luar negeri saja seperti yang terjadi sampai saat ini. Bantuan dalam tenaga kerja juga dapat dimudahkan apabila lebih banyak orang yang mengetahui yayasan ini bersedia untuk mendaftarkan diri mereka menjadi relawan untuk membantu kelangsungan program dan kerja yayasan ini secara keseluruhan. Apabila yayasan Cleft Care Indonesia dapat diketahui oleh lebih banyak orang, maka Cleft Care Indonesia akan dapat lebih muda pula mendapatkan kepercayaan dari orang-orang, dan dapat menjangkau dan membantu mereka yang membutuhkan dengan lebih baik dan efisien lagi. Untuk melancarkan dan memaksimalkan potensi program Home Visit Cleft Care Indonesia, dibutuhkan sebuah cara untuk menghilangkan stigma mistis bibir sumbing yang hingga kini telah banyak beredar dan menyadarkan orang-orang akan pentingnya mengobati bibir sumbing.

Perancangan Infografis Home Visit Yayasan Cleft Care Indonesia



Gambar 1 Infografis Proses Home Visit Cleft Care Indonesia

Pada kesempatan ini, penulis diberikan kesempatan untuk mendesain sebuah infografis yang akan ditujukan kepada masyarakat Indonesia yang tinggal di daerah pelosok yang terpencil, dengan target audiens yang utama yaitu anak-anak. Infografis yang dapat dilihat pada Gambar 1, didesain dengan gambar kartunis yang lucu agar infografis terlihat lebih menarik terutama bagi anak-anak, dan informasi yang dicantumkan juga cukup ringan ditulis dengan bahasa yang mudah dimengerti sehingga mudah dibaca, diingat dan diserap oleh otak anak-anak. Infografis didesain dengan tujuan untuk memberikan penjelasan sederhana proses program Home Visit milik Cleft Care Indonesia, sembari secara tidak langsung mengenalkan kepada pengamat yayasan ini. Infografis dibuat dengan harapan pengamat dapat sesedikitnya mengetahui kira-kira apa dan siapa Cleft Care Indonesia itu, apa yang mereka lakukan, dan terutama apa program Home Visit Indonesia itu. Warna yang digunakan cenderung adalah warna pastel, karena warna pastel lembut dan biasa digunakan untuk menggambarkan anak-anak. Warna putih digunakan sebagai latar belakang tulisan untuk mengoptimalkan visibilitas

dari tulisan sehingga dapat terbaca tanpa terdistraksi dengan warna latar belakang, dan pemilihan font yang digunakan untuk tulisan tidak dipilih dengan sembarangan. Font yang dicari adalah yang memiliki bentuk yang lucu agar tampak menarik bagi anak-anak, namun masih jelas sehingga masih dapat dengan mudah terbaca dengan jelas tanpa gangguan.

KESIMPULAN

Infografis didesain untuk memberikan pembaca pengetahuan yang singkat mengenai proses Home Visit, sebuah program pelayanan kesehatan gratis yang dijalankan oleh yayasan Cleft Care Indonesia, sembari mengenalkan yayasan ini kepada pembaca secara tidak langsung. Infografis didesain dengan target audiens utama adalah anak-anak penderita bibir sumbing yang tinggal di pelosok, karena itulah poster didesain dengan warna, font dan gambar yang disesuaikan agar cocok untuk anak-anak. Diharapkan dengan poster yang sudah di desain, pengamat akan dapat mengerti dengan lebih apa dan siapa itu Cleft Care Indonesia, apa yang mereka lakukan, dan program Home Visit yang dijalankan oleh Cleft Care Indonesia.

Karena terbatasnya waktu dan fasilitas yang penulis miliki dan dapat gunakan pada kesempatan ini untuk menyelidiki dengan lebih lanjut kasus ini, penulis yakin bahwa usaha dan solusi yang telah dilakukan hanya akan bersifat sementara dan belum maksimal. Penulis yakin akan adanya banyak variasi lain cara dan bentuk bantuan lain yang dapat diberikan untuk memecahkan masalah ini, yang sampai sekarang belum pernah terpikirkan oleh penulis sebelumnya. Penulis mengundang peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dan riset ulang yang lebih menyeluruh dan mendalam untuk menemukan pokok permasalahan yang utama agar masalah tersebut dapat diselesaikan seutuhnya. Penulis juga mengundang peneliti berikutnya untuk berpikir kreatif dalam merumuskan sebuah solusi terhadap permasalahan ini dan menantang diri mereka sendiri lebih jauh dalam menggali informasi sehingga dapat menghasilkan solusi dari permasalahan yang kreatif, inovatif, yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya, namun juga efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

Chigurupati, Radhika., Heggie, Andrew. dan Bonanthaya, Krishnamurthy., 2010. *Oral and Maxillofacial Surgery*. New Jersey: Wiley-Blackwell.

Cleft Care Indonesia, 2010. Cleft Care Indonesia. Surabaya. Tersedia di <https://cleftcareindonesia.org/> [3 Feb 2020, 13:00].

Cresswell, J., 1998. *Research Design: Qualitative & Quantitative Approaches*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Hasan, Iqbal., 2002. *Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.