

# PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT MENGENAI BAHAYA DEFISIENSI VITAMIN D TERHADAP IMUNITAS TUBUH

Oleh : Nathania Elora Mae

Pembimbing : Maya Putri Utami, S.Sn.,M.Sn



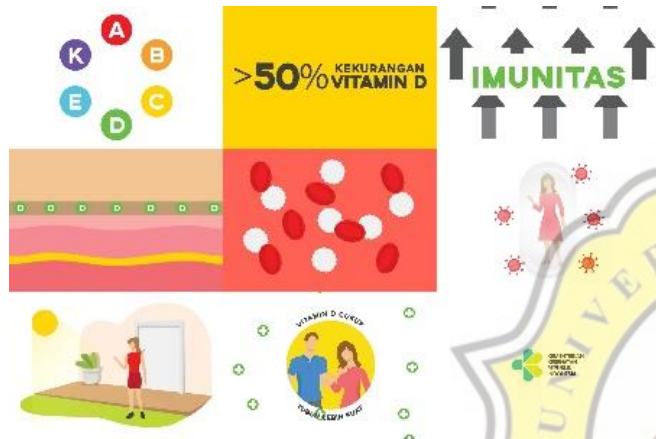
**Masalah** : Pandemi covid-19 menyebabkan adanya berbagai himbauan dan salah satunya yaitu untuk “berjemur”. Hal tersebut dikaitkan dengan kebutuhan asupan vitamin D untuk meningkatkan imunitas terhadap berbagai macam penyakit akibat bakteri, virus, dan jamur. Namun ditemukan bahwa

lebih dari 50% masyarakat di Indonesia mengalami defisiensi vitamin D atau yang berarti kurangnya kadar vitamin D dalam tubuh. Sehingga tubuh tidak memiliki perlindungan yang cukup untuk menangkal virus tersebut. Serta ditemukan juga bahwa masyarakat yang terpapar covid-19 paling banyak berada pada dewasa berusia 31-45 tahun, sedangkan pada usia tersebut masih dianggap produktif dan masih harus bekerja baik di luar maupun

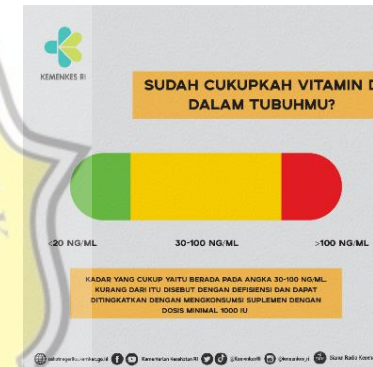
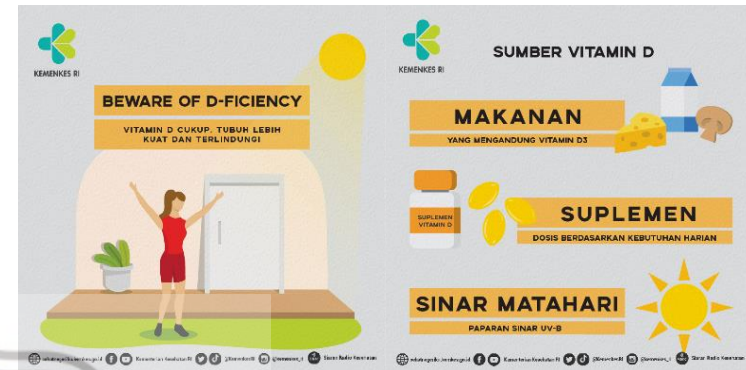
dalam ruangan namun sistem kerja tubuh menurun karena bertambahnya usia. Dengan begitu, masyarakat perlu diberi edukasi mengenai kegunaan vitamin D, sumber-sumbernya, caranya untuk mendapat asupan yang cukup sekaligus mengajak untuk lebih memperhatikan kadarnya agar tidak mengalami defisiensi.

**Solusi** : Agar informasi dapat didapati oleh masyarakat luas dan sesuai target yaitu pria dan wanita berusia 30-40 tahun, dirancanglah sebuah Iklan Layanan Masyarakat. Iklan berupa video berdurasi satu menit yang di dalamnya menjelaskan keberadaan vitamin D dan persentase defisiensi di Indonesia, kegunaan vitamin D, dosis yang diperlukan, sumbernya, penjelasan proses sintesis melalui “berjemur”, serta diakhiri dengan kalimat ajakan. Iklan tersebut akan berkolaborasi dengan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (KEMENKES RI) agar lebih meluas dan meyakinkan masyarakat bahwa informasi tersebut dapat dipercaya dan kredibel. Visual iklan berupa flat design, video animasi berupa motion graphic, terdapat beberapa karakter seperti pria, wanita, lansia, dan balita, ada juga beberapa visual pendukung seperti anatomi tubuh, matahari, makanan yang mengandung vitamin D, suplemen, dan lain-lain. Menggunakan warna-warna yang disesuaikan dengan aslinya

atau memiliki makna/ arti yang berhubungan. Iklan disebarakan melalui youtube sebagai media utamanya, televisi sebagai media kedua, dan instagram sebagai media pendukungnya.



Cuplikan adegan isi iklan



Template feeds instagram



Story dalam highlight instagram



**1.75%** PLAGIARISM  
APPROXIMATELY

## Report #13330287

5 BAB I PENDAHULUAN Latar Belakang Sejak awal tahun 2020, terjadi sebuah pandemi karena sebuah virus dengan sebutan Corona/ Covid-19. Terjadinya pandemi tersebut menyebabkan masyarakat disadarkan untuk lebih menjaga kebersihan dan kesehatan baik dari dalam maupun luar tubuh. Masyarakat mulai membiasakan untuk hidup lebih sehat dengan menerapkan olahraga, mengkonsumsi makanan yang bergizi, dan mengkonsumsi multi-vitamin. Virus Covid-19 menyebar dengan cepat dan menyerang masyarakat di segala usia. Di Indonesia, mayoritas masyarakat yang terjangkit virus tersebut merupakan golongan usia produktif yaitu 18-59 tahun dengan persentase paling banyak terjangkit pada usia 31-45 tahun yaitu 31.2% (Kompas 14/07/20). Sedangkan dalam usia tersebut, masih banyak masyarakat yang harus bekerja baik di dalam maupun luar rumah. Hal ini berisiko karena semakin bertambahnya usia, kemampuan tubuh dalam menangkal penyakit menurun sehingga lebih mudah terpapar oleh virus/ penyakit bila tidak