

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tingkat stunting di Indonesia menjadi isu penting. Menurut Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) tahun 2022, prevalensi stunting telah menurun menjadi 21,6% dari 24,4% pada tahun sebelumnya. Meski sudah ada penurunan, pemerintah berupaya untuk mengurangi prevalensi stunting lebih lanjut menjadi 14% pada tahun 2024. Stunting, sebagaimana diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2021, merupakan kondisi gangguan pertumbuhan pada anak yang disebabkan oleh kekurangan gizi kronis dan infeksi yang terjadi berulang kali. Ditandai dengan tinggi badan di bawah standar kesehatan, stunting terjadi pada anak balita dengan *z-score* kurang dari  $-2.00$  SD (*stunted*) dan kurang dari  $-3.00$  SD (*severely stunted*). Stunting menyebabkan keterlambatan pertumbuhan anak yang tidak sesuai standar dan berdampak jangka pendek maupun panjang.



Gambar 1. 1 Angka stunting dari 2007 -2024

Sumber : Kementerian Kesehatan Republik Indonesia

Kecamatan Pagerbarang, Tegal, merupakan salah satu wilayah dengan tingkat prevalensi stunting yang memprihatinkan. Menurut data stunting usia 0-59 bulan yang diperoleh dari puskesmas desa pagerbarang pada tahun 2024 angka stunting di Kecamatan Pagerbarang mencapai 9,35% (369 anak) adapun angka stunting di Desa Pagerbarang itu sendiri mencapai 11,03% (45 anak). Meskipun berbagai program pemerintah telah dilakukan untuk mengatasi masalah ini, tingkat pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya gizi seimbang dan kesehatan mulai dari remaja sampai usia pra-nikah dan ibu serta anak masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya yang lebih intensif dan inovatif dalam menyampaikan informasi dan edukasi kepada masyarakat.

Salah satu pendekatan yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan penting terkait pencegahan stunting adalah melalui media promosi dan gimik video iklan. Media ini memiliki potensi besar untuk menarik perhatian masyarakat dan menyampaikan pesan dengan cara yang mudah dipahami dan diterima masyarakat. Melalui desain media promosi yang kreatif dan iklan yang edukatif, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran serta mengedukasi masyarakat pagerbarang tentang pentingnya pencegahan stunting.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang media promosi dan gimik video iklan dengan tema "Cegah Stunting, Lahirkan Generasi Unggul" yang spesifik untuk masyarakat di Kecamatan Pagerbarang, Tegal. Dengan pendekatan yang berbasis pada interaksi dan karakteristik, diharapkan media promosi ini dapat lebih efektif dalam menjangkau dan mengedukasi masyarakat. Selain itu,

penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam upaya penurunan prevalensi stunting di Desa Pagerbarang, Tegal dan meningkatkan kualitas hidup generasi mendatang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara Perancangan media promosi dan gimik video iklan cegah stunting lahirkan generasi unggul di Pagerbarang Tegal.
2. Bagaimana menghasilkan promosi dan gimik video iklan agar mengedukasi dan mudah diterima oleh masyarakat pagerabarang tegal.

## **1.3 Tujuan Perancangan**

Tujuan yang ingin dicapai dalam Pembuatan video iklan cegah stunting lahirkan generasi unggul di Pagerbarang Tegal yaitu:

1. Menyampaikan edukasi serta pemahaman ke masyarakat tentang pencegahan Stunting.
2. Mempromosikan video iklan ‘Cegah stunting Lahirkan Generasi Unggul di Pagerbarang Tegal, menggunakan strategi promosi dan gimik yang kreatif dan inovatif untuk menarik minat masyarakat.

## **1.4 Manfaat Perancangan**

Manfaat yang diperoleh dari Perancangan Tugas Akhir ini adalah :

- a. Mahasiswa (Peneliti)

Dengan dibuatnya Tugas Akhir ini diharapkan dapat menambah kemampuan penulis dalam pembuatan video iklan sebagai promosi dan

edukasi.

b. Masyarakat (Segmentasi/Target Sasaran)

Dengan dibuatnya Pembuatan video iklan cegah stunting lahirkan generasi unggul di Pagerbarang Tegal diharapkan mengedukasi serta memberikan pengetahuan khususnya kepada masyarakat akan dampak stunting pada balita.

c. Hasil Produk Terkait

Perancangan media promosi dan gimik video iklan cegah stunting lahirkan generasi unggul di Pagerbarang Tegal. Berfungsi sebagai media edukasi kepada masyarakat dan juga solusi tentang bagaimana pencegahan stunting pada ibu hamil dan remaja. Proyek ini diaplikasikan lewat media video iklan dan juga promosi serta gimik seperti infografis dalam bentuk cetak maupun digital.

### **1.5 Batasan masalah**

Dalam penelitian ini penulis memberikan batasan agar tidak menyimpang dari tujuan guna mendapatkan hasil yang optimal. Batasan tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Perancangan media promosi dan gimik video iklan cegah stunting lahirkan generasi unggul di Pagerbarang Tegal.
2. Metode penelitian yang digunakan adalah *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)*
3. Terdapat media promosi pendukung untuk bisa memahami bentuk edukasi dalam iklan layanan masyarakat.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir yang berjudul **“Perancangan Media Promosi dan Gimik Video Iklan Cegah Stunting Lahirkan Generasi Unggul di Pagarbarang Tegal”** adalah sebagai berikut:

- BAB I      Pendahuluan, berisi latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, dan sistematika penulisan.
- BAB II      Tinjauan Pustaka, berisi penelitian sejenis, dan landasan teori.
- BAB III      Metode Penelitian, berisi waktu dan tempat penelitian, instrumen/alat penelitian, prosedur penelitian, dan kerangka berfikir.
- BAB IV      Perancangan dan Desain Visual, berisi objek penelitian, konsep dasar perancangan, proses perancangan, dan hasil perancangan.
- BAB V      Penutup, berisi simpulan dan saran.
- Bagian akhir terdapat daftar pustaka dan lampiran-lampiran.