

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Senyum dipandang menjadi komponen penting dalam penampilan dan kesejahteraan hidup seseorang pada era ini. Senyum merupakan penentu seberapa baiknya seseorang dapat berinteraksi dalam suatu komunitas. Mulut merupakan bagian dari wajah yang sering menjadi perhatian terutama pada saat berkomunikasi. Terkadang senyuman yang kurang baik dapat berpengaruh buruk dalam bersosialisasi. Keinginan seseorang untuk mendapatkan senyum yang lebih baik mendorong praktisi kedokteran gigi estetik untuk membuat rencana perawatan *Smile Design* sehingga pasien dapat memperoleh senyuman yang baik dan semenarik mungkin yang meningkatkan derajatnya di dalam sebuah komunitas.¹

Smile Design merupakan upaya untuk memperoleh senyuman yang secara estetik menarik dan secara fungsional baik, yaitu sistem mastikasi yang stabil, dimana gigi, jaringan lunak, otot, struktur tulang dan persendian berfungsi dengan harmonis.² Penelitian survey yang diadakan oleh *American Association of Orthodontist* menemukan bahwa terdapat 1 dari 3 orang dewasa (diatas umur 18 tahun) di Amerika menyatakan mereka tidak senang dengan senyuman yang mereka miliki. 36% diantaranya yakin dengan gigi yang baik kehidupan sosial mereka akan menjadi lebih baik.³ *Smile Design* penting dalam kehidupan masyarakat karena senyuman merupakan aset kecantikan atau kemenarikan yang

penting, dimana senyuman yang kurang bagus dianggap sebagai kecacatan fisik karena mulut dan gigi berperan sebagai salah satu hal yang menjadi titik fokus saat berinteraksi atau berkomunikasi.⁴

Digital Smile Design (DSD) merupakan sebuah sarana yang dapat membantu praktisi dalam berkomunikasi dan memberi informasi kepada pasien mengenai perawatan yang di butuhkan pasien untuk memperoleh senyuman yang diinginkan. *DSD* dapat digunakan untuk membantu praktisi dalam memotivasi pasien untuk melakukan perawatan, sarana untuk mengedukasi pasien mengenai hal-hal yang berkaitan dengan perawatan, dan dapat digunakan sebagai sarana untuk mengevaluasi dengan membandingkan senyuman sebelum dan sesudah pasien yang akan dirawat. Selain itu *DSD* juga dapat membantu praktisi dalam menentukan diagnosis yang lebih tepat dan membantu dalam menyusun rencana perawatan yang lebih konsisten, sehingga urutan perawatan yang di butuhkan pasien lebih jelas dan dapat menghemat waktu, material, dan biaya dalam perawatan. Keinginan masyarakat luas akan perawatan estetik sudah semakin besar sehingga masyarakat perlu diinformasikan mengenai adanya *DSD* di bidang kedokteran gigi.^{1,4,5}

Promosi kesehatan dapat di lakukan untuk menyadarkan, memberi pengetahuan, dan juga untuk mengubah perilaku yang menjadi sasaran promosi, sehingga kemampuan dalam memelihara dan meningkatkan kesehatannya dalam hal fisik, mental, dan sosial dapat meningkat. Media promosi kesehatan dapat digunakan untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan sehingga orang yang menjadi sasaran pengetahuannya dapat meningkat dan dapat merubah perilakunya kearah yang lebih positif bagi kesehatan dengan menggunakan media

cetak, yang salah satunya dalam bentuk brosur, yang merupakan bentuk penyampaian informasi atau pesan kesehatan melalui lembaran yang dapat dilipat, maupun menggunakan media elektronik yang dapat berupa video yang merupakan alat bantu pemasaran/pendidikan yang dikenal sebagai *Audio Visual Aids (AVA)* dimana informasi disampaikan melalui *moving picture* yang diikuti dengan suara.⁶

Sebuah penelitian menunjukkan bahwa generasi *Millennials* berada pada jaman dimana perkembangan teknologi berkembang dengan pesat sehingga presentase antara kelompok yang memilih media cetak dan media elektronik dalam memperoleh informasi hampir sama jumlahnya. Kelompok yang lebih dewasa di masyarakat cenderung lebih memilih mendapatkan informasi melalui media cetak, sedangkan generasi yang lebih muda seperti siswa SMA lebih memilih media elektronik dalam hal mencari informasi.⁷

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti perbedaan media cetak dalam bentuk brosur dan media non-cetak dalam bentuk video untuk memberikan informasi mengenai *Digital Smile Design* kepada mahasiswa dan mahasiswi, agar dapat memperluas wawasan dan meningkatkan intensi untuk memiliki senyuman yang baik.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat perbedaan intensi sasaran ketika diperlihatkan brosur dan video mengenai *Digital Smile Design*.

2. Antara brosur dan video, media mana yang lebih meningkatkan intensi.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui media yang lebih dapat meningkatkan intensi masyarakat untuk melakukan *Digital Smile Design* dengan cara membandingkan antara media cetak yang berupa brosur dan media non-cetak yang berupa video.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat bagi praktik

Mengetahui media yang lebih baik untuk digunakan dalam memasarkan *Digital Smile Design* dan juga informasi atau jasa lainnya.

1.4.2 Manfaat bagi masyarakat

Memperkenalkan kepada masyarakat mengenai adanya *Digital Smile Design* yang merupakan metode baru dalam bidang kedokteran gigi estetik/kosmetik.

1.4.3 Manfaat bagi akademik

Memberikan informasi ilmiah yang dapat dijadikan sebagai landasan untuk penelitian lain mengenai *Digital Smile Design* dan media yang lebih dapat meningkatkan intensi.

1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.5.1 Kerangka Pemikiran

Digital Smile Design (DSD) sebagai yang merupakan konsep baru dalam kedokteran gigi yang perlu di informasikan kepada masyarakat karena dapat membuka wawasan, mengedukasi, dan meningkatkan kepedulian terhadap kesehatan jasmani dan penampilannya.⁵ Promosi *DSD* diperlukan karena banyak masyarakat yang menginginkan perawatan estetik untuk menunjang kehidupan sosial masyarakat.⁸

Promosi kesehatan merupakan suatu kegiatan atau usaha menyampaikan pesan kesehatan kepada masyarakat, kelompok, atau individu. Untuk mencapai terjadinya perubahan perilaku maka terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi, yaitu faktor metode, faktor materi atau pesannya, pendidik atau petugas yang melakukan promosi, dan alat-alat bantu yang di pakai. Hasil yang optimal dapat tercapai jika faktor tersebut bekerja sama secara harmonis, sehingga metode tertentu dapat digunakan untuk sasaran tertentu.⁶

Alat bantu pendidikan/pemasaran adalah alat yang digunakan oleh penyampai informasi/pendidik dalam menyampaikan bahan yang di promosikan atau bahan yang digunakan untuk mendidik/mengajar. Alat peraga ini dimaksudkan untuk mengerahkan indra sebanyak mungkin kepada suatu objek untuk mempermudah pemahaman sasaran promosi/pendidikan, karena semakin banyak indra yang digunakan untuk menerima sesuatu maka semakin banyak dan semakin jelas pula pengertian/pengetahuan yang diperoleh. Alat peraga akan sangat membantu di dalam melakukan penyuluhan agar pesan-pesan kesehatan dapat disampaikan lebih

jelas dan tepat. Dengan alat peraga juga orang yang menjadi sasaran dapat lebih mengerti fakta kesehatan yang di anggap rumit, sehingga sasaran dapat menghargai betapa bernilainya kesehatan bagi kehidupannya.⁶

Alat bantu dalam promosi kesehatan/pemasaran (alat peraga) pada garis besarnya di bagi menjadi 3 (tiga) macam, yaitu alat bantu visual (*visual aids*), alat bantu dengar (*audio aids*), dan alat bantu lihat-dengar (*audio visual aids*). Di samping itu, alat peraga juga dapat dibedakan menjadi 2 (dua) macam menurut pembuatan dan penggunaannya, yang pertama yaitu alat peraga yang rumit (*complicated*) yang membutuhkan listrik, proyektor, dll untuk memeragakan, dan yang kedua merupakan alat peraga sederhana yang mudah di buat sendiri atau yang sudah ada, contohnya poster, spanduk, buku, *leaflet*, brosur, benda-benda yang nyata, dan sebagainya.⁶

Media promosi/pemasaran kesehatan yang merupakan saluran untuk menyampaikan informasi dari penyampai kepada sasaran, berdasarkan fungsinya dibagi menjadi 3 (tiga), yaitu media cetak, media elektronik, dan media papan. Media cetak berupa brosur, *booklet*, *leaflet*, *flyer*, *flip chart*, rubik atau tulisan-tulisan pada surat kabar, poster, dan foto. Media elektronik berupa televisi, radio, video, *slide*, dan film strip. Media papan berupa papan atau *billboard*.⁶

Media cetak yang berupa brosur merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk pemasaran dan promosi *DSD*. Brosur merupakan bentuk penyampaian informasi melalui lembaran yang dapat dilipat, berbeda dengan *flyer* yang bentuknya seperti brosur namun tidak berlipat. Isi informasi dapat dalam bentuk kalimat maupun gambar, atau kombinasi. Media elektronik yang dapat

digunakan untuk pemasaran/promosi *DSD* adalah video, karena merupakan alat peraga berbentuk *Audio Visual Aids (AVA)* atau alat bantu lihat-dengar untuk menyampaikan informasi, dimana gambar yang bergerak dapat membantu sasaran untuk memahami informasi yang disampaikan.⁶

Dalam sebuah penelitian, siswa dan mahasiswa cepat merasa jenuh dan bosan ketika belajar melalui media cetak jika materi yang diberikan kurang menarik karena tidak semua mahasiswa gemar membaca sehingga cenderung pasif, namun terdapat kelebihan dari media cetak yaitu informasi dapat di baca berkali-kali sehingga lebih mampu menjelaskan hal-hal yang sulit untuk dimengerti. Penggunaan media non-cetak (video) lebih menarik perhatian mahasiswa sehingga dapat menumbuhkan motivasi untuk mempelajarinya dan mempermudah penerimaan informasi. Selain itu kelebihan media non cetak berupa video yaitu dapat mengatasi keterbatasan jarak dan waktu, mampu menggambarkan yang di tayangkan secara realistis dalam waktu singkat, dan pesan yang disampaikan mudah diingat. Namun, kekurangan dari video adalah terlalu menekan pentingnya isi materi sehingga proses pengembangan materi berkurang dan penggunaan media ini terkesan memakan biaya yang tidak sedikit.⁹ Dalam sebuah promosi kesehatan, video telah terbukti dapat membantu meningkatkan pengetahuan dan meningkatkan motivasi orang dewasa dalam merubah gaya hidup menjadi lebih sehat.^{10,11}

Berdasarkan dari pemikiran diatas maka peneliti berpendapat bahwa media non-cetak dalam bentuk video lebih dapat meningkatkan intensi dibandingkan dengan media cetak yang berupa brosur dan dapat lebih baik dipakai untuk menginformasikan konsep *Digital Smile Design* di bidang kedokteran gigi.



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

1.5.2 Hipotesis Penelitian

H_0 : tidak terdapat perbedaan tingkat intensi untuk melakukan *Digital Smile Design* setelah diperlihatkan brosur dan video.

H_1 : terdapat perbedaan tingkat intensi untuk melakukan *Digital Smile Design* setelah diperlihatkan brosur dan video.

1.6 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian analisis komparatif.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Universitas Kristen Maranatha dan berlangsung selama bulan Maret-Agustus 2017.

