

THE DESIGN OF 'TANPA ARAH - PEDULI KITA UNTUK MEREKA'  
SOCIAL CAMPAIGN VIDEO AS EFFORT TO DEVELOP SUSTAINABLE  
HEALTH AND FEASIBILITY

**Fakhri Bagus Pratama Hadifahmi**

NIM 42318010065

**ABSTRACT**

*The COVID-19 pandemic has had such a large impact on the width of social inequality, one of which is social inequality in the perspective of the feasibility of life and guaranteed health. This has implications for conditions where the lower middle class is trying to get access to health services. This case can be proven through data on the number of health insurance cards, which has increased to 82% of the total population in the last 20 years (Theconversation.com, 2021). However, this number is not a number to be proud of when viewed from the perspective of existing field practice. The momentum of COVID-19 in the last 3 years has further clarified how there is injustice in this public health service, in which this case often occurs, especially in low-education and poor communities, as stated by the Coordinating Minister for Human Development and Culture (Menko PMK) Muhadjir Effendy. He said that the pandemic made the infrastructure and structural inequality in the national health sector very clear.*

*Responding to the case of social inequality in the feasibility of life and guaranteed health, the author is moved to present a campaign containing information and education to the public in order to increase public awareness of this case through an audio-visual work in the form of public service advertisements.*

**Keywords:** Social Campaign, Health Facilities, Public Service Advertisement

PERANCANGAN VIDEO KAMPANYE SOSIAL 'TANPA ARAH - PEDULI  
KITA UNTUK MEREKA' SEBAGAI UPAYA PEMBANGUNAN  
KESEHATAN DAN KELAYAKAN HIDUP BERKELANJUTAN

**Fakhri Bagus Pratama Hadifahmi**

NIM 42318010065

**ABSTRAK**

Pandemi Covid-19 membawa dampak yang begitu besar terhadap lebarnya ketimpangan sosial, salah satunya ketimpangan sosial dalam perspektif kelayakan hidup dan kesehatan yang terjamin. Hal ini berimplikasi kepada kondisi dimana masyarakat menengah kebawah yang berusaha untuk mendapatkan akses layanan kesehatan. Kasus ini dapat dibuktikan melalui data jumlah kepesertaan kartu jaminan kesehatan yang meningkat hingga 82% dari total penduduk dalam 20 tahun terakhir (Theconversation.com, 2021). Namun angka tersebut bukanlah angka yang membanggakan bila dilihat dari perspektif praktik lapangan yang ada. Momentum Covid-19 pada 3 tahun terakhir semakin memperjelas bagaimana adanya ketidakadilan dalam pelayanan kesehatan publik ini, yang mana kasus ini sering terjadi terutama pada lingkungan masyarakat pendidikan rendah dan miskin seperti yang disampaikan Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Menko PMK) Muhadjir Effendy. Beliau mengatakan bahwa pandemi membuat ketimpangan infrastruktur dan suprastruktur di sektor kesehatan nasional menjadi terlihat sangat jelas.

Menanggapi kasus ketimpangan sosial dalam kelayakan hidup dan kesehatan yang terjamin, penulis tergerak untuk menyajikan kampanye yang berisi informasi dan edukasi kepada masyarakat dalam rangka untuk meningkatkan kepedulian masyarakat kepada kasus ini melalui satu karya audio visual berbentuk iklan layanan masyarakat.

**Kata Kunci:** *Kampanye Sosial, Fasilitas Kesehatan, Iklan Layanan Masyarakat*