

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penyakit kanker merupakan salah satu penyakit tidak menular dan penyebab kematian utama di seluruh dunia. Pada tahun 2012, kanker menjadi penyebab kematian sekitar 8,2 juta orang. Angka penderita kanker diperkirakan akan meningkat setiap tahunnya dan diperkirakan mencapai 23,6 juta kasus baru per tahun pada 2030. GLOBOCAN, *International Agency for Research on Cancer* (IARC) menunjukkan bahwa tahun 2012 terdapat 14.067.894 kasus baru penyakit kanker dan 8.201.575 kematian akibat kanker diseluruh dunia. Kanker payudara, kanker prostat dan kanker kanker paru merupakan jenis kanker dengan persentase kasus baru tertinggi, yaitu sebesar 43,3%, 30,7%, dan 23,1% (WHO, 2012).

Departemen Kesehatan RI (2013) menunjukkan bahwa prevalensi penderita kanker semua kelompok umur di Indonesia sebesar 1,4%. Jawa Tengah menempati urutan kedua se-Indonesia dengan prevalensi 2,1% merupakan rata-rata kasus yang lebih tinggi dibandingkan dengan angka nasional. Berdasarkan Departemen Kesehatan (2016), Jawa Tengah merupakan provinsi dengan estimasi penderita kanker terbanyak, yaitu sekitar 68.638 orang dan diikuti Jawa Timur dengan estimasi penderita kanker sebanyak 61.230 orang.

Menurut Kementerian Kesehatan (2016) menyatakan bahwa Jawa Tengah memiliki 543 kasus tumor payudara dan 7 kasus yang dicurigai sebagai kanker payudara dari 280.847 orang yang melakukan pemeriksaan selama tahun 2007 hingga tahun 2016. Cakupan deteksi dini kanker payudara dengan pemeriksaan klinis atau *Clinical Breast Examination* (CBE) pada perempuan usia 30-50 tahun menurut kabupaten/kota provinsi Jawa Tengah tahun 2014 di kota Surakarta menunjukkan angka kasus 132 dari 512 atau 12,85% dan menempati urutan kedua setelah kabupaten Pemalang yang berjumlah 85,26%. Angka kasus tumor payudara di Surakarta mengalami penurunan drastis hingga 5 dari 245 kasus yang ada pada tahun 2015 dengan cakupan sebanyak 110.171 orang. Angka kasus tersebut tidak hilang, tetapi angka kasusnya terbilang rendah di tahun 2016 yaitu 8 dari 799 kasus yang mencakup 94.344 orang, sedangkan pada bulan April 2017 hasil rekapitulasi deteksi dini kanker payudara di kota Surakarta yang dilakukan di beberapa tempat seperti UPT Puskesmas Setabelan dan pasar Klewer terdapat lima belas kasus dengan diagnosa tumor atau benjolan di payudara. Terdapat satu kasus yang dicurigai sebagai kanker payudara dan satu kasus lainnya didiagnosa sebagai kelainan payudara lainnya.

Kemenkes RI (2015) menyatakan bahwa deteksi dini merupakan langkah awal yang sangat penting untuk mengetahui secara dini adanya tumor atau benjolan pada payudara. Tindakan skrining yang dapat dilakukan adalah dengan Periksa Payudara Sendiri (SADARI) yang

dilakukan oleh wanita mulai usia 20 tahun dan dilakukan setiap bulan, 7-10 hari setelah hari pertama haid terakhir. Selain itu tindakan yang dapat dilakukan adalah Periksa Payudara Klinis (SADANIS) yang dilakukan oleh petugas kesehatan terlatih. Rasjidi (2009) menjelaskan bahwa selain SADARI, deteksi dini yang akurat untuk kanker payudara adalah dengan *mammografi*. *Mammografi* merupakan alat yang efektif untuk deteksi dini kanker payudara, sebab dapat mendeteksi hampir 80%-90% dari semua kasus kanker payudara. *Mammografi* menggambarkan dengan jelas perbedaan kepadatan suatu tumor dengan jaringan sekitarnya sehingga kanker payudara ukuran kecil sekalipun dapat dideteksi. Akan tetapi *mammografi* membutuhkan biaya dan fasilitas yang belum tersedia di setiap fasilitas kesehatan. Tindakan SADARI dapat menjadi alternatif pemeriksaan yang dilakukan oleh semua wanita mulai usia 20 tahun dan hal tersebut tidak membutuhkan biaya dalam penanganannya (Kemenkes RI, 2015).

SADARI sangat penting dilakukan sebagai upaya pencegahan atau deteksi dini kanker payudara pada wanita 20 tahun atau lebih terutama di kalangan mahasiswi. Memasuki usia 20 tahun merupakan usia dimana seseorang tengah mengenyam bangku perkuliahan dan peralihan kebiasaan gaya hidup yang beresiko terhadap perkembangan sel kanker payudara. Program pemerintah untuk menurunkan kanker payudara salah satunya dengan promosi kesehatan yang meliputi layanan iklan masyarakat. Iklan SADARI merupakan layanan iklan masyarakat yang disampaikan oleh

KEMENKES RI dengan tujuan menghimbau wanita untuk melakukan SADARI selama 7 menit. Promosi kesehatan dilakukan dengan berbagai metode dan teknik ataupun media. Audiovisual merupakan salah satu media yang menyajikan informasi atau pesan secara audiovisual (Dermawan & Setiawati, 2008). Media ini memberikan stimulus pada pendengaran dan penglihatan, sehingga hasil yang diperoleh lebih maksimal. Hasil tersebut dapat tercapai karena panca indera yang paling banyak menyalurkan pengetahuan ke otak adalah mata (kurang lebih 75% sampai 87%) sedangkan 13% sampai 25% pengetahuan diperoleh atau disalurkan melalui yang lain (Maulana, 2009). Iklan merupakan media promosi yang sangat ampuh membentuk opini serta mempengaruhi persepsi dan tindakan seseorang. Tanpa disadari stimulus yang diterima membentuk persepsi secara cepat (Notoatmodjo, 2005).

Iklan yang dijadikan bahan dalam penelitian ini merupakan tayangan iklan SADARI terbaru yang telah mengikuti *trend* dan gaya hidup masa kini. Berdasarkan survei pendahuluan yang telah dilakukan peneliti terhadap lima mahasiswi dari Fakultas Geografi, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Keguruan Akuntansi, Fakultas Agama Islam, Fakultas Ilmu Kesehatan dan Fakultas Ilmu Pendidikan dan Keguruan Pendidikan Bahasa Indonesia di Universitas Muhammadiyah Surakarta menunjukkan hasil dua dari lima mahasiswi belum pernah melakukan SADARI. Akan tetapi setelah melihat tayangan iklan SADARI di *youtube*, mereka mengaku tertarik untuk melakukannya. Oleh karena itu peneliti tertarik

untuk melakukan penelitian tentang “Persepsi Mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Surakarta terhadap Iklan SADARI”.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana persepsi Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta terhadap iklan SADARI?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan umum

Menganalisis persepsi Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta terhadap iklan SADARI.

2. Tujuan khusus

a. Mendeskripsikan sikap mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta terhadap iklan SADARI.

b. Mendeskripsikan motif mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta terhadap iklan SADARI.

c. Mendeskripsikan kepentingan/minat mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta setelah melihat iklan SADARI.

d. Mendeskripsikan pengalaman mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta setelah melihat iklan SADARI.

e. Mendeskripsikan pengharapan mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta setelah melihat iklan SADARI.

D. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian yang dilakukan di Universitas Muhammadiyah Surakarta diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi kepada masyarakat secara umum, serta keluarga khususnya tentang pencegahan kanker payudara melalui SADARI dengan media promosi kesehatan seperti iklan SADARI.

2. Bagi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Menjadi bahan masukan dan informasi untuk lebih meningkatkan upaya promotif dan preventif dalam pencegahan kanker payudara.

3. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan dasar dan acuan bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian tentang tayangan iklan SADARI.