



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Penulis melakukan pengumpulan data dengan metode kualitatif dan kuantitatif yang digunakan bersama dalam perancangan kampanye sarapan kaya gizi. Dalam penelitian kualitatif penulis melakukan wawancara, dan studi kepustakaan melalui buku dan jurnal, serta studi kasus seputar sarapan kaya gizi. Sedangkan dalam metode penelitian kuantitatif penulis menggunakan kuesioner, serta observasi.

Dalam perancangan kampanye ini penulis melakukan tahap pertama yaitu menganalisis dokumen mengenai sarapan sehat menggunakan gandum dari berbagai sumber seperti Pedoman Gizi Seimbang Kementerian Kesehatan RI, dokumen dari Pergizi Pangan. Dilanjutkan pada tahap *Focus Group Discussion* (FGD) bersama anak sekolah dasar pada 2 kursus bimbingan belajar yang berbeda dengan tujuan dapat memverifikasi fenomena sarapan yang ada di Indonesia. Penulis pun menyebarkan kuesioner dengan khalayak mahasiswa aktif UMN yang untuk mendapatkan data mengenai pengetahuan para orang tua tentang pengetahuan mengenai sarapan, serta media yang dianggap dapat membantu lebih mudah untuk memahami sarapan.

3.1.1. Wawancara

Dalam pengumpulan data kualitatif dalam perancangan kampanye sosial sarapan sehat bagi Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara penulis melakukan

wawancara bersama dr. Marya Warascesaria Haryono, SpGK seorang dokter khusus ahli gizi di Rumah Sakit Silloam Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Wawancara kedua dilaksanakan bersama Kemahasiswaan pada bagian *student development* Bapak Andri Seto Baskoro, S.Pd yang menangani bidang pengembangan diri Softskill di Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang Selatan. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan memverifikasi data yang telah penulis kumpulkan.

3.1.1.1 dr. Marya Warascesaria Haryono, SpGK

Wawancara dilaksanakan pada hari Jumat, 22 Maret 2019 di Rumah Sakit Silloam Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Dalam wawancara didapatkan bahwa setiap tubuh manusia membutuhkan nutrisi untuk menunjang aktivitasnya sepanjang hari, sarapan dapat menjadi sumber energi tidak hanya saat beraktivitas fisik tapi saat diam bahkan tidur tubuh kita membutuhkan energi dan energi ini harus dicukupkan secara pas yaitu tidak berlebihan dan tidak kekurangan nutrisi yang masuk membutuhkan nutrisi Makronutrien serta Mikronutrien dan komponen ini harus saling melengkapi dan jika salah satu tidak terlengkapi tubuh pun tidak dapat bekerja secara maksimal. Sarapan yang baik dimulai pada pagi hari dengan tujuan mengatur jeda untuk tubuh mempersiapkan untuk menerima makan selanjutnya sehingga perlunya mengatur pola hidup sehat, jika ada pola yang tidak tepat sehingga metabolisme badan tidak baik.

Semua usia membutuhkan dan wajib sarapan, tetapi bagi remaja terutama yang duduk di Sekolah Menengah Pertama yang baru memasuki masa remaja yang mulai dapat menentukan dan dapat membuat keputusan sedangkan pada anak Sekolah Dasar yang masih dibawah pengaruh orang tua akan mengikuti jika

orang tua mereka tidak sarapan mereka pun tidak akan sarapan karena anak-anak akan meniru perilaku orang tua baik itu yang baik maupun yang buruk. Setiap usia membutuhkan sarapan.

Pada umumnya anak Indonesia kurang gizi disebabkan oleh ketidakseimbangan nutrisi yang masuk dan keluar, biasa asupan yang masuk kurang dan terjadi dalam proses yang lama karena efek sarapan dan tidak sarapan dapat memengaruhi hidup kita di masa mendatang, dapat juga berpengaruh ke berat badan. Diet gizi seimbang dapat menjadi acuan dalam mengonsumsi makanan yang baik. Pemikiran masyarakat Indonesia masih banyak yang menganggap sarapan itu harus kenyang dan penuh karbohidrat, padahal saat tubuh menerima banyak karbohidrat kita akan ngantuk.

Makanan khas Indonesia seperti nasi boleh dikonsumsi, asalkan dengan porsi yang dikurangi. Jika kita tidak memakan nasi kita pun perlu mengganti sumber karbohidrat lainnya, yang dapat mengikuti lingkungan setempat.

3.1.1.2 Kesimpulan dari Wawancara dengan dr. Marya Warascesaria Haryono, SpGk

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis menurut dr. Marya Warascesaria Haryono, SpGk kebiasaan untuk tidak sarapan di kalangan mahasiswa memberikan berbagai kerugian terutama dalam faktor kesehatan seperti kurang konsentrasi, berat badan sulit dikontrol dan dapat menyebabkan obesitas, perkembangan tubuh yang tidak baik. Kerugian dalam faktor kesehatan ini akan berdampak buruk ke berbagai hal seperti kemampuan belajar mahasiswa, kemampuan daya ingat, dan tingkat produktivitas.



Gambar 3.1. Foto Penulis dengan dr. Marya Warascesaria Haryono, SpGk, Ahli Gizi

3.1.1.3 Andri Seto Baskoro, S.Pd

Wawancara ini dilaksanakan pada hari Selasa, 16 April 2019, di Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang Selatan. Pak Andri menjelaskan bahwa hasil observasi menyatakan bahwa banyaknya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara tidak berbanding lurus dengan banyaknya yang aktif mengikuti organisasi, sebagian besar mahasiswa memfokuskan diri hanya untuk kuliah pulang dan tidak memiliki arah untuk mencari pengalaman tapi hanya secara akademis.

Pola hidup mahasiswa UMN masih kurang bisa dalam manajemen waktu sehingga dapat membuat hidup kita lebih baik, dengan tugas yang menumpuk mahasiswa bisa lupa makan lupa waktu apabila keesokan harinya akan kelas kembali mahasiswa tidak memiliki energi, di pagi hari pun mahasiswa lebih memilih untuk tidur dan tidak makan sehingga badan yang telah bekerja tanpa istirahat tanpa makanan sebagai sumber energi tubuh kita akan mengalami dampaknya. Dampak paling utama adalah konsentrasi, kelas yang seharusnya aktif menjadi tidak

kondusif karna tidak fokus. Dalam jangka panjang kondisi tubuh yang begadang dan tidak sarapan akan lebih mudah jatuh sakit. Menurut pengalaman Pak Andri ada mahasiswa yang pergi ke *mart* ataupun ke toilet saat kelas untuk waktu yang panjang dan tidak mau mengikuti perkuliahan.

3.1.1.4 Kesimpulan dari Wawancara dengan Andri Seto Baskoro, S.Pd

Berdasarkan wawancara yang telah saya lakukan dengan Andri Seto Baskoro dari *Student Development*, bahwa permasalahan utama yang dialami mahasiswa adalah time management sehingga mereka tidak dapat menentukan apa yang penting dan yang harus diutamakan sehingga banyak kegiatan yang dimana salah satu contohnya adalah sarapan menjadi tidak penting bagi para mahasiswa, sehingga pemahaman mengenai pentingnya sarapan dan dampaknya dalam masa depan perlu ditekankan kepada para mahasiswa yang fokus untuk mau sukses.



Gambar 3.2. Foto Penulis dengan Andri Seto Baskoro, S.Pd.

3.1.3 Kuesioner

Penulis melakukan pengumpulan data secara kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner *online* melalui media sosial yaitu *Whatsapp* dan LINE mengenai pemahaman responden tentang sarapan kaya gizi, kesulitan dalam sarapan, serta jenis makanan yang sering responden gunakan untuk sarapan. Dengan kuesioner penulis telah mendapatkan data kuantitatif berdasarkan pertanyaan dengan target responden yaitu mahasiswa UMN aktif yang berdomisili di Tangerang. Dengan jumlah mahasiswa UMN kurang lebih 6000 orang, data dari kuesioner ini dinyatakan valid jika diisi oleh minimal sebanyak 100 orang responden. Angka 100 orang ini didapatkan dari perhitungan rumus Slovin.

3.1.3.1 Analisa Kuesioner

Kuisisioner Perancangan Kampanye Sosial Sarapan Kaya Gizi bagi Mahasiswa UMN

Saya Claudia Susanto Karyo, mahasiswa Desain Grafis 2015 Universitas Multimedia Nusantara . Saya mengharapkan kesediaan teman-teman untuk mengisi survey ini untuk kepentingan mata kuliah Tugas Akhir yang sedang saya kerjakan. Terima Kasih!)

Usia *

< 16 tahun

16-20 tahun

21-25 tahun

>25 tahun

Hal apa yang Anda lakukan setelah bangun tidur? *

Mandi

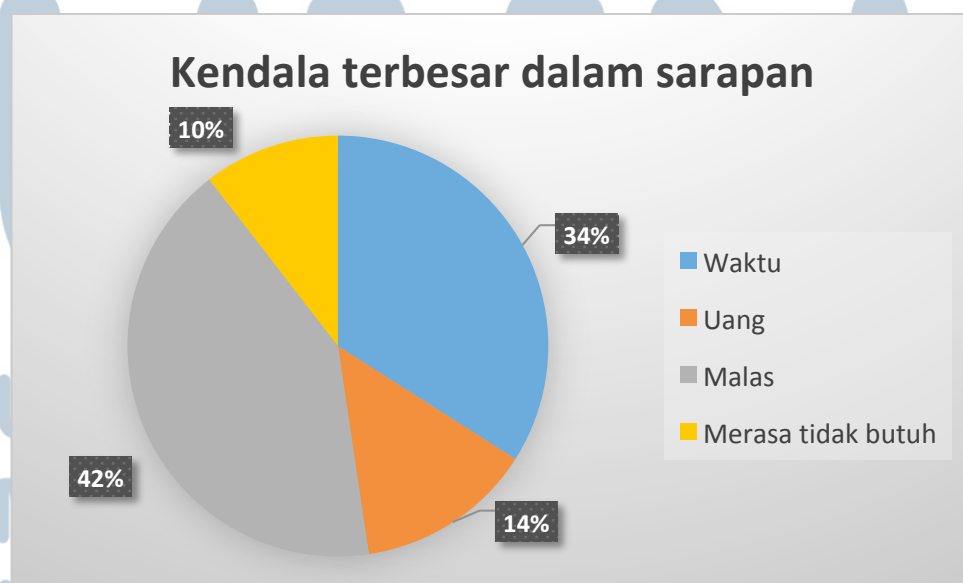
Sarapan

Gambar 3.3. Kuesioner Kampanye Sarapan Sehat bagi Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Penulis menanyakan sebanyak 17 pertanyaan kepada 111 responden mengenai seputar kebiasaan responden untuk sarapan, kesulitan dalam sarapan, serta jenis sarapan yang sering digunakan oleh mahasiswa UMN. Berdasarkan kuesioner tersebut, penulis mendapatkan beberapa data sebagai berikut:

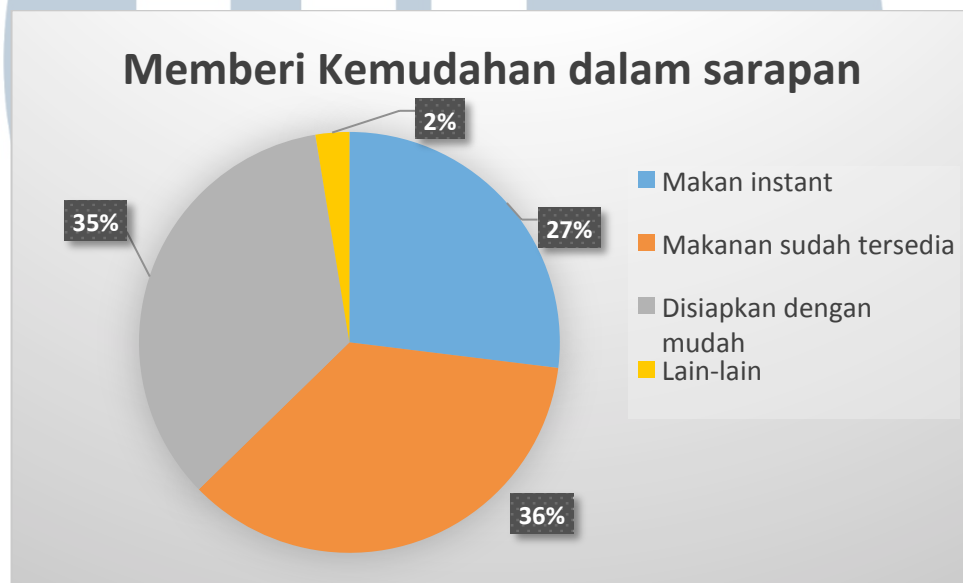
Berdasarkan pertanyaan mengenai seberapa penting sarapan, responden sebesar 34% telah merasa sarapan itu sangat penting bagi manusia, diikuti 46.4% merasa penting, kemudian sebanyak 17% merasa cukup penting dan hanya 2.6% merasa tidak penting.

Sebanyak 49.2% responden telah terbiasa untuk sarapan dan 50.8% responden yang belum terbiasa untuk sarapan. Kemudian pada pertanyaan mengenai cara memperoleh sarapan sebagian besar responden terbiasa untuk membuat sarapan sendiri sebesar 27.9%, lalu diikuti sebesar 29.5% untuk membeli ataupun menyantap sarapan di luar rumah, lalu sebesar 32.1% telah disiapkan oleh asisten rumah tangga.



Gambar 3.4. Kendala Terbesar dalam Sarapan

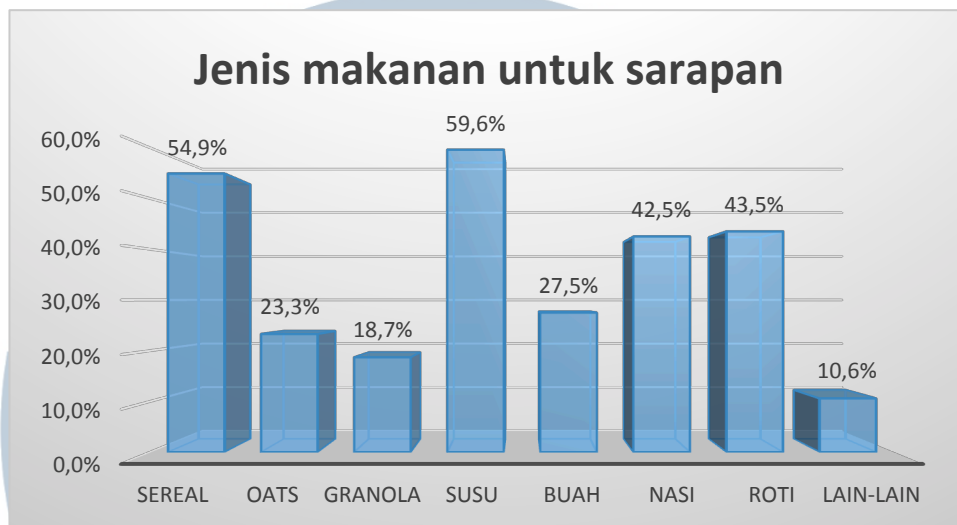
Berdasarkan hasil kuisioner, kendala terbesar yang responden temui saat akan sarapan adalah kemalasan menyempatkan diri untuk sarapan yaitu sebesar 42%, kendala terbesar kedua yaitu keterbatasan waktu sebesar 34%, kendala ketiga yaitu uang sebesar 14%, dan sebanyak 10% responden merasa tidak membutuhkan sarapan.



Gambar 3.5. Bantuan yang Memberi Kemudahan dalam Sarapan

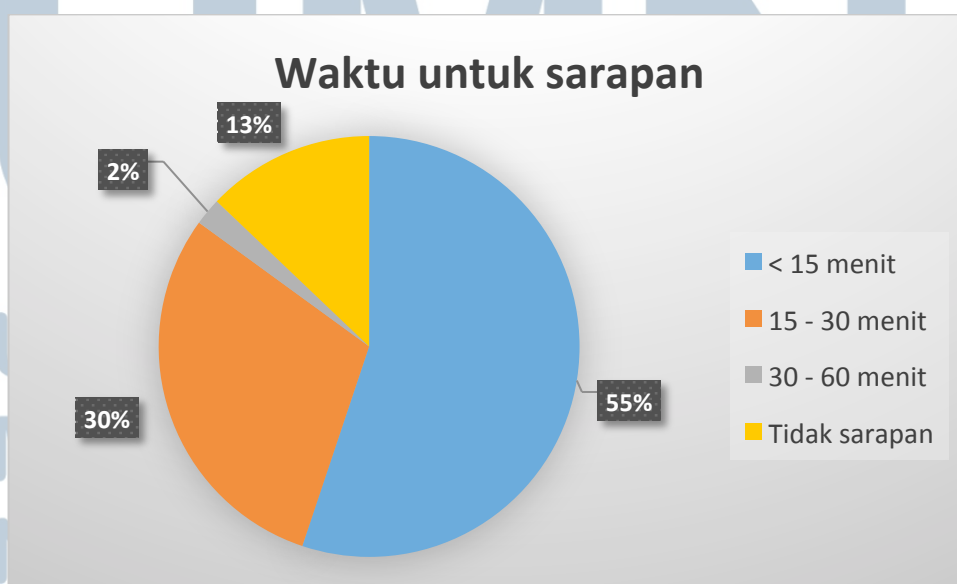
Dalam pertanyaan kemudahan yang dapat membantu responden dalam sarapan ada sebesar 36% responden merasa mereka membutuhkan sarapan yang sudah tersedia, sebesar 35% responden merasa mengkonsumsi sarapan yang dapat disiapkan dengan mudah, dan yang terakhir sebesar 27% responden merasa sarapan dengan makanan instan lebih mudah.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.6. Pilihan Jenis Makanan yang dipilih Responden untuk Sarapan

Berdasarkan pertanyaan jenis sarapan yang responden pilih untuk sarapan penulis mendapat sebesar 42.5% responden memilih untuk sarapan dengan nasi, 23.3% sarapan dengan *oats*, 27.5% sarapan buah, 54.9% sarapan dengan sereal, 59.6% sarapan dengan susu, dan lainnya seperti sarapan granola, roti, bubur ayam, kue basah, bakmi, nasi uduk, bihun, dan bakpao, ada pula responden yang hanya mengkonsumsi minuman seperti kopi, teh, dan jus sayur maupun buah.



Gambar 3.5 Waktu yang dibutuhkan Responden untuk Sarapan

Dalam pertanyaan mengenai waktu yang responden butuhkan untuk sarapan, penulis mendapat data sebesar 55.2% responden membutuhkan waktu dibawah 15 menit atau opsi pilihan waktu tercepat yang tercantum dalam kuesioner tersebut, lalu diikuti 29.9% responden membutuhkan waktu sebanyak 15 hingga 30 menit, 2.1% responden membutuhkan waktu diatas 30 menit untuk sarapan, dan yang terakhir sebanyak 12.9% tidak melakukan sarapan.

3.1.3.2 Kesimpulan Kuesioner

Berdasarkan hasil kuesioner yang terkumpul dapat disimpulkan bahwa mahasiswa UMN sudah memiliki kesadaran akan pentingnya sarapan. Tetapi penulis menemukan bahwa mereka masih belum mengetahui sarapan sehat sehingga kebanyakan dari mereka memiliki kualitas sarapan dengan gizi yang rendah. Selain, kurangnya pengetahuan mengenai sarapan sehat, mahasiswa UMN juga menghadapi berbagai kesulitan dalam hal sarapan seperti uang, waktu yang singkat, rasa malas, dan lain-lain. Karena faktor-faktor tersebut, sarana edukasi seperti kampanye diperlukan untuk meningkatkan pengetahuan mahasiswa UMN mengenai sarapan sehat yang praktis dan bergizi.

3.1.4. Studi Existing

3.1.4.1. Kampanye Nestlé, “Awali Hari Baik dengan Nestlé”

Nestlé telah ikut berpartisipasi dalam Pekan Sarapan Nasional sejak tahun 2013, di PESAN 2014 Nestlé pun telah melaksanakan kampanye dengan membagikan komik edukasi mengenai sarapan sehat, pada tahun 2015 Nestlé melaksanakan kampanye dengan judul “Berbagi PESAN”, dengan membagikan lebih dari

10.000 porsi sarapan sehat yang berisi Nestlé KOKO KRUNCH, DANCOW Fortigro dan MILO kepada yayasan Taman Bacaan Pelangi dan Sekolah Binaan Carrefour yang akan dibagikan kepada anak-anak di Indonesia selama 1 minggu selama PESAN berlangsung.

Kampanye Nestlé memiliki tujuan agar kebutuhan energi serta nutrisi yang dibutuhkan tubuh anak Indonesia dapat terpenuhi, sehingga dapat menjalankan aktivitas sehari-harinya dengan baik. Nestlé pun telah tergabung dalam Asosiasi Perusahaan Sahabat Anak Indonesia (ASPAI) dan menjadi satu-satunya perusahaan *retail* yang ikut ambil bagian dalam asosiasi tersebut.

Pada tahun 2019 Nestlé telah meluncurkan kampanye yang berjudul “Awali Hari Baik dengan Nestlé” sebagai salah satu bentuk untuk ikut melaksanakan Pesan Sarapan Nasional 2019. Kampanye ini dilaksanakan di 9 kota di Indonesia yaitu Jakarta, Medan, Palembang, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Balikpapan, Bitung, dan Makassar pada 48 lokasi berbeda yang diselenggarakan sejak 16 Februari hingga 14 April 2019.

Tujuan utama kampanye ini adalah menyediakan sarana edukasi mengenai pentingnya sarapan sehat dengan gizi seimbang serta diimbangi dengan olahraga secara teratur, dengan pendekatan yang mudah dipahami masyarakat Indonesia. Nestlé pun memperkenalkan prinsip ABC yaitu Atur-Baca-Cukupi. Kampanye ini menggunakan kalimat ajakan kepada masyarakat Indonesia untuk memulai hari baik dengan Nestlé, warna merah dan kuning yang menghasilkan visual yang kontras dan dapat menarik perhatian masyarakat.



Gambar 3.6. Kampanye Awali Hari Baik dengan Nestlé

(<https://twitter.com/sahabatnestle>, 2019)

3.2. Metodologi Perancangan

Menurut Landa dalam Advertising by Design, 3rd Edition (2016, Hlm. 14-22) metodologi perancangan terdiri dari 6 tahap yaitu:

1. *Research*

Penulis meneliti, mempelajari dan memahami mengenai tema yang akan diangkat, produk yang dibahas, dan layanan yang tersedia, dan mengenali apa tujuan serta sasaran pemasaran melalui literatur, maupun wawancara ahli untuk mengumpulkan data. Penulis pun harus memahami audiens sehingga dapat mendapat *insight* untuk membantu mendapatkan ide.

2. *Strategy development*

Penulis memahami lebih dalam terhadap audiens yang dituju, seperti apa yang dapat menarik minat audiens, di mana mereka biasa menghabiskan waktu, memahami apa yang mereka inginkan. Tahap ini sangat penting untuk menemukan konsep perancangan strategi kampanye.

Perancangan strategi kampanye membantu produk kampanye menjadi sukses berdasarkan cerita yang mendefinisikan pribadi produk itu sendiri, keuntungan yang dapat diterima audiens, apa yang membedakan produk tersebut. Kampanye yang efektif dapat mengubah suatu produk menjadi sebuah merek, yang dapat dikenal dan dipercaya oleh audiens dan dapat menjadi fitur yang berguna dari produk tersebut.

3. *Idea generation*

Penulis merancang ide kampanye yang sesuai strategi iklan yang telah ditentukan ide dan konsep kampanye, menjadi alasan kreatif untuk mendasari komunikasi dalam kampanye. Ide kampanye ini dapat membantu memvisualisasikan, merancang, serta mengarahkan desain, alasan mengapa penulis memilih tipografi ataupun pemilihan gambar yang akan dipakai, serta pemilihan palet warna yang dipakai. Seluruh ide kampanye harus sesuai produk yang diangkat, menarik perhatian audiens, dan mengajak audiens untuk bertindak.

4. *Art direction and copy*

Pada tahap ini penulis mengubah ide kampanye menjadi komunikasi visual yang dapat diterima audiens, menentukan desain dan arahan visual yang akan

dipakai, serta mempersiapkan kalimat-kalimat pesan kampanye yang akan dipakai secara tertulis ataupun secara verbal.

5. *Production and implementation*

Pada tahap ini penulis memulai tahap desain, memproduksi kampanye dan mengimplementasikan lalu mendistribusikannya dalam media yang telah dipilih.

6. *Assessment and stewardship*

Pada tahap ini penulis mengevaluasi efektifitas solusi yang ditawarkan dalam kampanye ini, mengelola pesan kampanye dalam media sosial dan media lainnya.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA