

BAB III

METODOLOGI

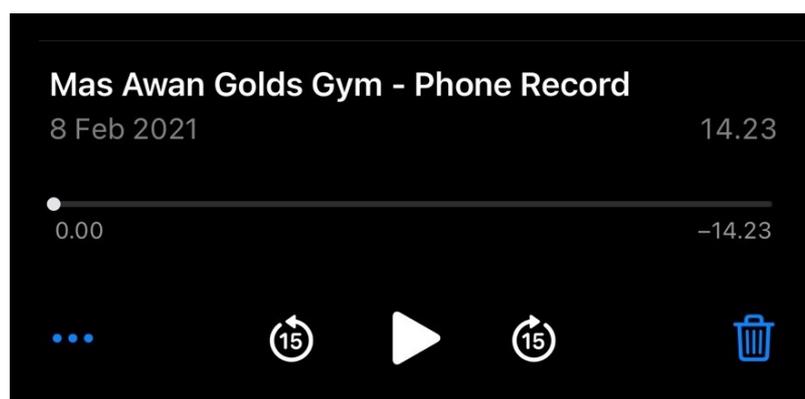
3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Untuk menjalankan perancangan kampanye penerapan protokol kesehatan untuk Gold's Gym, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut.

3.1.1. Wawancara

1. *Marketing* Gold's Gym

Wawancara dilakukan dengan Bapak Awan sebagai *Marketing* Gold's Gym pada tanggal 8 Februari 2021. Tujuannya adalah untuk mendapatkan data mengenai kondisi Gold's Gym selama masa pandemi berlangsung. Wawancara dilakukan melalui telepon dan hasil pembicaraan tersebut direkam dengan *voice notes*.



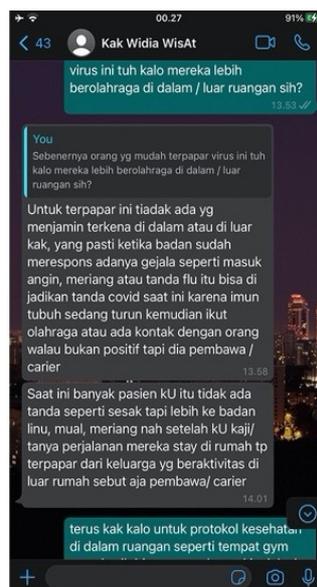
Gambar 3. 1 Rekaman suara wawancara

Bapak Awan menceritakan bahwa tutupnya Gold's Gym dari bulan Maret 2020 sampai Oktober 2020 sangat berpengaruh besar terhadap

pemasukan Gold's Gym, seluruh cabang tutup, para anggota tidak dapat datang langsung untuk berolahraga. Mulai dari Oktober dan November 2020, Gold's Gym mendapat kesempatan untuk buka Kembali setelah berdiskusi dengan Pemerintah Kota yang tentunya harus mengikuti standar protokol kesehatan. Tetapi sangat disayangkan masih ada anggota yang tidak disiplin dalam mematuhi peraturan dan yang datang ke Gold's Gym juga tidak seaktif dahulu dikarenakan banyak juga anggota yang cuti akibat takut terpapar COVID-19 di ruangan tertutup untuk berolahraga.

2. Perawat (Medis)

Wawancara dilakukan dengan Widia Astuty sebagai Ketua Perawat di RS POLRI pada tanggal 20 Februari 2021. Tujuannya untuk mendapatkan data mengenai COVID-19. Wawancara dilakukan secara *online* melalui *WhatsApp*.



Gambar 3. 2 Percakapan wawancara

Widia menjelaskan bahwa tidak ada yang dapat menjamin virus ini dapat terpapar oleh manusia di dalam maupun di luar ruangan, hanya yang pasti ketika badan sudah mulai merespon adanya gejala seperti masuk angin, meriang, atau tanda flu itu bisa dijadikan tanda COVID-19 karena imun tubuh sedang turun. Cara mencegah virus tersebut dapat dilakukan dengan mengikuti protokol kesehatan yang sudah ada di setiap tempat hiburan atau olahraga. Jika seseorang yang sedang berolahraga di dalam ruangan seperti tempat *gym* dan tidak mau menggunakan masker, mereka dapat menggantinya dengan menggunakan *face shield*. Tetap lakukan tes COVID-19 jika mulai merasa timbul gejala, bisa PCR atau *Antigen*.

3.1.2. Kuesioner

Kuesioner yang dilakukan adalah kuesioner terbuka dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada para anggota Gold's Gym, dengan target pada usia ini merupakan tahap dewasa awal menurut Erksan (dalam Monks, Knoers, dan Haditono, 2001) yang dikutip oleh Alifia F. Putri. yaitu usia 20-30 tahun, yang berdomisili di Kota Tangerang. Berikut adalah daftar pertanyaan kuesioner. Maka data yang didapat yaitu dengan total seluruh anggota Gold's Gym wilayah Tangerang 4.418 anggota dari total 4 cabang yaitu Alam Sutera, Summarecon Mall Serpong, The Breeze dan Bintaro X Change. Menurut Sugiyono (2010) yang dikutip oleh Riyanto dan Hatmawan, sampel adalah sebuah jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Maka dalam menentukan sampel ini penulis menggunakan metode rumus *Slovin* dengan menggunakan *margin of error* 10% dan hasilnya adalah sebagai berikut.

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

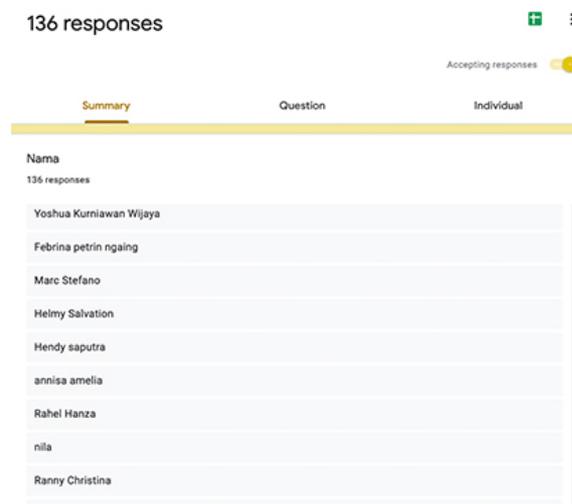
$$n = 4.418 / (1 + (4.418 \times 0,10^2))$$

$$n = 4.418 / (1 + (4.418 \times 0,01))$$

$$n = 4.418 / (1 + 44,18)$$

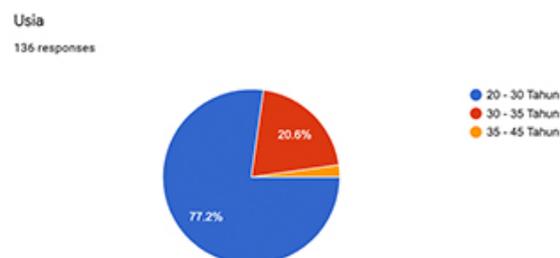
$$n = 4.418 / 45,18$$

$$n = 97,78$$



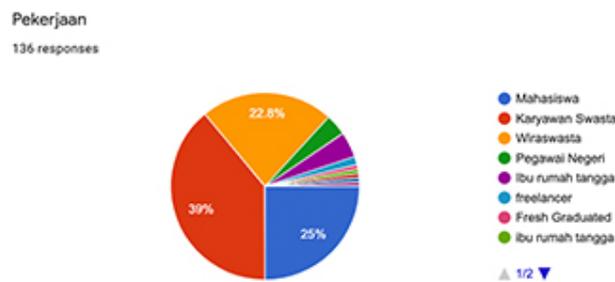
Gambar 3. 3 Hasil Kuesioner 1

Dari kuesioner disebarakan oleh penulis dan mendapatkan 136 responden melalui media *google form* dengan target adalah anggota Gold's Gym baik dari pria maupun wanita. Kuesioner ini disebarakan ke seluruh target di wilayah Tangerang. Maka hasil yang didapat adalah sebagai berikut.



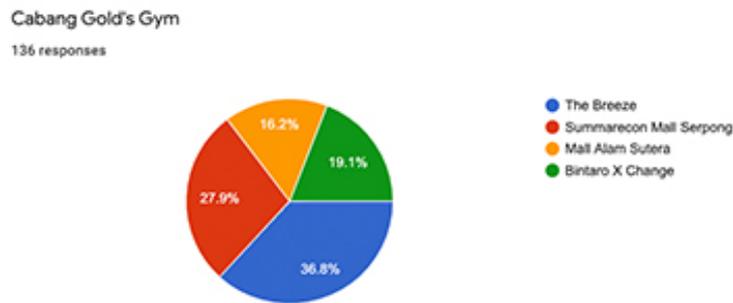
Gambar 3. 4 Hasil Kuesioner 2

Untuk pertanyaan kedua setelah nama mereka adalah usia. Usia yang ditanyakan adalah mulai dari usia 20 tahun sampai 45 tahun. Kemudian hasil akhir yang didapat adalah sebanyak 77,2% (105 responden) mayoritas anggota di Gold's Gym berusia 20-30 tahun, sebanyak 20,6% (28 responden) berusia 30-35 tahun, dan terakhir yang paling kecil adalah 2,2% (3 responden) berusia di atas 35-45 tahun. Maka dapat disimpulkan bahwa anggota Gold's Gym adalah dewasa muda yang dimulai dari usia 20 tahun. Selanjutnya adalah pertanyaan ketiga yaitu pekerjaan.



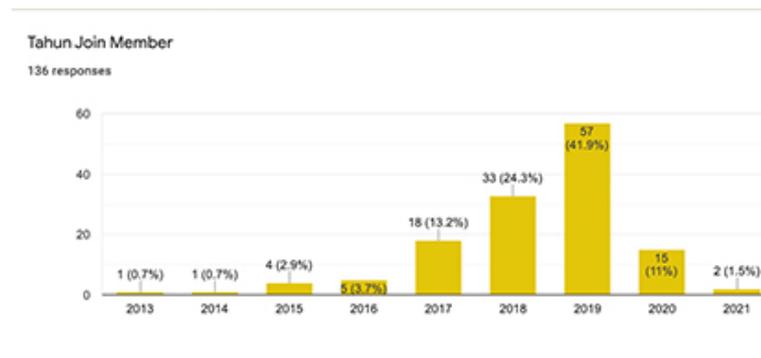
Gambar 3. 5 Hasil Kuesioner 3

Dari pertanyaan ini, penulis memberikan pilihan seperti mahasiswa, karyawan swasta, wiraswasta, dan pegawai negeri. Selanjutnya penulis mendapatkan hasil untuk jenis pekerjaan mereka sendiri presentase tertinggi adalah karyawan swasta dengan hasil 39% (53 responden), kemudian mahasiswa sebanyak 25% (34 responden) dan terakhir wiraswasta 22,8% (31 responden). Untuk status pekerjaan lainnya terdapat *Freelancer*, *Fresh Graduate* dan ibu rumah tangga. Maka dapat disimpulkan mayoritas anggota Gold's Gym memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta, mahasiswa dan wiraswasta, karena ketiga pekerjaan ini paling tinggi persentasenya.



Gambar 3. 6 Hasil Kuesioner 4

Untuk pertanyaan keempat adalah dimana cabang Gold's Gym yang menjadi tempat mereka berlatih. Dari hasil ini didapatkan cabang The Breeze memiliki jumlah yang paling banyak dengan 36,8% (50 responden), Summarecon Mall Serpong 27,9% (38 responden), kemudian Bintaro X Change 19,1% (26 responden), dan 16,2% (22 responden) adalah Mall Alam Sutera. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas anggota Gold's Gym terbanyak berada di cabang The Breeze.



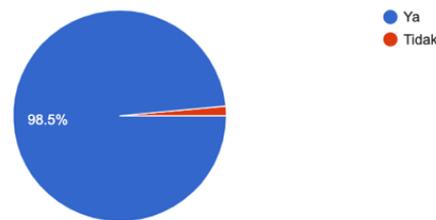
Gambar 3. 7 Hasil Kuesioner 5

Pertanyaan selanjutnya adalah dari tahun berapa mereka mulai masuk Gold's Gym. Maka hasilnya adalah anggota Gold's Gym di tahun 2019 paling besar sebanyak 41,9% (57 responden) dan kedua di tahun 2018 terdapat 24,3% (18

responden), ketiga adalah tahun 2017 (18 responden). Dapat disimpulkan dalam kuesioner ini bahwa anggota Gold's Gym yang terdaftar paling banyak berada pada tahun 2019, kemudian pada tahun 2018, dan terakhir pada tahun 2017.

Apakah Anda melakukan protokol kesehatan saat berpergian ke tempat hiburan / tempat umum lainnya?

136 responses

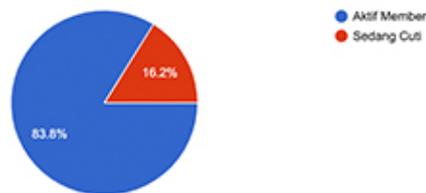


Gambar 3. 8 Hasil Kuesioner 6

Masuk ke pertanyaan selanjutnya tentang apakah anggota Gold's Gym melakukan protokol kesehatan jika mereka berada di tempat umum. Kemudian hasil yang didapatkan adalah 98.5% (134 responden) melakukan protokol kesehatan dan hanya ada 1,5% (2 responden) yang mengisi mereka tidak menjalankan protokol kesehatan. Jadi dapat disimpulkan secara keseluruhan mereka melakukan protokol kesehatan di tempat umum atau tempat hiburan.

Apakah Anda masih aktif menjadi member atau sedang cuti?

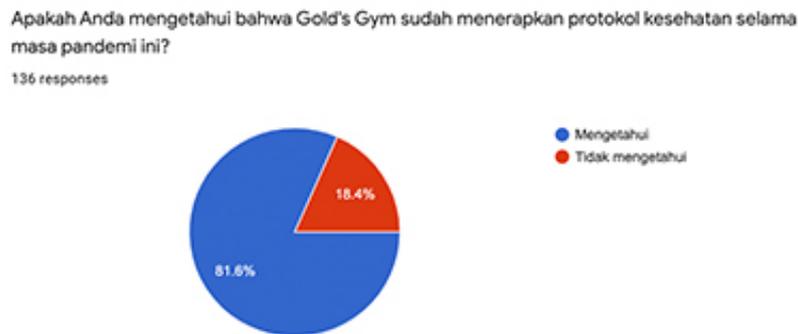
136 responses



Gambar 3. 9 Hasil Kuesioner 7

Selanjutnya, pertanyaan untuk pertanyaan keaktifan anggota Gold's Gym. Kemudian hasil yang didapatkan adalah anggota yang masih aktif sebanyak 83.8%

(114 responden) dan lainnya adalah 16,2% (22 responden) sudah tidak aktif lagi menjadi anggota. Maka dapat disimpulkan masih banyak anggota yang masih aktif untuk berolahraga di Gold's Gym.



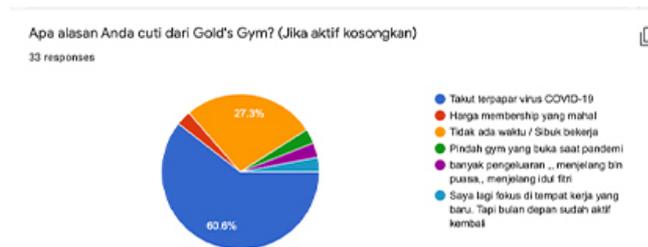
Gambar 3. 10 Hasil Kuesioner 8

Pertanyaan selanjutnya adalah tentang mengetahui atau tidaknya penerapan protokol kesehatan di Gold's Gym. Kemudian dari hasil kuesioner tersebut hasilnya adalah 81,6% (111 responden) sudah mengetahui bahwa Gold's Gym telah menjalankan protokol kesehatan, tetapi masih ada 18,4% (25 responden) belum mengetahuinya. Maka hasil yang disimpulkan adalah sudah banyak yang mengetahui tentang peraturan yang telah diterapkan oleh Gold's Gym.



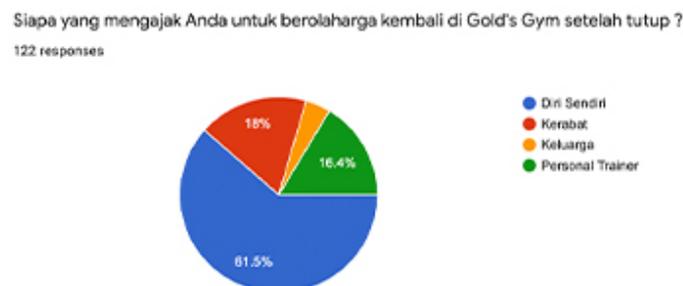
Gambar 3. 11 Hasil Kuesioner 9

Kemudian pertanyaan tentang alasan mereka kembali aktif ke Gold's Gym. Berdasarkan hasil kuesioner alasan paling banyak apa yang menjadi alasan mereka aktif ke Gold's Gym karena ingin memiliki pola hidup yang sehat, menjaga bentuk tubuh, dan menjaga kesehatan. Kemudian untuk anggota yang masih belum aktif mendapatkan pertanyaan juga.



Gambar 3. 12 Hasil Kuesioner 10

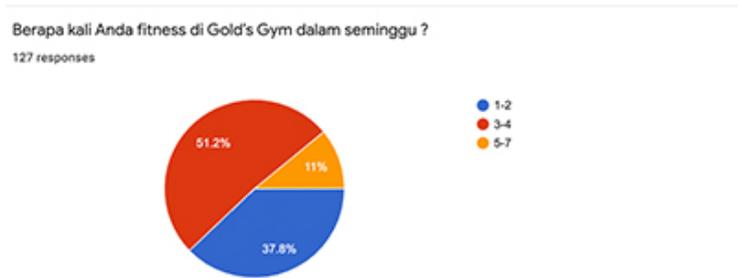
Pertanyaan selanjutnya adalah untuk anggota yang masih cuti atau belum aktif. Untuk hasil dari anggota Gold's Gym yang menjadi alasan cuti adalah takut terpapar COVID-19 sebanyak 60.6% (20 responden) dan tidak ada waktu dan sibuk bekerja sebanyak 27,3% (9 responden). Maka yang dapat disimpulkan adalah alasan utamanya adalah takut terpapar COVID-19 ketika berolahraga.



Gambar 3. 13 Hasil Kuesioner 11

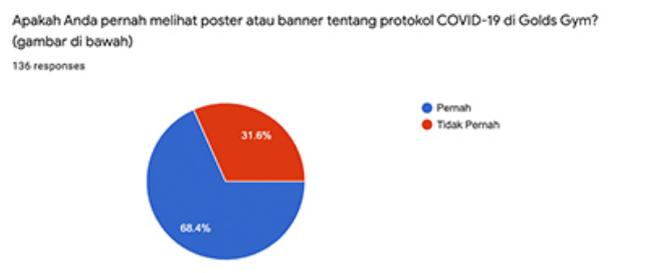
Pertanyaan selanjutnya adalah mengenai keinginan mereka kembali berolahraga setelah Gold's Gym dibuka. Untuk hasil dari keinginan mereka

kembali ke Gold's Gym sebanyak 61.5% (75 responden) adalah diri mereka sendiri, kemudian 18% (22 responden) diajak oleh kerabat mereka, dan 16,4% (20 responden) diajak oleh *Personal Trainer* mereka. Maka dapat disimpulkan kembalinya mereka ke Gold's Gym adalah dengan keinginan mereka sendiri.



Gambar 3. 14 Hasil Kuesioner 12

Selanjutnya pertanyaan tentang seberapa sering mereka berolahraga. kemudian hasil yang didapat adalah intensitas anggota Gold's Gym berolahraga dalam kurun waktu satu minggu terdapat sebanyak 51,2% (65 responden) adalah 3-4 kali, 37,8% (48 responden) adalah 1-2 kali, dan 11% (14 responden) adalah 5-7 kali. Maka dapat disimpulkan waktu yang paling banyak mereka berolahraga adalah 3-4 kali dalam seminggu.



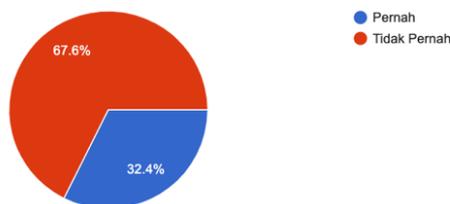
Gambar 3. 15 Hasil Kuesioner 13

Penulis juga memasukkan gambar media yang digunakan Gold's Gym untuk memberikan informasi tentang COVID-19. Berdasarkan hasil tentang

melihat media promosi secara *offline* yang digunakan oleh Gold's Gym terdapat sebanyak 68,4% (93 responden) dan belum terdapat 31.6% (43 responden). Maka dapat disimpulkan masih banyak anggota yang tidak memperhatikan media yang digunakan Gold's Gym.

Apakah Anda pernah melihat Instagram / Facebook Golds Gym tentang protokol COVID-19?
(gambar di bawah)

136 responses

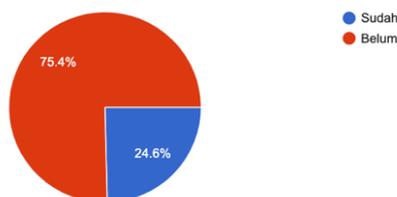


Gambar 3. 16 Hasil Kuesioner 14

Tidak hanya untuk media cetak, penulis juga bertanya tentang media online yang digunakan Gold's Gym dalam menyampaikan informasi. Kemudian didapatkan hasil sebanyak 67,6% (92 responden) anggota belum pernah melihat dan yang sudah pernah melihat sebanyak 32,4% (44 responden). Maka dapat disimpulkan mayoritas dari anggota Gold's Gym belum pernah melihat informasi peraturan protokol kesehatan tersebut.

Apakah Anda sudah menjalankan protokol kesehatan 3M (Memakai masker, mencuci tangan, menjaga jarak) selama berolahraga di Gold's Gym?

130 responses



Gambar 3. 17 Hasil Kuesioner 15

Selanjutnya adalah pertanyaan untuk mengetahui apakah anggota Gold's Gym sudah menjalankan 3M ketika berolahraga. Berdasarkan hasil kuesioner terdapat sebanyak 75,4% (98 responden) belum menjalankan protokol kesehatan yang diterapkan oleh Gold's Gym, dan sebanyak 24,6% (32 responden) sudah menjalankan protokol kesehatan tersebut. Maka dapat disimpulkan mayoritas anggota belum sepenuhnya menjalankan protokol kesehatan selama berolahraga.



Gambar 3. 18 Hasil Kuesioner 16

Selanjutnya, tentang kendala yang dialami ketika menjalankan protokol kesehatan. Kemudian hasil kuesionernya adalah kesulitan bernafas akibat menggunakan masker 58.1% (72 responden), 20,2% (25 responden) malas memakai *hand sanitizer* dan mencuci tangan, 21% (26 responden) kesulitan menjaga jarak. Jadi dapat disimpulkan bahwa alasan paling utama adalah kesulitan bernafas ketika mereka menggunakan masker jika berolahraga.



Gambar 3. 19 Hasil Kuesioner 17

Maka para anggota ini memberikan saran dan kritik seperti perbanyak informasi tentang protokol kesehatan, membatasi anggota yang masuk terutama di jam-jam yang ramai, memperjelas gambar/visual tentang protokol kesehatan, lebih sering menjaga kebersihan *gym*, dan dipertegas aturan yang berlaku.

Jadi kesimpulan dari kuesioner yang didapat adalah dari berbagai hasil data yang didapat bahwa sebagian besar anggota Gold's Gym yang masih aktif berolahraga setiap minggunya masih belum menjalankan protokol kesehatan di area *gym*, sedangkan mereka tetap menjalankan protokol kesehatan ketika berada di tempat umum, padahal mereka telah mengetahui adanya peraturan yang sudah dijalankan Gold's Gym. Alasan terbesarnya adalah kesulitan bernafas jika menggunakan masker saat berolahraga, kemudian untuk saran dan kritiknya adalah mereka ingin Gold's Gym lebih menjelaskan dan menyebarkan informasi peraturannya, dan untuk media yang digunakan untuk diletakkan lebih banyak dan di tempat yang lebih strategis lagi, serta tetap konsisten menjaga keamanan peraturan protokol kesehatan, keberishan area *gym*, dan bertindak lebih tegas lagi jika ada yang melanggar peraturan tersebut.

3.1.3. Studi Existing

Dalam melakukan studi *existing* Gold's Gym ini penulis mendapatkan data dan refrensi informasi salah satunya melalui *website* dari Gold's Gym. Pencarian data ini digunakan untuk menambahkan beberapa informasi tambahan yang akan digunakan untuk mengisi kekurangan data yang diperlukan penulis. Berikut adalah tampilan website pada Gold's Gym.

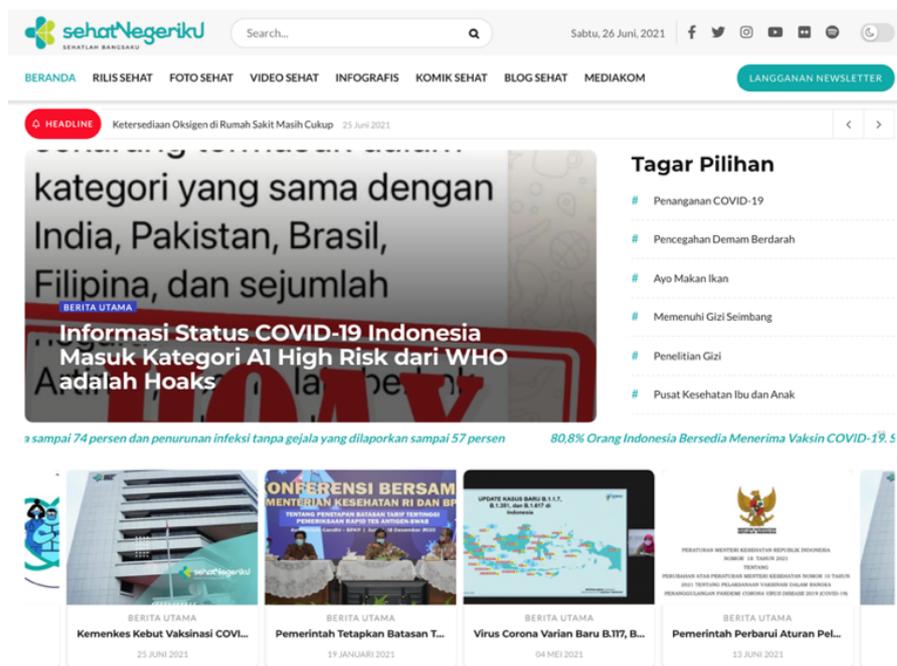


Gambar 3. 20 Website Gold's Gym

Pada *website* tersebut berisikan data-data yang sekunder yang diperlukan oleh penulis seperti, lokasi cabang Gold's Gym di seluruh Indonesia, promosi yang ditawarkan, serta sejarah singkat tentang perusahaan ini. Selain data perusahaan, dalam *website* ini juga berisikan tentang pengetahuan kesehatan, tips menarik, serta *update* terbaru tentang Gold's Gym. Pada website ini juga terdapat registrasi yang bisa dilakukan oleh setiap orang yang ingin mendaftarkan diri dan mendapatkan 7 hari masa percobaan secara gratis.

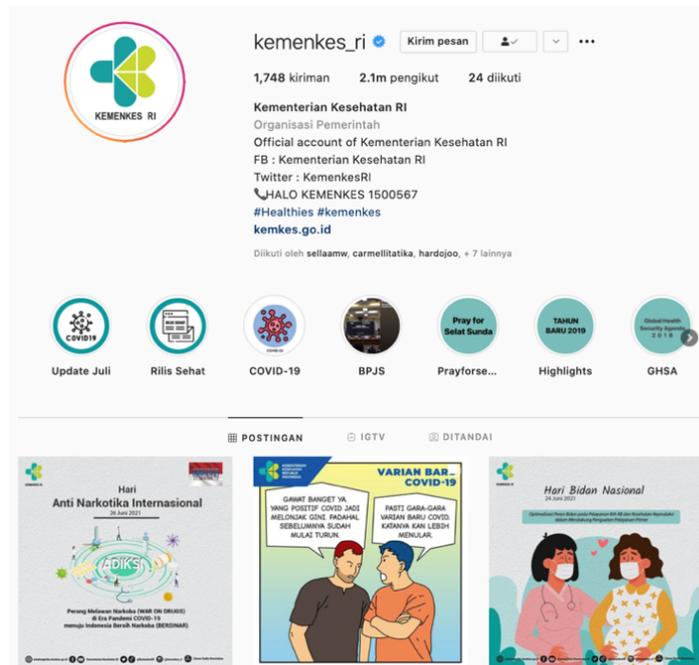
Kemudian penulis juga melihat refrensi dari kampanye yang dibuat oleh Kementerian Kesehatan yaitu kampanye bernama Sehat Negeriku Sehatlah Bangsa. Kampanye ini adalah sebuah wadah untuk menyampaikan informasi tentang aktivitas Kementerian Kesehatan, terutama tentang COVID-19 yang sedang

menjadi konsentrasi di Indonesia. Dalam *website* ini juga sudah mencangkup sosial media Kementerian Kesehatan yaitu *Instagram* dan *Twitter* pada bagian kanan bawah *website*.



Gambar 3. 21 *Website* Kampanye Kementerian Kesehatan

Dalam *website* Kampanye Sehat Negeriku, ini juga terdapat banyak informasi, dokumentasi, infografis, dan komik tentang kesehatan. Sehat Negeriku juga memberikan berita terbaru tentang kesehatan yang terjadi di Indonesia selain COVID-19 ada juga seperti kesehatan gizi, kesehatan ibu dan anak, mencegah demam berdarah, dan lain-lain. Untuk *website* berita Sehat Negeriku ini dikelola oleh Biro Komunikasi dan Pelayanan Publik Kementerian Kesehatan Indonesia. Bukan hanya *website*, tetapi Sehat Negeriku juga membagikan informasi mereka dengan beberapa sosial media lainnya seperti, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, *Flickr*, dan radio kesehatan yang dapat *distreaming* melalui *Spotify*.



Gambar 3. 22 Instagram Kementerian Kesehatan

Selain informasi pada *website*, penulis juga menemukan beberapa contoh dari media sosial lain yaitu *Instagram*. Namun pada *Instagram* ini mengacu pada Kementerian Kesehatan RI, dimana pada *Instagram* ini berisikan informasi tentang menjaga kesehatan terutama tentang COVID-19 di Indonesia. Perbedaan *website* dan *Instagram* yang bisa kita lihat adalah jika *website* lebih condong pada penulisan artikel atau berita, sedangkan pada *Instagram* lebih ekspresif dengan menggunakan ilustrasi, foto, vektor, serta video untuk menyampaikan informasi namun dapat diterima oleh semua target yaitu masyarakat Indonesia.

3.2. Metodologi Perancangan

Penulis menggunakan metodologi perancangan dari Landa (2010:14), dimana terdapat 6 fase yang ada dalam merancang sebuah desain kampanye. Jenis-jenis perancangannya yaitu, orientasi, strategi, ide, desain, produksi, dan implementasi.

Berikut adalah penjelasan dari metode-metode tersebut untuk kampanye pada Gold's Gym.

a. Orientasi

Pada tahap pertama perancangan data yaitu orientasi penulis melakukan perancangan tersebut dengan mengumpulkan data yang menjadi permasalahan pada Gold's Gym. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan narasumber, menyebarkan kuesioner untuk anggota tentang Gold's Gym selama masa pandemi COVID-19. Tujuannya agar kampanye penerapan protokol kesehatan ini dapat dilakukan oleh seluruh anggota Gold's Gym.

b. Strategi

Strategi kampanye adalah menentukan target *audience* dari kampanye yaitu adalah anggota Gold's Gym yang tetap aktif berolahraga, menyukai tantangan, ingin memiliki tubuh yang ideal tetapi mereka belum sepenuhnya menjalankan protokol kesehatan yang ada. Dengan usia 20-30 tahun yang berada di wilayah Kota Tangerang. Perancangan kampanye ini akan menggunakan poster sebagai media utama, dibantu dengan media sekunder dan *merchandise*.

c. Ide

Ide dari kampanye ini memiliki tujuan untuk menggerakkan anggota Gold's Gym agar dapat mengikuti protokol kesehatan. Pada tahap ini penulis membuat konsep, *moodboard*, *big idea*, dan kata kunci berdasarkan

mind mapping yang telah dirancang. Untuk bahasa dalam kampanye ini menggunakan *copywriting* dengan kalimat-kalimat yang persuasif agar dapat meningkatkan rasa emosional dan mempercayai kampanye ini.

d. Desain

Pada tahap desain, penulis merancang desain yang telah ditetapkan berdasarkan ide dan konsep yang telah dibuat dengan tidak meninggalkan identitas Gold's Gym. Untuk produksi ini sendiri menggunakan beberapa prinsip-prinsip desain seperti *grid system*, *layout*, dan teknik fotografi.

e. Produksi

Untuk tahap produksi, pada perancangan terdapat ini yang digunakan adalah dengan media cetak dan *online* sesuai dengan kebutuhan kampanye ini. Bagian pertama menentukan *layout* dengan sketsa kemudian mengatur susunan *grid*, penempatan *headline*, gambar, dan logo Gold's Gym pada setiap media yang digunakan.

f. Implementasi

Implementasi adalah proses mengaplikasikan setiap media yang akan digunakan dalam bentuk media *mock-up* visual *online* seperti *Instagram*, *Facebook*, dan media cetak seperti poster, *tripod banner*, dan *Healthy Kit* untuk anggota Gold's Gym. Kegunaannya adalah untuk mempermudah hasil visual sebelum direalisasikan ke dalam bentuk asli atau ketika di cetak.