



### **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

##### 3.1.1. FGD

FGD dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak masyarakat yang ketergantungan dengan *smartphone*. Peserta dari FGD sendiri merupakan anak muda berusia 20-27 tahun yang sama dengan demografis yang dipilih oleh penulis sebelumnya di BAB 2. FGD penulis lakukan di Cascara pada hari Kamis, 22 Februari 2019 pada pukul 16.30, dan beranggotakan Oren Wahyudi, Loren, Vania, dan Christine Tan. Dalam FGD ini, penulis menanyakan pertanyaan seputar pemakaian *smartphone* sebelum tidur, dimana hasil yang ditemukan adalah bahwa semua responden selalu bermain *smartphone* sebelum tidur.



Gambar 3.1. Peserta FGD

Ditemukan pula bahwa alasan terbesar para responden masih terus bermain sebelum tidur adalah karena banyaknya hal-hal yang mereka rasa ingin terus mereka lihat di sosial media membuat diri mereka susah untuk berhenti bermain *smartphone* sebelum tidur. Selain itu, penulis juga menemukan bahwa seringkali responden bermain *smartphone* sampai tertidur, sehingga posisi *smartphone* selalu berada dekat responden saat tidur. Alasan lain mereka memilih untuk menaruh *smartphone* dengan dekat saat tidur adalah agar suara *alarm* terdengar saat bangun tidur, atau karena malas untuk beranjak kembali dari ranjang untuk menaruh *smartphone*.

Responden juga mengakui bahwa kualitas tidur mereka terganggu karena selalu bermain *smartphone* sebelum tidur. Mereka menyatakan bahwa dikarenakan ketergantungan dengan *smartphone* sebelum tidur ini, seringkali mereka tertidur baru 1-2 jam setelah bermain *smartphone*, padahal posisi mereka adalah posisi siap untuk tidur. Selain itu, responden juga seringkali terbangun ditengah-tengah tidurnya karena suara notifikasi-notifikasi yang bermunculan dari *smartphone*. Responden juga awalnya tidak terlalu menyadari bahwa kualitas tidur mereka terganggu, karena sudah terlalu terbiasa bermain *smartphone* sebelum tidur dan tidur dekat *smartphone*. Responden baru mulai menyadari hal tersebut setelah saling berbincang satu sama lain dengan responden lainnya.

### **3.1.2. Kesimpulan**

Dari hasil FGD yang penulis lakukan, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal. Pertama, bahwa memang masih banyak orang yang bermain *smartphone* sebelum tidur. Hal ini menyebabkan kualitas tidur menjadi berkurang 1-2 jam setiap

harinya. Selanjutnya, hal ini juga ditambah lagi dengan gangguan-gangguan yang bermunculan dari *smartphone* selama tidur, seperti suara-suara notifikasi *smartphone*, yang menyebabkan kualitas tidur semakin berkurang lagi. Lalu, ditemukan juga bahwa memang masih terdapat ketidaksadaran dari responden tentang kenyataan bahwa ketergantungan terhadap *smartphone* ini mengganggu kualitas tidur mereka. Responden butuh disadarkan terlebih dahulu untuk menyadari bahwa memang hal ini mengganggu kualitas tidur yang mereka miliki.

#### **3.1.2.1. Stievensen**

Wawancara dilakukan penulis terhadap Stievensen yang dimana dia mendapatkan perbedaan tidur dekat *smartphone* dan tidur jauh dari *smartphone*. Penulis menghubungi Stievensen lewat *Line* dan beliau mau menerima menjadi narasumber. Wawancara dilakukan dengan bertemu langsung dengan beliau. Dalam melakukan wawancara penulis bertemu dengan Stievensen di rumah makan “Super Sambal” pada hari Kamis, 21 Februari 2019, jam 13.10 WIB. Stievensen mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara bercerita bahwa beliau suka sekali bermain *gadget*, bukan cuma laptop saja bahkan beliau suka main *smartphone*. Stievensen bercerita bahwa tidur beliau tidak berkualitas dikarenakan faktor main *smartphone*. kemudian dari situ beliau tidak sengaja selalu ketiduran dan tidurnya menjadi tidak enak karena setiap saat selalu kebangun. Beliau juga bercerita bahwa merasakan perbedaan tidur dekat *smartphone* dan tidur jauh dari *smartphone*. Saat beliau tidur jauh dekat *smartphone*, beliau merasa tidurnya jauh lebih nyenyak dan tidak bangun sama sekali. Saat Stievensen tahu bahwa tidur dekat *smartphone* sangat berbahaya, beliau mau mencoba untuk tidur menjauh

dari *smartphone*. Akan tetapi tidak bisa karena beliau harus selalu memasang alarm di dekatnya agar dapat bangun pergi untuk ke kampus.



Gambar 3.2. Foto dengan Stievensen

### 3.1.2.2. Richard Hermanto

Wawancara dilakukan penulis terhadap Richard dimana beliau tidak mengetahui sama sekali tentang bahaya tidur dekat *smartphone*. Dalam melakukan wawancara penulis bertemu dengan Richard di warung sektor 7a pada hari Kamis, 21 Februari 2019, jam 18.45 WIB.

Richard mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara sering sekali bermain *smartphone* 10 jam dan ketika malam hari saat tidur. Bukan hanya itu saja, jika dia mengerjakan tugas selalu diatas kasur, ketika dia kelelahan nugas dia sering bermain *smartphone*, lalu tanpa disengaja beliau ketiduran sehingga selama beliau tidur *smartphone* menyala dari malam sampai pagi. Beliau sering merasa

pusing saat bangun tidur, dan disaat dia masuk kelas dia merasa sangat tidak konsen dengan pelajaran yang disampaikan. Ternyata selama ini Richard tidak pernah tahu bahwa tidur dekat *smartphone* sangat bahaya.



Gambar 3.3. Foto dengan Richard

### 3.2. Metodologi Perancangan Kampanye Dentsu

Perancangan Kampanye Sosial Bahaya Tidur Dekat *Smartphone* menggunakan model Kampanye Dentsu Way yakni AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Tahap pertama yaitu *Attention*, dimana tahapan awal ini dibuat penulis untuk membuat masyarakat tertarik akan suatu kampanye yang telah dibuat. Maka dari itu, penulis membuat suatu kampanye dengan media utama video, poster, dan sosial media agar dapat menarik perhatian masyarakat akan pentingnya bahaya tidur dekat *smartphone*. Tahap kedua yaitu tahap *Interest*, dimana penulis membuat sebuah kampanye video, poster, dan sosial media yang akan dilihat oleh

masyarakat dan mereka berminat dengan kampanye yang telah dibuat tersebut sehingga kampanye yang telah dibuat oleh penulis *aware* dengan masyarakat sekitar. Kemudian ditahapan ketiga yaitu tahap *Search*, dimana setelah masyarakat tertarik maka mereka akan masuk ke tahap pencarian, dengan melakukan kampanye tersebut masyarakat dapat mengumpulkan banyak informasi, sehingga masyarakat menaruh banyak minat dalam pencarian suatu informasi kampanye bahaya tidur dekat *smartphone* tersebut. Ditahapan keempat yaitu tahap *Action*, dimana masyarakat melakukan keputusan untuk bertindak mengikuti kampanye yang telah dibuat oleh penulis, sehingga penulis berhasil mengajak masyarakat untuk mengikuti kampanye yang telah dilakukan. Tahapan terakhir yaitu tahapan *Share*, tahapan ini dilakukan dengan membagikan informasi *Word of Mouth* kepada masyarakat dengan menyebarkan kampanye penulis dengan cara share video, poster, sosial media sebagai suatu informasi yang sangat penting untuk perkembangan masyarakat kedepannya.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA