

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1. Metodologi Pengumpulan Data**

Kothari (2004) menyatakan bahwa penelitian merupakan suatu kegiatan untuk memperoleh informasi secara ilmiah dan sistematis sehingga mendapatkan suatu kebenaran yang sebelumnya belum pernah dipaparkan (hlm. 1-2). Dalam perancangan ini, penulis menggunakan metode pengambilan data campuran, yang terdiri dari metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang didasari pada kualitas atau sifat, mengarah pada fenomena yang berhubungan dengan sifat manusia. Sementara, metode kuantitatif merupakan metode yang didasari pada ukuran angka atau jumlah, mengarah pada fenomena dengan pengukuran kuantitasnya (Kothari, 2004, hlm.3). Penulis menggunakan dua metode pengambilan data yakni wawancara dan kuesioner.

##### **3.1.1. Wawancara**

Kothari (2004) nyatakan bahwa wawancara merupakan metode penelitian yang memiliki tujuan untuk mengumpulkan data yang melibatkan interaksi antara pewawancara dan narasumber secara lisan-verbal. Wawancara dapat bersifat langsung maupun tidak langsung. Penggunaan media lain dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi dari narasumber. Penulis melakukan wawancara kepada:

###### **3.1.1.1. Wawancara Dengan dr. Harri Hardi**

Penulis melakukan wawancara terhadap seorang dokter umum, Harri Hardi.

Wawancara telah dilakukan pada hari Jumat, 18 September 2020 pada pukul

10.40 WIB, via *Zoom Meeting*. Tahap wawancara ini penulis lakukan untuk informasi dari segi kedokteran mengenai *Gastroesophageal Reflux Disease* (GERD).



Gambar 3. 1. Wawancara dengan dr. Harri Hardi

Berdasarkan hasil wawancara, dalam dunia kedokteran, *Gastroesophageal Reflux Disease* (GERD) merupakan suatu kondisi pada saat katup esophagus tidak dapat berfungsi untuk menahan lonjakan asam lambung lalu naik ke kerongkongan yang menyebabkan asam di belakang kerongkongan. Gejala yang terlihat pada pasien yakni kerongkongan terasa asam, nyeri pada dada (heartburn), dan kembung. Menurut Harri, GERD disebabkan oleh telat makan, makanan asam, pedas, dan kopi. Masyarakat kerap salah penanganan dengan bereksperimen memakai obat-obatan yang tersedia di apotek maupun minimarket tanpa adanya resep khusus dari dokter.

### 3.1.1.2. Wawancara Dengan dr. Rieko Hiolieanto

Penulis melakukan wawancara terhadap seorang dokter umum, Rieko Hiolieanto. Wawancara telah dilakukan pada hari Sabtu, 19 September 2020 pada pukul 14.42 WIB, di RB. Ibunda, Sewan. Penulis dan narasumber telah melakukan protokol kesehatan Covid-19 yang ditetapkan oleh pemerintah. Tahap wawancara ini penulis lakukan untuk mendapatkan informasi dari segi kedokteran mengenai *Gastroesophageal Reflux Disease* (GERD).



Gambar 3. 2. Wawancara dengan dr. Rieko Hiolieanto

Berdasarkan hasil wawancara, penulis mendapatkan informasi tambahan tentang *Gastroesophageal Reflux Disease* (GERD). Rieko menuturkan bahwa penyebab terjadinya GERD bisa terjadi karena stress pikiran oleh pasien yang menyebabkan naiknya asam lambung sehingga dapat melemahkan katup esophagus yang berfungsi untuk mengatur agar asam lambung tidak naik ke kerongkongan. Rieko menambahkan pengaruh obat-obatan yang dicoba menurut pengalaman sendiripun bisa mengakibatkan asam lambung naik.

### 3.1.2. Kuesioner

Penulis menyebarkan form survei dengan menggunakan *Google Form* secara online. Terdapat 143 responden yang mengikuti survei. Pertanyaan dalam kuesioner yang meliputi data diri, pengalaman gejala GERD, dan gaya hidup responden. Berikut penjabaran data dari hasil kuesioner yang penulis sebar secara online:

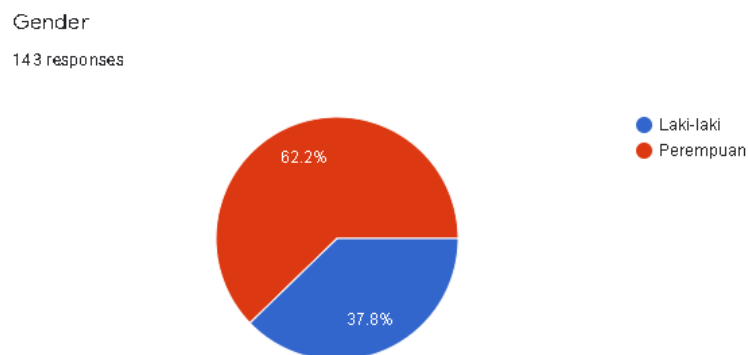
$n$  = jumlah sampel

$N$  = jumlah populasi

$e$  = batas toleransi kesalahan

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$
$$n = \frac{1742604}{1 + 1742604 \times (0,1)^2} = 100$$

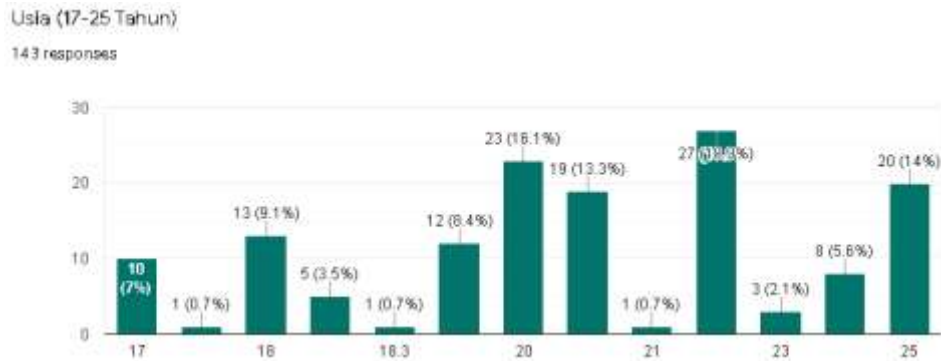
#### 3.1.2.1. Gender



Gambar 3. 3. Gender

Sebanyak 62.2% dari responden merupakan perempuan sisanya merupakan laki-laki.

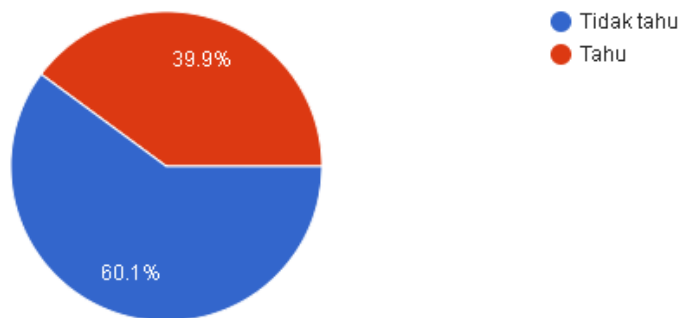
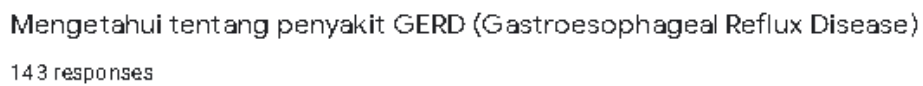
### 3.1.2.2. Usia



Gambar 3. 4. Usia

Usia 22 tahun merupakan usia tertinggi dari rentang usia 21-30 tahun yakni sebanyak 27 responden (18.9%). Usia 20 tahun sebanyak 23 responden (16.1%). Usia 25 tahun sebanyak 20 responden (14%).

### 3.1.2.3. Pengetahuan Tentang GERD



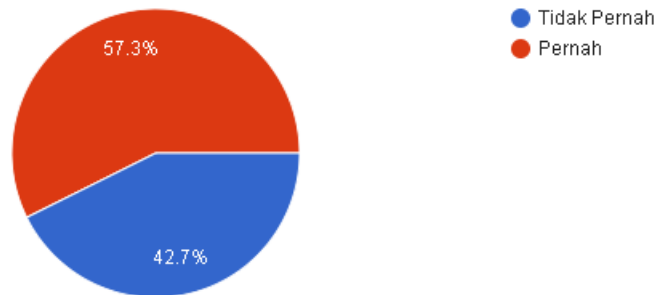
Gambar 3. 5. Pengetahuan Tentang GERD

Sebesar 60.1% dari total responden tidak mengetahui tentang penyakit GERD.

### 3.1.2.4. Merasakan Asam Lambung Naik ke Kerongkongan

Merasakan asam lambung naik ke tenggorokan

143 responses



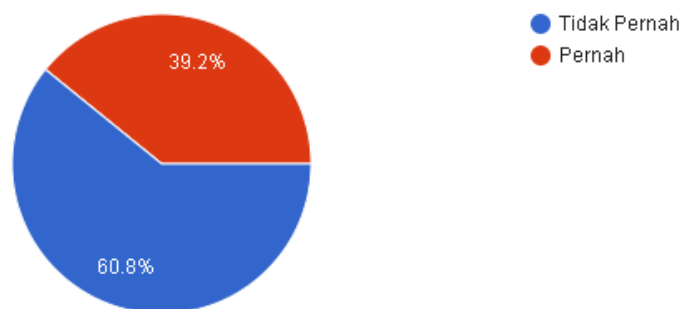
Gambar 3. 6. Merasakan Asam Lambung Naik ke Kerongkongan

Sebesar 57.3% dari total responden pernah merasakan asam lambung naik ke tenggorokan, gejala tersebut merupakan salah satu penyakit GERD.

### 3.1.2.5. Merasakan Asam pada Belakang Tenggorokan

Merasakan asam pada belakang tenggorokan

143 responses



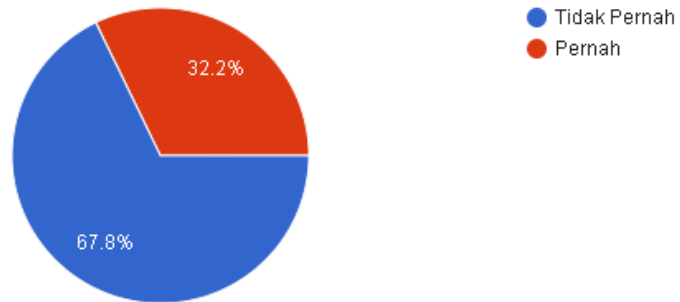
Gambar 3. 7. Merasakan Asam pada Belakang Tenggorokan

Sebesar 38.2% dari total responden pernah merasakan rasa asam di belakang tenggorokan.

### 3.1.2.6. Merasakan Dada Terbakar

Merasakan dada terbakar

143 responses



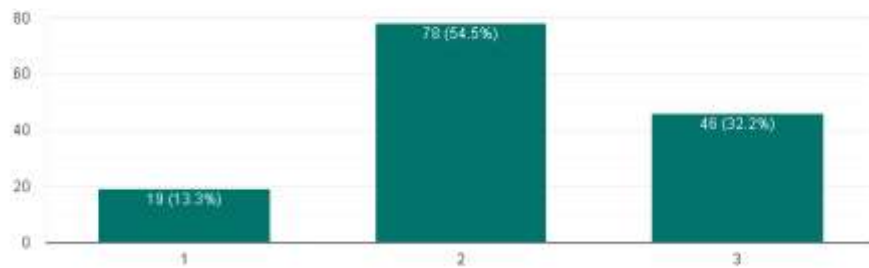
Gambar 3. 8. Merasakan Dada Terbakar

Sebanyak 32.3% dari total responden pernah merasakan dada terbakar.

### 3.1.2.7. Makan Sebelum Tidur

Makan sebelum tidur

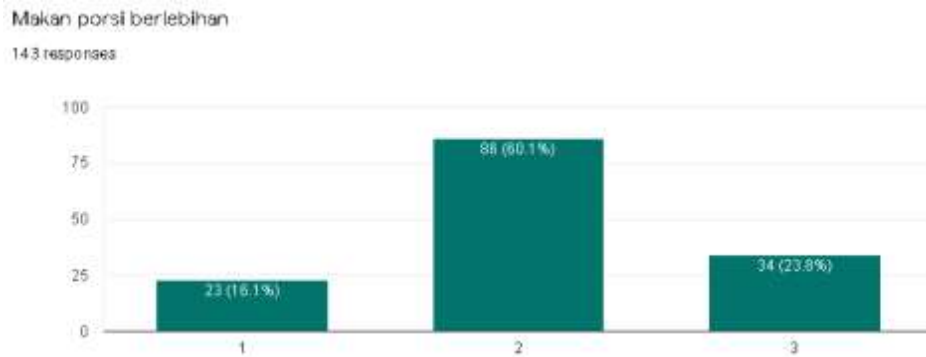
143 responses



Gambar 3. 9. Makan Sebelum Tidur

Dari diagram batang diatas sebanyak 78 responden (54.5%) terkadang suka makan sebelum tidur, diikuti 48 responden (32.2%) sering makan sebelum tidur.

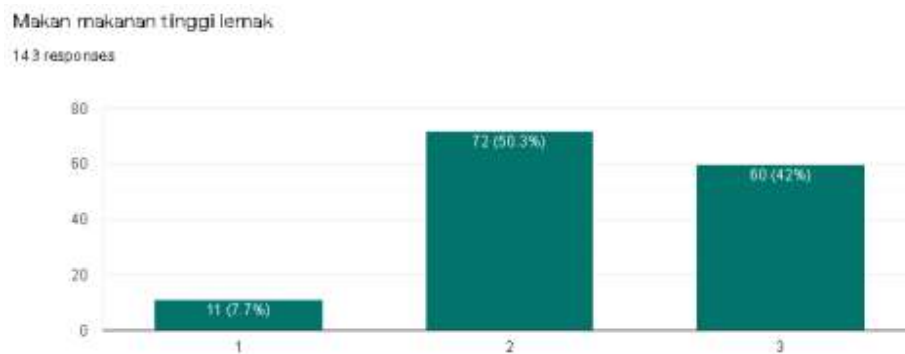
### 3.1.2.8. Makan Porsi Berlebihan



Gambar 3. 10. Makan Porsi Berlebihan

Dari diagram batang diatas sebanyak 86 responden (60.1%) terkadang suka makan porsi berlebihan, diikuti 34 responden (23.8%) sering makan porsi berlebihan.

### 3.1.2.9. Makan Makanan Tinggi Lemak



Gambar 3. 11. Makan Makanan Tinggi Lemak

Dari diagram batang diatas sebanyak 72 responden (50.3%) terkadang makan makanan tinggi lemak, diikuti 60 responden (42%) sering makan makanan tinggi lemak.

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil kuesioner yakni masyarakat dengan rentang usia 21-30 tahun yang terdapat di kota Tangerang masih



belum mengetahui tentang *GERD* serta pencegahannya. Selain itu, masyarakat memiliki gejala-gejala umum penyakit *GERD* tetapi mereka belum dapat mengidentifikasi bahwa gejala tersebut merupakan gejala dari penyakit *GERD*.

### 3.1.3. Studi Eksisting

Penulis telah melakukan studi eksisting dari kampanye penyakit mengenai *Gastroesophageal Reflux Disease (GERD)* yang sudah pernah ada sebelumnya. Berikut beberapa kampanye yang pernah ada:

#### 3.1.3.1. *GERD Awareness Week*

Penulis telah melakukan studi eksisting terhadap kampanye *GERD Awareness Week* yang dilaksanakan oleh *IFFGD (International Foundation for Gastrointestinal Disorder)* setiap tahunnya. Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan penyakit *Gastroesophageal Reflux Disease (GERD)*. Kampanye ini menggunakan website untuk menyebarkan poster dan informasi mengenai *GERD*.



Gambar 3. 12. Kampanye *GERD Awareness Week*  
(<https://www.aboutgerd.org/gerd-awareness-week.html>)

Tabel 3. 1. Tabel SWOT *GERD Awareness Week*

<i>Strength</i>	Pelaksanaan kampanye dilakukan setiap kurun waktu yang setiap tahunnya dilaksanakan secara rutin.
<i>Weakness</i>	Materi tentang GERD hanya dapat di unduh melalui <i>website</i> .
<i>Opportunity</i>	Pelaksanaan yang rutin setiap tahunnya, dapat memotivasi masyarakat untuk tetap menjaga kesehatannya agar tidak terkena penyakit <i>GERD</i> .
<i>Threat</i>	Informasi mengenai <i>GERD</i> detail.

### 3.1.3.2. *Let's Talk GERD*

Penulis melakukan studi eksisting terhadap kampanye *Let's Talk GERD* dan dilaksanakan oleh salah satu pejuang *GERD*, Laura Marrylin. Kampanye ini menggunakan *podcast* untuk berbagi hal dan pengalaman mengenai *GERD*. Kampanye ini menggunakan website untuk dapat mengakses *podcast* mengenai *GERD*.



Gambar 3. 13. Kampanye *Let's Talk GERD*  
 (<https://www.podme.id/program/let-s-talk-gerd>)

Tabel 3. 2. Tabel SWOT *Let's Talk GERD*

<p><i>Strength</i></p>	<p>Pemberian informasi dikemas secara interaktif dengan menggunakan <i>website</i> yang berisi <i>podcast</i> tentang <i>GERD</i>.</p>
<p><i>Weakness</i></p>	<p>Tidak ada informasi berupa karya tulis, hanya berupa <i>podcast</i>.</p>
<p><i>Opportunity</i></p>	<p>Informasi tentang <i>GERD</i> didapatkan dari salah seorang pejuang <i>GERD</i> yang berinteraksi langsung dengan beberapa dokter berpengalaman.</p>
<p><i>Threat</i></p>	<p>Media memiliki gaya visual yang dikemas dengan warna yang menarik perhatian <i>audience</i>.</p>

## **3.2. Metodologi Perancangan**

Menurut Landa (2014) untuk menghasilkan bentuk visual dari konsep desain yang telah dibuat, dibutuhkan langkah untuk mewujudkan hal tersebut dengan *creative thinking* dan *design*. Hal itu dibutuhkan untuk menghasilkan karya yang menarik audience serta menjadi solusi dari sebuah masalah. Berikut lima fase proses dalam mendesain:

### **3.2.1. Orientation**

Tahap pertama yang dilakukan untuk mendesain sebuah karya visual yakni melakukan *orientation*. *Orientation* merupakan proses untuk mengumpulkan informasi, mengenali masalah yang terjadi, kemudian dapat menentukan tujuan dan pesan yang kemudian akan disampaikan dalam kampanye tersebut.

### **3.2.2. Analysis**

Tahap kedua yakni *analysis*, seluruh proses pengumpulan data sebelumnya dilanjutkan dengan melakukan *mindmapping* dan didapatkan sebuah *creative brief* untuk menjadi dasar proses perancangan kampanye tersebut. Setelah mendapatkan *creative brief*, terdapat pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh perancang kampanye untuk menentukan strategi yang cocok agar proses perancangan kampanye dapat dilakukan lebih mudah. Berikut pertanyaan yang timbul pada proses *analysis*:

1. Apa pesan yang akan disampaikan
2. Siapakah audiensnya?
3. Bagaimana proyek ini relevan dengan audiens yang dituju?
4. Apa rencana media? Anggaran? Tenggat waktu?

### **3.2.3. Conception**

Tahap ketiga yakni *conception*. Menyusun seluruh ide yang muncul dari perancang kampanye berdasarkan *creative brief* yang telah dilakukan pada proses sebelumnya. Diperlukan analisa serta riset yang lebih mendalam pada tahap ini agar perancangan kampanye menjadi terfokus sehingga pesan yang dimaksud dapat disampaikan dengan baik kepada *audience*.

### **3.2.4. Design**

Tahap keempat yakni *design*. Mengembangkan seluruh ide yang sebelumnya sudah disusun menjadi karya visual tahap pertama yang perlu pengembangan lebih lanjut agar dapat menghasilkan *final artwork*. Tahap ini dimulai dengan sketsa terhadap visual yang akan dipakai, pemilihan warna, pemilihan *font*, serta pembuatan *asset* visual yang akan dipakai dalam media kampanye.

### **3.2.5. Implementation**

Tahap yang terakhir yakni *implementation*. Seluruh proses mendesain sudah direalisasikan menjadi *final artwork* yang kemudian akan diterapkan pada dunia sesungguhnya dan menganalisa kembali kekurangan serta kelebihan dari karya visual tersebut.