

BAB III

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Penulis menggunakan gabungan dua metode pengumpulan data yaitu metode kuantitatif dan metode kualitatif. Penulis akan menggunakan Metode Gabungan Paralel oleh Hesse. Kedua metode ini akan dilakukan untuk mengumpulkan data secara terpisah, namun merupakan satu penelitian yang sama (Putra & Hendarman, 2011, hlm. 41). Metode kualitatif yang akan digunakan adalah observasi eksisting, dan wawancara. Metode kuantitatif yang akan digunakan adalah kuesioner daring.

3.1.1. Wawancara

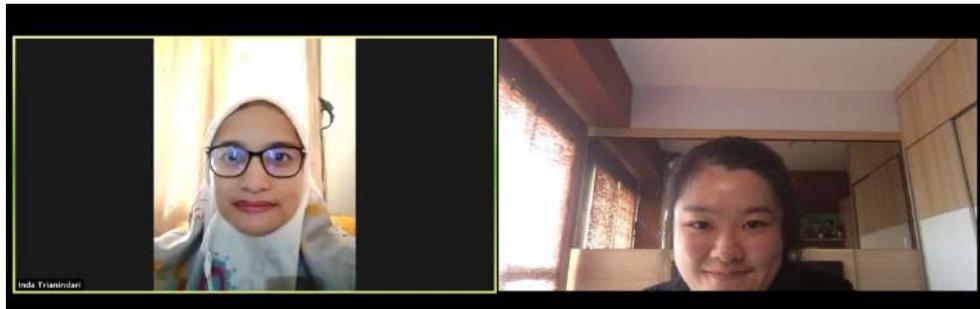
Menurut Esterberg, wawancara merupakan waktu bertukar informasi yang dilakukan oleh dua orang dengan melakukan sebuah kegiatan tanya jawab. Wawancara dapat dilakukan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari jawaban responden. Banyak informasi yang dapat diperoleh melalui wawancara dan tidak bisa didapatkan melalui metode lain seperti observasi (dalam Sugiyono, 2015).

3.1.1.1. Wawancara Bersama Inda Trianindari, M.Psi, Psikolog

Penulis melakukan wawancara kepada psikolog anak Inda Trinanindari pada tanggal 13 Mei 2020 pada pukul 13.00 siang selama kurang lebih 30 menit. Wawancara ini dilakukan melalui aplikasi *Zoom*, yang bersifat *online* karena situasi pandemi COVID-19. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan

opini kredibel tentang perilaku anak usia 2-6 tahun dan kecelakaan yang terjadi pada anak ketika sedang beraktivitas diluar pengawasan orang tua.

A. Analisis Wawancara Bersama Inda Trianindari, M.Psi, Psikolog



Gambar 3.1. *Expert Interview*

Pertama, penulis menanyakan tentang perkembangan psikomotorik anak di usia 2-6 tahun, dan narasumber menjelaskan bahwa pada usia 2-6 tahun anak masih dalam tahap belajar untuk mengarahkan dirinya. Mereka sudah menguasai gerakan dasar seperti berlari, berjalan, hingga melompat. Namun mereka belum mengerti cara mengontrol dan mengarahkan dirinya, hal ini disebut dengan gerakan manipulatif seperti dalam permainan bola sederhana anak belum memahami konsep kiper, lawan, dan lain-lain. Narasumber berkata bahwa anak berusia 2-6 tahun cenderung tidak bisa diam.

Dalam hal ini, narasumber berpendapat bahwa anak usia 2-6 tahun bisa ditinggal sebentar dengan pertimbangan khusus. Orang tua harus mengerti dan mempersiapkan keamanan rumahnya apabila akan meninggalkan anaknya sebentar. Misalnya apabila anak bermain dilantai, harus diberikan matras empuk, mengunci pintu dan menjauhkan benda berbahaya seperti gantungan, pajangan berbahan kaca, dan elektronik yang

dapat menyebabkan anak kesetrum. Namun ketika di tempat umum, anak harus selalu diawasi oleh orang tua. Karena anak berusia 2-6 masih didalam tahap eksplorasi, dan cenderung belum bisa mengontrol gerakannya secara optimal.

Pengawasan kepada anak dapat dibantu oleh bantuan ART dan CCTV anak. Namun orang tua harus tetap mengawasi secara langsung dan memberikan pengetahuan kepada ART untuk menghindari terjadinya kecelakaan anak. Penggunaan CCTV anak juga tidak bisa efektif apabila tidak dibarengi dengan pengawasan secara langsung, mengingat anak yang tidak bisa diam. Pengawasan dengan CCTV anak dapat digunakan apabila anak tidak sedang bergerak dengan aktif, seperti tidur. Namun orang tua harus menyadari kodratnya untuk mengawasi anak secara langsung.

Narasumber mengatakan dalam usia 2-6 tahun anak memasuki tahap *sensory motor* dimana apapun yang dilihat dan didengar, anak pasti ingin melakukan atau memegang hal itu. Anak masih belum mengerti konsep sebab akibat dan konsekuensi apabila melakukan sesuatu. Sehingga narasumber berpendapat bahwa apabila masih terjadi kecelakaan anak, berarti hal tersebut adalah hasil dari kelalaian orang tua.

Narasumber mengatakan bahwa pengetahuan orang tua tentang pertolongan pertama yang harus dilakukan orang tua ketika anaknya dalam situasi bahaya merupakan hal yang perlu diketahui. Namun, yang paling utama adalah kesadaran orang tua dalam pengawasan anak. Karena hal itu

dapat mencegah terjadinya kecelakaan yang kemungkinan terjadi dan mengancam keselamatan anak.

3.1.1.2. Wawancara Bersama Orang Tua

Penulis melakukan wawancara kepada tiga orang tua berusia 26-35 tahun dan memiliki anak berusia 2-6 tahun yang tidak pernah mengalami kecelakaan yang mengancam nyawa saat beraktivitas bermain sebagai narasumber. Wawancara ini dilaksanakan pada 16 September 2020, melalui percakapan di aplikasi *Whatsapp* yang bersifat online karena situasi pandemi COVID-19. Tujuan dari wawancara ini untuk mengetahui cara dan metode yang digunakan orang tua saat mengawasi anaknya bermain, cara memastikan bahwa tempat anak beraktivitas bebas dari ancaman bahaya, serta media yang sering digunakan orang tua untuk mendapatkan informasi tentang pengawasan anak.

A. Wawancara bersama Jessica Florencia

Narasumber pertama adalah Jessica Florencia berusia 27 tahun, orang tua dari anak berusia 2 tahun dan anak kembar berusia 8 bulan yang tinggal di Samarinda, Kalimantan Timur. Wawancara dimulai pada pukul 12.30 WIB melalui percakapan di *Whatsapp*. Pertama, penulis menanyakan apakah metode yang dilakukan saat melakukan pengawasan saat anak beraktivitas, dan narasumber menjelaskan bahwa tidak ada teknik maupun metode khusus yang digunakan. Narasumber hanya melakukan pengawasan ekstra kepada anaknya, beberapa diantaranya seperti memberikan mainan yang aman bagi anaknya.

Kemudian penulis menanyakan bagaimana narasumber memastikan bahwa lingkungan tempat anak bermain dapat dinyatakan aman. Narasumber menjelaskan bahwa menyediakan tempat yang aman bagi anak dapat dilakukan dengan memberikan alas yang empuk dan pagar yang berfungsi untuk membatasi gerak anak agar tidak keluar dari daerah bermain. Meskipun narasumber termasuk salah satu orang tua yang menggunakan bantuan ART, narasumber berpendapat bahwa pengawasan orang tua tidak bisa digantikan sepenuhnya oleh orang lain seperti ART dan teknologi seperti CCTV bayi, karena hal tersebut sifatnya hanya sebagai bantuan. Penulis kemudian menanyakan apakah narasumber tau pertolongan pertama yang dapat dilakukan oleh orang tua apabila anaknya berada dalam situasi bahaya seperti terjatuh, luka bakar, dan lain-lain. Narasumber menjelaskan bahwa dia tau apa yang harus dilakukan, namun hanya sebatas pengetahuan dasar seperti mengoleskan minyak pada bagian yang terbentur. Penulis juga menanyakan darimana biasanya narasumber mendapatkan info-info seputar tips dalam pengawasan anak, dan narasumber menjawab bahwa info yang didapatkan biasanya melalui *website* dan media sosial.

B. Wawancara bersama Henny Chandra

Narasumber kedua adalah Henny Chandra berusia 33 tahun, orang tua dan memiliki anak berusia 4 tahun dan 2 tahun yang tinggal di Medan, Sumatera Utara. Wawancara dimulai pada pukul 13.00 WIB. Pertama penulis menanyakan bagaimana metode yang digunakan dalam

pengawasan kepada anak saat bermain, narasumber menjawab bahwa pengawasan dilakukan dengan mendampingi anak sekaligus mengajari hal-hal mendasar seperti belajar huruf, angka dan warna. Kemudian penulis menanyakan bagaimana cara memastikan tempat anak bermain aman dari bahaya, dan narasumber menjelaskan bahwa harus dipastikan tempat anak bermain tidak ada perabotan yang berbahaya seperti benda tajam, hingga tempat yang dapat dipanjat oleh anak, dan memastikan tempat anak bermain dilapisi karpet khusus untuk bermain untuk menghindari benturan.

Kemudian penulis menanyakan apakah narasumber mengetahui pertolongan pertama yang dapat dilakukan apabila sewaktu-waktu anak berada dalam kondisi darurat, dan narasumber menjawab bahwa ia sudah tau dan menyediakan perlengkapan yang dibutuhkan untuk hal itu, namun hanya hal-hal dasar. Narasumber termasuk dalam salah satu orang tua yang tidak menggunakan bantuan ART maupun teknologi dalam pengawasan anaknya. Narasumber berpendapat bahwa waktu yang dihabiskan dengan anak sangatlah berharga dan ingin menikmatinya setiap waktu. Narasumber juga berpendapat bahwa pengawasan harus dilakukan langsung oleh orang tua namun pengawasan bukan berarti melarang anak melakukan kegiatan eksplorasi. Pengawasan sifatnya preventif bagi hal-hal yang dapat terjadi apabila orang tua lalai.

Terakhir penulis menanyakan darimana biasanya narasumber mendapatkan informasi seputar pengawasan kepada anak. Narasumber

menjawab bahwa informasi sering kali diakses melalui media sosial dan juga konsultasi langsung dengan dokter.

C. Wawancara bersama Megawati

Narasumber ketiga adalah Megawati berusia 30 tahun yang memiliki anak berusia 5 tahun yang tinggal di Samarinda, Kalimantan Timur. Wawancara dimulai pada pukul 21.00 WIB. Pertama penulis menanyakan bagaimana metode dan teknik yang digunakan oleh orang tua dalam mengawasi anaknya bermain, dan narasumber menjawab bahwa tidak ada metode khusus, hanya dengan memberi tau apa yang boleh dilakukan dan tidak, serta melakukan pengawasan setiap waktu dan menemani anak saat bermain. Kemudian penulis menanyakan bagaimana cara memastikan bahwa tempat anak bermain aman dari bahaya, narasumber menjelaskan bahwa tempat anak bermain harus dipastikan tidak ada benda berbahaya seperti benda tajam, serta memastikan mainan yang digunakan anak sesuai dengan umurnya.

Penulis menanyakan apakah narasumber mengetahui pertolongan pertama yang dapat dilakukan apabila anak berada dalam situasi darurat, dan narasumber mengetahui hal tersebut, namun hanya pengetahuan dasar seperti mengoleskan minyak pada bagian tubuh yang terbentur dan menenangkan anak apabila sedang menangis. Narasumber juga menjawab bahwa informasi seputar pengawasan anak sering diakses menggunakan media sosial. Narasumber juga merupakan salah satu dari orang tua yang tidak menggunakan bantuan ART. ART maupun teknologi semata hanya

bersifat bantuan karena pengawasan yang dilakukan oleh orang tua tidak dapat digantikan. Anak balita masih dalam fase belajar dan belum mengerti banyak hal, sehingga masih harus terus diawasi dan diingatkan tentang hal yang boleh dan yang tidak boleh dilakukan.

3.1.1.3. Kesimpulan wawancara

Kesimpulan dari wawancara bersama psikolog Inda Trianindari dan orang tua adalah, anak berusia 2-6 tahun merupakan usia dimana anak sedang tidak bisa diam. Karena pada usia tersebut anak memasuki tahap *sensory motor* yang menyebabkan rasa penasaran anak tinggi, apapun yang dilihat dan didengar, pasti ingin dilakukan oleh anak. Para orang tua yang diwawancarai sudah melakukan segala cara untuk memastikan anak tetap aman saat bermain. Pengawasan yang dilakukan oleh orang tua dapat dibantu oleh ART dan bantuan teknologi seperti *baby monitor*, namun bukan berarti orang tua dapat lengah dan menyepelekan pengawasan anak. Orang tua juga perlu mengetahui pertolongan pertama apabila anak berada dalam kondisi darurat, namun lebih baik mencegah kecelakaan dengan melakukan pengawasan ekstra saat anak beraktivitas bermain.

3.1.2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden dan mengambil jawabannya. Metode ini digunakan untuk mengukur sebuah variable tertentu. Metode kuesioner juga cocok digunakan untuk pengambilan sampel yang besar misalnya data yang membutuhkan responden seluruh Indonesia. Kuesioner dapat terdiri dari

pertanyaan yang tertutup maupun pertanyaan terbuka. Penyebaran kuesioner juga dapat dilakukan secara *offline* yaitu membagikan langsung ke tempat sampel berada, maupun secara *online* dengan bantuan aplikasi atau layanan pembuatan kuesioner daring (Sugiyono, 2015).

Penulis membagikan kuesioner daring menggunakan *Google Forms*. Kuesioner ini disebar untuk mengetahui perilaku orang tua dalam pengawasan anak serta mengetahui kecelakaan apa saja yang paling sering terjadi ketika anak beraktivitas diluar pengawasan orang tua. Kuesioner ini bersifat *non-random sampling* yang dibagikan kepada responden orang tua berusia 26-35 tahun yang memiliki anak berusia 2-6 tahun. Kuesioner ini dibagikan melalui aplikasi *Line* dan *Whatsapp*. Kuesioner dibagikan kepada 100 orang tua sebagai jumlah target sampel, dan penulis mendapatkan 106 responden. Penghitungan sampel dilakukan menggunakan rumus slovin terhadap 965.850 laki-laki dan perempuan berusia 26-35 tahun di Jabodetabek, dengan toleransi *error* sebesar 10%.

$$N = 965.850 \text{ jiwa}$$

$$e = 10\%$$

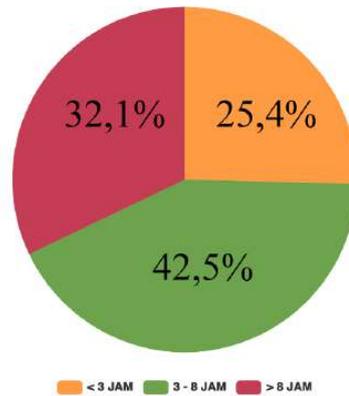
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{965850}{1 + (965850 \times 0,01^2)}$$

$$n = \frac{965850}{1 + (9658,5)}$$

n = 99 ≈ 100

DALAM SEHARI, BERAPA LAMA ANDA MENGHABISKAN WAKTU BERSAMA ANAK



Gambar 3.2. *Pie Chart* Waktu Bersama Anak

Berdasarkan *pie chart* diatas, mayoritas orang tua menghabiskan waktu bersama anak dalam rentang waktu 3-8 jam sehari, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya kesibukan orang tua dalam pekerjaan dan faktor lainnya seperti menggunakan bantuan ART.

Bagaimana metode anda dalam mengawasi anak, ketika anda sedang melakukan aktivitas lain secara bersamaan?

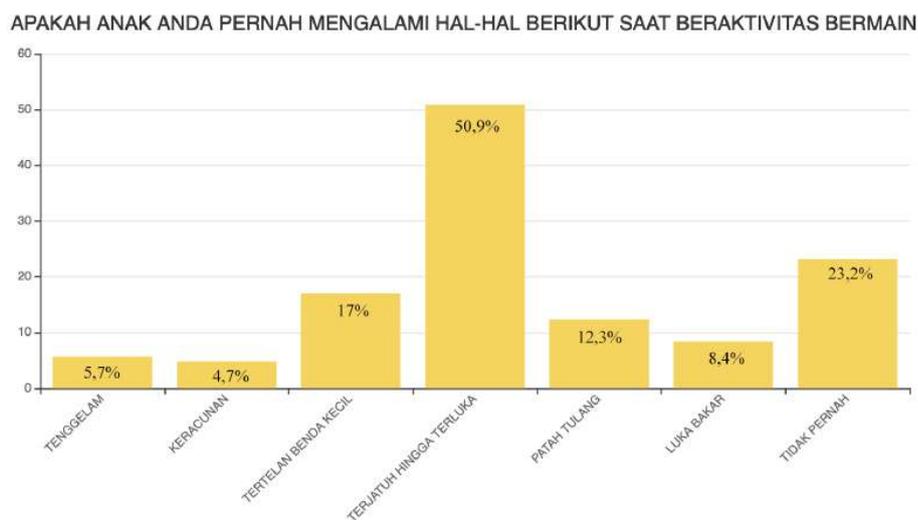
106 responses

tidak perlu di awasi
istri saya bekerja dari rumah brsama art menjaga anak kami
menelpon
Anak berada dekat dg tempat saya melakukan aktifitas
Memeriksa kondisi anak dalam interval waktu tertentu
BANTUAN ART DAN SUAMI
menggunakan cctv bayi
Tdk ada
cctv

Gambar 3.3. Tabel Metode Pengawasan Anak

Berdasarkan tabel metode pengawasan anak. beberapa orang tua menjawab dengan menggunakan CCTV bayi, dengan bantuan *video call* maupun telepon. Orang tua yang tidak menggunakan bantuan ART menjawab metode

mengawasi anak dengan bergantian bersama pasangan maupun mengawasi secara langsung. Terdapat beberapa orang tua yang menjawab bahwa anak tidak perlu diawasi saat bermain karena sudah yakin dengan tempat bermain anak yang diberikan pagar. Ada juga orang tua yang sudah yakin betul anaknya tidak akan melakukan aktivitas berbahaya apabila diberikan tontonan seperti video *youtube*.



Gambar 3.4. Diagram Jenis Kecelakaan yang Terjadi Pada Anak

Berdasarkan diagram diatas, terjatuh hingga terluka merupakan kecelakaan yang paling banyak terjadi kepada anak saat beraktivitas, kemudian disusul oleh tertelan benda kecil dan patah tulang. Responden juga menjawab kecelakaan lain yang pernah terjadi pada anak mereka adalah terbentur, keseleo, kepala robek, terjepit, hingga mencoba memasukkan benda kecil kedalam hidung. Beragam kecelakaan ini terjadi secara tidak sengaja dan berhubungan dengan metode orang tua dalam pengawasan anaknya.

Kesimpulan dari kuesioner adalah, terdapat beberapa orang tua yang menyepelkan pengawasan kepada anak setiap waktu saat beraktivitas, khususnya saat bermain. Beberapa orang tua mengandalkan bantuan orang lain seperti

kerabat maupun ART, namun apabila orang tua sendiri menyepelekan pengawasan kepada anaknya, bagaimana dengan orang lain. Selain itu terdapat juga orang tua yang hanya mengandalkan bantuan teknologi seperti CCTV bayi, video serta smartphone sebagai distraksi saat anak beraktivitas berbarengan dengan orang tua yang sibuk. Kelalaian ini berakibat kepada kecelakaan yang terjadi kepada anak.

3.1.3. Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan kepada 3 kampanye yaitu Kampanye Berpihak Pada Anak, *Is Your Home A Child Friendly Zone Campaign*, dan *National Burn Awareness Month*, yang menyentuh isu seputar keselamatan anak.

3.1.3.1. Kampanye Berpihak Pada Anak



Gambar 3.5. Kampanye Berpihak Pada Anak
(<https://www.stc.or.id/bergabung-dengan-kami/fundraiser>, 2016)

Kampanye Berpihak Pada Anak merupakan sebuah kampanye yang diusung oleh lembaga sosial Save the Children Indonesia. Kampanye ini mengangkat isu tentang keselamatan dan kesehatan anak di Indonesia. Tujuan kampanye ini adalah untuk memastikan tidak ada lagi diskriminasi bantuan bagi setiap anak-anak untuk mendapatkan layanan kesehatan yang berkualitas, serta

untuk mengurangi angka kematian anak dan meningkatkan angka anak yang bersekolah di Indonesia. Kampanye ini akan terus berlangsung hingga tahun 2030 (Save the Children Indonesia, 2016).

Tabel 3.1. Analisis SWOT Kampanye Berpihak Pada Anak

<p><i>Strength</i></p> <p>Dilakukan serentak disemua negara. Kampanye ini mendapat dukungan dari Menteri Kesehatan Republik Indonesia, Ibu Nila Moloek.</p>	<p><i>Weakness</i></p> <p>Kampanye dilakukan hanya mengandalkan <i>booth</i> yang didirikan pada tempat umum seperti <i>mall</i> sehingga penyebarannya tidak optimal.</p>
<p><i>Opportunity</i></p> <p>Kampanye didukung dengan subsidi dana yang berasal dari donasi. Sehingga memiliki kesempatan untuk menjanging orang-orang secara lebih luas</p>	<p><i>Threats</i></p> <p>Tidak dilakukan <i>update</i> perkembangan kampanye dan tidak adanya penyebaran yang efektif melalui media sosial.</p>

3.1.3.2. Is Your Home A Child Friendly Zone

Kampanye ini diselenggarakan oleh Suffolk County Council Public Health dengan target orang tua yang memiliki anak berusia bayi hingga balita. Kampanye ini mengangkat isu kecelakaan anak yang sering terjadi dirumah. Kampanye ini bertujuan untuk mengurangi resiko terjadinya cedera saat anak beraktivitas dirumah sekalipun dengan membekali orang tua dengan

pengetahuan dasar pertolongan pertama yang dapat dilakukan apabila anak berada dalam kondisi darurat (The Healthwatch Suffolk Constitution, 2019).



Gambar 3.6. *Is Your Home A Child Friendly Zone Campaign* (<https://www.healthysuffolk.org.uk/projects/child-friendly>, 2019)

Tabel 3.2. Analisis SWOT *Is Your Home A Child Friendly Zone Campaign*

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
Mengangkat tema yang spesifik dan karena kenyataannya kecelakaan kepada anak sering terjadi di lingkungan rumah.	Kampanye ini tidak disebarakan melalui media sosial. Penyebarannya hanya menggunakan koran lokal.
<i>Opportunity</i>	<i>Threats</i>
Kampanye ini sederhana namun sangat efektif, dilakukan dengan penjualan stiker yang dapat ditempelkan pada beberapa barang yang dinilai berbahaya.	Kampanye ini tidak disertai dengan informasi spesifik tentang benda apa saja yang dapat menjadi ancaman bahaya bagi anak. Orang tua yang harus menebak-nebak mana yang berbahaya dan mana yang tidak.

3.1.3.3. National Burns Awareness Month

Kampanye ini diselenggarakan organisasi Kidsafe Child Accident Prevention Foundation of Australia (2018). Kampanye ini bertujuan untuk menyadarkan masyarakat tentang kecelakaan anak berupa luka bakar. Dalam kampanye ini juga dijelaskan cara untuk mencegah dan penanganan luka bakar kepada anak apabila sudah terlanjur terjadi.



Gambar 3.7. Brosur *National Burns Awareness Month* (<https://kidsafe.com.au/national-burns-awareness-month/>, 2018)

Tabel 3.3. Analisis SWOT *National Burns Awareness Month*

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<p>Mengangkat tema yang spesifik dan menyajikan data bahwa luka bakar banyak terjadi pada anak-anak. Kampanye ini juga menyajikan cara lengkap dalam menangani luka bakar yang disebabkan oleh berbagai jenis cairan panas maupun benda padat.</p>	<p>Penyebarannya lebih banyak mengandalkan media cetak seperti brosur, poster, dan infografis.</p>

<i>Opportunity</i>	<i>Threats</i>
<p>Kampanye mengangkat topik yang spesifik dan tidak bertele-tele. Diadakan dengan skala nasional sehingga dapat menjangkau orang secara lebih luas.</p>	<p>Penyebaran hanya bergantung pada media cetak padahal tujuannya untuk menyadarkan masyarakat dalam lingkup nasional. Media sosial yang tidak aktif dalam <i>update</i> informasi seputar kampanye</p>

3.1.3.4. Kesimpulan observasi eksisting

Berdasarkan hal-hal yang telah dijabarkan, penulis menyimpulkan bahwa kegiatan kampanye harus memiliki pesan yang jelas, akan lebih baik apabila memiliki topik dan tujuan yang spesifik. Selain itu pesan harus disampaikan dengan cara yang menarik, melalui *copywriting* dan juga desain secara keseluruhan. Penggunaan media kampanye juga perlu diperhatikan sesuai dengan media yang paling sering digunakan oleh target kampanye.

3.1.4. Studi Referensi

Studi referensi dilakukan pada beberapa kampanye yang telah dilakukan. Hal ini bertujuan menentukan referensi yang dapat digunakan dalam perancangan desain kampanye baik secara visual, maupun komunikasi.

3.1.4.1. Disable2Enable

Penulis menggunakan kampanye Disable2Enable yang dilakukan oleh UNICEF sebagai studi referensi. UNICEF dipilih karena merupakan organisasi dunia yang fokusnya membahas isu kesejahteraan anak. Kampanye

Disable2Enable ini merupakan kampanye yang mengangkat isu tentang persamaan hak dan kewajiban anak disabilitas.



Gambar 3.8. Kampanye Disable2Enable (https://id.pinterest.com/unicefmalaysia/_created/, 2013)

Hal yang didapatkan dari kampanye ini adalah penggunaan foto dan *copuwriting* yang tidak bertele-tele sehingga pesan langsung sampai kepada target. Terdapat juga *copywriting* yang disampaikan berdasarkan apa yang dialami dan dirasakan anak tersebut, sehingga menambah sudut pandang yang baru bagi target kampanye.

3.1.4.2. Right to School II

Kampanye Right to School II, merupakan kampanye yang diselenggarakan oleh organisasi CRY (Child Rights and You). Kampanye ini mengangkat isu anak-anak perempuan yang tidak bersekolah akibat kekurangan fasilitas, *child labour*, *child marriage*, dan lain-lain. Kampanye ini banyak menyampaikan dan menceritakan pengalaman dari sisi anak, sehingga banyak target yang lebih aware dan akhirnya mau berdonasi. Hal yang didapatkan

dari kampanye ini adalah visual yang sederhana juga dapat menyampaikan pesan yang *powerful* kepada target kampanye.



Gambar 3.9. Kampanye Right to School II
(<https://www.cry.org/microsite/rts-for-girl-children/index.html>, 2020)

3.1.4.3. Kesimpulan studi referensi

Kesimpulan dari studi referensi yang penulis lakukan adalah, mulai dari ilustrasi, *copywriting*, dan keseluruhan desain harus memiliki keunikan sebagai pembeda dari competitor. Namun yang utama adalah bagaimana merancang isi pesan kampanye yaitu pengawasan kepada anak saat beraktivitas bermain agar dapat dimengerti oleh target kampanye.

3.2. Metodologi Perancangan

Menurut Maibach, Kreps, dan Bonaguro (dalam Venus, 2018), model kampanye kesehatan strategis menjelaskan tindakan dan sikap yang dibutuhkan untuk mengubah sebuah perilaku. Beberapa faktor yang menentukan teori ini, hal tersebut adalah persepsi kelemahan, persepsi resiko, persepsi akan keuntungan, persepsi akan rintangan, isyarat untuk bertindak dan kemampuan diri.

3.2.1. Perencanaan

Tahap pertama adalah langkah dimana penyelenggara menentukan apakah harus membentuk pengetahuan yang baru menggantikan pengetahuan yang sudah tidak relevan dan menentukan tujuan kampanye untuk mengubah sikap atau mengubah perilaku seseorang. Di tahap ini, penulis melakukan studi pustaka dari buku, maupun dokumen lainnya tentang masalah yang ada.

3.2.2. Penggunaan Teori Kampanye

Tahap kedua adalah menentukan teori yang akan digunakan sebagai fondasi. Model kampanye ini menjelaskan bahwa kegiatan kampanye harus dilakukan dengan pengetahuan tentang suatu perubahan perilaku dan sikap terjadi sesuai dengan prinsip dan konsep yang terkandung dalam teori kampanye. Pada tahap ini, penulis mengumpulkan data lebih lanjut dengan mewawancarai ahli yaitu Ina Trianindari, M.Psi, seorang psikolog anak untuk mendapatkan informasi yang akurat seputar pengawasan anak saat bermain, serta melakukan wawancara kepada orang tua, dan membagikan kuesioner untuk mengetahui kecelakaan yang paling sering terjadi saat anak bermain.

3.2.3. Analisis Komunikasi

Tahapan ketiga adalah menganalisis komunikasi, artinya setelah penentuan teori, dilakukanlah perancangan strategi untuk keseluruhan kampanye. Strategi ini meliputi perancangan pesan, media dan cara penyampaian kampanye. Di tahap ini penulis mengambil kesimpulan dari data-data yang sudah diperoleh dan Kembali mengumpulkan data dari perspektif yang lebih luas yaitu melalui studi eksisting dan referensi, untuk mengetahui lebih dalam selera target kampanye.

3.2.4. Implementasi

Tahap keempat dari model kampanye ini adalah implementasi. Dalam tahapan terakhir ini digunakanlah pendekatan *marketing mix* yang terdiri dari *product* yaitu hasil jadi produk, *price* yaitu biaya yang dibutuhkan dalam kegiatan kampanye, *place* yaitu tempat pemasangan media untuk kampanye, dan *promotion* sebagai hasil penerapan teori dan komunikasi. Sesuai dengan pendekatan *marketing mix*, dalam hal ini *product* juga termasuk sebagai tahapan mendesain hingga hasil akhirnya, dalam hal ini penulis menggunakan metode mendesain yang dikemukakan oleh Robin Landa dalam bukunya *Graphic design solutions* (5th edition). Menurut Landa (2014), terdapat 5 tahapan dalam perancangan desain, yaitu orientasi, analisa, konsep, desain, dan implementasi.

3.2.4.1. Orientasi

Pada tahap orientasi, penulis akan melakukan pemahaman dan pendalaman tentang topik dan perancangan kampanye dengan mengumpulkan informasi dan data-data yang dibutuhkan seperti tahap penggunaan teori kampanye.

3.2.4.2. Analisa

Menurut Landa (2014), dalam tahap analisa, dilakukan pemeriksaan dan perencanaan untuk masalah yang dipelajari dalam tahap orientasi. Dalam tahap analisa, belum dilakukan proses membuat konsep ataupun membuat desain. Setelah mengerti permasalahan, dilakukan pemeriksaan yang lebih mendalam, seperti pada tahap analisis komunikasi

3.2.4.3. Konsep

Konsep desain merupakan alasan kreatif yang membentuk sebuah desain. Di tahapan ini, penulis akan melakukan analisis SWOT kampanye yang akan dijalankan, *brainstorming*, *mind mapping* untuk mendapatkan visual yang akan digunakan dalam kampanye.

3.2.4.4. Desain

Tahapan ini dilakukan setelah mendapatkan konsep. Menurut Landa (2014), desain merupakan tahap dimana desainer mulai masuk kedalam dunia visual untuk memulai perancangan. Dalam tahap ini penulis akan melakukan digitalisasi sketsa dan melakukan *user test* sebelum implementasi.

3.2.4.5. Implementasi

Pada tahap implementasi, penulis akan mengimplementasikan visual yang sudah dirancang dengan *mockup* dan pencetakan karya.

3.2.5. Evaluasi dan Reorientasi

Tahapan terakhir dalam Model Kampanye Komunikasi Kesehatan Strategis adalah evaluasi dan reorientasi. Dalam tahapan ini penulis melakukan evaluasi untuk memastikan apakah kampanye berjalan sesuai dengan apa yang sudah direncanakan. Selain itu evaluasi dilakukan untuk mengetahui dampak yang dihasilkan setelah kampanye dilakukan (hlm. 42-45).