

BAB III

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam suatu penelitian dengan suatu kegunaan tertentu (Sugiyono, 2019, hlm.3). Kampanye kesehatan biasanya dilakukan atau dirancang oleh sebuah lembaga kesehatan seperti Kementerian Kesehatan atau lembaga yang dibawahinya seperti yayasan kesehatan, dan dinas kesehatan provinsi maupun kota/kabupaten. Untuk mendapatkan data konten, data informasi proses perancangan kampanye, dan data eksistensi kampanye kanker lambung, penulis melakukan pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif. Wawancara dilakukan dalam mencapai data kualitatif, dan dilakukan secara daring dengan dokter spesialis penyakit dalam dan Dinas Kesehatan kota Tangerang. Metode kuantitatif dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner untuk mendapatkan data media yang akan digunakan dalam kampanye kesehatan mengenai gejala-gejala kanker lambung. Dan studi eksisting terhadap kampanye kanker lambung yang sudah pernah ada.

3.1.1. Metode Kualitatif

Metode kualitatif adalah metode penelitian yang memiliki sifat alamiah (Sugiyono, 2011 dalam Anggito & Setiawan, 2018, hlm. 8-9). Metode kualitatif penulis jalani dengan cara mewawancarai dokter spesialis penyakit dalam yang dilakukan penulis untuk mendapatkan data seputar kanker lambung yang menjadi topik utama dari perancangan kampanye kesehatan ini. Sedangkan wawancara dengan Dinas

Kesehatan Provinsi Banten, dilakukan penulis untuk mendapatkan informasi mengenai perancangan kampanye kesehatan. Kemudian studi pustaka yang meliputi teori kampanye, iklan, AISAS, teori desain, elemen desain, prinsip-prinsip desain, dan beberapa media dalam ilmu komunikasi yang semuanya berasal dari jurnal dan buku. Dalam studi eksisting, penulis melakukan analisa media-media yang berhubungan dengan kampanye kesehatan sejenis, seputar kanker lambung.

3.1.1.1. Wawancara dengan dr. Agung Prabowo Sp.PD, M.Kes

Wawancara dilakukan terhadap dokter spesialis penyakit dalam, dr. Agung Prabowo Sp.PD, M.Kes pada hari Minggu 6 September 2020, melalui aplikasi alodokter. Menurut dr. Agung, kanker lambung adalah perubahan sel-sel ganas pada lambung yang disebabkan oleh lingkungan atau infeksi *helicobacter pylori*. Gejala dari kanker lambung ini juga tidak terlalu spesifik, namun tetap ada beberapa gejala yang kontras dan dapat diidentifikasi sebagai gejala kanker lambung, diantaranya mual dan muntah, sakit pada tulang dada, sering bersendawa, anemia, hingga perubahan warna tinja menjadi hitam.

Dr. Agung mengatakan sampai saat ini belum ada tes kesehatan khusus yang bisa mendeteksi kanker lambung, hanya bisa melalui proses endoskopi atau teropong langsung ke dalam perut, yang kemudian akan menjadi perhitungan kembali para pasien dalam mengambil keputusan untuk mendeteksi kanker lambung itu sendiri, karena masalah fasilitas rumah sakit dan kemampuan pembiayaan para pasien. Kanker lambung dapat menyerang semua kalangan usia dan jenis kelamin, biasanya dari

umur 20-60 tahun. Kanker lambung sendiri bersifat *multifactor* atau dapat disebabkan oleh banyak faktor, mulai dari pola hidup yang kurang baik, meminum alkohol, hingga merokok.

Menurut dr. Agung, kenaikan jumlah pengidap kanker lambung bisa disebabkan karna masih banyak orang yang mengira gejala seperti nyeri lambung, mual, dan anemia itu hanya penyakit lambung biasa atau lebih dikenal sebagai maag dan sulitnya mendeteksi gejala tersebut tanpa bantuan endoskopi. Dan menurut dr. Agung, informasi mengenai kanker lambung pun jarang dijadikan informasi publik, pada kenyataannya kanker lambung pun sebenarnya dapat berasal dari penyakit lambung biasa.

Dr. Agung menambahkan, karena hanya sedikit gejala yang dapat dikenali masyarakat tanpa bantuan dokter spesialis oleh karena itu jika ditemukan gangguan pada lambung yang berkelanjutan, masyarakat disarankan untuk memeriksakannya langsung ke dokter spesialis atau melakukan tindakan represif umum seperti merubah pola hidup yang dinilai dapat meningkatkan resiko terkenanya kanker lambung. Tindakan represif berupa perubahan beberapa pola hidup yang dinilai dapat meningkatkan resiko kanker lambung tentu sangat penting dilakukan agar terhindar dari kanker lambung itu sendiri. Dr. Agung juga menyarankan, kampanye kesehatan ini dilakukan pada penderita sakit lambung dari segala jenis usia.

3.1.1.2. Wawancara dengan dr. Farissa Putri Sp.PD

Wawancara kepada dr. Farissa Putri spesialis penyakit dalam, penulis lakukan melalui email pada hari Senin 7 September 2020. Menurut dr. Farissa, kanker lambung adalah keganasan pada lambung. Yang disebabkan oleh banyak faktor diantaranya konsumsi makanan berpengawet, merokok, makanan yang diasap, dan infeksi bakteri *helicobacter pylori*. Kanker lambung sampai saat ini hanya dapat di deteksi dengan cara gastroskopi.

Menurut dr. Farissa, kanker lambung bisa menjangkit siapa saja tidak memandang usia ataupun kelamin. Namun memang resiko terkena kanker lambung akan meningkat pada usia 50 tahun keatas, hal ini dikarenakan imun tubuh di usia tua sudah mulai menurun. Dan pola hidup di masa muda pun akan meningkatkan resiko terkena kanker lambung di hari tua nanti. Serupa dengan pernyataan dr. Agung, dr. Farissa mengatakan bahwa gejala dari kanker lambung memang mirip dengan penyakit lambung biasa atau gastritis, namun hal ini tidak menjadikan gastritis sebagai penyakit yang aman-aman saja, karena sel gastritis pun dapat berubah menjadi ganas dan memancing timbulnya sel kanker pada lambung.

Apa yang dapat dilakukan oleh lembaga kesehatan untuk menurunkan resiko terjadinya komplikasi pada lambung, menurut dr. Farissa adalah memberikan edukasi kepada masyarakat lebih lanjut. Dengan

target sasaran usia remaja dan dewasa muda, dikarenakan pola makan dan pola hidup di jaman sekarang sudah banyak yang berubah.

3.1.1.3. Analisis Wawancara

Dari hasil wawancara dengan dr. Agung Prabowo Sp.PD, M.Kes, dan dr. Farissa Putri Sp.PD, dapat disimpulkan bahwa memang benar gejala dari kanker lambung sangat sulit dikenali karna mirip dengan penyakit lambung biasa. Hal yang bisa dilakukan diantaranya meningkatkan kewaspadaan terhadap gejala yang susah dikenali atau merubah pola hidup menjadi lebih baik guna menekan resiko kanker lambung di kemudian hari. Pengetahuan mengenai penekanan resiko ini harus mulai diketahui dan dijalani sejak usia dini.

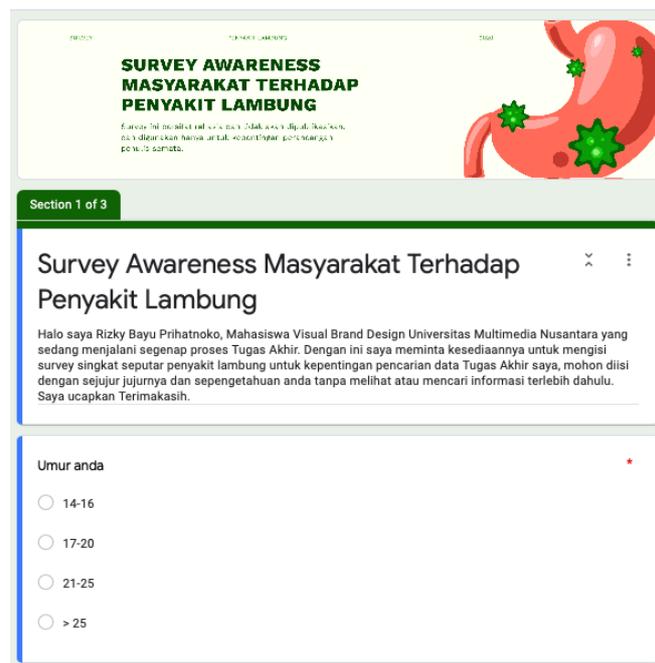
3.1.2. Metode Kuantitatif

Penelitian kuantitatif adalah proses pengumpulan, analisis dan penyajian data secara objektif dengan tujuan memecahkan dan menguji suatu hipotesis (Duli, 2019, hlm.3). Pada perancangan ini, metode kuantitatif dilakukan penulis dengan cara menyebarkan kuisisioner.

3.1.2.1. Kuisisioner

Kuisisioner digunakan untuk menjalani metode kuantitatif, yang dilakukan dengan menyebarkan *form* yang berisikan beberapa pertanyaan kepada sejumlah orang yang telah ditentukan sebelumnya (Kothari, 2004, hlm.100). Penulis membuat sebuah *form* berisikan pertanyaan lalu menyebarkan *form* pertanyaan tersebut secara *online* melalui situs *google forms*, yang di peruntukkan untuk masyarakat berusia 15-29 tahun dengan riwayat

penyakit lambung untuk menentukan media yang akan digunakan dalam perancangan kampanye ini. Jumlah *sample* sebesar 100 responden yang telah di tentukan melalui metode Slovin dengan derajat ketelitian 10%. Berikut adalah rincian dari pengumpulan data secara kuantitatif yang telah dilakukan penulis.



The image shows a digital survey form. At the top, there is a header with the title "SURVEY AWARENESS MASYARAKAT TERHADAP PENYAKIT LAMBUNG" and a small illustration of a stomach with green virus-like particles. Below the header, there is a section indicator "Section 1 of 3". The main content area contains the survey title and a paragraph of introductory text from Rizky Bayu Prihatnoko, a student at Universitas Multimedia Nusantara, explaining the purpose of the survey. Below the text is a question "Umur anda" (Your age) with four radio button options: "14-16", "17-20", "21-25", and "> 25".

Gambar 3.1. Kuisioner Awareness Terhadap Penyakit Lambung

3.1.2.2. Hasil Kuisioner

Penulis melakukan kuisioner dan menargetkan 100 responden, besaran sampel ini berasal dari rumus Slovin. Hal ini dibatasi penulis dengan menggunakan data jumlah penduduk berdasarkan umur di area Tangerang Raya dan DKI Jakarta di Badan Pusat Statistik (BPS). Berikut hasil dari kuisioner penulis:

1. Perilaku Masyarakat terhadap Gangguan Lambung

Pada tabel dibawah dapat disimpulkan bahwa mayoritas masyarakat menindak gangguan pada lambung dengan cara minum obat nyeri lambung ataupun dibiarkan begitu saja.

Tabel 3.1. Tabel perilaku masyarakat terhadap gangguan lambung

Jika anda mengalami gangguan pada lambung, apa yang anda biasanya lakukan?	
Jawaban	Jumlah Responden
Minum obat Pereda nyeri	46
Dibiarkan saja nanti hilang sendiri	23
Segera makan secepatnya	26
Pergi Kedokter	2
Kompres air panas	2

2. Perilaku Masyarakat terhadap Gangguan Lanjutan pada Lambung

Dari tabel diatas dapat dilihat kenaikan angka signifikan pada *option* pergi kedokter, namun jika dilihat secara keseluruhan masih banyak masyarakat yang tidak melakukan tindakan yang tepat seperti meminum obat semata, segera makan secepatnya, bahkan ada yang membiarkannya begitu saja.

Tabel 3.2. Tabel Perilaku Masyarakat Terhadap Gangguan Lanjutan Pada Lambung

Jika gangguan lambung itu muncul kembali dalam kurun waktu singkat, apa yang anda akan lakukan?	
Jawaban	Jumlah Responden
Minum obat Pereda nyeri	45
Dibiarkan saja nanti hilang sendiri	18
Segera makan secepatnya	13
Pergi Kedokter	22
Kompres air panas	1

3. Tingkat Pengetahuan Masyarakat Mengenai Gejala Kanker Lambung

Pada tabel ini dapat disimpulkan hampir semua responden tidak tahu hal mengenai kanker lambung, mulai dari gejala, penyebab, resiko hingga cara menghindarinya. dan dapat dikatakan mereka tidak tahu bahwa sebenarnya mereka sudah mengenali gejala dari kanker lambung itu sendiri. Karna memang gejala kanker lambung sangat mirip dengan penyakit lambung biasa, namun tingkat kewaspadaan masyarakat saja yang perlu di tingkatkan untuk menghindari komplikasi di kemudian hari.

Tabel 3.3. Tabel Tingkat Pengetahuan Masyarakat Mengenai Gejala Kanker Lambung

Apakah anda mengetahui hal mengenai kanker lambung? (gejala, penyebab, resiko, dan cara menghindarinya)	
Jawaban	Jumlah Responden
Ya, saya tahu	3
Tidak, saya tidak tahu	97

4. Pengalaman Audiens Mengenai Kampanye Kesehatan

Pada tabel diatas, dapat disimpulkan sebagian besar audiens sudah pernah melihat kampanye kesehatan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa sebelumnya sudah ada kampanye kesehatan yang telah dibuat yang kemudian dapat dijadikan referensi media untuk perancangan kampanye kanker lambung ini.

Tabel 3.4. Tabel Pengalaman Audiens Mengenai Kampanye Kesehatan

Apakah anda pernah melihat kampanye kesehatan sebelumnya?	
Jawaban	Jumlah Responden
Ya, saya pernah melihatnya	81
Tidak, saya tidak pernah melihatnya	19

5. Bentuk Kampanye yang Pernah Dilihat Responden

Dari tabel dibawah, bisa dilihat media yang paling banyak dijumpai oleh responden diantaranya media sosial (71 responden), poster (62 responden) dan iklan televisi (41 responden).

Tabel 3.5. Tabel Tingkat Media Kampanye Kesehatan Yang Pernah Dijumpai Responden

Dalam bentuk apa kampanye tersebut?	
Jawaban	Jumlah Responden
Poster	62
Media Sosial	71
Iklan TV	41
Iklan Radio	21
Koran	7

6. Media Sumber Mendapatkan Informasi Audiens

Dalam tabel dibawah, dapat disimpulkan media dengan jumlah responden terbanyak dalam mendapatkan sebuah informasi diantaranya 1.) Media Sosial, 2.) Website, dan 3.) Poster. Oleh karena itulah, penulis memilih ketiga media tersebut sebagai media dari perancangan Kampanye Kesehatan Pola Makan Sehat Guna Menekan Resiko Kanker Lambung.

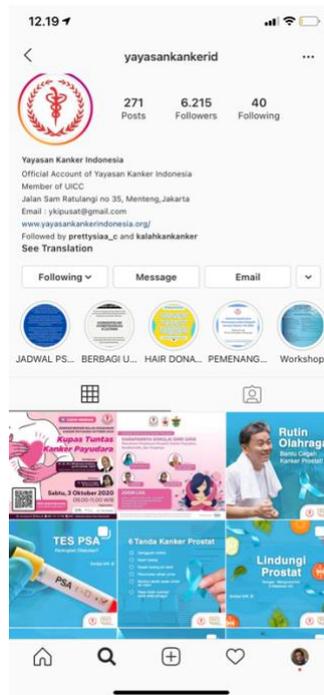
Tabel 3.6. Tabel Media Sumber Informasi Responden

Melalui media apa anda biasanya mendapatkan sebuah informasi kesehatan?	
Jawaban	Jumlah Responden
Media Sosial	99
Buku	31
Koran	8
Poster	44
Majalah	11
Website	41
Televisi	19

3.1.3. Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan penulis agar penulis dapat menganalisa karya kampanye kesehatan yang sudah di bentuk sebelumnya, yang tentu memiliki kesamaan tema yaitu seputar kanker lambung. Hasil dari studi eksisting akan berguna untuk merancang *output* dari kampanye kesehatan kanker lambung ini dengan baik.

1. Media Sosial Yayasan Kanker Indonesia



Gambar 3.2. Media Sosial Instagram – Yayasan Kanker Indonesia
(www.instagram.com/yayasankankerid)

Media sosial dari yayasan yang memberikan perhatian khusus terhadap penderita dan penyintas dari penyakit kanker. Yayasan Kanker Indonesia menggunakan akun sosial media-nya yaitu Instagram sebagai *platform* yang memberikan informasi seputar gejala, cara mengatasi hingga cara menghindari suatu kanker. Hal itu di paparkan oleh YKI dengan cara membuat satu pembahasan kanker tertentu selama satu minggu, dengan contoh 1 minggu pertama di bulan Agustus membahas mengenai kanker hati, selama satu minggu penuh itu, Instagram YKI akan memaparkan secara singkat dan jelas mengenai apa saja info penting mengenai kanker hati. Dan tidak jarang informasi di sertai pesan ajakan untuk merubah pola hidup agar terhindar dari kanker tersebut.

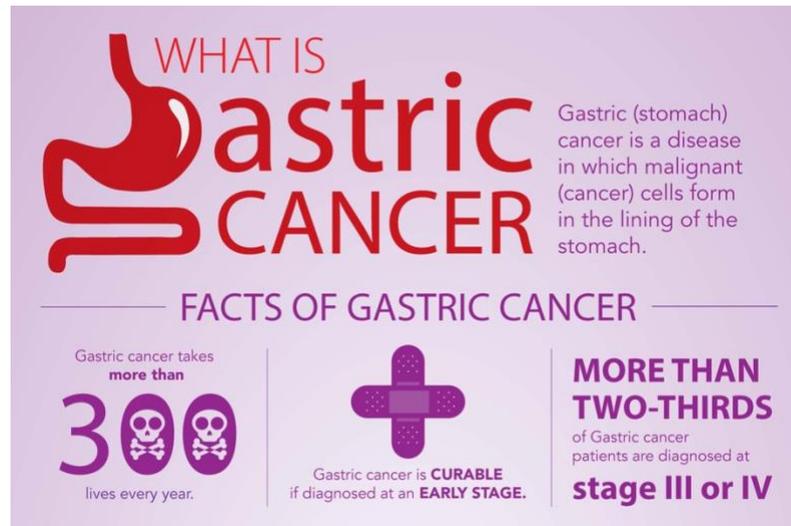
2. NSW Government – *Breast Cancer*



Gambar 3.3. Kampanye Kanker Payudara– *Singapore Cancer Society*
(www.singaporecancersociety.org.sg)

Iklan layanan masyarakat yang dikeluarkan oleh NSW Government mengenai kanker payudara ini memiliki jalan cerita bahwa, *mindset* yang terjadi di masyarakat mengenai kanker payudara merupakan faktor turunan itu salah. Maka NSW Government ingin mengubah pola pikir masyarakat bahwa kanker payudara dapat menjangkit wanita manapun tanpa melihat resiko faktor turunan. Penjelasan singkat dan jelas ditunjukkan dari banyaknya penyintas dan pengidap kanker payudara yang menyatakan bahwa ibu mereka tidak memiliki riwayat kanker payudara, namun mereka masih terkena penyakit kanker tersebut.

3. *What Is Gastric Cancer*



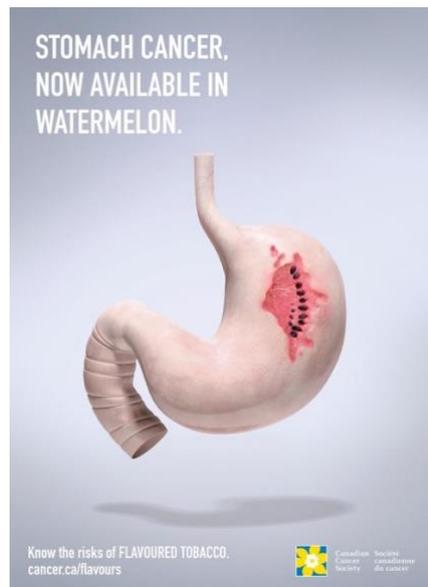
Gambar 3.4. Kampanye Kanker Lambung – *Singapore Cancer Society* (www.singaporecancersociety.org.sg)

Media kampanye berupa infografis yang dirancang dan dikeluarkan oleh Singapore Cancer Society, yang bertugas sebagai forum dan sumber informasi mengenai kanker di Singapura. Infografis berisikan penjelasan singkat, padat dan jelas tentang kanker lambung itu sendiri. Dilengkapi dengan informasi faktual lainnya, seperti data kematian, data perbandingan dan anjuran bahwa penanganan dini akan menyelamatkan nyawa penderita.

Infografis ini memiliki *headline* ‘What Is Gastric Cancer’ berwarna merah berukuran besar untuk menarik perhatian audience. Dengan menggunakan font jenis sans serif untuk memunculkan kesan tegas dan mudah dibaca. *Subheadline* pada infografis ini ‘Facts of Gastric Cancer’ yang dikemas menggunakan huruf kapital dan huruf *sans serif* juga untuk menunjukkan kesan tegas. Disusul dengan konten fakta-fakta yang terjadi

di dunia nyata mengenai kanker lambung. Infografis didominasi oleh warna ungu yang ditunjukkan melalui *background*, dan warna merah dan ungu tua sebagai warna dari font infografis tersebut. Memang penggunaan warnanya hanya sedikit, namun jika disatukan infografis ini masih terlihat harmonis, kontras, dan dapat mudah dibaca.

4. *Stomach Cancer, Now Available In Watermelon – Know The Risk Of Flavoured Tobacco*



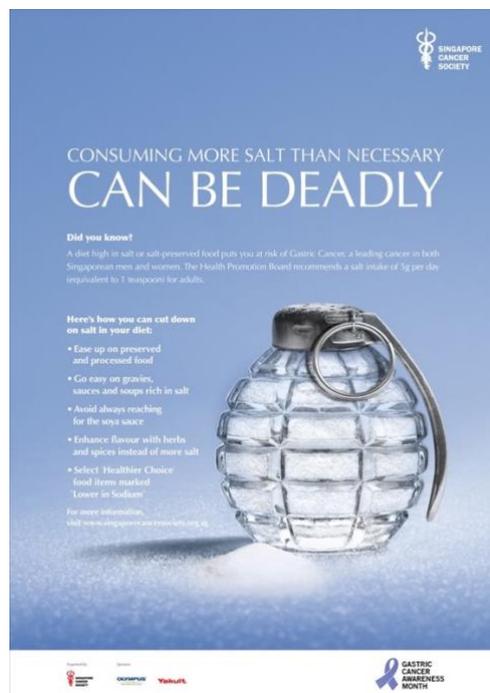
Gambar 3.5. Kampanye Kanker Lambung – *Canadian Cancer Society* (www.adsoftheworld.com)

Kampanye kanker lambung yang di keluarkan oleh *Canadian Cancer Society* berupa poster. Poster ini sebenarnya adalah poster berseri, dimana kampanye ini menunjukkan efek yang mampu di berikan oleh tembakau berperisa atau *flavoured tobacco*. Poster yang memiliki banyak versi diantaranya kanker usus, kanker hati, dan kanker lainnya termasuk kanker lambung. Poster ini memiliki *headline* ‘*Stomach Cancer, Now Available in Watermelon*’ yang menggunakan

font sans serif agar tegas dan mudah dibaca. Kemudian memiliki *subheadline* ‘*Know the Risk of Flavoured Tobacco.*’ Yang lebih kecil ukurannya dibagian bawah kiri poster.

Pada bagian tengah poster, terdapat asset visual utama yaitu lambung yang di rancang sedemikian rupa memiliki bercak abnormal pada bagian atas yang memiliki tekstur semangka (representasi rasa dari tembakau berperisa). Penggunaan *background gradient* putih-abu menjadikannya poster yang *simple*, ringan, dan menarik perhatian audiens.

5. *Consuming More Salt Than Necessary Can Be Deadly*



Gambar 3.6. Kampanye Kanker Lambung – *Singapore Cancer Society* (www.singaporecancersociety.org.sg)

Kampanye kanker lambung yang dikeluarkan oleh *Singapore Cancer Society* ini berupa poster 2 dimensi satu sisi. Poster ini berisikan informasi mengenai dampak dari kelebihan kadar garam/sodium yang masuk ke lambung akan memicu perkembangan sel kanker lambung di masa yang akan datang. Dengan headline ‘Consuming More Salt than Necessary can be Deadly’ menggunakan *font modern*, dengan *subheadline* ‘Did You Know’ dengan diikuti fakta menarik mengenai dampak garam terhadap lambung menggunakan *font sans serif*, dan bagian *body text* menggunakan huruf *modern* kembali. Secara keseluruhan. Penggunaan *font* menggunakan *mix font* antara *sans serif* dengan *modern font*. Dari segi visual, kampanye ini hanya menggunakan asset utama yaitu botol garam yang menyerupai granat yang merepresentasikan bahwa garam bisa saja menjadi pemicu ledakan pada lambung, dalam kasus ini ledakan merepresentasikan kanker lambung dan garam sebagai pemicu ledakan tersebut. Menggunakan *background* biru muda dan satu asset utama, menjadikan kampanye ini terlihat *simple* namun memiliki makna yang kuat di dalamnya.

3.1.3.1. Analisis Studi Eksisting

Setelah mempelajari kampanye yang sudah pernah dirancang sebelumnya, dan sudah di jabarkan sebelumnya di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan asset visual dan asset pendukung lainnya pada media kampanye kanker lambung tidak terlalu banyak, yang membuat pesan dapat mudah tersampaikan kepada audiens. Untuk jenis visual yang digunakan pun dapat menggunakan ilustrasi, fotografi atau mix media antara fotografi dan ilustrasi sesuai dengan

kebutuhan perancangan kampanye itu sendiri. Jika memang informasi yang ingin disampaikan relatif banyak, tetap harus disusun dan ditata serapih mungkin agar alur baca audiens tidak terganggu dan pesan tetap tersampaikan. Untuk penggunaan warna juga tidak terlalu banyak, yang membuatnya terlihat *simple* namun tetap harmonis dan berisikan pesan/makna yang berguna dan kuat.

Oleh karena itu penulis mengambil beberapa elemen dari studi eksisiting yang telah dilakukan untuk di implementasikan pada perancangan kampanye yang akan penulis jalani, diantaranya penggunaan visual yang simple dengan asset ilustrasi, informasi yang dimuat tidak terlalu banyak namun tetap menyampaikan inti pesan dari kampanye ini.

3.2. Metodologi Perancangan

Menurut Landa (2011) terdapat enam fase dalam merancang sebuah proyek, diantaranya *Overview, Strategy, Ideas, Design, Production, dan Implementation*. Dari fase tersebut penulis merancang proses sebagai berikut:

1. Overview

Pada tahap *overview*, penulis akan mengumpulkan data pendukung penelitian melalui wawancara kepada beberapa lembaga dan ahli yang mengetahui khusus tentang penyelenggaraan kampanye kesehatan dan mengenai kanker lambung. Dan survey berupa *form* yang dibagikan ke *target audience* yaitu remaja - dewasa awal dengan rentang umur 14-29 tahun di area jabodetabek (primer) dan seluruh Indonesia (sekunder).

2. *Strategy*

Pada tahap strategi, penulis akan membentuk *creative brief* sebagai dasar dari perancangan desain kampanye kesehatan. Di tahap ini juga penulis memulai memikirkan perkembangan solusi yang akan di gunakan di hasil akhir perancangan nanti. Perkembangan solusi disini meliputi penentuan media apa saja yang akan digunakan dalam kampanye kesehatan kanker lambung ini, berdasarkan hasil survey target audiens.

3. *Ideas*

Pada tahap ideas, penulis akan menyusun ide kreatif berdasarkan *creative brief* yang sudah dibentuk sebelumnya. Melalui ide, pesan disampaikan melalui desain visual. Pada tahap ini penulis membuat sebuah *moodboard* dan studi referensi untuk menentukan *visual style*, *color scheme*, dan referensi lainnya seperti penulisan pesan, penggunaan *headline* yang akan digunakan pada *output final* kampanye kanker lambung ini.

4. *Design*

Pada tahap desain, penulis akan membuat beberapa alternatif desain yang berasal dari pengembangan ide kreatif. Penulis akan melakukan asistensi alternatif desain kepada ahli desain yang ahli pada bidang kampanye. Ahli desain yang dimaksud adalah dosen pembimbing dan dosen ahli.

5. *Production*

Pada tahap produksi, penulis akan melakukan proses produksi hasil desain yang telah diasistensikan dan diproduksi di berbagai variasi media sesuai dengan

kebutuhan penulis dalam perancangan ini. Proses produksi meliputi pencetakan media utama seperti media poster menggunakan kertas albatross ukuran A3, serta pencetakan media pendukung (sekunder) dalam kampanye seperti sticker, tas, topi, dan media lainnya.

6. Implementation

Pada tahap implementasi, penulis akan menerapkan solusi yang telah dirancang sedemikian rupa. Setelah proyek ini selesai, penulis akan melakukan *review* serta evaluasi untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari solusi dan desain yang penulis telah bentuk (hlm.33-40).