

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data, metode yang digunakan yaitu kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif berupa wawancara. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data mengenai minat masyarakat terhadap kegiatan bercocok tanam dan ketertarikan terhadap apotek hidup. Narasumber wawancara yaitu beberapa warga sekitar dengan usia yang sesuai dengan target sasaran. Sedangkan metode kuantitatif berupa kuesioner online. Kuesioner disebarakan melalui media sosial seperti Instagram, Whatsapp, juga penyebaran melalui teman ke teman/kerabat. Berikut hasil pengumpulan datanya.

3.1.1 Wawancara

A. Wawancara Silviana, Ibu rumah tangga, 58 tahun

Wawancara dilakukan dengan Silviana, seorang ibu rumah tangga, untuk mendapatkan data mengenai minat masyarakat terhadap kegiatan bercocok tanam dan ketertarikan terhadap apotek hidup. Wawancara dilakukan di rumahnya pada tanggal 22 Februari 2021. Keseharian Ibu Ana yaitu mengurus pekerjaan rumah dan mengurus tanaman yang dimilikinya. Beliau menjelaskan bahwa menyukai kegiatan bercocok tanam sejak muda, dan merupakan pecinta tanaman hias. Tanaman hias yang dimiliki antara lain aglonema, keladi, miana dan lain-lain. Semua tanaman hias ditanam didalam pot. Beliau juga mempunyai keinginan untuk menanam tanaman obat di halaman rumahnya namun terkendala oleh lahan untuk ditanami. Ibu Ana mengetahui informasi tentang tanaman obat dari youtube sebagai salah satu media sosial dalam mencari informasi.



Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara Silviana

B. Wawancara Angela Fajri N, Wanita karier, 25 tahun

Wawancara dilakukan dengan Angel, seorang guru sekaligus ibu rumah tangga, untuk mendapatkan data mengenai minat masyarakat terhadap kegiatan bercocok tanam dan ketertarikan terhadap apotek hidup. Wawancara dilakukan melalui *zoom* pada 23 Februari 2021. Keseharian yang dilakukan yaitu melaksanakan kegiatan belajar mengajar dan mengurus pekerjaan rumah. Beliau mengaku tidak menyukai kegiatan bercocok tanam namun tertarik dalam mengetahui informasi tentang apotek hidup. Menurut beliau, apotek hidup sangat penting di zaman sekarang karena masyarakat sekarang khususnya beliau yang baru menjadi ibu rumah tangga, membutuhkan pengetahuan tentang apotek hidup, dan dalam melakukan pencarian informasi di internet mengalami kesulitan. Namun apabila adanya apotek hidup di lingkungan sekitar, memudahkan beliau dalam memanfaatkan tanaman tersebut.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara Angela

C. Wawancara Neni, Ibu rumah tangga, 40 tahun

Wawancara dilakukan dengan Neni, seorang ibu rumah tangga, untuk mendapatkan data mengenai minat masyarakat terhadap kegiatan bercocok tanam dan ketertarikan terhadap apotek hidup. Wawancara dilakukan di rumahnya pada 23 Februari 2021. Keseharian yang dilakukan yaitu mengurus pekerjaan rumah sambil berjualan. Beliau mengaku sedikit menyukai kegiatan bercocok tanam. Tanaman yang dimilikinya yaitu daun binahong, sereh, ciplukan. Ibu Neni mengetahui informasi dari teman, tetangga dan juga dari internet. Beliau menanam tanaman obat dengan alasan untuk dikonsumsi sendiri. Beliau berpendapat bahwa apotek hidup sangat penting sekarang ini. Menurutnya mengkonsumsi tanaman apotek hidup lebih bagus karena tidak ada efek samping dibandingkan dengan obat dokter yang mengandung bahan-bahan kimia. Media sosial dalam penyebaran informasi bagi Ibu Neni memiliki pengaruh, karena informasi yang didapat bisa lebih cepat. Pesan yang disampaikan Ibu Neni kepada ibu-ibu dan anak muda

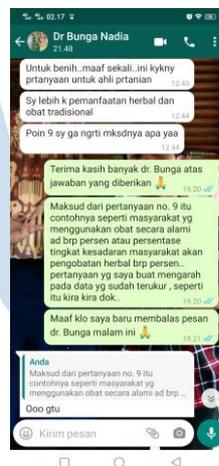
zaman sekarang untuk lebih mempelajari tanaman obat karena memiliki manfaat bagi kesehatan dan aman bagi tubuh.



Gambar 3.3 Dokumentasi Wawancara Neni

D. Wawancara Dr. Nadia Bunga Anggraini, M.si

Wawancara dilakukan dengan Dr. Nadia Bunga Anggraini, M.si yang merupakan *herbalist & medical doctor*. Dr. Nadia juga tergabung dalam Perkumpulan Dokter Pengembang Obat Tradisional dan Jamu Indonesia (PDPOTJI) sebagai tim edukasi. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai apotek hidup serta pemanfaatannya.



Gambar 3.4 Dokumentasi Wawancara Dr. Nadia Bunga

Wawancara dilakukan melalui percakapan di whatsapp dengan tahapan penulis memberikan pertanyaan kepada narasumber kemudian narasumber menjawab pertanyaan yang diajukan. Penulis mendapatkan banyak informasi terkait apotek hidup dan pemanfaatannya. Salah satunya selain digunakan sebagai obat, dapat meningkatkan kesehatan tubuh. Dr. Bunga juga menjelaskan mengenai kurangnya kesadaran akan pemanfaatan apotek hidup disebabkan karena kurangnya edukasi yang didapat oleh masyarakat. Selain itu, pemikiran terhadap penggunaan lahan yang besar yang menjadi salah satu kesulitan/hambatan dalam membuat apotek hidup. Penulis juga mendapatkan fakta menarik mengenai pemanfaatan apotek hidup, yaitu bisa menjadi peluang bisnis.

E. Kesimpulan Wawancara

Berdasarkan hasil ketiga wawancara, dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat masih kurang menyukai kegiatan bercocok tanam sehingga manfaat dari hal tersebut kurang dirasakan oleh masyarakat terlebih disaat pandemi saat ini. Terkait pentingnya apotek hidup di zaman sekarang, masyarakat berpendapat bahwa adanya apotek hidup di halaman rumah itu penting, karena banyak manfaat yang diberikan. Namun masyarakat masih belum menjadikan halaman rumahnya untuk dijadikan apotek hidup dengan alasan kurangnya atau tidak tersedianya lahan yang cukup. Dan juga penyebaran informasi di media sosial dalam masyarakat mempunyai pengaruh karena informasi yang didapat bisa lebih cepat.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap Dr. Bunga, dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat perlu mendapat edukasi tentang pemanfaatan apotek hidup. Mulai dari penjelasan mengenai arti apotek hidup hingga berbagai pemanfaatan yang dapat dilakukan. Sehingga adanya kesadaran untuk membuat apotek hidupnya sendiri.

3.1.2 Kuesioner

Kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data terkait informasi yang didapat tentang tanaman obat atau apotek hidup dan pengetahuan akan tanaman obat. Target sasaran berdomisili di Tangerang, dengan target usia 25-55 tahun. Hasil yang didapatkan sebanyak 104 responden.



Gambar 3.5 Pertanyaan Kuesioner 1

Dari gambar grafik diatas, jenis tanaman yang paling banyak dimiliki oleh responden adalah tanaman hias sebanyak 71 responden, sedangkan sebanyak 20 responden mempunyai tanaman obat, dan sebanyak 33 responden menjawab dengan beragam jenis tanaman (seperti: tanaman cabe, tanaman sayur, tanaman buah, dll) dan bahkan ada menjawab tidak memiliki tanaman.



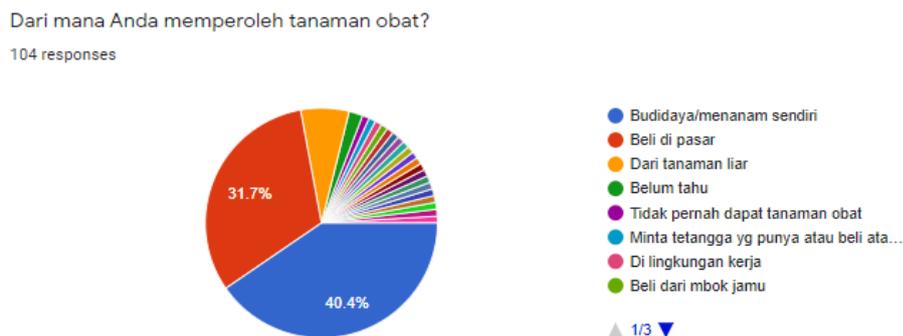
Gambar 3.6 Pertanyaan Kuesioner 2

Berdasarkan penggunaan tanaman obat, sebanyak 56 responden menjawab sering menggunakan, dan sebanyak 48 responden menjawab tidak.



Gambar 3.7 Pertanyaan Kuesioner 3

Dari 104 responden, sebanyak 32 responden menjawab tidak terkait penggunaan tanaman obat untuk menjaga kesehatan.

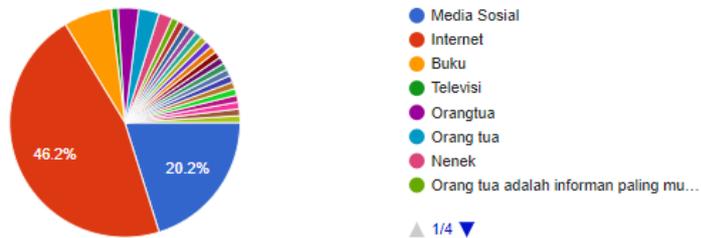


Gambar 3.8 Pertanyaan Kuesioner 4

Dari gambar grafik diatas, 42 responden menjawab budidaya, sebanyak 33 responden membeli di pasar, sebanyak 7 responden dari tanaman liar, dan sisanya menjawab dengan beragam jawaban dan disimpulkan menjadi beberapa jawaban seperti mendapat dari tetangga, kerabat, di lingkungan kerja.

Dari mana Anda mengetahui pengetahuan tentang tanaman obat?

104 responses

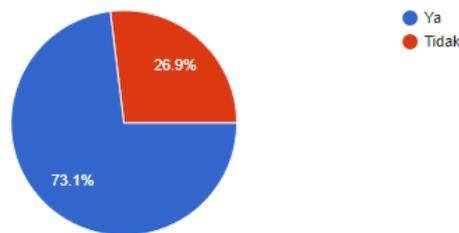


Gambar 3.9 Pertanyaan Kuesioner 5

Dari total 104 responden, sebanyak 48 responden mengetahui dari internet, 21 responden mengetahui melalui media sosial, 7 responden berasal dari buku, sisanya dengan beragam jawaban dan disimpulkan menjadi beberapa jawaban seperti mengetahui dari teman, kerabat, orangtua, keluarga, televisi.

Apakah Anda mengetahui istilah "Apotek Hidup"?

104 responses



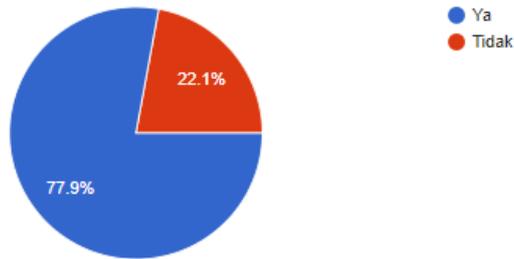
Gambar 3.10 Pertanyaan Kuesioner 6

Dari gambar grafik tersebut, hanya 28 responden tidak mengetahui istilah apotek hidup, sisanya menjawab mengetahui.

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Apakah Anda mengetahui manfaat dari Apotik Hidup?

104 responses

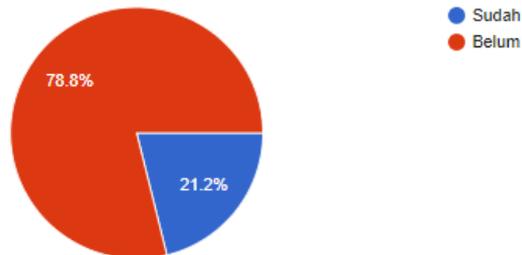


Gambar 3.11 Pertanyaan Kuesioner 7

Sebanyak 81 responden mengetahui manfaat dari apotek hidup, dan 23 responden menjawab belum mengetahui.

Apakah halaman rumah Anda sudah dijadikan sebagai Apotik Hidup?

104 responses



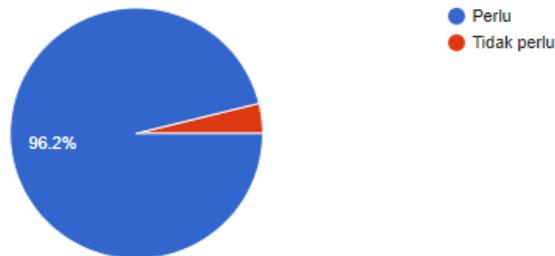
Gambar 3.12 Pertanyaan Kuesioner 8

Dari total 104 responden, masih banyak responden yang halaman rumahnya belum dijadikan sebagai apotek hidup yaitu sebanyak 82 responden. Sisanya sebanyak 22 responden sudah dijadikan apotek hidup.

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Menurut Anda, apakah Apotek Hidup masih diperlukan di zaman modern ini?

104 responses

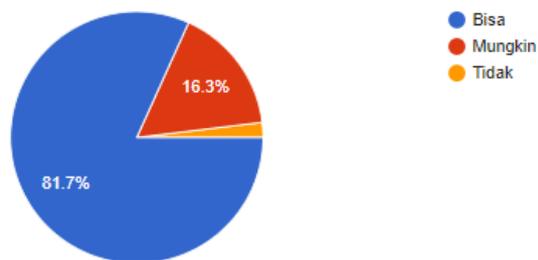


Gambar 3.13 Pertanyaan Kuesioner 9

Berdasarkan hasil jawaban responden bahwa apotek hidup diperlukan di zaman sekarang, hanya saja sebanyak 4 responden menjawab tidak perlu.

Apakah Anda setuju, penggunaan media sosial terkait informasi pemanfaatan Apotek Hidup dapat dijadikan alternatif metode membaca buku secara manual?

104 responses

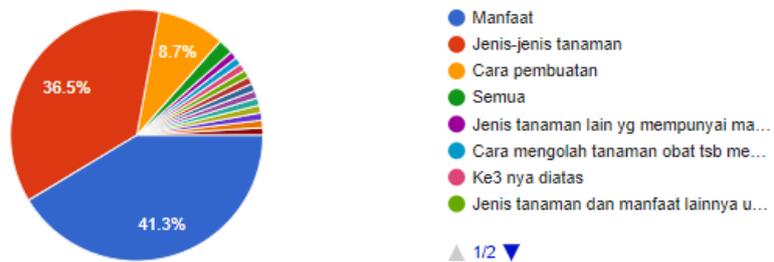


Gambar 3.14 Pertanyaan Kuesioner 10

Sebanyak 85 responden setuju dengan penggunaan media sosial sebagai alternatif metode membaca buku secara manual, diantara jawaban ya/tidak sebanyak 17 responden, dan yang menjawab tidak ada 2 responden.

Informasi apa yang ingin Anda ketahui tentang Apotek Hidup?

104 responses



Gambar 3.15 Pertanyaan Kuesioner 11

Berdasarkan hasil jawaban yang ada, keingintahuan responden tentang apotek hidup memunculkan beragam jawaban. Sebanyak 43 responden ingin mengetahui manfaat dari apotek hidup, sebanyak 38 responden ingin mengetahui jenis-jenis tumbuhan apotek hidup, sebanyak 9 responden ingin mengetahui cara pembuatan apotek hidup. Sisanya menjawab dengan beragam jawaban seperti cara penggunaan, cara pengolahan, cara merawat, bahkan memilih ketiganya.

Dari data hasil kuesioner ini, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa masih ada masyarakat yang belum mengerti apa itu apotek hidup serta manfaatnya. Dan juga mayoritas responden masih belum menjadikan halaman rumahnya menjadi apotek hidup.

3.1.3 Studi Eksisting

Penulis menggunakan metode studi eksisting untuk melakukan identifikasi kampanye yang sudah dilakukan.

3.1.3.1 SIGMA – Manfaat Tanaman Apotek Hidup

Identifikasi kampanye tentang tanaman apotek hidup di ambil dari desain post dalam akun instagram @himaska_unri yang merupakan akun resmi Himpunan Mahasiswa Matematika (himaska) FMIPA UNRI. Segmentasi ditujukan kepada teman-teman

mahasiswa atau kaum muda, sehingga media yang digunakan oleh Himaska adalah media sosial seperti instagram, twitter.



Gambar 3.16 Desain Instagram Post @himaska_unri
Sumber: <https://www.instagram.com/p/B8Tl1l4p9qE/>, 2020

Dalam memberikan informasi serta membangun interaksi, Himaska membagi informasi menjadi beberapa tema, seperti SIGMA, Sajak Sobotika, Information, dan News. Desain visual ini dibuat dalam tema SIGMA. Sigma merupakan akronim dari sinergi masyarakat. Dalam tema ini, Himaska memberikan informasi-informasi yang dapat menambah ilmu dan wawasan. Visual yang digunakan yaitu fotografi dan ilustrasi. Untuk desain tentang tanaman apotek hidup, menggunakan ilustrasi dengan gaya semi-flat design.

3.2 Metode Perancangan

Metode perancangan kampanye yang digunakan penulis yaitu model kampanye Ostergaard dan untuk metode perancangan visual menurut Landa.

3.2.1 Perancangan Kampanye

Menurut Ostergaard (dalam Venus, 2019), terdapat beberapa tahapan dalam pembuatan kegiatan kampanye, yaitu:

1. Identifikasi Masalah

Hasil analisis data wawancara, masyarakat masih kurang menyukai kegiatan bercocok tanam. Masyarakat masih belum menjadikan halaman rumahnya untuk dijadikan apotek hidup dengan alasan kurangnya atau tidak tersedianya lahan yang cukup. Dari hasil analisis data kuesioner, masih ada yang mengerti apotek hidup beserta manfaatnya. Masih banyak juga yang belum menjadikan halaman rumahnya menjadi apotek hidup.

2. Pengelolaan

Tahapan ini dimulai dengan perancangan kampanye, pelaksanaan kampanye sampai tahap evaluasi. Tujuannya untuk mempengaruhi, mengarahkan dan membekali sikap, pengetahuan, serta ketrampilan khalayak sehingga dapat terjadinya perubahan perilaku.

3. Evaluasi

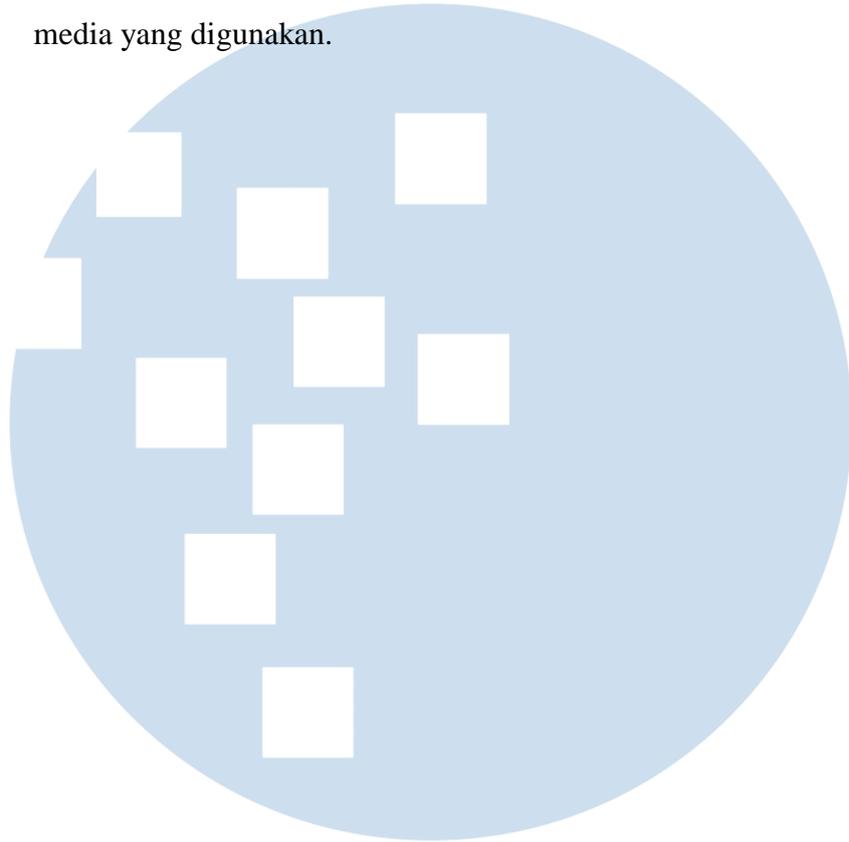
Tahap ini dilakukan setelah aktivitas kampanye terselenggara. Evaluasi digunakan untuk mengetahui keefektifan kampanye yang dilakukan dalam mengurangi atau menghilangkan masalah.

3.2.2 Perancangan Visual

Dalam merancang visual, penulis menggunakan teori dari Landa (2011) yang memiliki beberapa tahapan untuk dilakukan yaitu:

1. Orientasi, pengumpulan data dan informasi, penulis ambil dari data kuesioner dan wawancara yang dilakukan sebelumnya.
2. Analisis, Penjabaran metode pengumpulan data berupa kuesioner dan wawancara termasuk dalam tahap ini.
3. Konsep, penentuan ide yang menghasilkan sebuah konsep yang nantinya akan diproses melalui *brainstorming* dan *mind mapping*.
4. Desain, hasil dari mengkonsepkan ide menjadi bentuk visual berupa sketsa dan mendigitalisasi sketsa.

5. Implementasi, tahapan terakhir penerapan desain pada *mockup* atau media yang digunakan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA