



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 PENELITIAN

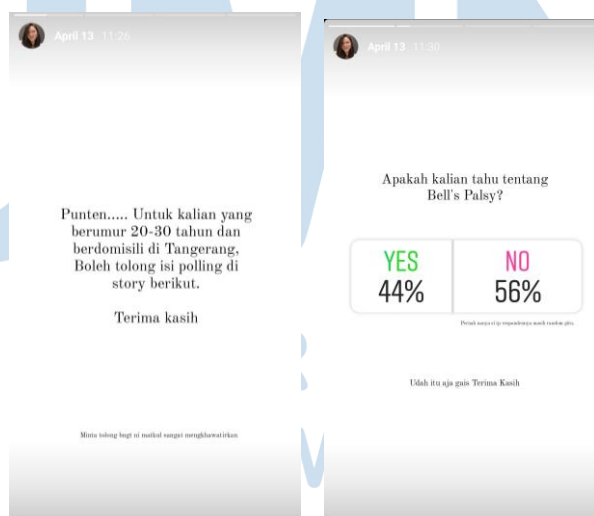
#### 3.1 Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan metode gabungan (campuran kualitatif dan kuantitatif). Menurut Sugiyono (2013) Metode gabungan ini bisa saling melengkapi satu dengan yang lain. Berikut Metode-metode pengambilan data yang penulis gunakan:

##### 3.1.1 Polling Instagram

Polling disebar pada 26 Maret 2022 dengan ketentuan orang berumur 20-30 tahun dan berdomisili di Tangerang. Polling ini dilakukan sebagai permulaan untuk menguji apakah benar banyak yang belum tahu tentang *Bell's Palsy*. Setelah mendapatkan hasil polling, akan disebar kuesioner untuk mendapatkan data yang lebih valid.

Polling tersebut mendapatkan 57 responden. Dari 57 responden tersebut, 25 orang ternyata sudah tahu tentang *Bell's Palsy*. Sedangkan sisanya (32 orang) tidak mengetahui sama sekali tentang *Bell's Palsy*. Berikut hasil polling di Instagram:



Gambar 3.1. Polling Instagram

### 3.1.2 Kuesioner

Kuesioner dilakukan secara online menggunakan system Google Form. Kuesioner tersebut disebar pada 100 responden. Seratus responden didapatkan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

n= Ukuran Sample

N= Ukuran Populasi (649.768)

e= derajat ketelitian (10%=0,1)

$$n = \frac{649.768}{1+(649.768)0,1^2} = 99,98 \gg \gg \mathbf{100 \text{ jiwa}}$$

Kuesioner tersebut penulis sebar 2 kali. Penyebaran kuesioner pertama dilakukan pada bulan April 2021 guna mendapatkan data seputar pengetahuan masyarakat tentang penyakit *Bell's Palsy*. Penyebaran kuesioner kedua dilakukan pada tanggal 1 September 2021 guna mendapatkan tambahan data tentang pola perilaku target audiens.

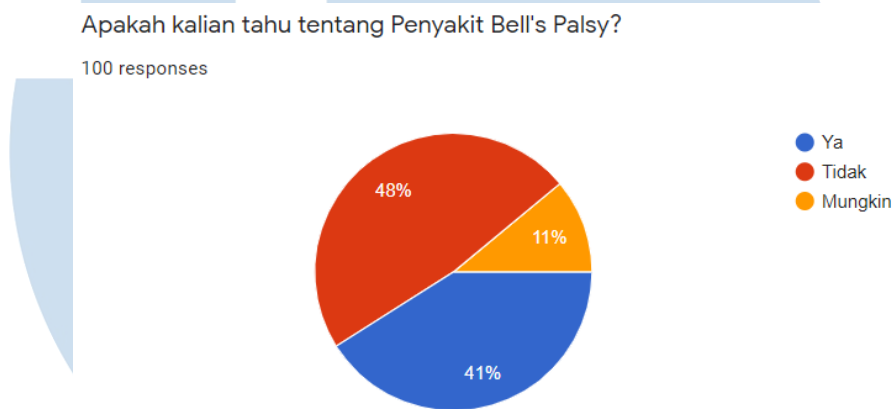
Kuesioner pertama yang disebar diisi oleh 100 orang yang berumur 20-30 tahun di kota Tangerang dengan jumlah 55% berjenis kelamin perempuan dan 45% berjenis kelamin laki-laki. Kuesioner rata-rata diisi oleh 80% mahasiswa, 10% karyawan, 4% wirausaha, dan 6% diluar itu. Rata-rata pendapatan responden berkisar kurang dari dua juta rupiah (65%), 25% memiliki pendapatan dua juta sampai lima juta rupiah, dan ada 10 % berpendapatan diatas lima juta rupiah.

Kuesioner kedua yang disebar, diisi oleh 110 orang yang tinggal di Tangerang. Sebanyak 102 responden (92,7%) berusia 20-34 tahun sedangkan 7 orang berusia <20 tahun dan 1 orang >30 tahun. Responden mayoritas berjenis kelamin perempuan (56 orang) dan sisanya laki-laki. Rata-rata responden berprofesi sebagai mahasiswa (52 orang, 47,3%) dan karyawan (54 orang, 49,1%) sedangkan sisanya merupakan wirausaha. Mayoritas

responden (54,5%) memiliki pendapatan sekitar dua juta sampai lima juta rupiah

### 1. Pengetahuan Masyarakat Seputar Penyakit *Bell's Palsy*

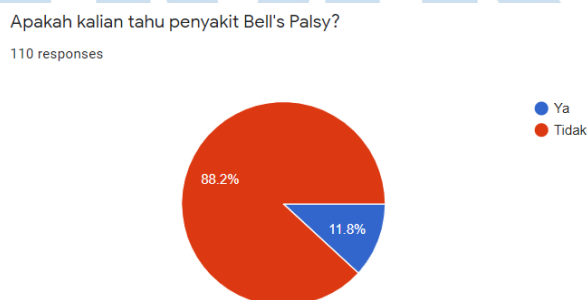
Berdasarkan pertanyaan seputar pengetahuan masyarakat tentang *Bell's Palsy*, diperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar 3.2. Grafik kuesioner 1 (Kuesioner pertama)

Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscsvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

Berdasarkan grafik diatas, sekitar 48% atau 48 orang dari 100 responden tidak tahu tentang penyakit *Bell's Palsy*. Sedangkan yang mengetahui tentang *Bell's Palsy* ada 41% atau 41 orang dari 100 responden, sisanya masih merasa ragu.



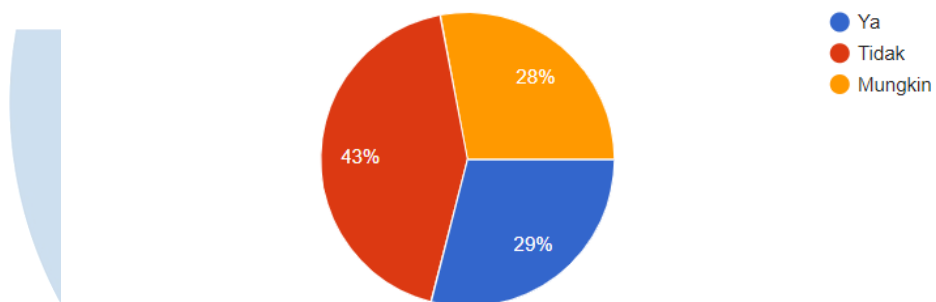
Gambar 3.3. Grafik kuesioner 2 (Kuesioner Kedua)

Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscsvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

Sedangkan untuk kuesioner kedua yang disebar, ada sekitar 88% responden atau sebanyak 97 orang tidak mengetahui tentang penyakit *Bell's Palsy*. Sedangkan 11,8% responden atau 13 orang lainnya mengaku sudah tahu tentang *Bell's Palsy*.

Apakah selama ini kalian sadar akan bahaya penyakit Bell's Palsy?

100 responses



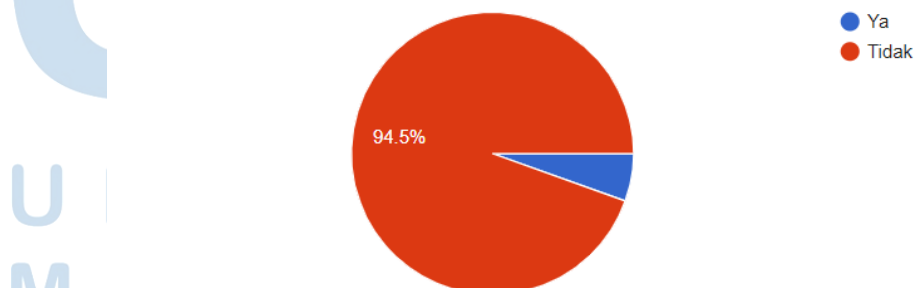
Gambar 3.4. Grafik kuesioner 3 (Kuesioner Pertama)

Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscsvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

Dari kuesioner pertama, didapatkan hasil bahwa sebanyak 43% atau sebanyak 43 orang responden tidak sadar akan bahaya penyakit *Bell's Palsy*. Sebanyak 28% atau 28 responden ragu akan hal itu dan juga sebanyak 29% atau 29 responden sudah sadar akan bahaya penyakit ini.

Apakah selama ini anda sadar akan bahaya penyakit Bell's Palsy?

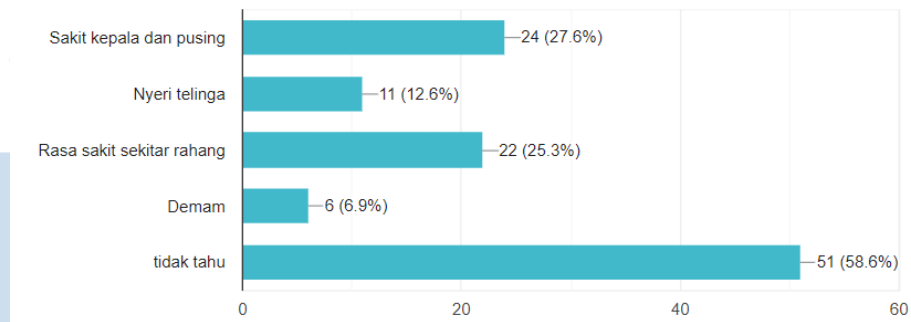
110 responses



Gambar 3.5. Grafik kuesioner 4 (Kuesioner Kedua)

Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscsvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

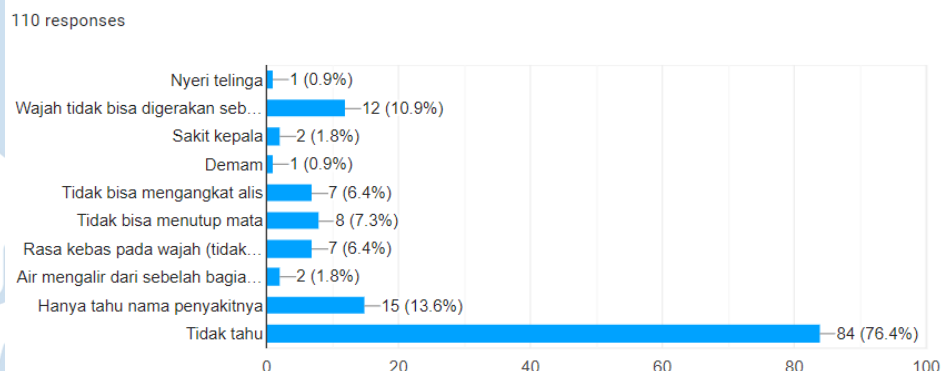
Dari kuesioner kedua bisa lihat ada sekitar 94,5% atau sekitar 104 responden yang tidak sadar akan bahaya *Bell's Palsy*. Sedangkan sisanya yaitu 5,5% atau sekitar 6 orang, sudah sadar akan bahaya penyakit ini.



Gambar 3.6. Grafik kuesioner 5 (Kuesioner pertama)  
 Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscsvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

Dari kuesioner pertama, walaupun sudah banyak orang yang tahu akan penyakit *Bell's Palsy*, masih banyak pula yang tidak tahu gejala apa yang dialami oleh penderita *Bell's Palsy*. Hal ini terbukti dengan grafik diatas. Berdasarkan grafik tersebut, ada sekitar 58,6% atau sekitar 51 orang dari 100 responden yang tidak tahu gejala *Bell's Palsy* sedangkan sisanya sudah tahu beberapa gejalanya.

Sebutkan beberapa gejala Bell's Palsy yang diketahui (kalau hanya tahu nama penyakitnya bisa centang box "hanya tahu nama penyakitnya". kalau tidak tahu, centang box berisi kalimat "tidak tahu")



Gambar 3.7. Grafik kuesioner 6 (Kuesioner kedua)  
 Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscsvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

Sama halnya dengan kuesioner pertama, kuesioner kedua mendapatkan jawaban 84 responden (76,4%) tidak tahu gejala-gejala yang dialami oleh penderita *Bell's Palsy*.

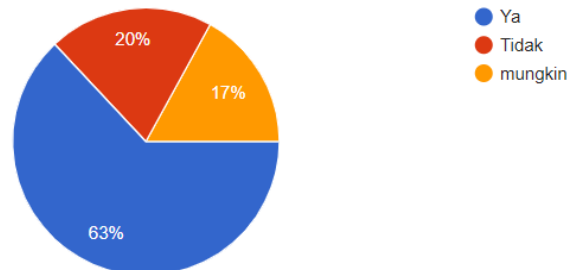
## 2. Perilaku Responden

Dalam kuesioner ini penulis juga menanyakan perilaku sehari-hari dari responden. Beberapa diantaranya adalah kesukaan mereka terhadap makanan manis dan juga tempat kerja mereka diruangan yang dingin.

Dari kuesioner pertama, penulis mendapatkan 63% jawaban “ya” pertanyaan “suka makan makanan manis?” dan 67% jawaban “sering” untuk pertanyaan “sering berada di ruangan ber-AC?”.

apakah anda penyuka makanan manis?

100 responses

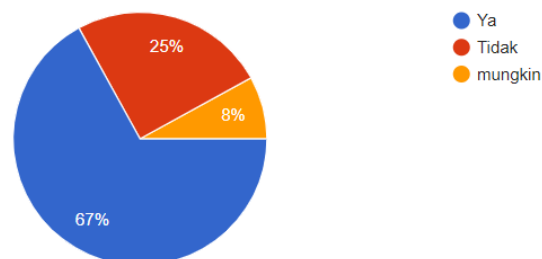


Gambar 3.8. Grafik kuesioner 7 (Kuesioner Pertama)

Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscsvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

apakah anda sering bekerja di tempat ber-AC?

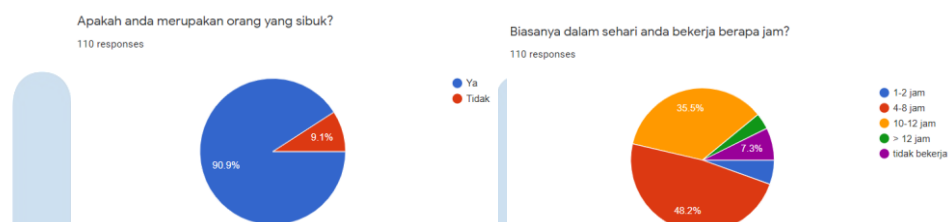
100 responses



Gambar 3.9. Grafik kuesioner 8 (Kuesioner Kedua)

Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscsvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

Dari Kuesioner kedua, penulis menanyakan hal yang lebih detail. Tentang perilaku mereka. Seperti “apakah anda orang yang sibuk?”, “berapa jam anda bekerja?”, “berapa kali makan, makanan yang manis?”, dan “Berapa lama berada diruang ber-AC?”. Dari pertanyaan tersebut, didapatkan hasil bahwa dari 110 responden, 90,9% atau sekitar 100 orang merasa dirinya sibuk dengan jam kerja mayoritas 4-8 jam sehari (48,2%). Namun, ada sebanyak 35,5% atau sekitar 39 orang responden bekerja selama 10-12 jam sehari. Selain itu juga, ada sebanyak 89,1% atau sekitar 98 responden yang menyukai makanan manis. Ada 51,8% atau sekitar 57 Responden menyebutkan bahwa mereka mengonsumsi makanan manis 1-2 kali sehari. Akan tetapi, ada sekitar 40,9% atau sekitar 49 respondennya yang mengonsumsi makanan manis 3-5 kali sehari. Namun sebanyak 61,8 % responden tidak memiliki keturunan diabet. Terakhir, penulis mendapatkan bahwa sekitar 94,5% atau sekitar 104 responden sering berada di tempat ber-AC. Mayoritas (40,9%) berada di ruangan ber AC selama 6-8 jam sehari dan sebanyak 38,2% atau 42 responden berada di ruangan ber AC 3-5 jam sehari.

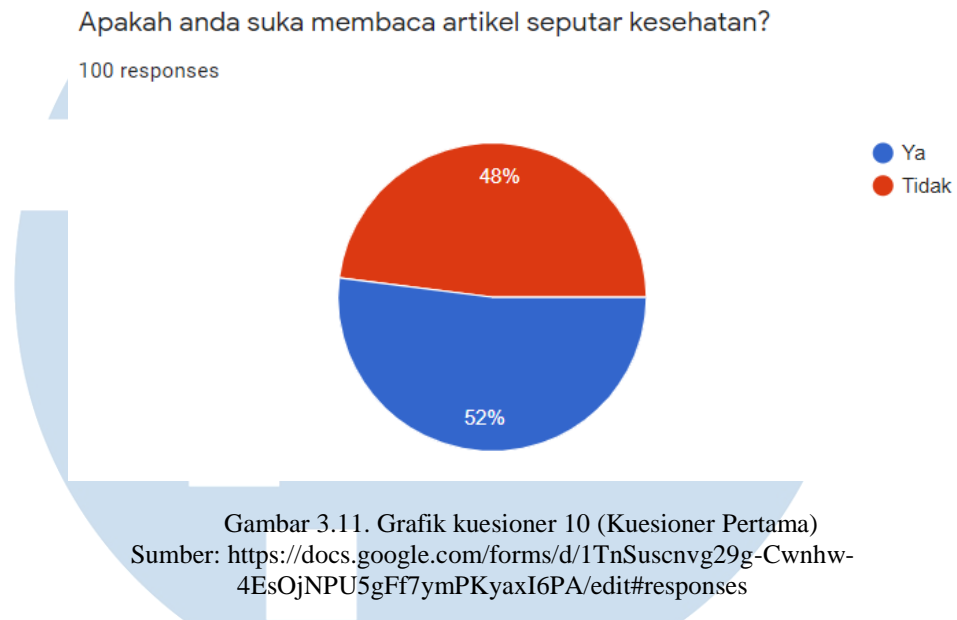


Gambar 3.10. Grafik kuesioner 9 (Kuesioner Kedua)  
 Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscngv29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

Hal ini penulis tanyakan karena jika mereka suka makanan manis dan sering berada di ruangan ber-AC dalam waktu yang lama, itu meningkatkan kemungkinan terkena *Bell's Palsy*. Jika masih banyak yang suka makanan manis, tinggal di ruangan dingin dan tidak tahu akan bahaya serta gejala *Bell's Palsy* akan membuat semakin banyak kemungkinan orang bisa terpapar penyakit ini. Selain itu juga penulis menanyakan kesukaan mereka membaca artikel tentang kesehatan dan di



kuesioner pertama, didapatkan 52% orang suka membaca artikel Kesehatan, sedangkan di kuesioner kedua didapatkan sekitar 94% (99 orang) suka membaca artikel tentang kesehatan.

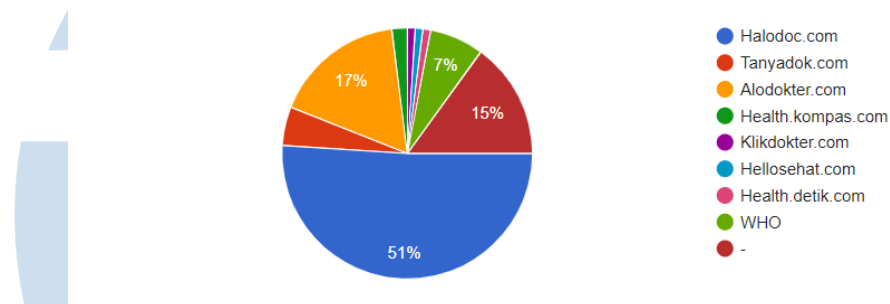


Selain itu juga penulis menanyakan dimana biasanya mereka membaca artikel tentang Kesehatan. Di kuesioner pertama dan kedua, mayoritas mereka membaca melalui *telehealth* (halodoc, tanyadoc, alodok). Penulis juga menanyakan tindakan mereka jika mengalami gejala-gejala tertentu.

Pada kuesioner pertama ada sebanyak 61% melihat ke google namun pada kuesioner kedua penulis tidak menanyakan hal tersebut.

Jika anda melihat google, menurut anda artikel apa yang terpercaya untuk membaca Informasi kesehatan? (jika tidak menjawab "cek gejala di google" bisa langsung pilih "-")

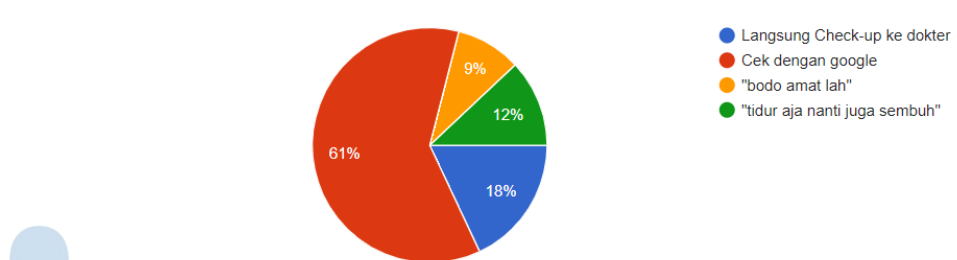
100 responses



Gambar 3.13. Grafik kuesioner 12 (Kuesioner Pertama)  
 Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscnvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

Jika mengalami gejala-gejala tertentu, apa yang biasa anda lakukan?

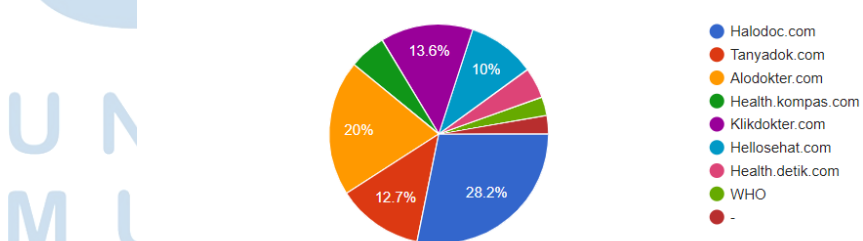
100 responses



Gambar 3.14. Grafik kuesioner 13 (Kuesioner Pertama)  
 Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscnvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

Dimana anda biasanya membaca artikel tentang kesehatan? (kalau tidak bisa pilih "-")

110 responses

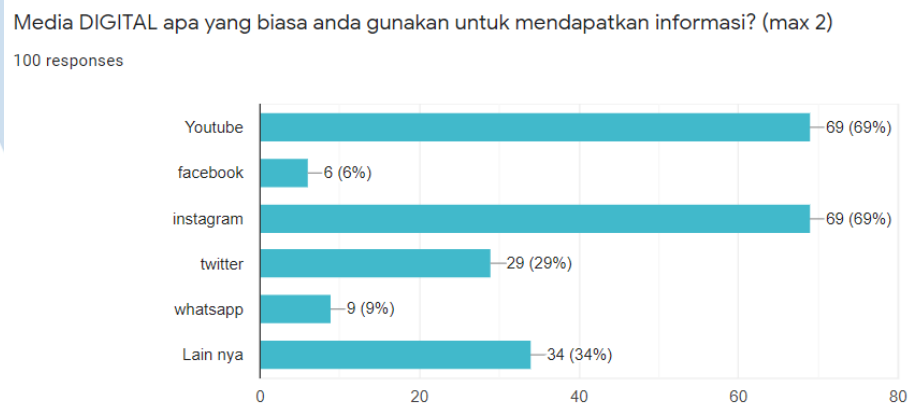


Gambar 3.15. Grafik kuesioner 14 (Kuesioner Kedua)  
 Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscnvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

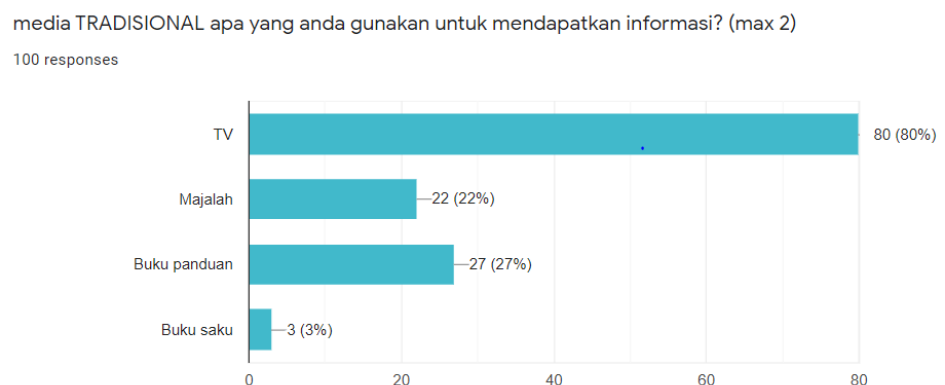
### 3. Perilaku Masyarakat Terhadap Media

Dalam kuesioner ini penulis juga menanyakan media-media apa saja yang menarik untuk responden, baik itu media tradisional maupun media digital.

Hasil dari kuesioner pertama adalah instagram dan youtube merupakan media digital yang paling sering mereka gunakan untuk mendapatkan informasi. Untuk media tradisionalnya mereka menggunakan televisi dan buku panduan untuk memperoleh informasi.



Gambar 3.16. Grafik kuesioner 15 (Kuesioner Pertama)  
Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscsvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

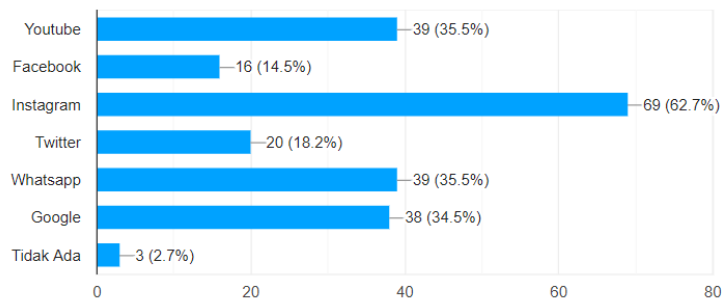


Gambar 3.17. Grafik kuesioner 16 (Kuesioner Pertama)  
Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscsvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

Sedangkan hasil dari kuesioner kedua adalah Instagram merupakan media digital yang paling sering mereka gunakan (69 responden atau 62,7%) untuk mendapatkan informasi. Diikuti dengan 2 media digital yaitu whatsapp dan youtube dengan jumlah peminat 39 responden atau 35,5%. Untuk media tradisionalnya mayoritas dari mereka menggunakan buku (50%), infografis (20,9%), dan poster (20,9%) untuk memperoleh informasi. Mereka semua pun beranggapan jika dalam media terdapat visual lebih banyak ketimbang tulisannya akan membuat media tersebut semakin menarik. Tidak lupa juga penulis menanyakan jenis ilustrasi apa yang disukai.

Media DIGITAL apa yang biasa anda gunakan untuk mendapatkan informasi? (max 2)

110 responses

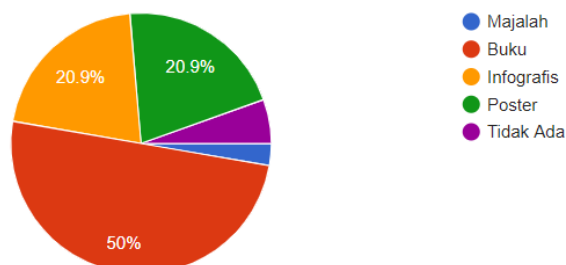


Gambar 3.18. Grafik kuesioner 17 (Kuesioner Kedua)

Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscsvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

media TRADISIONAL apa yang anda gunakan untuk mendapatkan informasi? (max 2)

110 responses

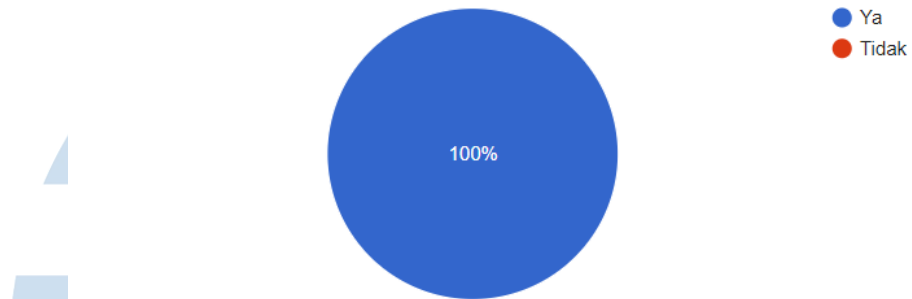


Gambar 3.19. Grafik kuesioner 18 (Kuesioner Kedua)

Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscsvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

apakah akan lebih menarik jika dalam media terdapat banyak ilustrasi?

110 responses

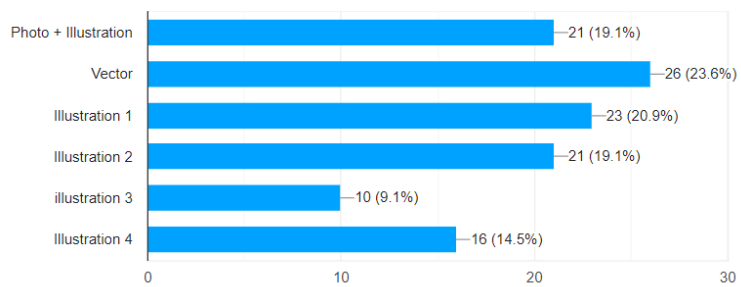


Gambar 3.20. Grafik kuesioner 19 (Kuesioner Kedua)

Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscnvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

Jenis ilustrasi yang menarik menurut anda. (max 3)

110 responses



Gambar 3.21. Grafik kuesioner 20 (Kuesioner Kedua)

Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscnvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>



Gambar 3.22. Jenis ilustrasi yang diminati Responden (Kuesioner Kedua)

Sumber: <https://docs.google.com/forms/d/1TnSuscnvg29g-Cwnhw-4EsOjNPU5gFf7ymPKyaxI6PA/edit#responses>

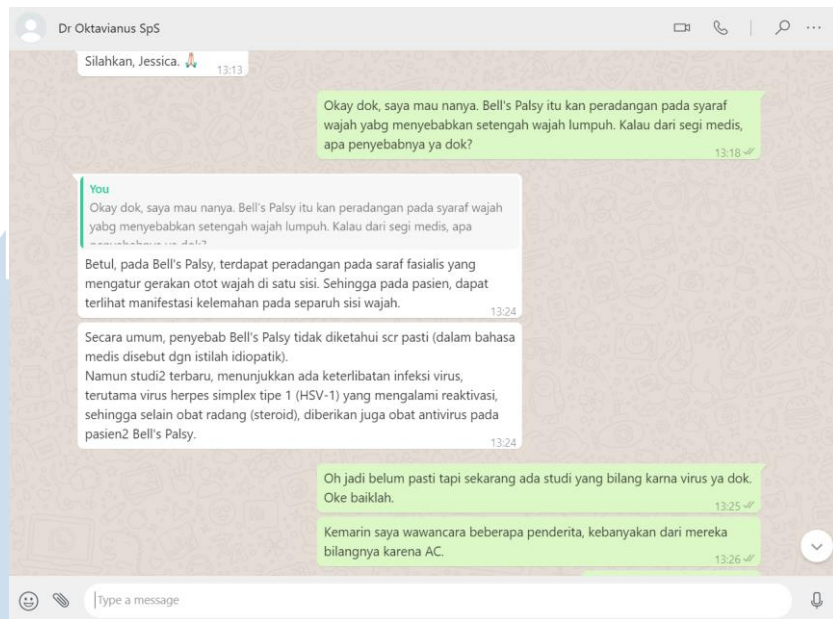
### 3.1.3 Wawancara

Menurut Sugiyono (2006) wawancara merupakan kegiatan bertukar informasi antara dua orang atau lebih tentang suatu topik tertentu. Dalam perancangan ini penulis akan melakukan wawancara terhadap dokter spesialis saraf dan juga orang yang pernah terkena *Bell's Palsy*. Hasil wawancara akan digunakan sebagai data pendukung untuk membuat perancangan ini.

#### 3.1.3.1 Wawancara dengan ahli saraf

Pada tanggal 29 Agustus 2021, penulis melakukan wawancara via chat dengan dokter spesialis syaraf bernama dr. Oktavianus Darmawan, M-Biomed, Sps. Beliau bekerja di rumah sakit Pluit di Jakarta. Dari wawancara tersebut penulis menanyakan berbagai macam pertanyaan dan mendapatkan banyak informasi. Singkatnya, menurut dr.Oktavianus, ada 15-30 kasus *Bell's Palsy* dari 100.000 populasi per tahun nya. Kebanyakan pasien dr. Oktavianus yang terkena *Bell's Palsy* adalah orang berumur 20-40 tahun. Penyebab *Bell's Palsy* juga masi belum diketahui namun beliau berkata ada studi dimana penyebab *Bell's Palsy* adalah virus. Dari wawancara ini pula penulis diberi tahu bahwa rata-rata pasien bisa terkena *Bell's Palsy* karena AC. Hal ini dikarenakan virus lebih aktif di tempat dingin. Terakhir dr. Oktavianus juga menyatakan *Bell's Palsy* juga bisa disembuhkan, namun jika ada penyakit bawaan (diabetes/darah tinggi) akan lebih parah gejalanya.

U M W I N  
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 3.23. Wawancara dengan ahli saraf (dr.Oktavianus Darmawan, M-Biomed, Sps)

Setelah itu, untuk menambahkan data lagi, pada tanggal 13 September 2021 penulis juga melakukan wawancara langsung dengan dokter spesialis syaraf bernama dr. Daniel T. Suryadisastra, Sps. Beliau bekerja di rumah sakit Omni Hospital di Tangerang. Dari wawancara tersebut penulis menanyakan berbagai macam pertanyaan dan mendapatkan banyak informasi. Penulis jadi mengetahui ternyata *Bell's Palsy* bisa menyerang 2 sisi sekaligus, namun kebanyakan hanya menyerang 1 sisi. Dr. Daniel juga menyatakan bahwa belakangan ini sedang banyak kasus *Bell's Palsy* karena biasanya dia menangani pasien *Bell's Palsy* sebulan ada 5 orang, sekarang ini belum sebulan tapi sudah ada 3 pasien yang menderita *Bell's Palsy*. Beliau juga menyatakan kalau *Bell's Palsy* bisa menjadi permanen jika tidak cepat diobati karena saraf yang meradang sudah rusak. Selain itu juga menyatakan perlunya edukasi ke masyarakat tentang kemana harus berobat jika terkena gejala-gejala yang mirip *bell's palsy* karena banyak penyakit yang mirip sehingga bisa ditangani lebih cepat sebelum semakin parah.





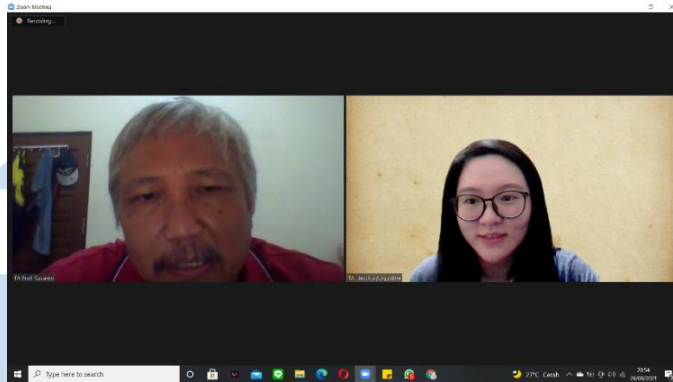
Gambar 3.24. Wawancara dengan ahli saraf (dr.Daniel T. Suryadisastra, Sps)

### 3.1.3.2 Wawancara dengan penderita *Bell's Palsy*

Pada tanggal 26 Agustus 2021, penulis melakukan wawancara via zoom dengan F.A. Budi Susanto atau yang kerap disapa Santo. Beliau merupakan karyawan tambang batu bara bagian audit yang cukup sibuk, dimana saat pandemi ini banyak tinggal di dalam kamar untuk bekerja dan dalam keadaan tersorot AC. Beliau pernah mengalami *Bell's Palsy* pada pertengahan tahun 2021 dan sekarang sedang masa pemulihan. Beliau menceritakan bagaimana awal mula beliau terkena *Bell's Palsy* sampai akhirnya bisa mencapai progres sembuh seperti sekarang. Dari wawancara dengan beliau penulis mendapatkan informasi bahwa masih banyak orang yang tidak tahu tentang penyakit ini. Terbukti dari perkataan Santo dimana dia dan keluarganya sebelumnya tidak tahu penyakit ini. Dari wawancara ini juga penulis mendapatkan pengetahuan tentang berbagai pengobatan yang dijalani untuk mengobati penyakitnya.

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 3.25. Wawancara dengan Pak Santo (penderita *Bell's Palsy*)

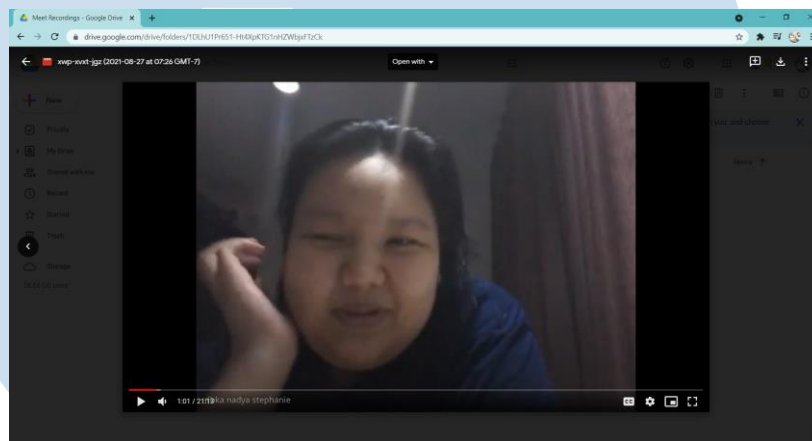
Selain Santo, penulis juga melakukan wawancara via chat dengan Ramdhani Mangku Alam, S.Sn atau yang kerap disapa Dani. Beliau merupakan dosen DKV UMN yang pernah terkena *Bell's Palsy*. Dari wawancara beliau penulis mengetahui kalau ternyata *Bell's Palsy* juga mempengaruhi keseimbangan. Beliau juga berbagi pengalamannya saat terkena *Bell's Palsy* di jalan. Penanganan yang cepat juga memberikan hasil pemulihan yang baik. Dari wawancara ini juga penulis jadi tahu kalau mau mengembalikan wajah seperti semula, harus menjalankan operasi.



Gambar 3.26. Wawancara dengan Pak Dani (penderita *Bell's Palsy*)

Terakhir, penulis melakukan wawancara dengan mahasiswa UMN bernama Ribka Nadya Stephanie. Dia adalah mahasiswa jurusan perhotelan

di UMN. Dari wawancara ini penulis mendengar cerita tentang dia dan perjuangannya bisa sembuh. Dari ketiga wawancara yang penulis lakukan, semuanya mengatakan mereka bisa terkena *Bell's Palsy* karena terlalu sibuk bekerja dan duduk di tempat yang tersorot AC. Hal ini juga yang kemudian penulis tanyakan ke wawancara spesialis syaraf dan mendapatkan jawabannya.



Gambar 3.27. Wawancara dengan Ribka Nadya Stephanie (penderita *Bell's Palsy*)

### 3.1.3.3 Kesimpulan Wawancara

Dari hasil wawancara diatas, penulis menarik beberapa kesimpulan. Pertama, mereka bertiga sama-sama melakukan aktivitas padat, kurang istirahat dan mereka duduk dibawah AC (bagian tubuhnya terkena AC). Kedua, jika ditangani dengan cepat gejala tidak akan terlalu buruk dan penyembuhannya tidak akan terlalu lama. Ketiga, jika melakukan pengobatan dengan konsisten gejala akan lebih cepat berkurang walaupun kata dr. Oktavianus tidak melakukan pengobatan pun akan sembuh dengan sendirinya. Terakhir dua dari tiga penderita *Bell's Palsy* sudah tahu apa itu *Bell's Palsy* sebelum sebelum menderita namun pengetahuannya kurang dalam (hanya tahu nama penyakit dan tidak tahu penyebabnya) dan mengira itu stroke ringan. Oleh karena itu, penulis menyimpulkan bahwa dibutuhkan kampanye sosial agar orang-orang lebih tahu tentang penyakit *Bell's Palsy* dan lebih peduli akan pola hidupnya.

### 3.1.4 Riset Pustaka

Penulis menggunakan *Secondary Research* untuk mengambil data-data mengenai bahaya penyakit *Bell's Palsy*. Riset Pustaka adalah Teknik pengambilan data melalui media digital ataupun konvensional (buku). Penulis mencari di media digital dan mendapatkan beberapa jurnal yang dapat dipercaya dan penulis gunakan sebagai patokan untuk mendapatkan informasi lebih tentang *Bell's Palsy*.

#### 3.1.4.1 Studi tentang *Bell's Palsy*

Jurnal tambahan yang penulis gunakan sebagai berikut:

- a. Lowis, H. dan Gaharu, M. (2012) *Bell's Palsy*, diagnosis dan tata laksana di Pelayanan Primer. Jurnal ini membahas tentang bagaimana penentuan penyakit *Bell's Palsy*. Dalam jurnal ini, banyak membahas tentang pengobatan-pengobatan baik yang farmakologis maupun yang tidak.
- b. Mujjadidah, N. (2017). Tinjauan anatomi klinik dan manajemen *Bell's Palsy*. Jurnal ini berisi tentang terapi yang bisa dilakukan untuk penderita, dan bahkan cara mendiagnosa dan diagnosa banding untuk penyakit *Bell's Palsy*. Dalam jurnal ini, dibahas juga tentang terapi-terapi yang tepat untuk berbagai gejalanya serta lebih fokus menggunakan pengobatan dengan kortikosteroid dan antiviral, latihan wajah, dan elektrostimulasi.
- c. Yuwono, E. dan Yudawijaya, A. (2016). *Bell's Palsy*: Anatomi hingga tatalaksana. Jurnal ini berisi tentang cara mendiagnosa dan diagnosa banding untuk penyakit *Bell's Palsy* sehingga dapat memberikan penanganan yang tepat guna mengurangi kerusakan lebih. Dalam jurnal ini, dipaparkan pemahaman tentang anatomi nervus fasialis dengan baik agar bisa memberikan penanganan yang tepat.

### **3.1.5 Studi Tentang Kampanye.**

Menurut Venus, A. (2019) dalam bukunya yang berjudul Manajemen Kampanye: Edisi revisi, menyatakan kalau ingin membuat kampanye, harus punya tujuan yang jelas. Dari buku ini juga penulis jadi tahu tentang keuntungan membuat kampanye. Selain itu juga penulis jadi tahu kalau tujuan kampanye untuk sosialisasi informasi dan mempersuasi masyarakat untuk mengubah sesuatu. Dari buku ini juga, dipaparkan keuntungan dan kekurangan media-media kampanye contohnya spanduk merupakan media yang murah, penempatannya mudah, dan mampu menampung pesan verbal dan visual. Namun kurang bisa menarik perhatian karna hanya dilihat sekilas. Dari sini pula, dipaparkan kalau buat kampanye tidak boleh asal. Ditentukan juga bagaimana cara membuat kampanye yang baik.

### **3.1.6 Riset Lembaga**

#### **3.1.6.1 Omni Hospital**

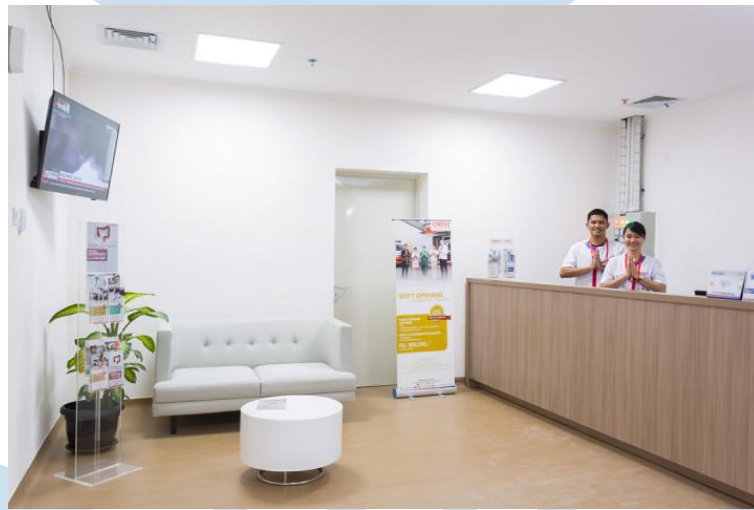
Untuk Riset Lembaga penulis memilih Rumah Sakit Omni di Alam Sutera Tangerang sebagai lembaga kampanye. Dengan alasan rumah sakit tersebut merupakan tempat salah satu narasumber bekerja. Dari wawancara yang dilakukan oleh dr. Daniel T. Suryadisastra, Sps yang bekerja di Omni Hospital menyatakan bahwa sebulan terakhir pasien *Bell's Palsy* yang berobat disana bertambah. Biasanya sebulan beliau menangani pasien sebanyak 5% dari seratus orang tetapi bulan ini belum ada sebulan beliau sudah menangani 3%. Oleh karena itu penulis merasa memilih Rs. Omni untuk melakukan kampanye.

Rumah Sakit Omni Hospital (OMNI Hospitals Group) sudah berdiri sejak 1972. Rumah Sakit ini merupakan rumah sakit yang terkenal akan standar manajemen yang tinggi dan pelayanannya kesehatan yang baik. Omni Hospital Group membuka berbagai cabang diantaranya ada di Alam Sutera, Tangerang.

Rumah Sakit Omni sangat menjunjung tinggi nilai dan visi, misi perusahaan. Mereka menyebutnya 4c yaitu: *Care* dimana setiap pasien berhak

mendapatkan pelayanan terbaik dan keselamatan pasien merupakan yang pertama. Kedua ada *Courtesy* dimana Omni Hospital membantu pasien dan orang yang dikasihi melalui interaksi yang sopan di setiap tahap. Ketiga ada *Character* semangat dan setia merupakan karakter yang Omni Hospital bangun dalam memberikan pelayanan terbaik untuk pasien. Terakhir ada *Capability* dimana segala jenis penyakit akan dideteksi dengan efektif melalui staf dan fasilitas-fasilitas yang ada. Maka dari itu, tidak heran rumah sakit Omni mendapatkan penghargaan dari KARS (Komisi Akreditasi Rumah Sakit) pada tahun 2017.

Rumah Sakit Omni juga memiliki beberapa layanan unggulan antara lain: *Cardiology Center*, *Neuro Surgery Center*, *Orthopaedic Center*, *Urology Center*. Selain itu juga, Omni Hospital memberikan artikel-artikel seputar Kesehatan di website yang mereka sediakan juga banner-banner di ruang tunggu.



Gambar 3.28. ruang tunggu di RS. Omni

Sumber: <https://www.alodokter.com/cari-rumah-sakit/omni-hospital-alam-sutera>

### 3.1.6.2 Kementerian Kesehatan (Kemenkes)

Kemenkes merupakan kementerian dalam Pemerintah Indonesia yang membidangi urusan kesehatan. Kemenkes memiliki visi yaitu Menciptakan manusia yang sehat, produktif, mandiri dan berkeadilan.



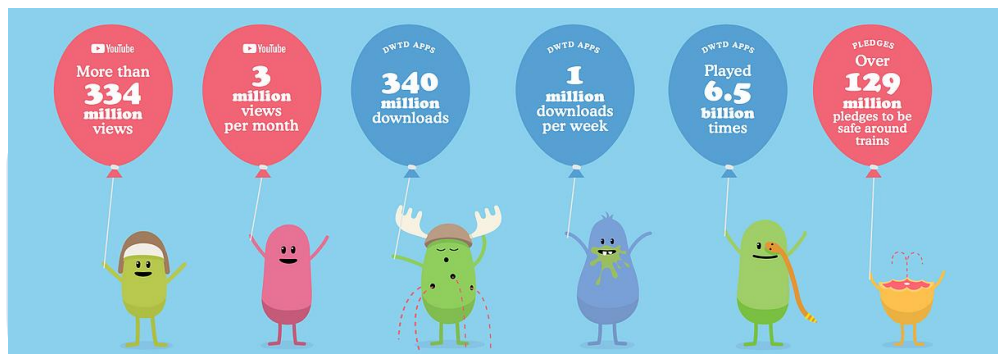
Singkatnya, Kemenkes ini ingin semua masyarakat Indonesia itu sehat. Selain itu juga Kemenkes memiliki tujuan strategis yaitu meningkatkan derajat kesehatan masyarakat melalui pendekatan siklus hidup, menguatkan pelayanan kesehatan dasar dan rujukan, meningkatkan pencegahan dan pengendalian penyakit dan pengelolaan kedaruratan kesehatan masyarakat, dan meningkatkan sumber daya kesehatan.

### 3.2. Studi Referensi

#### A. *Dumb Ways to Die Campaign*



Gambar 3.29. *Dumb Ways to Die*  
Sumber: <https://www.dumbwaystodie.com/psa>



Gambar 3.30. *Dumb Ways to Die*  
Sumber: <https://www.dumbwaystodie.com/psa>

Berikut adalah referensi kampanye yang penulis gunakan. *Dumb Ways to Die* adalah kampanye yang dilakukan oleh *Metro Train Melbourne* pada bulan November 2012. Metro sendiri merupakan perusahaan yang bergerak dibidang layanan kereta api metropolitan.

Kampanye ini dijalankan karena banyak sekali anak-anak muda yang tidak mendengarkan pesan keselamatan penggunaan transportasi

publik. Oleh karena itu, mereka memikirkan bagaimana cara agar anak-anak muda bisa aman disekitar kereta. Jawabannya adalah dengan menjadikan pesan “kita harus aman di sekitar kereta api karena salah satu cara terbodoh untuk mati adalah dengan tertabrak” sebagai hal yang digaris bawah.

Beberapa hari setelah rilis, Dumb Ways to Die menjadi viral bahkan lagunya menduduki peringkat ke 10 di iTunes. Kampanye ini tidak bersifat terang-terangan mengatakan tentang keselamatan di kereta namun mereka mengemasnya dalam hal yang lucu, bodoh, dan ceria sehingga orang-orang bisa tertarik dengan itu. Secara tidak langsung kampanye ini menanamkan sugesti kepada masyarakat untuk tidak bertindak bodoh dan berhati-hati. Alhasil, kampanye ini sukses besar. Mereka berhasil menjual 100.000 eksemplar untuk lagunya dan youtube nya berhasil mencapai 300.000 lebih penonton.

Tidak hanya sukses dengan lagunya, mereka juga sukses membuat game yang bisa dimainkan di smartphone kita. Game tersebut telah di download oleh lebih dari 130 juta orang dan telah dimainkan oleh 2 juta orang dari seluruh dunia.

#### **B. Pencegahan Stunting oleh Germas dan Kemenkes**

Kampanye Pencegahan Stunting yang dilakukan Kemenkes melalui Germas ini bertujuan untuk mengedukasi ibu-ibu tentang stunting sehingga angka stunting di Indonesia semakin menurun.

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 3.31. Gerakan Masyarakat Cegah *Stunting*  
 Sumber: <https://promkes.kemkes.go.id/pencegahan-stunting>

Dari kampanye ini, penulis mempelajari penggunaan ilustrasi lebih banyak, lebih memudahkan kita untuk membaca dan lebih menarik.

### C. Kesimpulan

Penulis menggunakan ilustrasi karena berdasarkan bukunya Male (2007) menyatakan kalau untuk medis, ilustrasi merupakan pilihan yang tepat sebagai media penyampaian informasinya. Selain itu ada juga yang menggunakan fotografi agar terkesan profesional. Disamping itu juga, berdasarkan kuesioner yang disebar, responden menyatakan lebih mudah informasi jika di dalamnya terdapat banyak visual. Penulis menggunakan ilustrasi untuk menarik perhatian audienc karena dilansir dari Kumparan.com (2017) Generasi *millennial* dan Gen Z hanya melihat informasi 8 detik pertama. Jika tidak menarik akan mereka tinggalkan. Dipaparkan juga infografis dan motion grafis merupakan media yang bisa menarik perhatian mereka dimana dalam media tersebut banyak terdapat ilustrasi. Namun, penulis akan menggabungnya dengan fotografi sedikit untuk memberikan gamabran asli bagaimana gejala-gejala yang ada pada *Bell's Palsy*.



### 3.3 Metode Perancangan

Dalam merancang kampanye ini penulis menggunakan metode dari Venus,A (2019), dalam buku yang berjudul *Manajemen Kampanye: Edisi revisi*. Dalam membuat kampanye juga tidak semerta-merta “yuk buat kampanye”. Namun, harus melakukan beberapa Langkah dahulu antara lain:

#### a. Analisis masalah

Hal ini dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang ada. Pertama-tama penulis mencari tentang isu yang terjadi. Dalam hal ini penulis mencari data tentang *Bell's Palsy* lalu menganalisis masalah yang ada. Dari sini didapatkan bahwa orang-orang banyak yang tidak mengetahui tentang *Bell's Palsy* dan tidak sadar akan bahayanya.

#### b. Penyesuaian Tujuan

Banyak kampanye yang menyebarkan janji-janji palsu kepada sasaran kampanye dan bahkan berlebihan. Hal itu disebabkan karena tidak adanya tujuan yang jelas dari kampanyenya. Oleh karena itu harus ada tujuan kampanye yang jelas agar tujuan kampanye tersebut bisa tercapai,

Dari teori diatas, dan juga analisis masalah yang sudah penulis kerjakan. Penulis menentukan tujuan kampanyenya yaitu sosialisasi informasi kepada masyarakat dengan harapan mereka bisa mengetahui informasi tentang *Bell's Palsy* lebih lagi dan berjaga-jaga akan itu. Selain itu juga mempersuasi masyarakat agar mau lebih peduli dengan pola hidupnya.

#### c. Identifikasi dan Segmentasi Sasaran

Hal ini perlu dilakukan agar pesan kampanye bisa tersampaikan dengan baik karena kampanye tidak bisa ditujukan pada semua orang secara homogen.

Dalam kampanye ini penulis memilih usia 20-34 tahun sebagai usia primer karena menurut dr.Oktavianus Darmawan, M-Biomed, Sps. menyatakan kalau pasien yang biasa terkena *Bell's Palsy* adalah orang yang berumur 20-40 tahun. Didukung juga dari kuesioner yang menyatakan kelompok umur 20-34 ini merupakan orang yang sibuk dimana mereka cenderung berada di ruang ber AC yang bisa meningkatkan kemungkinan terpapar *Bell's Palsy*.

#### **d. Menentukan Pesan**

Dalam menentukan pesan, harus sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Tahap pertama yang dilakukan adalah dengan membuat tema kampanye yang merupakan patokan untuk setiap pesan yang akan disampaikan.

Dalam tahap ini penulis menentukan pesan kampanye yang akan penulis buat. Pesan yang ingin penulis sampaikan adalah informasi seputar penyakit *Bell's Palsy* dan juga penyebab *Bell's Palsy* agar orang lebih waspada terhadap penyakit ini.

#### **e. Strategi dan Taktik**

Strategi adalah pendekatan yang diterapkan di kampanye (*the big idea*) dan taktik adalah cara yang dilakukan untuk melakukan pendekatannya. Taktik sangat berhubungan dengan tujuan dan sasaran kampanye. Dengan taktik yang tepat, dapat membuat sasaran kampanye berpikir, percaya, dan melakukan sesuai dengan tujuan kampanye. Taktik ini bisa diuji dengan cara menyebarkan kuesioner ke beberapa sasaran kampanye. Saat ini penulis sudah menyebar kuesioner ke 100 orang di Tangerang untuk mendapatkan data dan behaviour mereka.

Dalam pembuatan kampanye ini, penulis menggunakan alur tahapan AISAS dari *The Dentsu Way* (2011). Taktik ini memiliki beberapa tahap yaitu dimulai dari tahap *Attention, Interest, Search, Action*, dan terakhir *Share*.

**f. Alokasi Waktu dan SDM**

Kampanye dilakukan dalam kurun waktu tertentu. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk perencanaan waktu adalah menggunakan CPA (*critical path analysis*). CPA digunakan untuk menganalisis semua rencana program secara mendetail.

Kampanye ini akan dilakukan dalam waktu 1 tahun. Menurut penulis satu tahun adalah waktu yang cukup untuk menanamkan pesan kampanye kepada masyarakat agar masyarakat terhindar dari penyakit *Bell's Palsy*.

**g. Evaluasi dan Tinjauan**

Evaluasi memiliki tujuan untuk mengetahui apakah kampanye yang dilakukan efektif dan berhasil. Setelah membuat design kampanyenya, penulis akan melakukan evaluasi dengan cara menanyakan kepada orang awam apakah kampanyenya bisa dimengerti atau tidak.

**h. Menyajikan Rencana Kampanye**

Setelah semua tersusun, rencana kampanye ini akan dipresentasikan.

