

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian untuk mengumpulkan data yang digunakan penulis adalah metode *hybrid*. Metode *hybrid* merupakan metode yang dilakukan dengan menggunakan data kuantitatif dan kualitatif. Dalam pengumpulan data kuantitatif dilakukan survey menggunakan *google form*, dan memperoleh jumlah responden sebanyak 121 responden. Survey ini disebar ke beberapa platform seperti Instagram, Line, dan Whatsapp.

Pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan melakukan wawancara dan Focus Group Discussion (FGD). Wawancara dilakukan bersama ahli gizi dan FGD dilakukan dengan orang yang menyukai makanan manis. Narasumber dipilih untuk memperoleh informasi lebih dalam dari pandangan ahli gizi dan FGD.

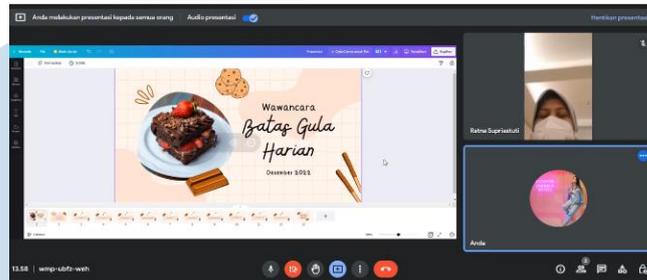
3.1.1 Metode Kualitatif.

3.1.1.1 Interview

Kegiatan *interview* dilakukan untuk mengumpulkan data kualitatif, dengan tujuan mengetahui informasi berdasarkan beberapa sudut pandang seseorang mengenai topik batas konsumsi gula harian.

1) Interview kepada ahli gizi

Sesi interview kepada ahli gizi dilakukan menggunakan platform Google Meet, dilaksanakan bersama Ratna Supriastuti, S.Gz, yang merupakan dokter ahli gizi di Rumah Sakit Kanker Dharmas kota Jakarta, Kegiatan *interview* dilaksanakan pada hari Jumat, 2 Desember 2022, pukul 14.00 – 14.30. Saat sesi *interview*, penulis mengawali *interview* dengan memperkenalkan diri, dan menyebutkan tujuan diadakannya *interview* ini.



Gambar 3. 1 Interview dengan Ahli Gizi

Pada pertanyaan pertama, penulis menanyakan mengenai pengertian dari kesehatan secara umum kepada ahli gizi. Menurutnya kesehatan atau sehat merupakan kondisi yang diinginkan seseorang, kesehatan adalah tubuh yang sehat dan bugar secara fisik dan sehat secara mental, dengan arti, seseorang yang sehat dapat beraktivitas dan bersosialisasi dengan baik. Untuk memperoleh kesehatan tubuh, langkah pertama yang dilakukan adalah untuk selalu menjaga kesehatan, dengan cara melakukan cek kesehatan secara berkala, seperti cek tensi, gula darah dll. Selain cek kesehatan berkala, diperlukan juga melakukan cek kesehatan jika mengalami rasa sakit yang mengganggu. Langkah selanjutnya untuk memperoleh kesehatan yaitu enyah dari asap rokok, menjauhi asap rokok, karena asap rokok merupakan salah satu polusi yang tidak baik bagi tubuh. Selanjutnya, beliau menyarankan untuk melakukan aktivitas fisik, seperti jalan santai, atau olahraga ringan seperti senam. Selain menjalankan aktivitas fisik, diperlukan diet seimbang, istirahat yang cukup dan mengelola stress.

Menurut ahli gizi, mengontrol makanan sehat dengan diet merupakan suatu hal yang berbeda. Adapun diet digunakan bermacam – macam sesuai dengan kebutuhan pasien. Dalam mengontrol makanan yang lebih sehat, berarti

seseorang menjaga konsumsi makanan yang dimakan untuk tidak kurang dan tidak lebih, sedangkan dengan melakukan diet, pola makan seseorang akan diatur, mulai dari porsi, volume makanan, gizi, dan jumlah kalori yang dikonsumsi.

Beliau mengatakan, gula merupakan salah satu sumber energi atau karbohidrat. Dengan mengonsumsi gula yang berlebihan, akan memberikan dampak pada kenaikan berat badan, meningkatkan risiko seseorang mengalami obesitas. Selain obesitas, penyakit yang akan dialami seseorang yang mengonsumsi gula berlebih adalah diabetes melitus, jantung, ginjal, hipertensi, stroke dll.

Menurut ibu Ratna, dalam membatasi konsumsi gula, batas konsumsi yang diperlukan adalah 4 sendok atau kurang lebih 50g atmake dalam sehari. Dalam menjaga konsumsi gula, ahli gizi menganjurkan untuk menghindari minuman manis. Menjatahi konsumsi gula hanya 1x, jika sudah mengonsumsi manis dalam sehari, direkomendasikan untuk tidak mengonsumsi makanan atau minuman manis apapun lagi, selain itu juga dapat dilakukan dengan mengganti makanan dan minuman manis dengan buah.

Setelah mengetahui dampak dari mengonsumsi makanan dan minuman manis ya berlebih, penulis mengajukan pertanyaan secara spesifik mengenai penyakit diabetes. Menurut beliau, diabetes adalah kadar gula dalam tubuh yang tinggi, diabetes dapat diatasi dengan melakukan diet makanan manis. Penyebab diabetes pada tubuh adalah, karena fungsi dari insulin yang tidak sempurna, mengakibatkan kadar gula pada tubuh terus menerus naik, dan menyebabkan seseorang mengalami gejala – gejala tertentu.

3.1.1.2 Focus Group Discussion

Sesi *Focus Group Discussion* dilakukan bersama target audiens, berdomisili di Jakarta dan suka mengonsumsi makanan manis. Jumlah peserta *FGD* terdiri dari 8 peserta. Pelaksanaan *FGD* dilakukan secara online, menggunakan Google Meet, dan dilaksanakan pada hari Jumat, 25 November 2022, pukul 15.00 – 16.00.



Gambar 3. 2 FGD dengan Target Audiens

Sesi dibuka dengan perkenalan penulis yang akan memberikan topik diskusi, kemudian diskusi dimulai dengan pertanyaan seberapa frekuensi peserta membeli minuman dan makanan manis. 3 orang peserta mengakui jajan makanan dan minuman manis dengan frekuensi 1-3 kali per minggu, 5 orang peserta memiliki frekuensi jajan makanan dan minuman manis 2-5 kali per minggu. Salah satu peserta mengatakan, bahwa saat ini, sangat mudah untuk jajan makanan dan minuman, karena semua keinginan makanan dan minuman mudah untuk disorder melalui aplikasi, hal itu juga menjadi salah satu alasan, tingginya frekuensi makanan dan minuman manis. Pendapat peserta tersebut juga disetujui oleh peserta lainnya.

Jajanan yang sering dibeli peserta adalah, minuman dingin yang manis seperti *milktea*, es kopi, martabak, donat dll. Saat ditanya, kenapa peserta sering jajan dan mengonsumsi makanan dan minuman manis, Sebagian peserta mengatakan

karena suka makanan dan minuman manis, peserta lainnya mengatakan bahwa, mengkonsumsi makanan dan minuman manis dapat meningkatkan mood jadi lebih baik. Lalu ungkapan peserta lain mengatakan bahwa, sudah terbiasa untuk minum atau makan makanan manis setelah makan berat, dan merasa ada sesuatu yang kurang jika tidak mengkonsumsi makanan/minuman manis setelah makan berat.

Diskusi berlanjut membahas tentang, apakah ada perasaan khawatir setelah mengkonsumsi makanan dan minuman manis, peserta menjawab, sering merasa khawatir akan gula yang dikonsumsi, tetapi juga bingung bagaimana untuk berhenti dari kebiasaan mengkonsumsi makanan dan minuman manis, peserta lainnya juga menyetujui dengan perasaan khawatir terhadap konsumsi gula yang tinggi, namun dia mengakui tidak tau berapa banyak konsumsi gula yang seharusnya. Selain itu, seluruh peserta mengakui bahwa tidak tau berapa jumlah gula dari jajanan yang sering dibeli, dan tidak tahu batas konsumsi gula harian.

Saat peserta ditanya mengenai takaran gula pada 50gr gula, peserta masih meraba-raba, seberapa banyak 50gr gula pada takaran sendok makan. Ada yang menjawab 8 sendok makan, ada yang menjawab 1 sendok makan, dan lainnya. Mereka mengakui bahwa tidak mengetahui, sebanyak apa 50gr gula dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, rekasi peserta FGD juga kaget, ketika mengetahui bahwa, batas konsumsi gula harian adalah 4 sendok makan

Salah satu peserta mengatakan, bahwa dia merasa sudah mengkonsumsi gula lebih dari 4 sendok makan, peserta lainnya bertanggapan bahwa, saat mengkonsumsi makanan dan minuman manis, tidak pernah mengecek kadar gula pada kemasan atau

mencari informasi mengenai batas konsumsi gula harian. Peserta lain menambahkan bahwa, sebenarnya mengetahui bahwa mengkonsumsi gula yang berlebihan itu tidak baik, dan memiliki motivasi untuk menjaga konsumsi gula, tetapi tidak tahu harus mulai dari mana.

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari kegiatan *FGD* yang sudah dilakukan adalah, bahwa peserta sadar akan bahaya konsumsi gula yang berlebih, namun tidak mengetahui, seberapa banyak gula yang harus dikonsumsi dalam sehari. Selain itu, frekuensi jajan dan konsumsi makanan/minuman manis yang cukup tinggi, sangat bertolak belakang dengan rekomendasi kesehatan ahli gizi, yaitu untuk menghindari konsumsi gula dari minuman manis dan pola makan sehat seperti mengkonsumsi buah dan sayur yang juga tidak diterapkan.

3.1.1.3 Studi Eksisting

Studi existing dilakukan untuk mendapatkan data analisis berdasarkan SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*) mengenai media kampanye yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Analisa dilakukan pada gaya visual dan media yang digunakan pada kampanye dengan tema diet.

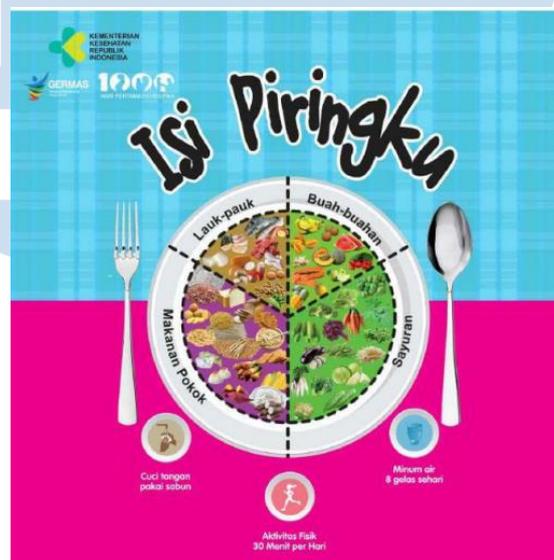
1) Studi Existing dari gaya visual dan Media Kampanye ‘Isi Piringku’

Isi kampanye dari “Isi Piringku” ini adalah kampanye yang dilakukan dengan tujuan gizi seimbang dan makanan sehat.

Pada kampanye ini dijelaskan bahwa dalam satu piring terdapat setengah bagian buah dan sayur, setengah bagian lainnya terdiri dari karbohidrat dan protein. Penekanan pada kampanye ini yaitu untuk pembatasan konsumsi makanan

mengandung gula, garam dan lemak pada asupan makanan harian.

Aset kampanye yang digunakan pada kampanye memiliki kesamaan pada tiap media, asset yang digunakan menggunakan tema warna dan *font* yang konsisten. Visualisasi pada kampanye ini adalah objek piring, dengan pembatas pada sisi piring yang diisi dengan jenis makanan sebagai gambaran porsi asupan gizi yang seimbang dan sehat. Selain itu terdapat typeface ‘Isi Piringku’ dengan *font* sans serif yang terlihat seperti tulisan tangan.



Gambar 3. 3 Aset Visual Kampanye ‘Isi Piringku’

Berdasarkan studi existing yang dilakukan, diperoleh dari gaya visual dan komponen media kampanye dari ‘Isi Piringku’, dilakukan Analisa menggunakan SWOT dari media kampanye tersebut. Analisa pada media kampanye menggunakan SWOT sebagai berikut:

Tabel 3.1. *SWOT* Piringku

<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki berbagai platform publikasi yang digunakan pada kampanye, seperti banner, poster, phamplet, spanduk, flyer, merchandise, Ads video, dan jingle
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Warna yang digunakan untuk visualisasi asset tidak sesuai dengan tema diet atau kesehatan. • Beberapa typeface memiliki tingkat keterbacaan yang buruk. • Tidak memiliki <i>social media</i> atau website sendiri mengenai kampanye ini.
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Isi kampanye dipersiapkan dengan baik • Menjangkau banyak audiens
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pedoman yang ada pada kampanye masih belum melekat.

3.1.1.4. Studi Referensi

Studi referensi memiliki tujuan untuk memperoleh referensi mengenai visualisasi yang akan didesain. Studi referensi akan menggunakan *SWOT* sebagai acuan analisa mengenai gaya visual dan media kampanye yang akan dianalisa. Kampanye yang dipilih sebagai referensi merupakan hasil dari pertimbangan berdasarkan kualitas kampanye.

1) Studi referensi gaya visual media kampanye “*Bring a farm to your Home*”

Isi kampanye yang dipublikasikan oleh sayur box, memiliki tujuan komersial untuk memperkenalkan brand Sayurbox kelebihan dari layanan dari Sayurbox. Banyaknya masyarakat tidak makan buah dan sayur, salah satu alasannya adalah toko yang lokasinya dan berkualitas.



Gambar 3. 4 Key Visual Aset Kampanye Sayurbox

Visualisasi dari kampanye Sayurbox ini terlihat menarik, dengan menggunakan color pallete yang konsisten dan sesuai dengan konteks dari kampanye yang disajikan. Selain warna, *layout* yang digunakan pada asset kampanye juga konsisten, sehingga desain memiliki kesan yang *clean*. Pada kampanye Sayurbox berjudul *Bring a farm to your home* ini menggunakan berbagai platform publikasi kampanye, antara lain *billboard*, *Instagram post*, *Joox* dan *Spotify*; iklan berjalan, *digital billboard*, *social media ads*, *Instagram story*, *blog*, *web banner*, *booth activation*, *brochure* dan *roll up banner*.



Gambar 3. 5 Aset visual Instagram Post Kampanye Sayurbox

Berdasarkan studi refrensi yang dilakukan, diperoleh dari gaya visual dan komponen media kampanye dari Kampanye komersial Sayurbox, dilakukan Analisa menggunakan SWOT dari media kampanye tersebut. Analisa pada media kampanye menggunakan *SWOT* sebagai berikut:

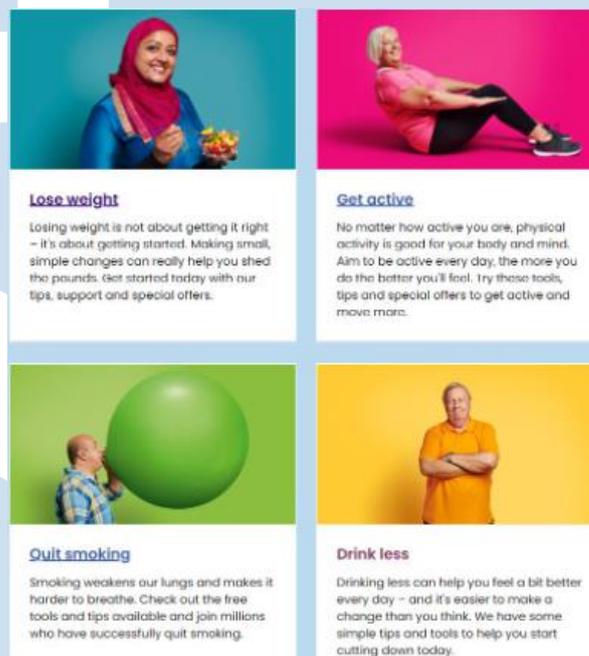
Tabel 3.2. *SWOT Sayur Box*

<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Platform</i> media kampanye memiliki banyak variasi • Visualisasi dari warna dan layout konsisten, memberikan kesan yan <i>clean</i> dan menarik. • Warna yang digunakan sangat merepresentasikan kampanye sehat.
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kampanye tidak memiliki logo khusus
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Platform</i> yang digunakan relevan dengan target sasaran • Desain menarik, membuat kampanye mudah diingat dan membekas.
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kampanye menarik tetapi tidak memiliki logo yang dapat diingat audiens

2) Studi referensi gaya visual media kampanye **Better Health – National Health Service**

Kampanye Better Health merupakan kampanye dengan target audiens masyarakat pada usia dewasa, tujuan kampanye ini adalah untuk meningkatkan *awareness* dalam hidup sehat dengan mengurangi berat badan sesuai dengan *BMI (body Mass Index)*, kamoanye ini dijalankan di negara Inggris, sebagai respon terhadap wabah *covid-19*.

Dalam menyampaikan pesan kampanye, pesan yang disampaikan pada kampanye ini adalah untuk memulai gaya hidup sehat “*let’s do this*”. Isi dari kampanye yang dilakukan adalah, untuk memulainya hidup sehat, menurunkan berat badan, selalu aktif berolahraga, menghindari kebiasaan merokok, dan mengurangi minum minuman beralkohol. Desain pada kampanye ini memiliki warna yang banyak, dan terang. Pemilihan warna ini memberikan kesan yang *bold* dan menonjol,



Gambar 3. 6 Visualisasi Kampanye Better Health

Pesan yang ada pada poster kampanye Better Health, disampaikan dengan gaya komunikasi yang simple dan mudah diingat, Desain pada poster tidak banyak menggunakan ilustrasi, namun berupa foto, gaya visual ini memberikan kesan yang clean.



Gambar 3. 7 Visualisasi Kampanye Better Health

Berdasarkan studi refrensi yang dilakukan, diperoleh dari gaya visual dan komponen media kampanye dari Kampanye Better Health, dilakukan Analisa menggunakan *SWOT* dari media kampanye tersebut. Analisa pada media kampanye menggunakan *SWOT* sebagai berikut:

Tabel 3.3. *SWOT* Better Health

Strength	<ul style="list-style-type: none"> a. Penggunaan warna yang bold membuat desain terlihat menonjol, sehingga dapat menarik perhatian audiens b. Visualisasi tidak menggunakan banyak shape dan ilustrasi, memberikan kesan yang <i>clean</i> c. <i>Copywriting</i> dan pesan kampanye mudah dipahami
Weakness	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak memiliki akun <i>social</i> media untuk kampanye

<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Visualisasi yang menonjol dan menarik, memungkinkan kampanye mudah diingat
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya promosi mengenai kampanye di <i>social media</i>

3.1.1.4. Kesimpulan

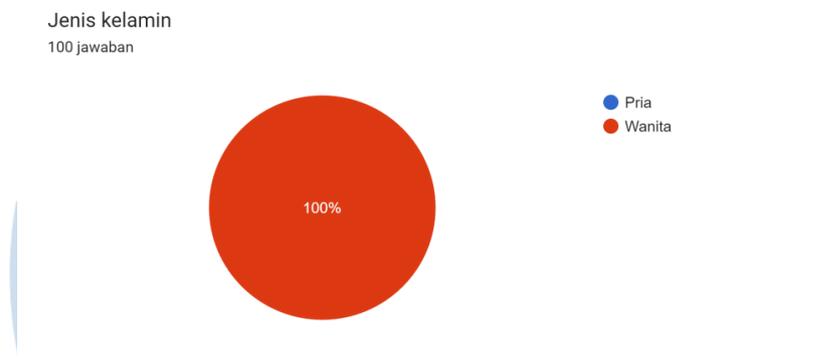
Berdasarkan hasil dari studi eksisting dan studi referensi yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa, pada kampanye yang sudah dianalisis, Sebagian besar dari kampanye tersebut, tidak memiliki identitas kampanye. Sehingga meskipun kampanye menarik, kampanye tidak diingat karena tidak memiliki identitas yang jelas. Selain itu, kampanye yang tidak memiliki multi media juga kurang efektif, karena informasi kampanye yang ingin disampaikan minim, dan dapat menimbulkan kesalah pahaman informasi.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Pengumpulan data kuantitatif dilakukan dengan survei berbasis *online*, dengan target usia sekitar 19 – 24 tahun, berjenis kelamin perempuan, berdomisili di Jakarta untuk memperoleh data mengenai informasi batas konsumsi gula harian, mengetahui wawasan mengenai diet dari pelaku diet dan karakteristik pelaku diet atau target audiens. Pembuatan survei dilakukan dengan menggunakan Google Form, survei diisi hanya oleh orang – orang yang sesuai dengan kualifikasi target audien, dan disebarakan ke berbagai platform sosial media. Jumlah dari responden yang mengisi survei ini adalah 100 responden. Berikut ini penjelasan mengenai hasil survei:

Berdasarkan target audiens yang sudah ditentukan, jenis kelamin target audiens adalah perempuan. Pertanyaan ini digunakan untuk menyortir, validasi berdasarkan jenis kelamin target audiens.

Berdasarkan hasil survey dari grafik, menunjukkan bahwa jenis kelamin pada target audiens sudah sesuai yaitu memperoleh presentase sebesar 100%



Gambar 3. 8 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan target audiens yang sudah ditentukan, sikap responden sesuai dengan target audiens yaitu peduli dengan kesehatan. Pertanyaan ini digunakan untuk menyortir, validasi berdasarkan sifat target audiens. Berdasarkan hasil survey dari grafik, menunjukkan sifat yang ada pada target audiens sudah sesuai yaitu memperoleh presentase sebesar 100%.

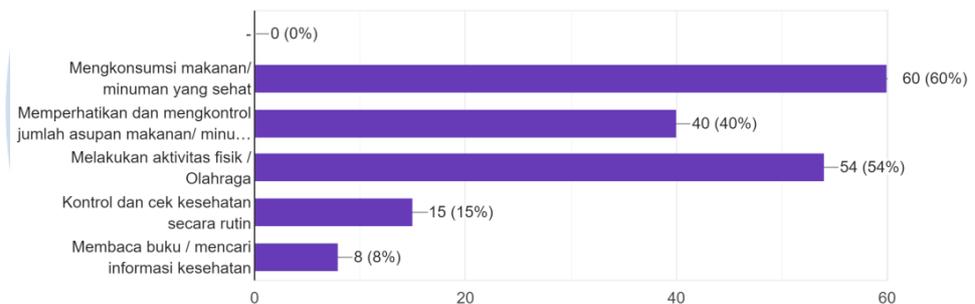


Gambar 3. 9 Kepedulian Kesehatan Responden

MULTIMEDIA
NUSANTARA

Berdasarkan grafik dibawah ini, mayoritas menjaga kesehatan dengan mengkonsumsi makanan dan minuman yang sehat yaitu dengan presentase 60% responden. Dengan jumlah responden sebanyak 60 orang.

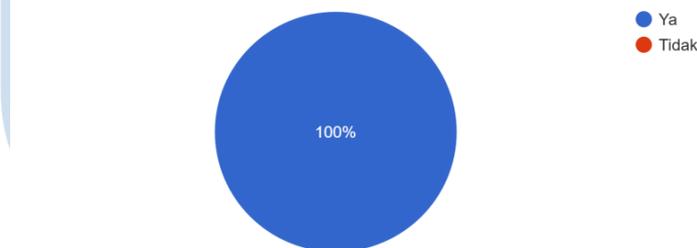
Jika ya, bagaimana anda menjaga kesehatan diri? Isi '-' jika menjawab tidak pada pertanyaan sebelumnya
100 jawaban



Gambar 3. 10 Kesehatan Diri Responden

Berdasarkan hasil survey mengenai konsumsi makanan dan minuman manis, diperoleh presentase 100% dari 100 orang responden. Ini membuktikan, penyebaran survey sudah sesuai dengan target audiens.

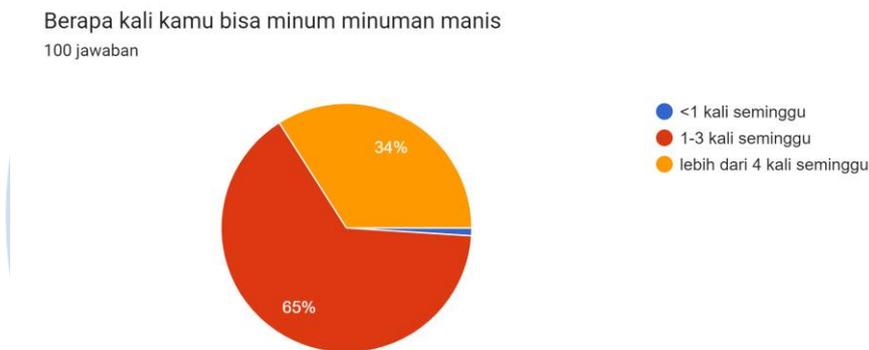
Apakah kamu suka mengkonsumsi makan dan minuman manis?
100 jawaban



Gambar 3. 11 Konsumsi Asupan Manis Responden

Berdasarkan hasil dari grafik survei di bawah ini, terdapat 65 responden dengan presentase 65% mengatakan bahwa mengkonsumsi makanan 1 - 3 kali seminggu. Sedangkan 34 orang dengan presentase 34%

mengatakan mengkonsumsi makanan dan minuman manis lebih dari 4 kali seminggu. Dan satu responden mengatakan bahwa mengkonsumsi makanan manis kurang dari 1 kali seminggu.



Gambar 3. 12 Frekuensi Konsumsi Gula Responden

Berdasarkan hasil dari grafik survei di bawah ini, terdapat 90 responden dengan presentase 90% mengatakan bahwa Tidak mengetahui batas konsumsi gula harian. Sedangkan 10 orang dengan presentase 10% mengatakan mengetahui batas konsumsi gula harian yang dianjurkan.



Gambar 3. 13 Batas Konsumsi Gula Responden

Berdasarkan hasil dari grafik survei di bawah ini, terdapat 61 responden dengan presentase 61% mengatakan bahwa mengetahui berapa 50gr

gula. Sedangkan 39 orang dengan presentase 10% mengatakan mengetahui batas konsumsi gula harian yang dianjurkan.



Gambar 3. 14 Pengetahuan Responden Terhadap Batas Konsumsi Gula

Berdasarkan grafik sebelumnya, jika dibandingkan dengan data pengetahuan responden, ternyata, hanya sebanyak 15 orang atau sekitar 15% presentase responden yang menjawab benar. Maka dapat disimpulkan bahwa, masih minimnya pengetahuan masyarakat, mengenai seberapa banyak 50gr gula dalam kehidupan sehari – hari.

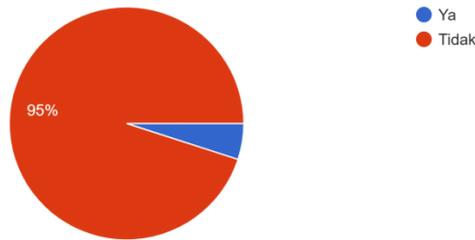


Gambar 3. 15 Pengetahuan Responden terhadap 50gr Gula

Berdasarkan hasil dari grafik survei di bawah ini, terdapat 95 responden dengan presentase 95% mengatakan tidak menghitung kadar gula harian.

Sedangkan 5 orang dengan presentase 5% menghitung kadar gula harian yang dikonsumsi.

Apakah kamu menghitung, kadar gula harian yang kamu konsumsi?
100 jawaban



Gambar 3. 16 Pengetahuan Responden Kadar Gula Harian

Berdasarkan hasil dari grafik survei di bawah ini, terdapat 95 responden dengan presentase 95% mengatakan tidak. Sedangkan 5 orang dengan presentase 5% menghitung sendiri kadar gula harian yang dikonsumsi.

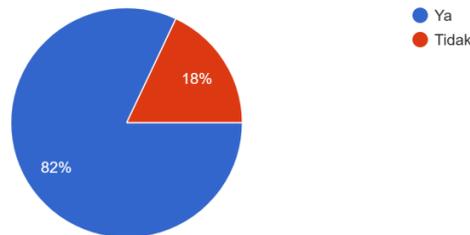
Jika ya, bagaimana kamu menghitung kadar gula harian yang kamu konsumsi? (Pilihlah '-' jika menjawab 'Tidak' pada pertanyaan sebelumnya)
100 jawaban



Gambar 3. 17 Pengetahuan Responden Terhadap Kadar Gula Harian

Berdasarkan hasil dari grafik survei di bawah ini, terdapat 82 responden dengan presentase 82% mengatakan mengetahui dampak mengkonsumsi gula berlebih. Sedangkan 18 orang dengan presentase 18% tidak mengetahui, dampak dari mengkonsumsi gula yang berlebih.

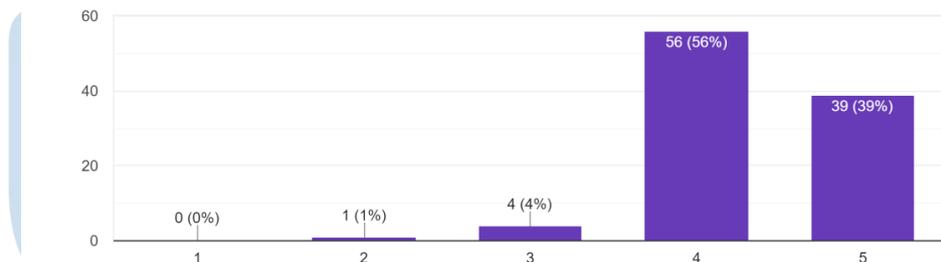
Apakah kamu mengetahui dampak mengonsumsi gula yang berlebih?
100 jawaban



Gambar 3. 18 Pengetahuan Responden Mengenai Dampak Mengonsumsi Gula Berlebih

Berdasarkan diagram di bawah ini, dengan pemetaan skala 1 sangat tidak setuju hingga skala 5 sangat setuju. Hasil yang diperoleh adalah mayoritas responden sangat setuju menjaga asupan makanan dan minuman yang masuk itu sama dengan diet. Berdasarkan data ini, dapat diketahui, bahwa masih banyak masyarakat yang menganggap menjaga pola makan sebagai diet.

Menjaga asupan makanan/ minuman yang masuk sama dengan diet
100 jawaban

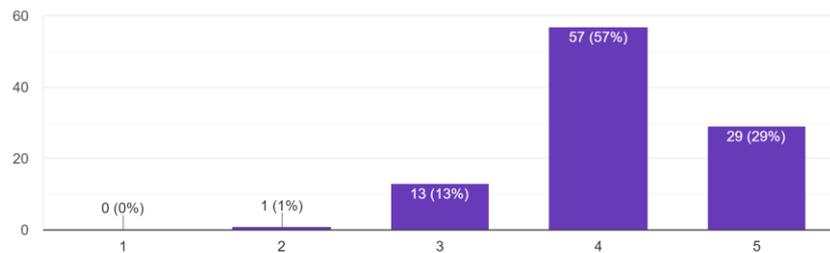


Gambar 3. 19 Diagram Menjaga Asupan Makanan Minuman Manis

Berdasarkan diagram di bawah ini, dengan pemetaan skala 1 sangat tidak setuju, hingga skala 5 sangat setuju., mayoritas responden mengatakan memiliki motivasi yang kuat untuk mengurangi konsumsi gula yang berlebih. Mayoritas jumlah skala yang diperoleh adalah 4. Berdasarkan

hasil survey, diperoleh informasi bahwa, masyarakat masih memiliki cukup banyak motivasi, hal ini merupakan hasil yang baik, karena akan menimbulkan respon positif, jika diadakan kampanye.

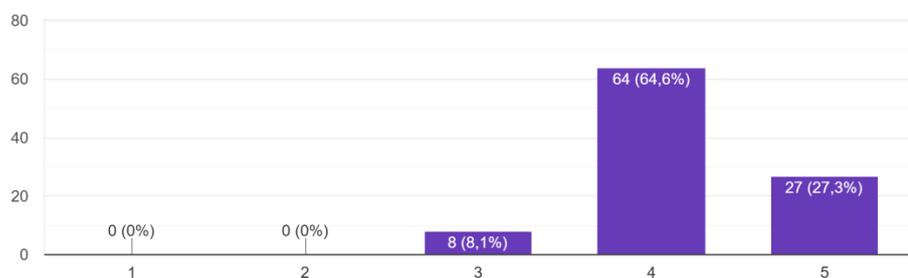
Saya peduli dengan batas gula harian yang saya konsumsi
100 jawaban



Gambar 3. 20 Diagram Kepedulian Batas Konsumsi Gula

Berdasarkan diagram di bawah ini, dengan pemetaan skala 1 sangat tidak setuju, hingga skala 5 sangat setuju, Mayoritas responden mengatakan memiliki kekhawatiran dengan dampak dari konsumsi gula berlebih, dengan mayoritas skala responden adalah di angka 4. Kekhawatiran ini merupakan respon yang baik, karena adanya kekhawatiran, memungkinkan responden untuk berubah lebih baik.

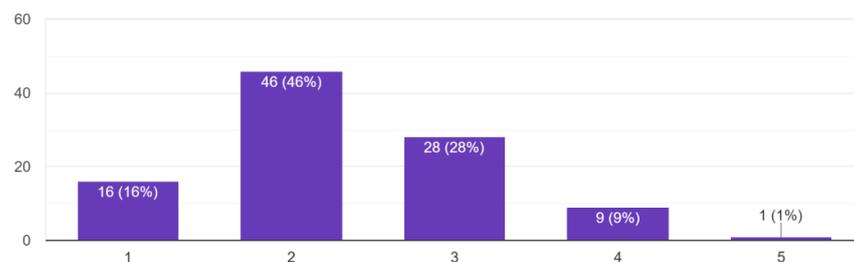
Saya khawatir dengan dampak dari konsumsi gula berlebih
99 jawaban



Gambar 3. 21 Diagram Kekhawatiran Dampak Konsumsi Gula Berlebih

Berdasarkan diagram di bawah ini, dengan pemetaan skala 1 sangat tidak setuju, hingga skala 5 sangat setuju, Mayoritas responden mengatakan memiliki kekhawatiran dengan dampak dari konsumsi gula berlebih, dengan mayoritas skala responden adalah di angka 4. Kekhawatiran ini merupakan respon yang baik, karena adanya kekhawatiran, memungkinkan responden untuk berubah lebih baik dan menjadi lebih sehat.

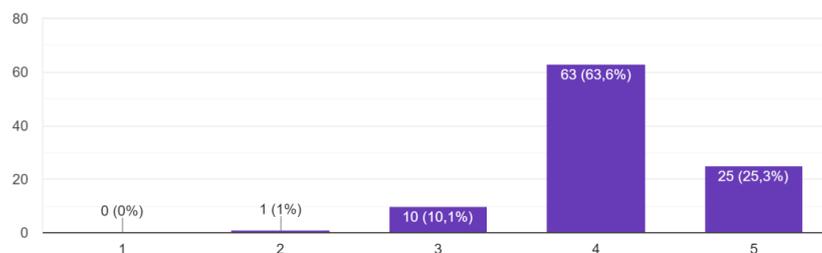
Saya merasa kurang puas, jika tidak minum minuman manis dalam sehari
100 jawaban



Gambar 3. 22 Diagram Kepuasan Konsumsi Gula

Berdasarkan diagram di bawah ini, dengan pemetaan skala 1 sangat tidak setuju, hingga skala 5 sangat setuju. Mayoritas responden mengatakan memiliki kekhawatiran setelah mengonsumsi gula berlebih, dengan mayoritas poin rata – rata skala di angka 4.

Saya merasa khawatir setelah mengonsumsi minuman yang terlalu manis
99 jawaban



Gambar 3. 23 Diagram Kekhawatiran Konsumsi Makanan Minuman Manis

3.1.2.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan grafik dari hasil survey kuisioner kuantitatif, dapat disimpulkan bahwa, minimnya pengetahuan, seberapa batas konsumsi gula dan berapa banyak 50gr gula dalam kehidupan sehari – hari. Selain itu, diketahui bahwa, responden sebenarnya sudah menjaga kesehatannya dalam mengkonsumsi makanan dan minuman, namun masih minimnya kepedulian dan concern terhadap konsumsi gula.

3.2 Metodologi Perancangan

Menurut Landa (2014) terdapat metode perancangan yang terjadi dalam proses perancangan desain, metode tersebut memiliki beberapa tahap sebagai berikut:

1) *Orientation*

Pada tahap *orientation*, dilakukan penentuan sebuah topik dan pencarian data pendukung yang memiliki tujuan perancangan berdasarkan fenomena dan fakta yang nyata.

2) *Analysis*

Pada tahapan *analysis*, dilakukan penentuan target sasaran untuk perancangan desain yang akan dirancang. Langkah selanjutnya penulis akan menentukan permasalahan yang terjadi, dari permasalahan tersebut akan dibuat sebuah solusi.

3) *Concept*

Tahapan ini merupakan penyusunan gambaran ide dan konsep perancangan, dengan cara memilih referensi desain yang digunakan sebagai acuan dasar, dari rancangan yang akan dibuat.

4) *Design Development*

Pada tahap ini penulis akan membuat sketsa yang menggambarkan konsep yang telah dibuat pada tahapan *concept*. Penulis melakukan pencarian referensi visualisasi . Setelah pembuatan sketsa konsep, dilakukan eksekusi desain menggunakan *software* untuk membuat desain *digital*, selanjutnya penulis akan melakukan banyak proses mulai dari desain, revisi dll.

5) *Implementation*

Setelah melakukan eksekusi desain dan revisi, penulis akan menjalankan tahap akhir setelah semua desain di *approve* yaitu memulai tahapan produksi desain.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA