

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Dalam perancangan kampanye ini, dibutuhkan riset agar dapat mendukung perancangan kampanye sosial mengenai pencegahan osteoporosis. Penulis menggunakan *mix metode*, yakni metode kualitatif serta kuantitatif.

3.1.1 Metode Kualitatif

Sukmadinata (2005), metode kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk menganalisa fenomena, kejadian, kegiatan sosial, dan pandangan masyarakat tanpa memberikan arahan. Dalam metode ini, penulis melakukan wawancara dengan seorang ahli yaitu Dr. Felly Sahli, Sp. Rad.

3.1.1.1 *Interview*

Interview expert dilakukan dengan Dr. Felly Sahli Sp. Rad untuk mendapatkan data dan informasi mengenai apa itu osteoporosis, mengapa bisa terjadi, dan bagaimana pencegahan yang bisa dilakukan oleh masyarakat usia 18-24 tahun secara lebih dalam.



Gambar 3.1.1.1 Foto bersama Dr. Felly Sahli Sp. Rad

Wawancara dilakukan di gereja pada tanggal 30 September 2023 dengan rekaman sebagai bukti melakukan wawancara.

1) **Interview kepada Dr. Felly Sahli Sp. Rad**

Hasil interviewnya adalah osteoporosis bukan penyakit yang mematikan. Melainkan efek dari penyakit ini yang membuat kita sulit menjalankan kehidupan seperti biasanya. Osteoporosis bukan penyakit yang menakutkan ataupun mengerikan karena selagi kita bisa menjaga kesehatan pada tulang dengan menerapkan gaya hidup sehat, efek dari osteoporosis tidak akan bahaya. Osteoporosis akan dialami oleh individu yang sudah berusia tua, dan jika kita sudah menerapkan gaya hidup sehat untuk menjaga tulang maka osteoporosis akan bisa di tunda ataupun efek yang diberikan tidak bahaya.

3.1.1.2 Kesimpulan

Pencegahan osteoporosis ini sangat penting dilakukan supaya pada saat tua individu terkena osteoporosis efek yang dirasakan tidak sebesar yang tidak melakukan gaya hidup sehat sejak dini. Perlu ditekankan bahwa osteoporosis merupakan penyakit yang cukup serius karena jika kesehatan tulang tidak dirawat sejak dini akan mengakibatkan pemulihan yang sulit dan lama akibat patah tulang. Maka sangat direkomendasikan untuk memulai hidup sehat dengan olahraga dan makan-makanan yang memiliki nutrisi yang cukup untuk menjaga kesehatan dan kepadatan tulang agar nantinya osteoporosis bisa di undur dan diminimalisir efeknya.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Sugiyono (2009) mengatakan, survei memberikan deskriptif numerik pada tren, sikap, atau opini dari sebuah populasi. Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi tertentu yang dilakukan secara random. Penulis menyebarkan kuisisioner untuk mempelajari sikap dan perilaku

masyarakat tentang osteoporosis dengan batasan masalah yang sudah ditentukan.

3.1.2.1 Rumus Slovin

Mardiastuti (2022), rumus Slovin merupakan teori yang membantu penelitian kuantitatif dalam penarikan sampel. Hasil dari rumus ini dapat digunakan untuk mengetahui jumlah sampel tanpa memerlukan hitungan tabel dari jumlah sampel.

Bedasarkan rumus tersebut, n merupakan ukuran sampel yang didapatkan dari jumlah responden kuisisioner. Huruf N merupakan ukuran populasi, dan e merupakan margin error yang ditemukan. Nilai e memiliki rentang antara 10 hingga 20% dari populasi penelitian. Dan hal ini nilai e memiliki populasi jumlah besar 0,1 atau 10%, kemudian untuk nilai 0,2 atau 20% merupakan populasi dalam jumlah kecil.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Pada perancangan kampanye ini, penulis memberikan batasan masalah dengan memilih target sasaran yang berdomisili di Jabodetabek. Alasan penulis memilih target yang berdomisili di Jabodetabek karena menurut Badan Pusat Statistik (2022) dalam infojabodetabek.com wilayah jabodetabek menjadi salah satu wilayah terpadat penduduknya di Indonesia. Oleh karena itu, berikut hitungan yang penulis lakukan untuk mendapatkan jumlah responden yang diperlukan untuk membantu mendapatkan data populasi. Penulis menjumlahkan angka populasi di jabodetabek sebesar 22.400.000 penduduk pada tahun 2020-2023.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{22400000}{1 + 22400000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{22400000}{224001}$$

$$n = 99,9$$

Hasil dari perhitungan ini, penulis mendapatkan bahwa n merupakan ukuran sampel yang dibutuhkan yaitu sebanyak 99,9 responden yang dibulatkan menjadi 100.

3.1.2.2 Kuisisioner

Mengumpulan kuisisioner yang penulis lakukan disebarakan secara online melalui *Google Form*. Penulis menyebarkan kuisisioner sesuai dengan batasan masalah yaitu masyarakat berusia 18-24 tahun yang berdomisili jabodetabek. Tujuan dari pengisian kuisisioner ini mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat mengenai pentingnya pencegahan osteoporosis sejak dini. Penulis juga memberikan pertanyaan mengenai media kampanye apa yang target sering gunakan agar dalam hal ini agar penulis dapat merancang media kampanye sesuai dengan kebutuhan target.

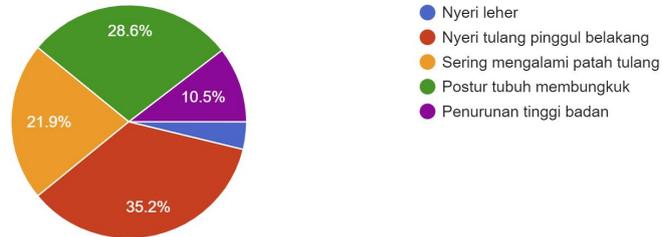
3.1.2.3 Hasil Kuisisioner

Hasil kuisisioner yang disebarakan oleh penulis diisi oleh 105 responden. Responden di dominasi oleh 61% perempuan dan 39% laki-laki, 28% berusia 21 tahun dan 52,4% pendidikan terakhir merupakan S1 dengan status pekerjaannya 68% pelajar dan 20% karyawan swasta/ negri.

Pilih satu gejala osteoporosis yang menurut Anda paling tepat.

 Copy

105 responses

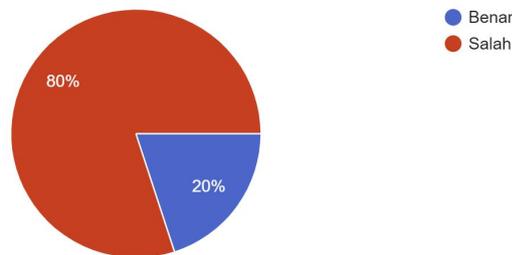


Gambar 3.1.2.3 Diagram gejala osteoporosis yang paling tepat

Jumlah responden terbesar diangka 35,2% menjawab nyeri tulang pinggul belakang merupakan salah satu gejala osteoporosis paling tepat dan sebanyak 28,6% menjawab postur tubuh yang membungkuk juga merupakan gejala osteoporosis yang paling tepat.

Osteoporosis merupakan penyakit pada tulang yang tidak bisa dicegah (penurunan hormon).

105 responses

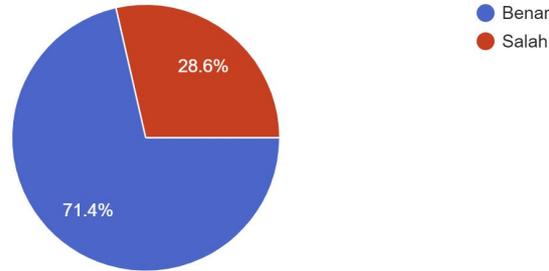


Gambar 3.1.2.2 Diagram osteoporosis merupakan penyakit pada tulang yang bisa dicegah

Sebanyak 80% reponden menjawab bahwa osteoporosis merupakan penyakit pada tulang yang bisa dicegah. Sedangkan terdapat 20% dari responden yang menganggap bahwa osteoporosis merupakan penyakit yang tidak dapat dicegah.

Osteoporosis dapat menyebabkan kecacatan seumur hidup hingga kematian.

105 responses



Gambar 3.1.2.3 Diagram osteoporosis dapat menyebabkan kecacatan seumur hidup hingga kematian

Sebanyak 88,6% responden memahami bahwa osteoporosis merupakan gangguan penyakit pada tulang dimana kepadatan tulang menurun dan menyebabkan jaringan tulang menjadi tipis sehingga rentan terkena patah tulang. Sebanyak 71,4% responden setuju bahwa osteoporosis dapat menyebabkan kecacatan seumur hidup.

Tabel 3.1.2.3 Tindakan yang menurut responden merupakan tindakan yang berdampak baik untuk kesehatan dan kepadatan tulang

Tindakan yang menurut responden merupakan tindakan yang berdampak baik untuk kesehatan dan kepadatan tulang	Jawaban betul
Mengonsumsi alkohol, soft drink, kafein	3,8%
Mengonsumsi vitamin D	81%
Mengonsumsi asupan kalsium atau susu	87%
Merokok	3,8%
Olahraga seperti berjalan cepat, berlari, dan lompat tali	74,3%
Berjemur di matahari pagi sebelum pukul 09.00 dan sinar matahari sore hari	77,1%

Menurut hasil pengumpulan data ini, responden memahami tindakan yang dapat berdampak baik untuk kesehatan dan kepadatan tulang. 81% responden setuju bahwa mengkonsumsi vitamin D dapat menjaga kesehatan dan kepadatan tulang. 87% responden setuju bahwa mengkonsumsi kalsium seperti susu secara rutin dapat menjaga kesehatan dan kepadatan tulang. Sebanyak 74,3% dan 77,1% responden setuju bahwa olahraga seperti berjalan cepat, berlari, dan lompat tali serta berjemur di bawah sinar matahari pagi dan sore dapat membantu meningkatkan kesehatan dan kepadatan tulang.

Tabel 3.1.2.3 Tindakan masyarakat

Perilaku Masyarakat	Selalu	Sering	Jarang	Tidak Pernah
Apakah Anda menjaga pola makan yang sehat setiap hari? (4 Sehat 5 Sempurna)	9%	46%	47%	3%
Apakah Anda merokok?	6%	2%	4%	93%
Apakah Anda rutin berolahraga (30-40 menit) setiap hari	7%	26%	59%	13%
Apakah Anda sering terkena sinar matahari pagi sebelum pukul 09.00 dan sinar matahari sore?	11%	34%	51%	9%
Apakah Anda mengkonsumsi minuman beralkohol dan soft drink?	7%	13%	53%	32%
Apakah Anda mengkonsumsi kopi setiap hari?	19%	18%	41%	27%
Apakah Anda mengkonsumsi vitamin atau penambah kalsium untuk tulang?	6%	19%	52%	28%

Bedasarkan mengumpulkan data berikut, sebanyak 93% responden sudah menjaga kesehatan tubuh dengan tidak merokok, 53% reponden jarang meminum minuman yang beralkohol dan *softdrink*, dan sebanyak 41% responden tidak mengkonsumsi kopi secara rutin. Namun sebanyak 47% responden jarang menerapkan pola makan yang sehat setiap harinya. Sebanyak 59% masyarakat jarang berolahraga secara rutin setiap harinya. Sebanyak 51% responden jarang terkena sinar matahari pagi dan sore. Dan sebanyak 52% responden jarang mengkonsumsi vitamin atau penambah kalsium untuk tulang.

3.1.2.4 Kesimpulan Kuisisioner

Kesimpulan dari pengumpulan kuisisioner ini bahwa nyeri tulang belakang merupakan salah satu gejala paling tepat untuk mengetahui bahwa seseorang mengalami osteoporosis. Responden memahami bahwa osteoporosis merupakan penyakit patah tulang yang dapat disembuhkan dan osteoporosis merupakan penyakit yang menyebabkan kecacatan seumur hidup hingga kematian. Responden juga memahami bahwa mengkonsumsi alkohol, *soft drink*, kafein, dan merokok merupakan tindakan yang tidak baik untuk dikonsumsi secara rutin dan dapat membuat kepadatan dan masa tulang mengecil.

Namun, meskipun 60 reponden memahami bahaya dan menghindari mengkonsumsi makanan yang tidak baik secara rutin 45 responden jarang melakukan tindakan pencegahan yang harusnya dilakukan secara rutin untuk menunda dan meminimalisir dampak dari osteoporosis saat usia tua. Presentase tingkat pengetahuan responden mengenai osteoporosis yang baik, sebanyak 96% tidak mencerminkan tindakan yang seharusnya mereka lakukan untuk mencegah osteoporosis.

3.2 Studi Eksisting

Studi referensi dilakukan untuk membandingkan kampanye yang serupa dengan pencegahan osteoporosis yang sudah ada sebelumnya. Dengan adanya perbandingan ini, diharapkan penulis mendapatkan ide dan *insight* dalam merancang kampanye sosial mengenai pencegahan osteoporosis.

3.2.1 *Take Action for Bone Health Campaign*

Kampanye *Take Action for Bone Health* dilakukan di Australia pada 2021. Kampanye ini dinaungi oleh *International Osteoporosis Foundation* sebagai peringatan *World Osteoporosis Day*. Kampanye ini dibuat bertujuan untuk menciptakan *awareness* dengan menargetkan target yang global. Kampanye ini juga memfokuskan untuk merubah persepsi target dan mengubah perilaku target dengan mengambil tindakan pencegahan patah tulang. Kampanye ini melibatkan pasien dan rumah sakit untuk meningkatkan kesadaran dan dorongan target untuk mengikuti kampanye ini.



Gambar 3.2.1 Poster *Take Action for Bone Health Campaign*

Kampanye ini menggunakan teknik fotografi dalam memvisualisasikan konten. Media yang digunakan pada kampanye ini merupakan poster, brosur, *infographics*, dan *sosial media banners*. Selain itu, kampanye ini menggunakan perhitungan statistik, menggunakan pesan secara langsung dan dilengkapi dengan *hashtag*.

Tabel 3.2.1 SWOT Take Action for Bone Health Campaign

<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang media dan <i>event</i> yang menjelaskan solusi untuk meminimalisir serta mencegah osteoporosis. - Pendekatan yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan informasi target. - Aktif dalam media sosial terutama instagram dalam membuat konten mengenai kesehatan tulang. - Memakai teknik fotografi sehingga target mendapatkan gambaran yang lebih jelas - Bekerja sama dengan para dokter untuk melakukan <i>medical check</i> untuk kesehatan tulang.
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Tulisan dalam poster terlalu kecil sehingga sulit untuk dibaca.
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Kampanye osteoporosis jarang dilakukan.
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Target yang merasa sudah cukup menjaga tubuh dengan pola hidupnya sehingga tidak memerlukan pengetahuan lebih lanjut mengenai cara menjaga kesehatan tulang dan bahayanya jika tindakan pencegahan tidak dilakukan sejak dini.

3.2.2 Step Up for Bone Health Campaign

Kampanye ini dinaungi oleh *International Osteoporosis Foundation*, Switzerland pada 2022 lalu. IOF secara rutin membuat kampanye sekitar tanggal 20 oktober sebagai peringatan *World Osteoporosis Day*. Latar belakang dari pembuatan kampanye ini karena osteoporosis merupakan penyakit yang masih kurang terdiagnosis di seluruh dunia dan jutaan orang beresiko tinggi untuk mengalami patah tulang. Kampanye ini bekerja sama dengan para ahli dan pasien untuk menyuarakan *awareness* dan tindakan yang harus dilakukan untuk meminimalisir terjadinya osteoporosis.



Gambar 3.2.2 Poster Step Up for Bone Health Campaign

Untuk mengajak target menjaga kesehatan tulang, IOF menggunakan media poster yang berisikan nutrisi dalam makanan dan buah, brosur yang berisikan 3 tahap untuk menjaga kesehatan tulang, *infographics* mengenai nutrisi yang baik untuk tulang dan otot, postingan sosial media untuk mengetahui seberapa sering kita melakukan yoga dan olahraga, dan *fact of nutrition*. Selain itu, platform media sosial yang digunakan merupakan *facebook, twitter, instagram, youtube, dan linkedin*. IOF dalam kampanye ini juga menyediakan event dimana target dapat melakukan *medical check* untuk tulang dalam satu tempat.

Tabel 3.2.2 SWOT Step Up for Bone Health Campaign

<p><i>Strength</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang media dan event yang menjelaskan solusi untuk meminimalisir serta mencegah osteoporosis. - Pendekatan yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan informasi target. - Aktif dalam media sosial terutama instagram dalam membuat konten mengenai kesehatan tulang. - Memakai gaya visual yang pas dengan usia umur target. - Bekerja sama dengan para dokter untuk melakukan <i>medical</i>
------------------------	--

	<i>check</i> untuk kesehatan tulang.
<i>Weakness</i>	- Visualisasi terlalu rumit dan penuh sehingga <i>point of interest</i> kepada visualisasinya tidak kepada tulisan informasinya.
<i>Opportunity</i>	- Kampanye osteoporosis jarang dilakukan.
<i>Threat</i>	- Target yang merasa sudah cukup menjaga tubuh dengan pola hidupnya sehingga tidak memerlukan pengetahuan lebih lanjut mengenai cara menjaga kesehatan tulang dan bahayanya jika tindakan pencegahan tidak dilakukan sejak dini.

3.3 Metodologi Perancangan

Metode perancangan untuk kampanye sosial bagi dewasa awal yakni didasari dalam buku Robin Landa yang berjudul “*Graphic Design Solution*” (2011), Landa menyatakan terdapat 6 fase proses dalam desain:

1) *Overview*

Overview merupakan proses pengumpulan data. Dalam tahap *overview*, desainer membuat *design brief*, mencari tahu tentang latar belakang masalah yang diangkat sebagai landasan dari perancangan, dan cara penyampaian desain menggunakan media apa saja, dan informasi tentang kompetitor.

2) *Strategy*

Desainer mengumpulkan data-data yang telah dikumpulkan dalam tahap *overview*. Dalam tahap ini, desainer menganalisis *segmentasi*, *targeting*, *positioning* supaya dapat menentukan *positioning project* yang akan dirancang sehingga mendapatkan strategi design dan penempatan media yang tepat.

3) *Ideas*

Ideas merupakan proses pengumpulan materi dan informasi dengan melakukan *brainstorming* dan pembuatan *big idea* untuk menentukan desain yang akan dirancang dan media apa yang akan digunakan.

4) *Design*

Dalam tahap ini, konsep desain mulai direalisasikan dalam format tertentu disesuaikan dengan media apa yang akan dipakai. Berikut langkah desain yang dapat diterapkan:

a) *Thumbnail Sketches*

Thumbnail sketches merupakan gambar sederhana yang berupa penggambaran awal ide. Sketsa biasanya dibuat untuk memperlihatkan opsi-opsi yang ingin ditawarkan dengan pensil ataupun bolpoin.

b) *Rough*

Rough merupakan preview kasar dari pilihan opsi *thumbnail sketches*. *Rough* di visualisasikan dengan gambar dan digital yang menggambarkan konsep *design*. Pembuatan *rough* biasa dilengkapi dengan penggunaan alternatif warna dan font.

c) *Comprehensives*

Dalam tahap ini, mulai di visualisasikan final konsep desain yang diperlihatkan dalam bentuk *mock-up* atau *dummy*. *Mock-up* atau *dummy* merupakan *preview* suatu desain yang akan direalisasikan.

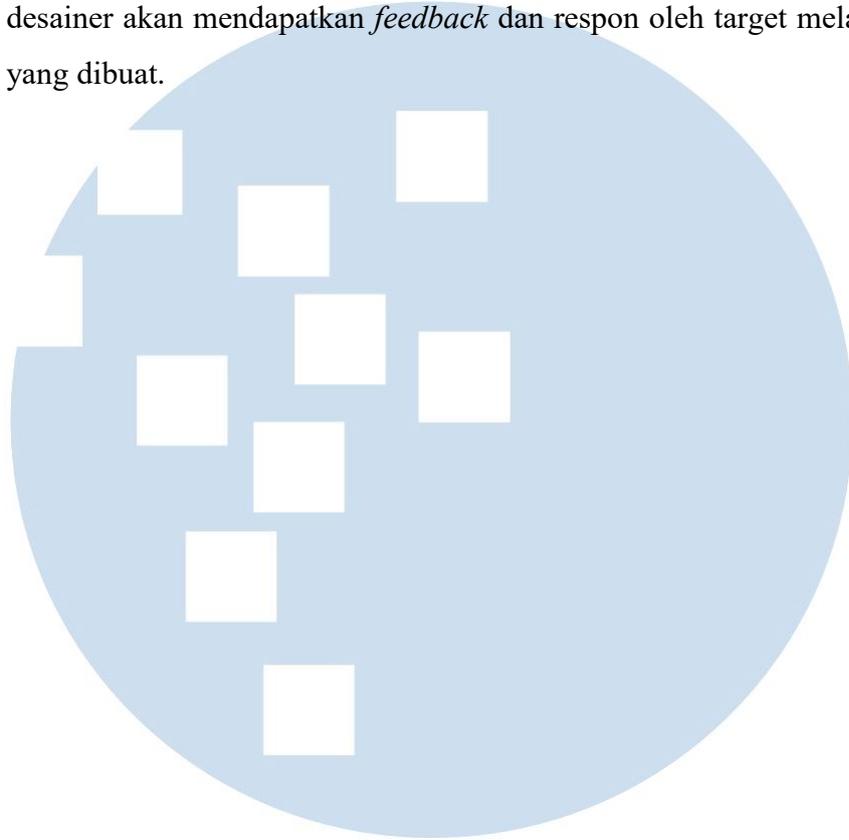
5) *Production*

Hasil *design* yang telah dirancang akan diproduksi. Dalam fase produksi bila diperlukan, penulis melakukan uji coba terlebih dahulu untuk menilai bahan sehingga dapat mendapatkan kualitas barang yang baik.

6) *Implementation*

Dalam tahap implementasi, desain mulai diaplikasikan dalam media yang akan digunakan dan akan dievaluasi. Implementasi desain

dapat diberikan dalam bentuk digital maupun cetak. Melalui tahap ini, desainer akan mendapatkan *feedback* dan respon oleh target melalui karya yang dibuat.



UMMN

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