

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk perancangan ini adalah *mixed methods* yaitu gabungan metode kualitatif dan kuantitatif (Creswell, 2014). Metode kualitatif adalah penelitian yang berfokus pada menganalisis masalah, sedangkan metode kuantitatif adalah penelitian yang memanfaatkan perhitungan variabel dan populasi. *Mixed methods* dipercaya dapat menghasilkan data yang lebih komprehensif karena masing-masing metode kualitatif dan kuantitatif memiliki kekurangannya tersendiri. Kedua metode ini juga dapat saling mendukung data satu dengan lainnya. Penelitian kualitatif akan menggunakan teknik wawancara, studi eksisting, dan studi referensi. Penelitian kuantitatif akan menggunakan teknik penyebaran survei ke sejumlah khayalak sasaran.

Penelitian berguna untuk mengumpulkan data tentang isu yang diangkat dan masukan dari sumber yang bervariasi. Jenis data yang didapatkan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data utama yang berkaitan erat dengan fenomena yang diangkat penulis sedangkan data sekunder adalah data pelengkap yang mendukung penyelesaian karya. Data primer didapatkan dari hasil wawancara dan kuesioner sedangkan data sekunder didapatkan dari hasil studi eksisting dan studi referensi.

3.1.1 Metode Kualitatif

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat naratif dan deskriptif (Creswell, 2014). Beberapa permasalahan tidak dapat dijelaskan lewat angka kuantitatif saja, tetapi memerlukan penjelasan secara filosofis ataupun pendapat pribadi. Peneliti dapat menguji fenomena melalui sudut pandang orang lain seperti observasi perilaku peserta suatu kegiatan. Peneliti juga dapat mempelajari pandangan dari individu lain mengenai pengalaman pribadi atau opini mereka secara *open-ended interview* yang membiarkan mereka bebas bercakap. Teknik pengumpulan data kualitatif

yang dilakukan adalah wawancara, studi eksisting, dan studi referensi. Pada perancangan ini, penulis melakukan wawancara untuk mendapatkan data primer. Sementara itu, studi eksisting dan studi referensi dilakukan untuk mendapatkan data sekunder.

3.1.1.1 Wawancara

Wawancara adalah situasi tatap muka dimana seorang pewawancara bertanya kepada narasumber yang sudah berpengalaman pada bidang yang berhubungan dengan topik tugas akhir untuk mendapatkan informasi yang relevan dan terpercaya. Wawancara pertama dilakukan secara daring pada 7 September 2023 melalui Zoom dengan Ritter Moses sebagai ketua KSR PMI periode 2022—2023 di Institut Teknologi Sepuluh Nopember untuk mendapatkan pemahaman tentang perilaku dewasa muda dalam kegiatan sukarela dan berdonor darah. Wawancara kedua dilakukan secara langsung pada 20 September 2023 dengan Tuti Hamsyah sebagai pengurus PMI bagian pelayanan untuk mendapatkan data umum donor darah di Kabupaten Tangerang dan informasi prosedur donor darah.

1) Wawancara kepada Tuti Hamsyah

Wawancara kepada Ibu Tuti Hamsyah selaku pengurus PMI Kabupaten Tangerang bagian pelayanan dilakukan secara langsung pada 20 September 2023. Wawancara dilakukan untuk mempelajari prosedur donor darah, memahami perilaku masyarakat Kabupaten Tangerang terhadap donor darah, dan mengetahui lebih lanjut mengenai rhesus darah.

Ibu Tuti Hamsyah adalah salah satu pengurus UDD PMI Kabupaten Tangerang dan bekerja di bagian pelayanan yang mengelola rekrutmen, pengambilan darah, pengolahan darah, pengamanan darah hingga distribusi darah. Ibu Tuti telah berkecimpung di dunia PMI sejak tahun 2001 dan memulai karirnya sebagai petugas pengambil darah.

Darah memiliki dua sistem golongan darah utama yaitu sistem ABO dan sistem Rhesus. Kedua sistem inilah yang berpengaruh pada transfusi darah. Rhesus darah perlu pemeriksaan yang lebih mendetail pada reagen dan plasma darah dengan melihat keberadaan kandungan protein D atau d pada sel darah merah. Rhesus positif memiliki kandungan DD atau Dd sementara Rhesus negatif memiliki kandungan dd.



Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara kepada Tuti Hamsyah

PMI memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook dan TikTok untuk penyebaran informasi. PMI juga bekerja sama dengan sekolah untuk penyelenggaraan PMR (Palang Merah Remaja) dan KSR (Korps Sukarela) untuk tingkatan mahasiswa. Bila ada kerja sama atau permintaan khusus dari sekolah, PMI dapat membantu soal pengecekan golongan darah dan rhesus darah secara langsung.

PMI Kabupaten Tangerang khususnya menggunakan sistem aplikasi SiDoni untuk membantu proses registrasi sebelum memulai donor darah. Calon pendonor akan diminta mengisi identitas dan asesmen di aplikasi untuk menggantikan formulir kertas. Calon pendonor pun dapat melihat jadwal donor serta lokasi donor. Calon donor dapat berdonor langsung ke UDD PMI terdekat atau *Mobile Unit* (Mobil Unit Darah) yang telah terjadwal. Calon pendonor kemudian datang ke petugas

registrasi untuk mengisi formulir dan hasil pengisian SIDONI sebelum diarahkan melakukan MCU (*Medical Check Up*). Pemeriksaan MCU termasuk pemeriksaan tekanan darah, golongan darah ABO, rhesus darah, Hemoglobin, berat badan, dan kesehatan secara umum. Apabila lolos seleksi MCU, barulah dilakukan pengambilan darah.

Rata-rata hasil donor darah per bulan di Kabupaten Tangerang adalah sekitar 4.500 sampai 5.000 kantong yang belum diolah. Jumlah 5.000 kantong belum diolah itu pun dapat bertambah setelah darah diproduksi menjadi komponen tertentu. Sekitar 600 sampai 800 orang adalah rata-rata jumlah yang datang langsung ke UDD PMI sedangkan lainnya dari *Mobile Unit* dan *event* donor darah. Berdasarkan data tersebut, ternyata *mobile unit* dan kegiatan donor darah mendapatkan hasil yang lebih banyak dibanding hasil donor langsung di kantor UDD PMI. *Event* donor darah bisa mencapai 100 kegiatan rutin per bulannya dan biasanya bekerja sama dengan instansi, kampus, perumahan, rumah ibadah, mal, dan lainnya.

Rentang usia pendonor darah yang mendominasi UDD PMI Kabupaten Tangerang adalah usia 25—45 tahun. Pemenuhan darah tiap bulan di PMI Kabupaten Tangerang belum mencapai 100%, namun mendekati 98% sehingga diharapkan bertambah pendonor baru seperti anak muda. Ibu Tuti berharap anak-anak muda diantara usia 17—24 tahun tersebut bisa mendonor lebih banyak. Ibu Tuti berpendapat bahwa kaum muda tersebut membutuhkan sosialisasi dan edukasi lebih karena cenderung hanya mengikuti orang lain saja. Misalnya kalau temannya berhasil donor darah, mereka kemungkinan mau ikut. Selama ini juga PMI belum melakukan survei tentang hambatan individu-individu yang enggan mendonor darah.

Keuntungan mendonor darah bagi pendonor yang pertama adalah rasa membantu sesama yang tidak bisa dinilai. Kedua, pendonor darah bisa mengetahui secara rutin kondisi kesehatannya. Kondisi tubuh itu fluktuatif sehingga dengan berdonor darah, pendonor bisa tahu kondisi kesehatan mereka melalui hasil MCU seperti tekanan darah dan kadar Hemoglobin. Perubahan kondisi darah mengindikasikan perubahan kesehatan seseorang.

Dengan berdonor darah pun seseorang dapat memeriksa golongan darah ABO dan rhesusnya secara gratis. Faktor rhesus tidak berpengaruh pada kondisi tubuh seseorang tetapi berpengaruh bila membutuhkan darah. Pada prinsip pemberian darah, sangat dianjurkan untuk menerima darah hanya dari golongan darah ABO dan rhesus darah yang benar-benar sama. Hal ini harus diperhatikan supaya proses transfusi aman dan meminimalisasi reaksi negatif dari resipien. Maka PMI pun sangat teliti dalam memeriksa identitas darah sebelum didistribusikan.

2) Wawancara kepada Ritter Moses

Wawancara kepada Saudara Ritter Moses selaku ketua KSR PMI Institut Teknologi Sepuluh Nopember periode 2022—2023 dilakukan secara daring melalui Zoom pada 9 September 2023. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan *insight* pada kegiatan sukarela dan donor darah secara umum di mata remaja 17—25 tahun yang termasuk pada generasi Z.

KSR PMI di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) sendiri bekerja sama dengan PMI untuk menjadi sukarelawan dan juga pendonor darah. Mahasiswa di ITS sayangnya kurang terpenggil untuk menjadi sukarelawan dan lebih menyukai bidang manajerial seperti administrasi. Kegiatan sukarelawan biasanya menangani kecelakaan yaitu dengan datang ke lokasi,

melakukan pertolongan pertama, kemudian mengantar korban ke rumah sakit terdekat bila mau. KSR PMI ITS juga dapat membantu menghubungi seseorang yang membutuhkan transfusi darah ke PMI pusat untuk proses donor dan transfusinya, tetapi mereka tidak akan menangani kegiatan donor darah secara langsung, hanya sebagai penghubung.



Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara kepada Ritter Moses

Masalah pada remaja generasi Z, setidaknya dari pengamatan Saudara Ritter di lingkungan kampus ITS adalah pendapat *judgemental* mereka. Generasi Z sebagai pengguna teknologi dan internet sering membagikan komentar dan keluh kesah lewat media sosial. Contohnya muncul pertanyaan seperti mengapa kita berdonor darah gratis, sedangkan kita harus membayar bila membutuhkan kantong darah? Hal seperti itu menjadi salah satu penghambat generasi Z untuk berdonor darah sebelum mencobanya.

Sementara itu, PMI selalu memberikan apresiasi serupa bingkisan atau imbalan lainnya setelah berdonor darah. Bingkisan atau *goodybag* tersebut biasanya berisi vitamin penambah darah dan makanan ringan. PMI juga menyediakan makanan gratis seperti roti, susu, atau bubur kacang hijau untuk dimakan di tempat. Dapat disimpulkan bahwa bahkan pada kegiatan sukarelapun, seorang generasi Z tetap mengharapkan imbalan dan tidak selalu berpartisipasi dengan tujuan utama bersukarela. Maka, Saudara Ritter pun menyarankan edukasi yang lebih menonjolkan manfaat donor darah dari aspek kesehatan maupun sosial.

3.1.1.2 Studi Eksisting

Penulis mempelajari karya atau program serupa yang telah ada sebelumnya sebagai bagian dari studi eksisting. Karya-karya berkaitan dengan donor darah, manfaat dan prosedurnya. Studi terhadap karya-karya ini dilakukan untuk mempelajari kekurangan apa yang bisa diperbaiki lewat karya penulis dan juga kelebihan apa yang bisa dijadikan referensi. Data yang didapatkan dari studi eksisting adalah data sekunder berupa referensi dan inspirasi perancangan media informasi supaya karya bisa lebih sempurna.

1) Instagram UDD PMI Pusat

Unit Donor Darah PMI memiliki pusat di Jakarta Selatan. Penulis memilih Instagram @uddpusatpmi untuk dilakukan studi eksisting. UDD PMI Pusat memiliki informasi mengenai prosedur donor darah yang lengkap mulai dari syarat donor darah, persiapan sebelum donor, tahapan seleksi donor darah, alur donor darah, manfaat donor darah, efek donor darah, penanganan setelah donor darah, dan lainnya. Hal tersebut dapat menjadi acuan informasi apa saja yang perlu penulis rancang



Gambar 3.3 Unggahan UDD PMI Pusat mengenai Persiapan Sebelum Donor Darah

Instagram UDD PMI Pusat memiliki tampilan yang cukup rapi dan memiliki tema tersendiri pada beberapa rangkaian unggahan. Salah satu contoh diatas adalah informasi persiapan

sebelum donor darah. Warna condong ke merah tetapi tidak terlalu *saturated* dan terlihat menakutkan. Warna merah yang digunakan adalah merah yang halus sehingga nyaman dilihat audiens yang takut darah tetapi tetap menampilkan unsur darahnya. Penggunaan visual hanya sebatas dekorasi dengan bentuk organis. Informasi berupa teks menggunakan poin-poin tetapi kalimat terlalu panjang dan penggunaan font serif mempersulit pembacaan. Penggunaan *white space* cukup mendapatkan kesan seimbang.



Gambar 3.4 Unggahan UDD PMI Pusat mengenai Lokasi Donor Darah

Diatas adalah unggahan mengenai lokasi layanan donor darah. Teks informasi di bagian atas tidak terbaca jelas karena pemilihan font yang salah dan terlalu tipis. Selain itu, warna merah terlalu mencolok dan teks kalah kontras. Ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi *flat* dan sederhana. Ilustrasi berfungsi sebagai penjelas informasi akan teks dibawahnya. Sayangnya, ketiga ilustrasi memiliki gaya yang berbeda, yang pertama memiliki efek 3D, kedua *flat* 2D, dan ketiga *flat* 2D dengan *outline*. Meskipun begitu, informasi dalam unggahan ini bermanfaat sebagai rujukan konten karya penulis.



Gambar 3.5 Unggahan UDD PMI Pusat mengenai Alur Donor Darah

Diatas adalah unggahan mengenai alur donor darah. Gaya visual terlihat berbeda dari kedua unggahan sebelumnya. Visual dekorasi menggunakan bentuk yang geometris. Ilustrasi figur manusia merupakan ilustrasi *flat* dan sekadar pelengkap. Font serif yang digunakan terlihat tipis sehingga *legibility* rendah. Sebagai referensi, penulis dapat memanfaatkan ilustrasi untuk mewakili informasi dan tidak hanya sekadar dekorasi, juga pemilihan font dengan *legibility* tinggi.

Tabel 1 SWOT Instagram UDD PMI Pusat

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Informasi lengkap • Kredibel (karena sebagai UDD PMI Pusat yang menjadi acuan UDD PMI seluruh Indonesia) • Visual cukup sesuai dengan preferensi anak muda: flat dan sederhana 	<ul style="list-style-type: none"> • Gaya visual tidak konsisten • Teks terlalu tipis dan menggunakan serif sulit dibaca
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Ilustrasi memperjelas informasi dan menarik perhatian • Gaya visual yang bisa direpetisi dan konsisten 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjadi contoh yang kurang maksimal untuk UDD PMI lain (karena sebagai UDD PMI Pusat yang menjadi standar UDD PMI daerah)

2) Website UDD PMI DKI Jakarta

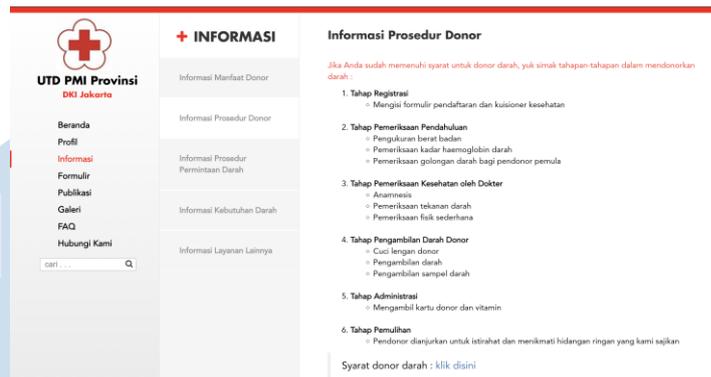
UDD PMI DKI Jakarta memiliki website serbaguna. Selain menyampaikan informasi, website pun menyediakan permintaan mobile unit dan pendaftaran pendonor rhesus negatif. Website ini juga memiliki forum komunikasi untuk tanya jawab kepada admin UDD PMI DKI Jakarta.



Gambar 3.6 Beranda Website UDD PMI DKI Jakarta
Sumber: <https://utdpmidkijakarta.or.id/>

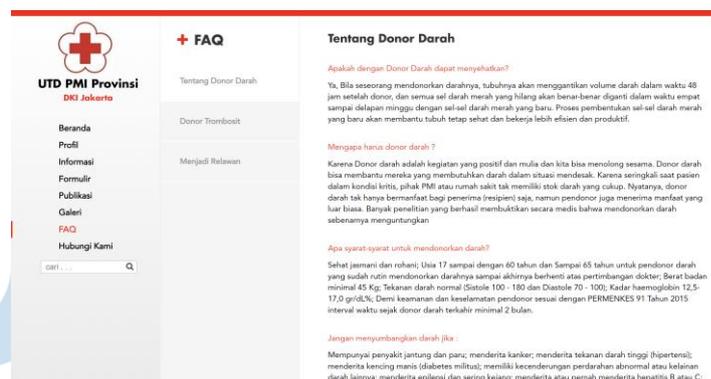
Berikut adalah tampilan beranda UDD PMI DKI Jakarta yang pertama terlihat ketika mengunjungi website. Informasi dasar mengenai jadwal dan lokasi layanan donor darah berada di halaman depan dan mudah ditemukan. Opsi halaman lainnya dapat dilihat di bagian kiri. Halaman beranda menggunakan *modular grid* yang cukup rapi tetapi konten tidak *full page* pada layar komputer (bagian jadwal donor di mobil unit, stok darah, dan pendonor). Foto di halaman depan tidak ter-update karena masih membahas tentang COVID-19.

Website secara keseluruhan menggunakan warna merah yang sedikit mencolok dan *vibrant*, warna putih pada *background*, dan hitam pada teks. Font yang digunakan adalah sans serif dengan *readability* dan *legibility* tinggi. Teks menggunakan variasi ketebalan font untuk penekanan informasi. *Leading* antar teks pun lebar sehingga audiens tidak lelah membaca teks didukung dengan *white space* yang banyak.



Gambar 3.7 Halaman Informasi Website UDD PMI DKI Jakarta

Pada halaman 'Informasi', terdapat banyak informasi mengenai manfaat donor darah, prosedur donor darah, prosedur permintaan darah, dan informasi kebutuhan darah. Informasi lainnya banyak ditemukan di halaman 'FAQ' atau Frequently Asked Questions. Manfaat donor darah yang disebutkan adalah 22 manfaat dan berhubungan dengan kesehatan sehingga dapat meyakinkan orang-orang untuk berdonor darah demi kesehatan diri sendiri. Informasi prosedur donor darah dijelaskan secara singkat, *to the point*, dan bertahap sehingga nyaman dibaca.



Gambar 3.8 Halaman FAQ Website UDD PMI DKI Jakarta

Audiens diarahkan kepada halaman FAQ ketika mengklik tombol syarat donor darah di halaman Informasi Prosedur Donor Darah. Guna membedakan *Question* dan *Answer*, teks diberi warna berbeda yaitu merah untuk pertanyaan dan hitam untuk jawaban. Jawaban ditulis secara deskriptif dan kalimat yang

panjang. Sayangnya pada syarat donor darah dan kriteria penundaan donor darah pun tidak ditulis secara poin-poin sehingga sulit dibaca tanpa merasa lelah. Karena informasi syarat donor darah cukup banyak, penyampaian secara singkat dan poin-poin vertikal lebih komunikatif daripada ditulis bersambung seperti kalimat biasa.

Tabel 2 SWOT Website UDD PMI DKI Jakarta

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Informasi lengkap • Pemilihan font yang mudah dibaca • Banyak <i>white space</i> • <i>Layout</i> rapi dan menggunakan prinsip hierarki dan <i>emphasis</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada visual yang berperan sebagai dekorasi maupun • Beberapa informasi ditulis secara deskriptif dan mudah lelah ketika dibaca
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Penambahan ilustrasi atau visual yang memperjelas informasi dan menarik perhatian • Informasi ditulis secara poin-poin 	<ul style="list-style-type: none"> • Audiens malas membaca teks panjang dan deskriptif

3.1.1.3 Observasi

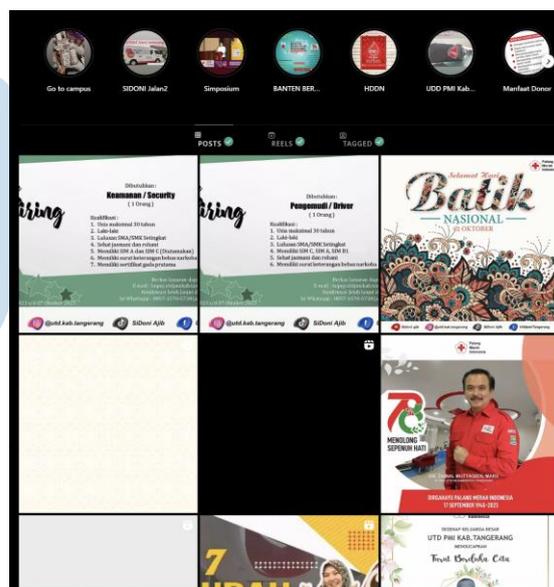
Penulis melakukan pengamatan terhadap media yang telah digunakan UDD PMI Kabupaten Tangerang. UDD PMI Kabupaten Tangerang menggunakan media sosial untuk penyebaran informasi umum dan aplikasi SiDoni untuk informasi kegiatan donor darah. UDD PMI Kabupaten Tangerang menggunakan media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook, Twitter, dan YouTube. Konten yang diunggah sama, hanya saja di platform yang berbeda-beda.



Gambar 3.9 Logo SiDoni

Sumber: <https://play-lh.googleusercontent.com/7E-5z6UNh98bWOfiO72PWnmdqBossnshRB6hMmH0rcF4RrU7p1hCmuVdWh4kXBDJg>

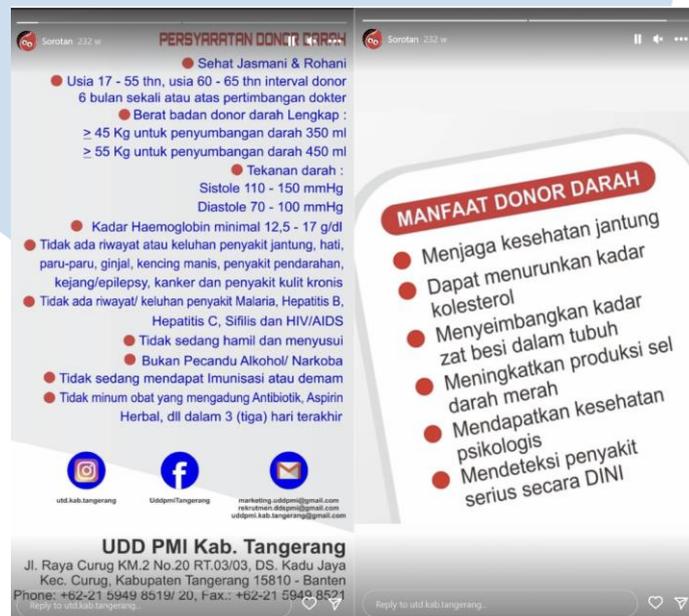
UDD PMI Kabupaten Tangerang memiliki keunikan yaitu SiDoni, nama dari aplikasi donor darah sekaligus maskot mereka. SiDoni adalah singkatan dari Sistem Informasi Donor Darah. Slogan SiDoni pun berbunyi “Yang Muda Yang Donor” berarti menjunjung pendonor muda. Maskot SiDoni belum banyak digunakan di media informasi UDD PMI Kabupaten Tangerang walaupun memiliki potensi sebagai poin unik dan pembeda dari PMI lainnya.



Gambar 3.10 Tampilan Feeds Instagram UDD PMI Kabupaten Tangerang

Sumber: <https://www.instagram.com/utd.kab.tangerang/>

Media sosial yang penulis akan amati adalah Instagram. Instagram memiliki fitur feeds, *story*, *reels*, *highlight* dan video. Feeds adalah yang pertama kali terlihat audiens dan UDD PMI Kabupaten Tangerang memiliki feeds yang tidak konsisten dan tidak jelas. Terdapat banyak kotak hitam atau putih yang ternyata merupakan video yang tidak memiliki *thumbnail*. Unggahan gambar pun tidak dibuat sesuai ratio Instagram 1:1 sehingga konten terpotong. Audiens tidak dapat memperkirakan konten apa yang ada bila melihat *thumbnail* yang tidak jelas. Konten media sosial pun didominasi oleh peringatan hari raya dan dokumentasi kegiatan PMI.



Gambar 3.11 Informasi Syarat dan Manfaat Donor Darah oleh UDD PMI Kabupaten Tangerang

Edukasi mengenai prosedur donor darah belum dilakukan secara maksimal. Gambar diatas merupakan satu-satunya informasi mengenai syarat dan manfaat donor darah yang dapat ditemukan di *highlight story*. Informasi tidak disusun secara menarik dan beberapa syarat donor darah tidak mengikuti Peraturan Menteri Kesehatan No. 91 Tahun 2015.

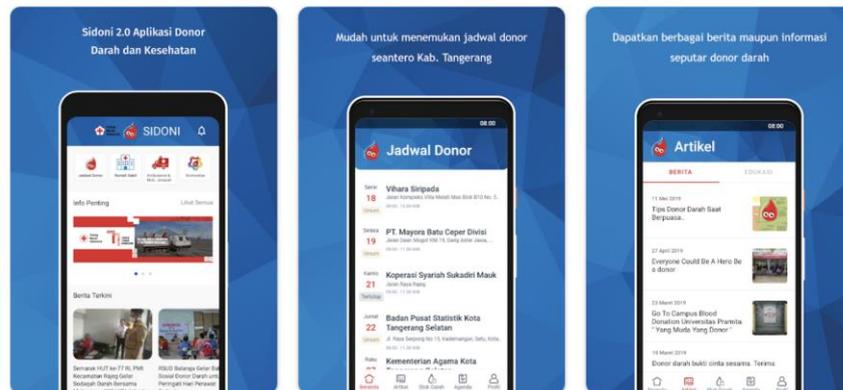


Gambar 3.12 YouTube Video Sidoni ajib

Sumber: <https://youtu.be/VM7BfQf0OBI?si=8oYLNqntOy-MI-m9>

Edukasi sebagian besar dilakukan lewat video singkat YouTube maupun video TikTok. Penulis mengamati bahwa video singkat seperti tips sebelum donor darah dan video lainnya adalah seorang staf UDD PMI Kabupaten Tangerang berbicara secara langsung tetapi tidak dibantu *subtittle* atau tulisan untuk membantu kejelasan informasi sehingga audiens harus mendengar dengan seksama. Akun YouTube pun tidak menggunakan nama UDD PMI Kabupaten Tangerang (Sidoni ajib) sehingga sulit dicari padahal video di YouTube adalah yang paling edukatif dibanding media sosial lainnya. Media informasi tersebut juga kurang terjangkau melihat perbandingan besar pada jumlah interaksi (*like*, *comment*, dan *view*) terhadap jumlah pengikut media sosial. Misalnya pada Instagram, rata-rata *likes* per unggahan adalah 30 sedangkan jumlah pengikut adalah 2,9 ribu.

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 3.13 Tampilan Aplikasi SiDoni

Sumber: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pmi.tangerang&hl=id>

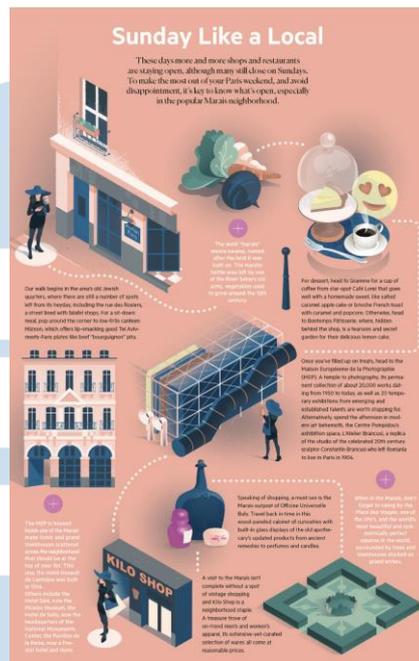
Aplikasi SiDoni merupakan aplikasi yang digunakan untuk registrasi donor darah, melihat jadwal layanan donor darah, melihat stok darah, dan melihat berita terbaru tentang PMI Kabupaten Tangerang. Aplikasi ini bertujuan untuk mempermudah pengisian asesmen donor darah secara digital. Sayangnya yang mengetahui aplikasi ini hanya yang pernah mendonor darah di UDD PMI Kabupaten Tangerang sebelumnya sehingga tidak terjangkau ke pendonor baru. Pendonor baru cenderung merasa tidak memiliki kepentingan untuk mengunduh aplikasi. Sementara itu, informasi jadwal dan lokasi donor darah sepenuhnya hanya berada di aplikasi maka pendonor pemula perlu diberi tahu.

3.1.1.4 Studi Referensi

Penulis mempelajari karya yang dianggap dapat memberikan masukan kepada penulis dan perancangan ini sebagai bagian dari studi referensi. Studi referensi dilakukan guna mendapatkan data sekunder berupa inspirasi visual perancangan media informasi ini.

1) Infografik Sunday Like a Local

Penulis melakukan studi pada infografik ilustrasi berjudul 'Sunday Like A Local' oleh Björn Öberg. Infografik ini dipublikasi di majalah *traveling* Skandinavia. Infografik menggambarkan hal apa saja yang dapat dilakukan dan dikunjungi di area Marais, Paris.



Gambar 3.14 Infografik Sunday Like a Local
 Sumber: https://www.behance.net/gallery/96087847/Sunday-like-a-local?tracking_source=search_projects|tourism+infographic

Infografik “Sunday Like a Local” termasuk jenis infografik flowchart yang fokus pada *sequence*, proses, atau alur sesuatu. Infografik ini memberikan informasi tentang apa yang dapat dilakukan seorang turis pada hari Minggu di Paris pada bagian Marais. Infografik berfungsi sebagai rekomendasi rencana liburan seseorang dalam satu hari dan lengkap dari destinasi wisata hingga tempat makan. Öberg juga menjelaskan sejarah singkat mengenai Marais dan tempat terkenal disana dengan warna teks putih dan simbol + seperti sekadar informasi tambahan atau *fun fact*.

Infografik ini didominasi ilustrasi dengan gaya 3D *isometric* dan *flat*. Ilustrasi tersebut merupakan gambaran sederhana mengenai destinasi wisata yang disebutkan dan sebagai pengganti foto. Ilustrasi 3D *isometric* merupakan teknik yang cocok untuk penggambaran environment seperti bangunan. Ilustrasi memiliki repetisi warna yaitu hijau, biru, dan toska. *Bakcground* nila-jingga merupakan warna komplementer dengan hijau sehingga membuat ilustrasi

sangat menonjol dan tidak mengganggu fokus audiens. Teks cukup padat dan *kerning* (jarak antar huruf) pun sedikit dekat sehingga audiens mudah lelah membaca teks. Font yang digunakan adalah sans serif dan sesuai dengan gaya *clean* dan flat pada keseluruhan infografik. Alur *flowchart* ditandai dengan garis titik-titik yang secara tidak langsung mengarahkan mata audiens pada hierarki informasi dari awal sampai akhir karena informasi bersifat berjalan.

2) Siu Mai Recipe Cards

Penulis melakukan studi pada infografik proses pembuatan Siu Mai oleh Jing Zhang. Infografik ini dipublikasikan di Behance.



Gambar 3.15 Siu Mai Recipe Cards

Sumber: https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/2800_opt_1/bebeb927844961.5636bf2518d47.jpg

Zhang menggambarkan cara membuat Siu Mai secara ilustratif dan teks yang singkat. Prosedur ini digambarkan seperti pabrik dan *conveyor belt* yang menyambungkan setiap tahap memasak. Prosedur mulai dari awal hingga akhirnya menjadi Siu Mai yang

biasanya disajikan dalam tempat bambu dimsum khas Tionghoa. Ilustrasi adalah flat 3D yang mendapatkan hasil *clean* dan bentuk yang mudah diidentifikasi audiens. Ilustrasi menggambarkan bahan dan alat, serta kegiatan memasak (seperti mengaduk dan mencincang bahan). Hierarki tidak mengikuti aturan atas bawah ataupun zigzag tetapi penomoran tiap tahap membantu audiens memahami urutan langkah pembuatan. Teks tidak menggunakan *layouting grid* khusus karena mengikuti bentuk luar ilustrasi utama tetapi tetap mendapatkan kesan seimbang. *Background* hijau gelap membuat kontras terhadap ilustrasi utama karena warna komplementer dengan kuning dan jingga.

3) Jalan Sehat dan Kampanye Informasi Obat Antibiotik

Penulis melakukan studi pada salah satu unggahan Instagram Indonesian Drug Campaign (IDC). Tampilan visual feeds Instagram IDC terorganisasi cukup baik. Contoh dibawah adalah tampilan *feed post* Instagram ketika IDC menggelar kampanye informasi obat antibiotik dan jalan sehat.

Teknik visual poster diatas adalah teknik *vector* dan menghasilkan tampilan visual yang *flat*. IDC memilih ilustrasi untuk visualisasi bakteri karena foto hasil mikroskop mungkin dapat menyebabkan beberapa pembaca tidak nyaman dan juga lebih sesuai untuk kepentingan laporan ilmiah dibanding dekorasi untuk poster.

Warna hanya mengandung putih dan variasi biru yang berpengaruh pada prinsip repetisi sehingga tidak mengganggu fokus pembaca sekaligus membangun nilai keindahan. Pemilihan tipografi sans serif dengan *legibility* tinggi membantu penyampaian pesan lebih komunikatif.



Gambar 3.16 Poster Instagram Kampanye Informasi Obat Antibiotik oleh Indonesian Drug Campaign
 Sumber: <https://www.instagram.com/p/CIDgIMDPc3i/> (2022)

Teks diberi perbedaan dengan ukuran dan ketebalan untuk memperjelas penekanan (*emphasis*) urgensi pesan. Ukuran tulisan yang lebih besar menunjukkan pesan tersebut lebih penting. *Layouting* cukup baik walaupun informasi yang disampaikan cukup banyak tetapi *grid* belum terlihat jelas. Keseluruhan tampilan juga mengikuti prinsip desain keseimbangan antara teks dan ilustrasi.

3.1.1.5 Kesimpulan Metode Kualitatif

Data penelitian kualitatif dari wawancara, studi eksisting, dan studi referensi menghasilkan kesimpulan bahwa sebelum memulai donor darah terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan khususnya untuk pendonor pemula. Prosedur tersebut penting diketahui calon pendonor demi mendapatkan pengalaman donor darah yang lancar. Prosedur ini juga dapat mencegah calon pendonor tertolak ketika menjalani seleksi donor darah. Edukasi mengenai prosedur donor darah yang telah ada oleh UDD PMI Kabupaten Tangerang tidak tampil menarik dan tidak sesuai gaya anak muda. Akibatnya, Kabupaten Tangerang kekurangan pendonor anak muda rentang usia 17—24 tahun dan bertentangan slogan UDD PMI Kabupaten Tangerang adalah ‘Yang Muda Yang Donor’. Maka

dari itu, penanggulangannya adalah menyediakan media informasi yang edukatif dan sesuai preferensi anak muda.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Pada penelitian kuantitatif, peneliti menggunakan pertanyaan kuantitatif dan hipotesis kuantitatif, terkadang *objectives* yang membentuk tujuan penelitian itu sendiri (Creswell, 2014). Pertanyaan kuantitatif adalah hubungan antar variabel yang peneliti ingin tahu. Hipotesis kuantitatif adalah prediksi yang dibuat peneliti tentang ekspektasi jawaban berdasarkan hubungan variabel-variabel tersebut. *Objectives* adalah tujuan atau objektif dari penelitian tersebut. Penelitian kuantitatif menggunakan pemikiran populasi yang luas untuk penyimpulan data yang bersifat numerik dan bisa dihitung. Data kuantitatif seperti statistik dan angka lebih dipercaya karena sumber jawabannya lebih banyak. Contoh teknik pengumpulan data kuantitatif adalah survei dan eksperimen. Pada perancangan ini, penulis menggunakan teknik survei *online* untuk mendapatkan data primer.

3.1.2.1 Survei *online*

Teknik pengumpulan data kuantitatif yang dilakukan adalah survei *online* atau kuesioner. Penentuan jumlah sampel dihitung dengan Rumus Slovin dan menggunakan metode *random sampling*. Survei memanfaatkan fitur Google Form yang dapat disebar secara *online* kepada target audiens dewasa muda khususnya 17—25 tahun yang berdomisili di Tangerang. Survei bertujuan mengumpulkan data tentang pengetahuan masyarakat mengenai rhesus negatif dan kepekaan terhadap aktivitas donor darah.

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

Keterangan

n: Jumlah sampel

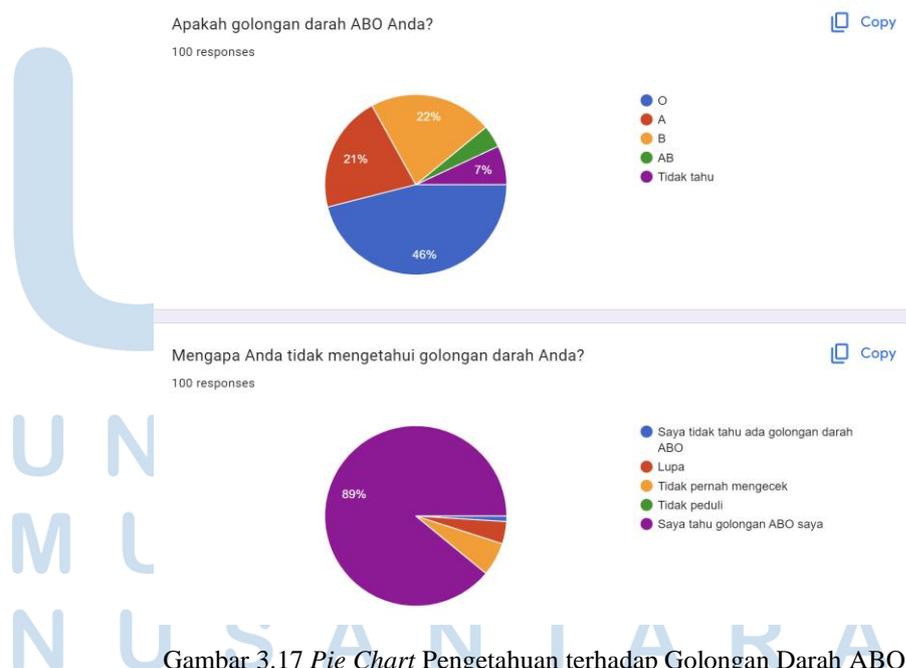
N: Jumlah populasi

e: Derajat ketelitian

$$n = \frac{519,590}{1 + 519,590 (0,1)^2} = 99,9805 \approx 100$$

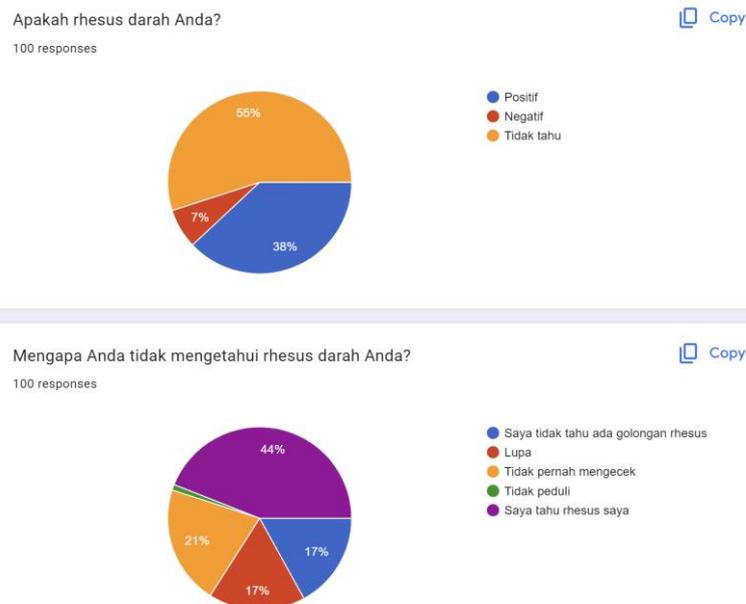
Badan Pusat Statistik mencatat jumlah penduduk Kabupateng Tangerang di rentang usia 15-24 tahun tahun 2022 adalah 519,590 jiwa. Jumlah populasi tersebut dihitung dengan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yang disebarkan. Hasil menunjukkan kuesioner perlu disebarkan ke 100 sampel.

Kuesioner Google Form disebarkan secara daring dan mendapatkan 100 responden yang diantaranya adalah wanita sebanyak 57 responden dan pria sebanyak 43 responden. Usia didominasi di rentang usia 17—25 tahun sebanyak 93% yang menjadi target kuesioner dan juga merupakan pelajar. Sejumlah 72% responden berdomisili di Tangerang dan 28% di luar Tangerang. Pembagian SES lumayan merata tetapi didominasi SES E (25%) karena sebagian besar pelajar belum mendapatkan pemasukan sendiri dan memilih berdasarkan jumlah uang saku.



Gambar 3.17 Pie Chart Pengetahuan terhadap Golongan Darah ABO

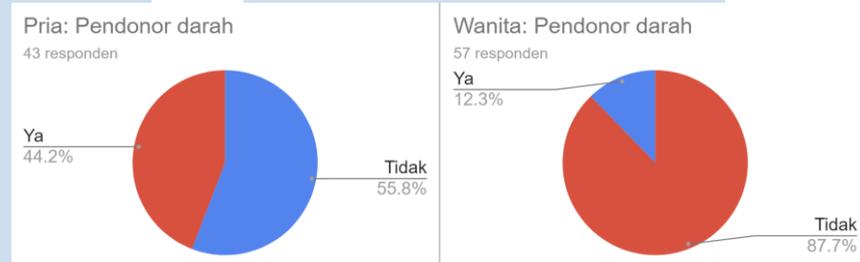
Pada bagian kedua, penulis memberikan pertanyaan seputar pengetahuan mereka akan golongan darah ABO dan rhesus darah pribadi. Sesuai dengan data-data pada umumnya, golongan O adalah golongan terbanyak dengan angka 46% disusul golongan B dengan 22%, golongan A dengan 21%, dan golongan AB sebagai golongan paling sedikit di 4%. Sayangnya 7 responden tidak mengetahui golongan ABO mereka dengan sebab lupa, tidak pernah mengecek atau bahkan tidak tahu ada golongan ABO. Hal ini cukup mengkhawatirkan walaupun hanya sebagian kecil responden karena golongan ABO adalah golongan yang paling umum dikenal dan pengetahuan yang lebih mendasar daripada golongan rhesus.



Gambar 3.18 *Pie Chart* Pengetahuan terhadap Golongan Rhesus Darah

Mayoritas responden memiliki rhesus positif dan 7 responden merupakan rhesus negatif. Hal ini sejalan dengan penelitian dan data yang penulis temukan di bab sebelumnya. Penulis penasaran apabila sekolah mengajarkan muridnya mengenai sistem rhesus dan ternyata 65% mengaku pernah mempelajari golongan rhesus di sekolah tetapi sejumlah 55 responden (55%) masih tidak mengetahui rhesus mereka. Sebanyak 21 responden tidak pernah

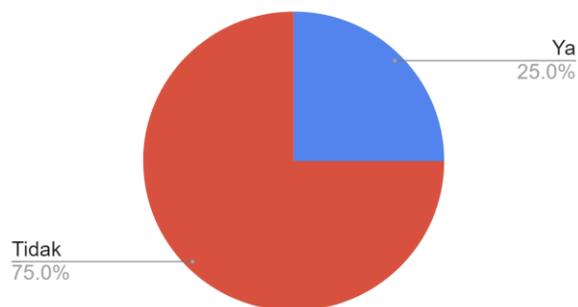
mengecek rhesus mereka, sebanyak 17 responden pernah mengecek namun lupa, serta yang disayangkan adalah 17 responden bahkan tidak mengetahui adanya golongan rhesus dan 1 responden menjawab tidak peduli. Maka, edukasi mengenai donor darah yang bisa mengecek rhesus perlu ditekankan lagi.



Gambar 3.19 Perbandingan Pendonor Darah Pria dan Wanita

Pada bagian ketiga, penulis membagi kuesioner menjadi dua kategori berdasarkan pilihan pendonor darah atau bukan pendonor darah. Dua kategori ini diterapkan guna mendapatkan data terpisah antara pendonor dan bukan pendonor. Survei menunjukkan 74 responden bukan pendonor darah dan 26 adalah pendonor. Penulis juga menemukan bahwa pendonor darah didominasi pria. Para wanita kebanyakan menjawab takut jarum atau darah sebagai penghambat berdonor.

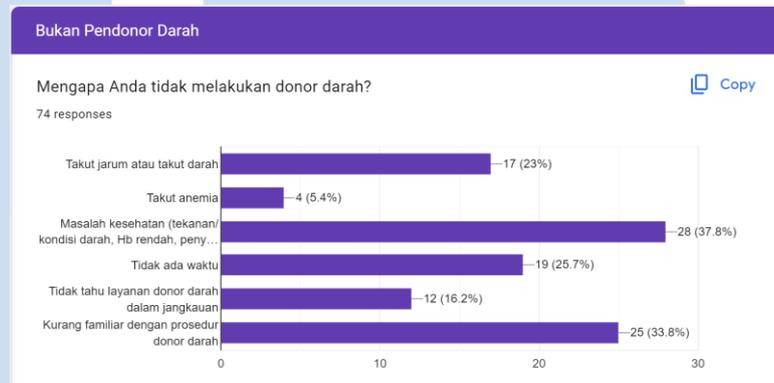
Domisili Tangerang: Apakah Anda pernah mendonor darah?



Gambar 3.20 Pie Chart Perbandingan Pendonor Darah di Kabupaten Tangerang

Penulis menggali kembali responden yang berdomisili di Tangerang yang juga merupakan target perancangan ini. Dari 72 responden domisili Tangerang, hanya 25% atau 18 responden

merupakan pendonor darah sedangkan 75% atau 54 responden tidak pernah mendonor darah. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan PMI Kabupaten Tangerang di wawancara dengan Ibu Tuti Hamsyah bahwa mereka kekurangan pendonor muda rentang usia 17—24 tahun.



Gambar 3.21 Bar Chart Alasan Tidak Mendonor Darah

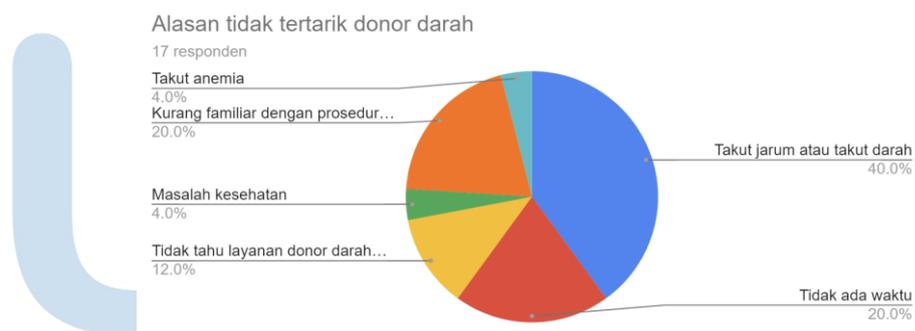
Penulis menyiapkan jawaban hipotesis yang kemungkinan dapat mewakili jawaban mereka. Sejumlah 74 responden bukan merupakan pendonor darah dan memiliki beragam sebab. Sebanyak 37,8% responden memiliki masalah kesehatan yang tidak memungkinkan mereka untuk berdonor darah seperti kondisi darah dan penyakit berat atau menular. Mayoritas 37,8% menyatakan kurang familiar dengan prosedur donor darah dan 16,2% lokasi layanan donor darah dalam jangkauan yang lebih berhubungan dengan teknis kegiatan donor darah. Tidak sedikit yang menyatakan tidak ada waktu untuk berdonor darah. Kemungkinan para responden tersebut berasumsi bahwa donor darah memakan waktu panjang ataupun UDD PMI yang jauh dari tempat tinggal. Masalah kesehatan seperti kondisi darah kurang baik akibat faktor genetik dan penyakit menular dapat dimaklumi. Fobia umum seperti takut darah dan takut jarum juga menjadi penghambat seseorang terutama para wanita di kuesioner ini. Sebagian kecil saja menyatakan mereka takut kekurangan darah atau anemia setelah pengambilan darah, mungkin

pula berasumsi donor darah mengambil darah yang sangat banyak atau memiliki riwayat anemia.



Gambar 3.22 Pie Chart Ketertarikan Bukan Pendonor Darah Menjadi Pendonor Darah

Ketika penulis bertanya apakah para bukan pendonor ini tertarik untuk mendonorkan darah, jawabannya cukup memuaskan. Sebanyak 39 responden (52,7%) tertarik untuk melakukan donor darah sedangkan 17 responden (23%) tidak tertarik berdonor darah dan 18 responden (24,3%) lainnya tidak memungkinkan karena kondisi kesehatannya. Jawaban positif dari setengah jumlah responden bukan pendonor darah memunculkan harapan bagi peningkatan pendonor darah baru.



Gambar 3.23 Pie Chart Alasan Tidak Tertarik Menjadi Pendonor Darah

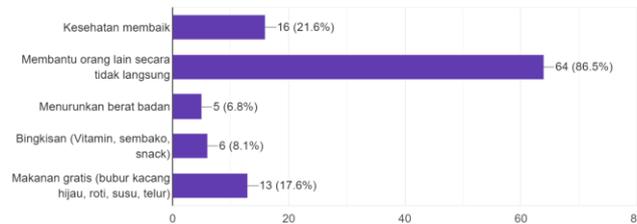
Penulis menelusuri kembali 17 responden yang tidak tertarik berdonor darah mayoritas memiliki sebab takut jarum atau takut darah. Alasan tersebut dapat penulis jadikan acuan untuk merancang visual dan pesan yang terkesan *friendly* dan tidak memaksa. Sebab

lainnya adalah tidak ada waktu dan kurang familiar dengan prosedur donor darah.

Apakah yang Anda harapkan jika berdonor darah?

74 responses

Copy



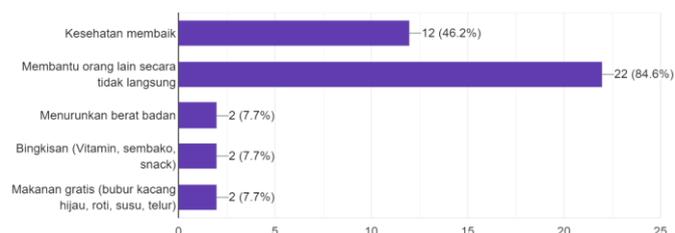
Gambar 3.24 Bar Chart Harapan Bukan Pendonor Darah Bila Mendonor Darah

Penulis melakukan survei terhadap apa yang diharapkan responden bukan pendonor darah bila berdonor darah. Sebesar 86,9% responden berharap untuk membantu orang lain secara tidak langsung dari darah yang mereka berikan. Sebanyak 18 responden tersebut juga mengharapkan imbalan seperti makanan gratis dan bingkisan. Responden bukan pendonor darah sebagai seorang awam kemungkinan lebih dapat dibujuk dengan imbalan makanan atau bingkisan gratis dibanding iming-iming manfaat kesehatan. Hasil ini menunjukkan hasil yang sedikit berbeda dengan pendonor darah.

Apakah yang Anda harapkan setelah berdonor darah?

26 responses

Copy



Gambar 3.25 Bar Chart Harapan Pendonor Darah Setelah Mendonor Darah

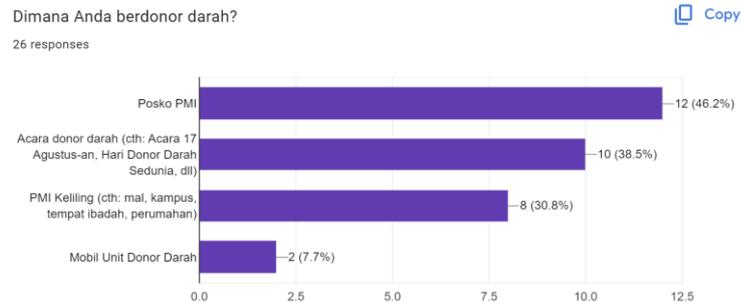
Pada kategori pendonor darah yang diisi 26 responden menunjukkan jawaban yang cukup berbeda pada harapan setelah berdonor darah. Selain berharap dapat membantu orang lain secara tidak langsung (84,6%), mayoritas ingin memperbaiki kesehatan mereka (46,2%). Rata-rata pendonor darah sudah mengetahui

manfaat donor untuk kesehatan mereka dan menjadi prioritas mereka dibandingkan mendapat imbalan bingkisan atau makanan gratis. Maka dari itu perlu edukasi manfaat donor darah bagi calon pendonor baru.



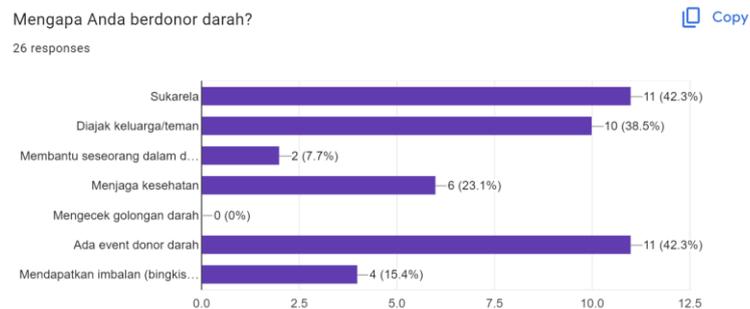
Gambar 3.26 Skala Frekuensi Mendonor Darah

Penulis menggunakan skala Likert untuk mengetahui frekuensi para pendonor darah mendonor. Skala 4 adalah rutin mendonor dan skala 1 adalah jarang mendonor. Dua responden menjawab rutin, 4 responden menjawab cukup sering, 9 responden menjawab kadang-kadang, dan 11 responden menjawab jarang. Waktu interval antar donor darah adalah minimal 3 bulan. Seseorang yang rajin mendonor setiap 3 bulan sekali dapat dikatakan sebagai pendonor rutin. Responden yang menjawab 1 dan 2 (jarang dan kadang-kadang) kebanyakan juga menyatakan bahwa mereka berdonor ketika ada event donor darah. Sementara itu, responden yang menjawab 3 dan 4 (cukup sering dan rutin) mayoritas berdonor darah untuk menjaga kesehatan.



Gambar 3.27 Bar Chart Lokasi Mendonor Darah

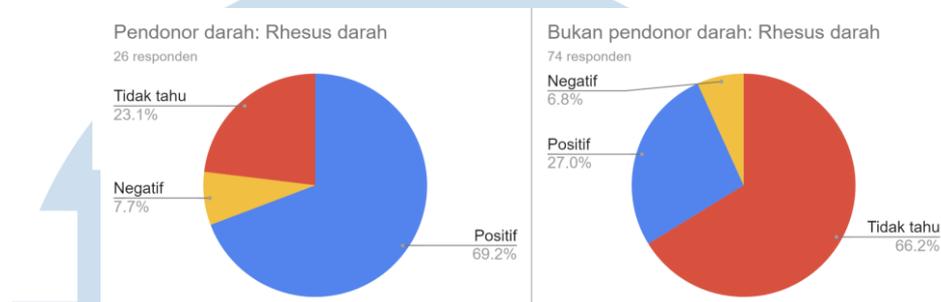
PMI menggelar donor darah tidak hanya di kantor UDD PMI tetapi juga sering bekerja sama dengan berbagai instansi, kampus, perumahan, mal, dan tempat lainnya yang memungkinkan diadakannya donor darah. Hal tersebut terbukti efektif dilihat dari jumlah jawaban lokasi para responden pendonor darah yang didominasi di lokasi luar UDD PMI. Acara donor darah dan kerja sama seperti *PMI Goes To Campus* juga mengundang pendonor lebih banyak daripada datang langsung ke UDD PMI.



Gambar 3.28 Bar Chart Motivasi Mendonor Darah

Motivasi para pendonor darah berpartisipasi di kegiatan sukarela ini juga beragam. Di peringkat pertama dengan 42,3% adalah sebagai aksi sukarela dan digelarnya *event* donor darah juga ternyata mendorong seseorang berdonor darah. Sebanyak 38,5% responden berdonor karena diajak keluarga atau teman, membuktikan bahwa beberapa orang dapat terpengaruh dengan *word of mouth* atau testimoni. Belum ada yang berdonor darah untuk

sekadar mengecek golongan darah tetapi tidak menutup potensi motivasi tersebut ditanamkan lewat media informasi ini.



Gambar 3.29 Perbandingan Pendonor dan Bukan Pendonor terhadap Pengetahuan Rhesus

Pengecekan golongan darah ABO dan rhesus sebagai salah satu motivasi donor darah memungkinkan dilihat dari hasil perbandingan pendonor dan bukan pendonor diatas. Mayoritas yang pernah mendonor darah mengetahui rhesus darah mereka sementara itu mayoritas bukan pendonor darah tidak mengetahui rhesus mereka. Hal tersebut membuktikan bahwa benar adanya seseorang yang pernah mendonor darah lebih mengetahui tentang golongan dan rhesus darah dirinya. Seorang pendonor mengetahui golongan ABO dan rhesus karena setiap mendonor PMI selalu mengecek kedua hal tersebut walaupun sudah terdata di sistem sebelum calon pendonor dipersilakan mendonor. Pengecekan ini diperlukan untuk label kantong darah dan konfirmasi bila mungkin terjadi kekeliruan pembacaan pada pemeriksaan sebelum-sebelumnya.



Gambar 3.30 Bar Chart Preferensi Media Cetak

Pada bagian keempat, penulis melakukan survei mengenai preferensi media responden. Media cetak yang paling digunakan atau dilihat adalah poster dinding. Responden juga menjawab banner, *billboard*, dan brosur sering dijumpai. Merchandise dan stiker mobil cukup digunakan tetapi tidak sering karena medianya cukup spesifik dan tidak tersebar sebanyak banner atau poster. Media cetak massa seperti koran dan majalah jarang digunakan karena media massa pun banyak yang beralih ke digital.



Gambar 3.31 Bar Chart Preferensi Media Sosial

Di zaman teknologi ini, media sosial marak digunakan sebagai media komunikasi yang lebih cepat dan menjangkau luas. Anak muda adalah pengguna terbanyak media sosial dan sebagian besar dari mereka memilih Instagram sebagai media yang paling sering digunakan untuk mendapatkan informasi. Platform yang berbasis video seperti TikTok dan YouTube juga populer. Ketiga media sosial ini sangat mengandalkan visual dalam penyampaian pesannya dibandingkan media sosial lainnya seperti Twitter, WhatsApp, LINE, dan Facebook.



Gambar 3.32 Bar Chart Preferensi Media Digital

Media digital yang sering digunakan adalah *website*. *Website* dapat diakses dari *handphone* maupun komputer dan menjadi hal pertama yang dicari ketika menggunakan *search engine*. Media massa pun memiliki *website*-nya sendiri untuk akses berita atau artikel informatif. Aplikasi berada di peringkat kedua pada intensitas penggunaan untuk mendapatkan informasi. Penggunaan iklan TV dan videotron jarang digunakan responden.

3.1.2.2 Kesimpulan Metode Kuantitatif

Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner, dapat disimpulkan bahwa remaja 17—25 tahun di Kabupaten Tangerang sebagian besar belum pernah mendonor darah. Persentase responden yang bukan pendonor darah pun besar yaitu 74% dengan mayoritas alasannya adalah tidak mengetahui prosedur donor darah dan layanan donor darah terdekat. Jumlah responden tertarik berdonor darah yang lebih dari setengah total responden bukan pendonor darah cukup menambah harapan.

Para responden bukan pendonor darah mengharapkan imbalan seperti bingkisan dan makanan gratis apabila suatu saat berdonor darah. Berbeda dengan jawaban bukan pendonor darah yang menginginkan imbalan, para pendonor darah mengutamakan perbaikan kesehatan sebagai harapan setelah mendonor darah. Pendonor darah cenderung lebih mengerti tentang prosedur donor darah dan manfaat donor darah. Hal ini menunjukkan bahwa

seseorang yang telah mengerti manfaat donor darah dapat mengubah motivasi donor darah mereka dari mendapatkan imbalan menjadi memperbaiki kesehatan diri.

Kuesioner ini juga menunjukkan bahwa jumlah donor darah melalui *event* donor darah dan hasil kolaborasi dengan berbagai instansi lebih banyak dibandingkan donor darah langsung di kantor UDD PMI. Kegiatan donor darah di berbagai tempat di Kabupaten Tangerang dapat meningkatkan pemenuhan target bulanan PMI. Kegiatan donor darah yang menjangkau pelosok juga akan membantu donor darah serta sosialisasi yang lebih merata.

Media cetak yang sering digunakan adalah poster dinding, *banner*, *billboard*, dan brosur. Media sosial yang sering digunakan adalah Instagram, TikTok, dan YouTube. Media digital yang sering digunakan adalah *website* dan aplikasi. Preferensi media tersebut menjadi rujukan penulis ketika merancang media informasi ini.

3.2 Metodologi Perancangan

Metode perancangan untuk menyampaikan informasi secara visual dirujuk dari metode desain oleh Robin Landa (2019). Metode perancangan dalam buku berjudul *Graphic Design Solutions* terdiri dari lima tahap dan dapat digunakan untuk merancang media informasi. Lima tahap tersebut adalah *research*, *analysis*, *concepts*, *design*, dan *implementation*.

1) *Research*

Tahap pertama adalah mengumpulkan informasi mengenai klien dan di bidang apa mereka bergerak. Kemudian penulis mengidentifikasi masalah yang ingin diselesaikan beserta tujuan yang ingin dicapai. Lalu penulis melakukan riset pada target sasaran desain atau potensi konsumen. Penulis mendapatkan informasi melalui penelitian kualitatif dan kuantitatif.

2) *Analysis*

Pada tahap ini, penulis menganalisis hasil informasi yang telah didapatkan pada tahap sebelumnya. Penulis memahami masalah dan merencanakan solusi apa yang bisa menyelesaikan masalah. Penulis juga menganalisis target sasaran desain untuk memahami jenis pendekatan yang sesuai.

3) *Concepts*

Melalui hasil analisis sebelumnya, penulis melakukan *brainstorming* terhadap konsep yang sesuai untuk topik tersebut. Penulis mencatat apa saja yang dapat terpikir secara spontan mengenai topik, gaya desain, dan pendekatan lainnya yang kemudian disimpulkan dalam sebuah konsep. Penulis pun membuat *mindmap* berisi kata-kata kunci mengenai konten topik dan target desain. Melalui kata-kata kunci tersebut, penulis menyusun *big idea* yang kemudian diterjemahkan dalam sebuah konsep. Penulis menyusun *moodboard* dan *color palette* yang sesuai dengan konsep yang telah diusulkan dan dijadikan referensi merancang karya.

4) *Design*

Pada tahap ini, penulis memulai proses visualisasi. Konsep yang sebelumnya dalam bentuk kalimat, diubah menjadi sketsa. Penulis membuat berbagai alternatif sketsa kasar untuk melihat mana yang paling cocok dan komunikatif. Melalui pemilahan atau penggabungan, penulis membuat sketsa komprehensif sebagai acuan perancangan di *software* desain. Sketsa komprehensif tersebut kemudian difinalisasi menjadi karya final (*final art*) yang siap untuk dipublikasi.

5) *Implementation*

Tahap terakhir adalah pengeksekusian hasil karya. Pada media cetak, penulis memilih jenis medium seperti kertas yang akan digunakan untuk mencetak karya. Pada media digital, penulis dapat memanfaatkan media sosial dan website kemudian mempersiapkan *copywriting* atau strategi publikasi lainnya sebelum diunggah ke publik.