

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Dalam merancang kampanye ini penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif untuk pengambilan data. Untuk metode kualitatif penulis melakukan interview atau wawancara kepada narasumber yang dianggap sebagai ahli di bidangnya dan sesuai dalam topik yang diangkat oleh penulis. Saat melakukan wawancara penulis mendokumentasikannya dengan merekam dalam bentuk video semua proses wawancara dari pengenalan, pembahasan topik sampai dengan penutup.

Metode yang dipakai selanjutnya adalah gabungan atau yang biasa disebut *hybrid*. Menggunakan metode gabungan karena penulis membutuhkan jawaban berbentuk naratif dan numerik dari kuesioner yang dibuat. Kuesioner ini dibuat untuk mengetahui apa remaja dengan rentang usia 10-15 tahun sudah mengetahui mengenai skoliosis, pencegahan dan kepeduliannya akan kesehatan tulang. Penulis ingin mengetahui apa yang diperlukan target audiens agar kampanye yang dirancang dapat tepat sasaran dengan segala media dan pendekatan yang tepat. Dalam pengambilan data ini penulis menggunakan kuesioner dari Google Form yang hasilnya nanti akan dipindahkan kedalam Google Sheets.

3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif diperlukan dalam perancangan ini karena penulis memerlukan banyak *insights* mengenai kelainan tulang skoliosis terutama dari dokter spesialis orthopedi yang merupakan ahli dalam menangani permasalahan kelainan tulang. Perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan kepedulian remaja terhadap tulang belakang dan cara pencegahan atau mengurangi rasa sakit pada remaja yang telah di diagnosis mengidap skoliosis sehingga perlu penjelasan dan saran yang tepat dari dokter

yang terpercaya di bidang ini sehingga penulis memutuskan untuk melakukan *interview* atau wawancara langsung dengan narasumber.

3.1.1.1 Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap dr. Yenni Lay selaku dokter tulang yang sehari – hari bekerja melayani pasien dengan teknik akupuntur atau tusuk jarum, dengan latar dr. Yenni sebagai dokter dan therapist dalam menyembuhkan permasalahan tulang. Penulis menyiapkan 10 pertanyaan yang berhubungan dengan kelainan tulang skoliosis untuk mengetahui segala hal tentang kelainan tulang berdasarkan studi, riset dan pengalaman yang dimiliki dokter.

1) Wawancara kepada dr. Yenny Lay

Hasil wawancara dengan dr. Yenni Lay membuahkan hasil karena penulis menjadi lebih yakin dengan apa yang telah diteliti penulis saat melakukan riset mengenai kelainan tulang skoliosis. Penulis menyiapkan 10 pertanyaan mengenai skoliosis untuk mendapat kepastian dari dr. Yenni yang menguasai tentang kesehatan tulang dengan latar belakang sebagai dokter tulang penulis mendapatkan banyak *insight* dari beliau.



Gambar 3.1 Proses wawancara dengan dr. Yenni

Proses wawancara dilakukan di ruang praktik Dr. Yenni Lay di Jl. Pulau Bira No.12B pada hari Selasa, 19 September 2023.

Media yang digunakan dalam wawancara ini adalah perekam

gambar melalui *handphone*, dan *microphone*. digunakan dalam wawancara tersebut.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis telah mengetahui bahwa terdapat 3 jenis kelainan tulang yang salah satunya adalah skoliosis. Skoliosis merupakan penyakit yang diturunkan oleh orang tua, kebiasaan sehari – hari yang buruk merupakan salah satu faktor yang membuat tulang anak menjadi mengalami kelengkungan. Dalam sehari dr. Yenni dapat menemukan 2-3 orang yang mengidap skoliosis, termasuk penulis yang mengetahui bahwa ia mengidap skoliosis. setelah diketahui dr. Yenni menganjurkan untuk melakukan rontgen agar diketahui secara pasti melalui X-ray Skoliosis ini merupakan penyakit yang tidak bisa sembuh menjadi semula namun di kasus berat biasanya diperlukan adanya tindakan operasi yang biasanya dianjurkan oleh dokter. Operasi dapat dilakukan namun tetap memiliki resiko yang besar, seperti tidak sembuh sepenuhnya atau membahayakan kesehatan pasien.

Perlu diadakan pendekatan kepada orang tua karena biasanya mereka merupakan orang pertama yang bisa mengetahui kesehatan tulang anaknya contohnya saat memandikan anak pasti akan terlihat jika anak tersebut memiliki tulang yang miring, salah satu mencodong kedepan atau pundak yang tidak sejajar. Itu mengapa penting adanya pemeriksaan agar kelainan tulang bisa dideteksi secara cepat sebelum sudut kelengkungan tulang bertambah parah dan dapat mempengaruhi fungsi kerja organ dalam tubuh

Untuk skoliosis tingkat ringan tidak memerlukan operasi hanya harus menjaga kesehatan tulang agar tidak bertambah parah seiring berjalannya waktu. Terapi dan akupuntur dapat meredakan atau menghilangkan rasa sakit sementara namun tidak dapat menyembuhkan tulang yang sudah bengkok.

3.1.1.2 Kesimpulan

Dari metode kualitatif yang dilakukan penulis mendapatkan banyak *insight* dari narasumber dan studi referensi. Proses wawancara secara langsung sangat membantu penulis dalam memperoleh data karena penulis dapat memperdalam pertanyaan untuk mendapat *insight* yang lebih dalam dari jawaban narasumber. Studi referensi dilakukan sehingga penulis dapat menentukan pendekatan visual, *layout*, komposisi dan *copywriting* terbaik sesuai dengan kebutuhan target audiens.

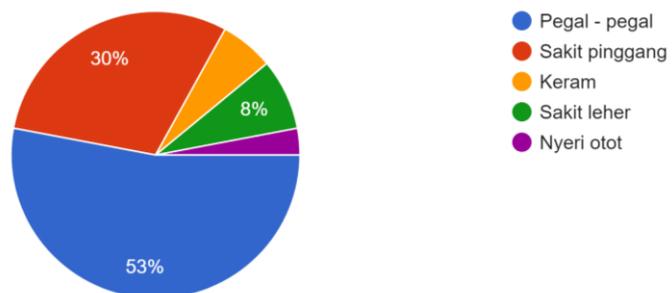
3.1.2 Metode Kuantitatif

Metode Kuantitatif diperlukan dalam perancangan kampanye ini karena penulis perlu tau sudut pandang dan tingkat kesadaran remaja usia 10-15 tahun akan dampak dan bahaya dari skoliosis, Penulis menggunakan kuesioner sebagai media untuk mengetahui hal tersebut. Kuesioner terbagi atas 3 *section* yaitu data responden, tentang kelainan tulang, dan media kampanye. Data responden dengan umur 10-15 tahun dalam area DKI Jakarta diperlukan untuk mengetahui kebutuhan target *audiens* dari jawaban kuesioner yang diperoleh.

Ternyata dari 100 responden cukup banyak dari mereka yang duduk selama 7-9 jam di kursi sambil menyilangkan kaki dalam sehari yang menyebabkan badan mereka pegal – pegal karena duduk terlalu lama.

Gejala apa yang anda rasakan setelah duduk terlalu lama?

100 responses



Gambar 3.2 Diagram lingkaran hasil kuesioner

Walaupun 53% responden mengalami keluhan tersebut banyak juga dari mereka yang merasa gejala ini tidak terlalu sakit dan mengganggu karena gejala ini jarang dialami dan dapat diatasi dengan peregangan atau *stretching* dan rebahan. Sebagian besar dari responden mengetahui mengenai kelainan tulang walaupun mereka tidak pernah didiagnosis mengidap skoliosis karena lebih dari setengah responden memiliki kenalan, saudara dan keluarga yang mengidap skoliosis. Sebanyak 59% responden mengetahui cara pencegahan atau mengatasi skoliosis namun 46 responden memilih olahraga (Jogging, basket dan futsal) sebagai cara mengatasi sakit karena skoliosis.



Gambar 3.3 Diagram bar hasil jawaban responden

Padahal menurut dr. Regina Varani, orang yang mengidap skoliosis tidak dianjurkan untuk melakukan lari, olahraga yang berbahaya atau bersifat *hard – landing* karena dapat membahayakan tulang sehingga terbukti bahwa responden tidak sepenuhnya mengetahui cara mengatasi rasa sakit yang disebabkan oleh skoliosis walaupun mereka telah mendapatkan edukasi sosial tentang kelainan tulang dari sekolah dan rumah sakit dalam bentuk presentasi.

Presentasi merupakan media yang paling sering digunakan oleh sekolah atau semacam seminar yang diadakan dari rumah sakit namun dengan target audiens berumur 10-15 tahun dirasa cukup kurang menjangkau mereka karena mereka mungkin tidak memberikan perhatian secara penuh terhadap materi yang dibawakan mengingat tidak adanya partisipasi secara langsung.

Media sosial Instagram dan Youtube merupakan media yang paling sering digunakan oleh responden. Kampanye dengan visual yang menarik dengan konten yang lengkap dan kredibel merupakan pertimbangan yang

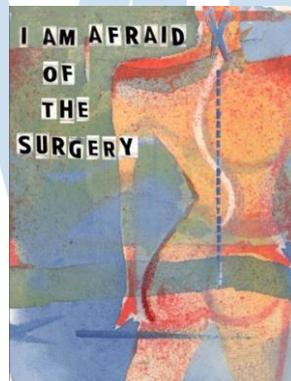
membuat mereka mengikuti sebuah kampanye sehingga penulis akan membuat kampanye di media sosial karena mudah untuk diakses, dengan Bahasa Indonesia serta gaya komunikasi literal atau langsung untuk informasi – informasi penting dan memperbanyak gambar karena mereka lebih menyukai konten yang singkat, padat dan jelas sehingga lebih mudah untuk dimengerti untuk remaja usia 10-15 tahun.

3.1.3 Studi Referensi

Studi referensi adalah proses studi yang dilakukan penulis untuk mencari referensi – referensi kampanye yang digunakan sebagai inspirasi dalam perancangan karya. Inspirasi diperlukan agar penulis mendapatkan banyak gambaran yang sekiranya akan digunakan dalam perancangan. Inspirasi dapat berupa *layout*, gaya desain, tipografi, warna, dan asset desain. Berikut ini beberapa referensi yang telah dikumpulkan oleh penulis.

1) Poster ‘I am afraid of the surgery’

Poster ini adalah gambaran secara singkat tubuh manusia yang mengidap skoliosis dan ingin merluruskan kembali tulangnya, namun seperti yang kita ketahui cukup besar resiko dari operasi tulang belakang maka dituliskan copywriting ‘I am afraid of the surgery’ agar membukakan mata masyarakat akan dampak yang didapatkan dari mengidap skoliosis



Gambar 3.4 Gambar poster ‘I am afraid of the surgery’

Sumber: <https://pin.it/5LTCgJZ>

Dampak dituliskan secara blak – blak an karena orang cenderung menyukai gambar atau ilustrasi yang bagus dengan

tambahan *copywriting* yang singkat padat dan jelas. Visualisasi dari poster juga memiliki estetika tersendiri bukan poster yang didapat di rumah sakit. Penggunaan warna yang *soft* digabungkan dengan tampilan visual yang unik dan abstrak menarik perhatian orang untuk membaca dan mencai tahu mengenai poster tersebut.

Poster ini mengajak masyarakat untuk menjaga kesehatan tulang agar tidak sampai terjadi kelengkungan tulang, penggunaan warna biru sebagai bentuk tulang yang normal.

Tabel 3.1 Tabel SWOT

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> - Layout dan gambar tersusun dengan baik - Copywriting yang kuat - Komposisi gambar dan tulisan yang seimbang 	<ul style="list-style-type: none"> - Kampanye tidak memberi tips atau cara pencegahan skoliosis - Tidak terdapat lembaga yang melaksanakan kampanye
Opportunity	Threats
<ul style="list-style-type: none"> - Konten dengan pesan yang ringan namun tersirat dapat menarik perhatian masyarakat agar tidak melakukan operasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat yang cuek tidak akan melihat poster ini sebagai peringatan

merupakan motivasi yang diberikan ke masyarakat karena operasi skoliosis cukup menakutkan melihat resiko gagal yang lumayan tinggi dan sekalipun melakukan operasi tidak bisa sembuh secara utuh seperti sebelumnya.

2) Poster 'Bau mulut? Say no more'

Poster ini merupakan poster yang dikemas sebagai infografis yang didominasi dengan warna ungu dan hijau. Kedua warna yang kontras cukup menarik perhatian anak – anak ditambah asset yang digunakan berupa ilustrasi dan gambar yang lucu sehingga konten dapat dibawakan secara ringan. Visualisasi kampanye menggunakan gambaran anak lelaki dengan ekspresi sedang mencium bau mulutnya.



Gambar 3.5 Gambar poster 'Bau mulut? Say no more'

Sumber: <https://pin.it/zhV8lbr>

Tidak hanya diperlihatkan melalui ilustrasi namun dibungkus dengan pengetahuan berupa pengertian bau mulut, faktor penyebab, cara pencegahan dan yang terpenting adalah ajakan untuk menjaga kesehatan gigi dan mulut. Gambar dan teks pada poster dirasa memiliki porsi yang seimbang. Pendekatan seperti ini dirasa paling cocok menjangkau target audiens usia 10-15 tahun.

Tabel 3.2 Tabel SWOT

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> - Komposisi dan penggunaan warna yang seimbang - Terdapat isi konten yang cukup padat namun tidak terlalu banyak tulisan - Ilustrasi yang menarik 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak terdapat lembaga yang melaksanakan kampanye
Opportunity	Threats
<ul style="list-style-type: none"> - Mengedukasi dengan penggunaan warna yang menarik sehingga dapat menarik perhatian audiens 	<ul style="list-style-type: none"> - Sulit dimengerti oleh anak kecil karena mereka hanya akan tertarik dengan ilustrasinya.

Poster ini memberi gambaran kepada anak kecil bahwa mulut bisa bau karena disebabkan oleh berbagai faktor dan disertakan juga cara penanganan dengan isi konten yang ringan namun dibuat secara maksimal.

3.2 Metodologi Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan kampanye tentang kelainan tulang “Skoliosis” menggunakan teori Robin Landa (2010) yang tertulis dalam bukunya yang berjudul *Advertising by Design* yang terbagi atas beberapa tahapan metode perancangan, yaitu:

1) *Overview*

Pada tahap ini peneliti melakukan riset dengan mencari tahu informasi mengenai latar belakang serta masalah sosial dan desain mengenai

kelainan tulang untuk mengetahui apa benar dibutuhkan sebuah solusi atas kurangnya *awareness* remaja terhadap kesehatan tulang yang akan berdampak secara jangka panjang terutama dalam melakukan aktivitas sehari – hari.

2) *Strategy*

Pada tahap ini penulis telah mendapatkan semua informasi yang diperlukan dalam perancangan kampanye sehingga penulis lanjut merancang keseluruhan kampanye dengan strategi terbaik termasuk media agar kampanye dapat berjalan secara efektif dan sesuai dimulai dari membuat mindmap data dan mindmap visual serta menyusun langkah – langkah yang akan dilakukan selama masa perancangan dalam bentuk *creative brief*. Dalam tahap *strategy* penulis juga menjelaskan tujuan, pesan yang ingin dicapai dari dirancangnya kampanye ini secara mendetail dan terperinci yaitu untuk mengurangi kemungkinan bertambahnya derajat kelengkungan pada penderita skoliosis ringan di Indonesia yang terus meningkat kepada remaja usia 10-15 tahun terutama pada perempuan.

3) *Ideas*

Pada tahap ini penulis melakukan *brainstorming* untuk mengembangkan ide – ide kreatif untuk menciptakan karya visual. Dimulai dari mencari referensi untuk *moodboard*, *color palette*, *big idea*, slogan, *typeface*, *copywriting* yang akan digunakan, Pada tahap ini penulis juga menentukan pesan yang ingin disampaikan ke audiens atau orang yang berpartisipasi dalam kampanye dalam bentuk beberapa alternatif sketsa agar audiens dapat menerima dan menyayangi kesehatan tulang diri sendiri. Penulis ingin mereka yang mengidap skoliosis ringan dari 10 – 25 derajat tidak mengalami bertambahnya sudut derajat kelengkungan di usia pertumbuhan yang rentan karena akan menyiksa kehidupannya sehari – hari jika bisa dicegah dan ditekeksi secepat mungkin maka akan

sangat luar biasa. Untuk mereka yang telah didiagnosis skoliosis penulis berharap mereka dapat menjaga kesehatan tulang dengan beraktivitas postur yang baik.

4) *Design*

Dari tahap *ideas*, penulis mengembangkan sketsa yang terpilih menjadi sebuah key visual yang akan digunakan sebagai acuan dalam membuat desain pada media lainnya.

5) *Production*

Pada tahap ini penulis menerapkan semua solusi desain yang telah dirancang dalam tahap desain untuk di visualisasikan dalam berbagai media sesuai dengan perancangan yang telah ditentukan. Media terdiri atas media cetak dan digital seperti billboard, spanduk, *go screen*, iklan di *website*, sosial media Instagram, dan lain – lain.

6) *Implementation*

Implementation merupakan tahap akhir dimana penulis melakukan evaluasi atas perancangan yang telah dibuat. Tahap ini merupakan penentu apakah desain yang dibuat sudah sesuai dan efektif atau belum. Apakah perancangan ini benar menjadi solusi atas permasalahan yang penulis angkat. Dengan adanya penilaian akhir dari awal berlangsungnya kampanye sampai akhir kampanye. Evaluasi wajib dilakukan untuk mengetahui kesuksesan kampanye dan hal yang harus ditingkatkan pada tahap selanjutnya.

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