

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Dalam mengumpulkan data untuk membuat media informasi, penulis menggunakan metode *mix/hybrid* yang merupakan campuran penelitian kualitatif dan kuantitatif. Metode *mix/hybrid* adalah metode riset untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mengartikan data kuantitatif dan kualitatif dalam sebuah penelitian tunggal atau serangkaian penelitian yang menyelidiki fenomena mendalam yang sama (Leech & Onwuegbuzie, 2009). Teknik dari pengumpulan data yang digunakan berupa penyebaran kuesioner, FGD (*Focus Group Discussion*), dan wawancara. Aktivitas pengumpulan data yang dilakukan didokumentasikan dengan foto rangkuman hasil kuesioner dan rekaman suara wawancara dengan narasumber terkait.

##### 3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif adalah sebuah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti sebuah kondisi ilmiah (eksperimen) dengan peneliti sebagai instrumen penelitian dan teknik pengumpulan data yang dianalisis lebih menekankan pada makna (Sugiyono, 2018). Metode ini dikenal dengan landasannya yang berupa filsafat positivistic (data konkrit). Metode kualitatif yang digunakan dalam perancangan ini adalah wawancara secara luring, FGD secara daring melalui Zoom Meeting, dan dilengkapi dengan studi eksisting dan studi referensi.

##### 3.1.1.1 Wawancara

Penulis melakukan wawancara untuk mengumpulkan data secara kualitatif kepada dua narasumber. Pertama, penulis mewawancarai Dr. Andriana Kumala Dewi Sp. OG selaku dokter spesialis Obstetri dan Ginekologi pada Selasa, 12 September 2023 secara langsung. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk

mendapatkan data mendalam tentang kanker serviks dan pencegahannya dengan tes pap smear. Selain itu, penulis juga ingin mendapatkan *insight* terkait tes pap smear di kehidupan nyata yang dialami Dr. Andriana selama ia bertugas sebagai dokter.

Kedua, penulis juga melakukan wawancara dengan ahli pakar desain, Seto Setiawan pada Senin, 16 Oktober 2023 secara daring dengan Zoom Meeting. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan *insight* tentang cara merancang media informasi yang baik dan kiat-kiat desain berdasarkan pengalamannya dalam dunia kerja.

Selain itu, penulis juga melakukan studi eksisting dan studi referensi untuk menunjang perancangan media informasi ini. Tujuan dari studi eksisting dan studi referensi adalah mengetahui contoh media informasi yang sudah ada dan mempelajari kelemahan dan kelebihan masing-masing media agar media yang dibuat penulis akan lebih baik dan sesuai dengan targetnya.

### 1) Wawancara dengan Dokter OBGYN

Penulis melakukan wawancara pertama secara tatap muka bersama dr. Andriana Kumala Dewi Sp.OG, seorang dokter Spesialis Obstetri dan Ginekologi. dr. Andriana lulus dari sekolah kedokteran dengan gelar Sp.OG pada tahun 2016 dari Universitas Gajah Mada. Lalu, narasumber melanjutkan studinya pada tahun 2020 di Universitas Gajah Mada dengan subspesialis *fertility endocrin reproduction* dan lulus pada Juli 2023. Sekarang, narasumber bekerja sebagai dosen tetap Fakultas Kedokteran di Universitas Tarumanegara dan membuka praktek di RS Bethsaida Tangerang dan RS Sumber Waras Jakarta.



Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara Tatap Muka dengan dr. Andriana Kumala Dewi

Penulis memulai wawancara dengan menanyakan beberapa pertanyaan umum seputar tes pap smear. Narasumber menyatakan bahwa tes pap smear adalah sebuah tes *screening*, yang artinya tes ini harus dilakukan baik ada maupun tidak adanya keluhan oleh pasien dan wajib dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Untuk tes pap smear, narasumber menyarankan untuk melakukan tes ini setiap 2—3 tahun sekali bila hasil tes sebelumnya dianggap normal. Untuk orang-orang yang memiliki gaya hidup yang lebih beresiko, seperti sering berganti pasangan, narasumber menyarankan untuk melakukan tes pap smear dengan lebih rutin.

Menurut narasumber, hal ini sering menjadi misinformasi di kalangan masyarakat karena banyak yang mengira tes pap smear dilakukan untuk mengecek ada atau tidaknya kanker serviks. Padahal, untuk mengecek kanker serviks, narasumber menyatakan bahwa tes yang dilakukan adalah biopsi, bukan tes pap smear lagi. Apabila terdapat kanker serviks, biasanya dokter OBGYN merujuk pasien untuk berkonsultasi lebih lanjut dengan dokter onkologi.

Narasumber memaparkan bahwa sesuai dengan namanya, tujuan utama tes pap smear adalah untuk mendeteksi secara dini sel pada serviks yang dapat berkembang menjadi kanker serviks. Namun, dalam prosedurnya, dokter OBGYN juga dapat melihat serviks secara keseluruhan, sehingga bisa melihat apakah ada abnormalitas lain, seperti polip atau infeksi.

Narasumber menyarankan tes pap smear dilakukan oleh wanita yang sudah melakukan hubungan seksual atau wanita yang sudah menikah. Wanita yang belum berhubungan atau menikah tidak disarankan untuk melakukan tes pap smear karena dapat merusak selaput dara keperawanan dan kecil kemungkinannya untuk terpapar virus HPV penyebab kanker serviks karena virusnya menyebar melalui hubungan seksual. Tes ini dianjurkan untuk dilakukan sejak wanita mulai berhubungan seksual hingga umur mereka menopause.

Narasumber juga menjelaskan secara singkat tentang prosedur tes pap smear. Tes ini dilakukan dengan posisi mengangkang layaknya posisi wanita melahirkan secara normal. Lalu, dokter OBGYN akan memasukkan sebuah alat bernama spekulum untuk membuka area vagina, kemudian diambil sampel pada serviks. Sampel ini akan diperiksa dengan mikroskop untuk menentukan ada atau tidaknya sel yang dapat berkembang menjadi kanker serviks. Proses ini dapat memakan 1—2 hari kerja.

Narasumber menekankan bahwa pasien tidak akan merasakan rasa sakit, tetapi mungkin merasa kurang nyaman karena organ kewanitaannya dibuka dan diperiksa. Tes ini juga tidak memiliki resiko atau efek samping apapun dan hasil dari tes pap smear dapat langsung menentukan ada atau tidaknya sel yang dapat menimbulkan kanker serviks. Harapannya, dengan

teridentifikasi lebih dini, sel ini dapat langsung diobati dengan kemungkinan untuk sembuh yang lebih tinggi juga.

Selain tes pap smear, narasumber memaparkan bahwa ada tes-tes lain yang serupa untuk mendeteksi infeksi virus HPV, seperti tes HPV dan tes IVA. Tes HPV adalah untuk mendeteksi ada atau tidaknya infeksi HPV secara umum di serviks. Tes HPV juga masih jarang dilakukan masyarakat karena harganya yang cukup mahal. Berbeda dengan tes HPV, tes pap smear hanya mendeteksi infeksi HPV yang bertipe ganas, seperti tipe 16-18 yang menyebabkan 80% kasus kanker serviks. Infeksi HPV yang masih *pre-cancer* ini tidak bergejala dan menyebabkan rasa sakit sama sekali, sehingga banyak wanita yang tidak menyadari mereka terinfeksi HPV. Infeksi ini membutuhkan waktu 10—15 tahun untuk berkembang menjadi kanker serviks.

Tes lain yang dipaparkan narasumber adalah tes IVA yang merupakan singkatan dari Inspeksi Visual Asam Asetat. Sesuai dengan namanya, inspeksi berarti melihat dengan mata telanjang bagian serviks wanita yang sudah ditetesi dengan 3-5% asam asetat. Apabila terdapat lesi keputihan pada serviks, tepatnya pada *squamocolumnar junction*, berarti wanita tersebut dideteksi positif. Tes IVA tergolong murah dan lebih sederhana daripada tes pap smear dan tes HPV. Namun, kekurangannya adalah subjektivitas tes tergantung petugas medis yang memeriksa. Dalam prakteknya, narasumber menyampaikan bahwa biasanya ia mendapatkan pasien rujukan yang terdeteksi positif dalam tes IVA dan kemudian narasumber melakukan tes pap smear kembali untuk mengonfirmasi adanya sel prakanker.

Selain melakukan tes, kanker serviks juga dapat dicegah dengan melakukan vaksin HPV. Vaksinasi ini dianjurkan untuk wanita di usia 9—13 tahun.

Narasumber menjelaskan bahwa hanya 5% wanita di negara berkembang yang sudah melakukan tes pap smear. Angka ini sangat kecil jika dibandingkan dengan Amerika Serikat yang memiliki angka wanita yang sudah melakukan pap smear sebesar 80%. Narasumber selalu mencoba untuk mengedukasi pasien ketika berkonsultasi dan mengajaknya untuk melakukan tes pap smear. Namun, jarang pasiennya yang kembali untuk melakukan tes pap smear. Narasumber mengatakan bahwa mungkin salah satu hal yang menghalangi wanita untuk melakukan tes pap smear adalah biayanya yang dianggap mahal. Biaya tes pap smear berbeda-beda antar rumah sakit dan berdasarkan tempat narasumber melakukan praktek, prosedur tes pap smear berkisar antara Rp 250.000,00 hingga Rp 500.000,00. Harga tersebut belum termasuk biaya tambahan, seperti biaya rumah sakit dan biaya konsultasi dokter.

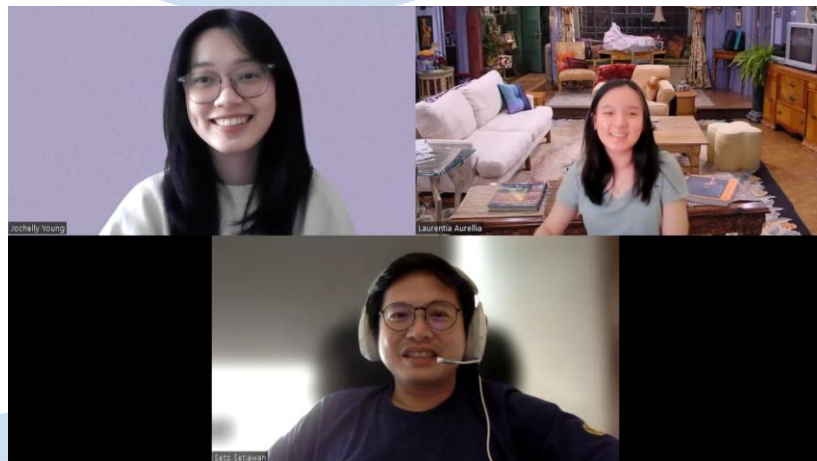
Selain karena harganya yang dianggap mahal, narasumber menyatakan bahwa banyak dari masyarakat yang belum mengerti tes pap smear secara utuh. Tak jarang narasumber mendapati pasien yang meminta untuk melakukan tes pap smear ketika mengeluh keputihan atau mengalami sakit di area organ kewanitaannya. Padahal, tes pap smear tidak digunakan untuk mendeteksi sakit organ kewanitaan secara umum. Menurut pengalaman narasumber, masyarakat di kota kecil biasanya belum pernah mendengar sama sekali kata “tes pap smear”, sedangkan masyarakat di kota besar biasanya lebih *aware* dan sedikit lebih paham.

Untuk menutup wawancara, penulis memaparkan sedikit perancangan media informasi yang hendak dibuat untuk kebutuhan tugas akhirnya. Penulis meminta saran dari narasumber apakah masyarakat kota besar membutuhkan media informasi atau kampanye terkait informasi tes pap smear.

Narasumber menjawab bahwa masyarakat membutuhkan keduanya karena masyarakat perlu menegetahui informasinya dengan baik dan diajak untuk melakukan tes. Salah satu upaya rumah sakit untuk mengajak masyarakat tes pap smear adalah dengan melakukan promo atau diskon harga tes pap smear. Narasumber juga menutup wawancara dengan harapannya terkait isu kanker serviks, bahwa kanker serviks akan jauh lebih mudah diobati ketika ditemukan lebih dini sehingga narasumber berharap akan lebih banyak orang yang rutin untuk melakukan tes pap smear.

## 2) Wawancara dengan Ahli Desain

Wawancara kedua dilakukan penulis bersama seorang ahli desain, Seto Setiawan, seorang *creative director* di Dapoer Creative pada Senin, 16 Oktober 2023. Beliau sebelumnya pernah bekerja di bidang *advertising agency* dan sekarang bekerja di *creative agency* yang berfokus di produksi media *below the line*.



Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara Daring dengan Seto Setiawan

Penulis memulai wawancara dengan menanyakan tentang media informasi yang efektif menurut narasumber. Narasumber menjawab bahwa media informasi yang efektif adalah media informasi yang dirancang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, sesuai dengan kebutuhan *brand*. Pemilihan media

informasi ini sangat tergantung dengan kebiasaan target audiens yang ingin diraih. Bila berbeda target audiensnya, maka pasti berbeda juga pendekatan media informasi yang akan digunakan. Selain target audiensnya, harus disesuaikan juga ke ide yang ingin dibuat dan karakter *brand* yang membuat media informasi itu.

Kemudian, penulis menanyakan cara untuk mendapatkan media informasi yang cocok untuk sekelompok target audiens. Narasumber menjawab bahwa untuk mengetahui hal itu, harus mempelajari kebiasaan dan keseharian target audiens. Tempat mana yang ia kunjungi, media sosial apa yang digunakan, moda transportasi yang digunakan, dan lain-lain. Untuk mengetahui semua itu, perlu untuk melakukan *research* dan diskusi bersama.

Narasumber pernah membuat dan merancang media informasi, beliau memaparkan bahwa salah satu kendala untuk merancang media informasi adalah *budget* dari *client*. Selain biaya, kendala lainnya pastinya menentukan media yang cocok. Namun, bila sudah menemukan media yang cocok dan menentukan *look and feel* media secara keseluruhan, untuk membuat dan merancang media-media pendukungnya akan lebih mudah dan lebih lancar.

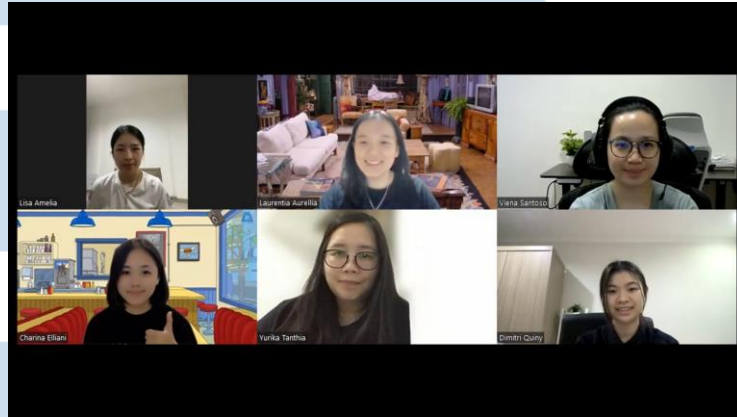
Penulis menanyakan juga tentang *tone of voice* yang cocok untuk membawakan topik yang sensitif bagi wanita dewasa usia 21—30 tahun. Narasumber memaparkan bahwa untuk ini, bisa dilakukan pendekatan untuk berbicara layaknya kepada wanita yang cerdas. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan penggunaan bahasa yang persuasif dan lembut.

### **3.1.1.2 Focus Group Discussion**

Penulis melakukan FGD bersama wanita berusia 21—30 tahun untuk mendapatkan pandangan, pendapat, dan *media behaviour* untuk perancangan media yang sedang dirancang penulis. FGD ini dilakukan secara daring melalui Zoom Meeting pada Rabu, 20



September 2023 pukul 19.00 WIB. Kegiatan ini dihadiri oleh Charina Elliani, Dimitri Quiny, Lisa Amelia, Viena Santoso, dan Yurika Tanthia.



Gambar 3.3 Dokumentasi FGD melalui Zoom Meeting

Penulis memulai FGD dengan meminta peserta memperkenalkan diri secara singkat. Setelah itu, penulis menanyakan cara peserta FGD memperhatikan dan merawat organ kewanitaan masing-masing. Seluruh peserta menjawab mereka merawat organ kewanitaan dengan membersihkannya dengan air (ada beberapa yang menggunakan sabun kewanitaan juga). Selain itu, Charina juga pernah beberapa kali melakukan pemeriksaan ke dokter terkait kesehatan organ kewanitaannya.

Selanjutnya, penulis menanyakan peserta tentang *awareness* penyakit kanker serviks bagi wanita. Dimitri, Yurika, dan Charina setuju bahwa kanker serviks adalah penyakit yang ganas dan berbahaya bagi wanita di Indonesia. Penyakit ini harus dicegah, tetapi Dimitri masih bingung tentang informasi mendalam terkait kanker serviks dan cara mencegahnya. Menurut Viena, kanker serviks harus dicegah, tetapi untuk cara pencegahannya, Viena masih belum tahu dan merasa informasi yang ada belum merata dalam kalangan masyarakat.

Penulis juga kemudian menanyakan peserta terkait kebiasaan melakukan *medical checkup*. Lisa dan Dimitri belum melakukan

*medical checkup* secara rutin dan hanya Yurika, Charina, dan Viena yang melakukan pengecekan sederhana seperti cek darah untuk kolesterol dan gula darah sekitar 1-2x per tahun. Selain melakukan *medical checkup*, Charina juga rutin melakukan pengecekan organ kewanitaan sejak usia 19 tahun untuk memastikan tidak ada abnormalitas dalam organ kewanitaannya.

Ketika penulis menanyakan terkait tes pap smear sebagai salah satu bentuk pengecekan organ kewanitaan, rata-rata peserta belum pernah mendengar sama sekali. Hanya Viena yang pernah mendengar dari ibunya dan Charina pernah dijelaskan ketika ia berkonsultasi dengan dokter OBGYN. Seluruh peserta juga belum pernah mendengar tentang tes IVA, salah satu tes yang mirip dengan tes pap smear.

Peserta FGD menjawab bahwa mereka merasa informasi tentang tes pap smear masih kurang dijelaskan di kalangan masyarakat. Para peserta setuju bahwa informasi mendalam tentang siapa yang harus tes, prosedur tes, dan informasi lainnya masih kurang menyebar di masyarakat. Charina menimpali bahwa salah satu isu yang membuat masyarakat Indonesia jarang mendengar tes pap smear adalah karena isu organ kewanitaan dan keperawanan yang masih tergolong sensitif dan tabu di Indonesia. Sehingga, masyarakat masih cenderung memilih untuk tidak membahasnya.

Namun, setelah penulis menjelaskan sedikit tentang tes pap smear, seluruh peserta merasa tertarik dan merasa tes pap smear itu penting untuk dilakukan untuk mencegah penyakit kanker serviks. Charina menambahkan bahwa walaupun sebelumnya ia sudah dijelaskan oleh dokter OBGYN, ia baru tahu bahwa tes pap smear harus dilakukan secara rutin beberapa tahun sekali. Sedangkan Yurika dan Viena merasa tertarik dan butuh tes pap smear, tetapi mereka masih punya keraguan karena informasinya yang masih minim, sehingga membuat mereka kurang familiar terhadap prosedurnya.

Para peserta FGD juga setuju bahwa kendala terbesar wanita Indonesia dalam melakukan tes pap smear adalah informasi yang masih minim. Yurika juga memaparkan bahwa bisa terjadi misinformasi juga di masyarakat yang mengira bahwa tes pap smear ini dilakukan ketika mereka merasakan sakit pada organ kewanitaan saja. Sedangkan, Dimitri menimpali dengan alasan lain yang mungkin membuat wanita ragu untuk tes pap smear adalah biayanya yang tidak mahal. Sehingga hal ini membuat masyarakat berpikir dua kali untuk melakukan tes. Charina juga menambahkan poin menarik, bahwa adanya isu budaya yang menghalangi wanita untuk melakukan tes pap smear.

Penulis akhirnya bertanya tentang cara agar tes pap smear lebih mudah diterima oleh wanita. Menurut seluruh peserta FGD, harus ada informasi yang jelas dan lengkap terkait tes pap smear sebagai pencegahan kanker serviks. Charina menyampaikan bahwa informasi ini bisa ditambahkan dalam *sex education* di bangku sekolah. Apalagi informasi tentang vaksin HPV dianjurkan di umur remaja. Selain itu, Dimitri dan Viena juga menuturkan bahwa tes pap smear juga harus dibuat lebih aksesibel untuk masyarakat dengan menyediakannya di berbagai klinik dan tenaga medis yang harus mengambil langkah pertama untuk mengajak masyarakat.

Untuk menutup FGD, penulis menanyakan tentang media yang cocok untuk menyampaikan informasi tentang tes pap smear. Seluruh peserta FGD menjawab bahwa media yang digunakan harus informatif dan interaktif. Beberapa saran media yang disampaikan berupa *website* atau media digital yang berbasis multimedia, sehingga orang-orang juga tertarik dan lebih mudah untuk memahami informasi yang ada.

### **3.1.1.3 Studi Eksisting**

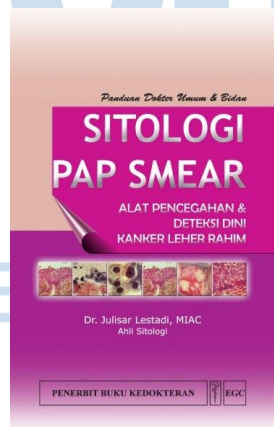
Dalam mengumpulkan data kualitatif, penulis juga melakukan studi eksisting untuk mengetahui kekurangan dan

kelebihan dari buku tentang tes pap smear yang sudah ada. Penulis mendapatkan buku berjudul “*Sitologi pap smear : alat pencegahan dan deteksi dini kanker leher rahim : panduan dokter dan bidan*” yang ditulis oleh Julisar Lestadi dan Monica Ester pada tahun 2009.

Tabel 3.1 Tabel Spesifikasi Buku “Sitologi Pap Smear”

<b>Judul</b>	Sitologi Pap Smear: Alat pencegahan Deteksi Dini Kanker Leher Rahim
<b>Penulis</b>	Julisar Lestadi & Monica Ester
<b>Penerbit</b>	EGC
<b>Tahun Terbit</b>	2009
<b>Ukuran Buku</b>	15,5 x 24 cm
<b>Jumlah Halaman</b>	103 halaman
<b>Bahasa</b>	Indonesia

Buku ini menggunakan warna merah muda (magenta) sebagai warna utama dari sampul buku. Isi dari buku ini berupa penjelasan tentang tes pap smear secara mendalam yang target utamanya berupa dokter dan bidan. Buku ini merupakan buku edukatif dan tujuannya adalah untuk membekali dokter dan tenaga medis lainnya agar mampu untuk melakukan tes pap smear dan memahami kanker serviks dengan baik.



Gambar 3.4 Sampul Buku Sitologi Pap Smear

Sumber:

[https://s3.bukalapak.com/img/8036783252/large/Sitologi\\_Pap\\_Smear\\_Panduan\\_Dokter\\_Umum\\_Bidan\\_.jpg](https://s3.bukalapak.com/img/8036783252/large/Sitologi_Pap_Smear_Panduan_Dokter_Umum_Bidan_.jpg)

Buku ini berisi tulisan dan minim ilustrasi atau gambar, hanya beberapa gambar ilustrasi untuk menunjukkan prosedur tes pap smear secara general. Selain itu, *copywriting* yang digunakan juga menggunakan istilah-istilah kedokteran yang awam di kalangan masyarakat.

Tabel 3.2 Tabel Analisis SWOT Studi Eksisting

<b><i>Strengths</i></b>	<b><i>Weaknesses</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten yang dijelaskan sangat detil dan lengkap, terutama terkait prosedur tes pap smear.</li> <li>• Pembawaan buku terlalu kaku dan serius.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahasa yang digunakan sangat teknis karena terlalu banyak menggunakan istilah kedokteran.</li> <li>• Desain sampul buku kurang menarik bagi masyarakat umum.</li> <li>• Ilustrasi yang digunakan kurang menarik.</li> </ul>
<b><i>Opportunity</i></b>	<b><i>Threats</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penulisan isi buku bisa menggunakan bahasa yang santai, tetapi tetap formal.</li> <li>• Buku bisa dibuat lebih interaktif.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sudah ada banyak buku yang juga tersedia secara digital.</li> <li>• Banyak buku medis lain yang terlihat lebih menarik secara visual, baik sampul buku, maupun ilustrasi dalam buku.</li> </ul>

Berdasarkan tabel SWOT yang ada di atas, ternyata media informasi tentang topik tes pap smear masih memiliki banyak *opportunity* untuk dikembangkan agar menghasilkan media yang jelas dan menarik bagi target audiens yang dituju.

### 3.1.1.4 Studi Referensi

Penulis juga melakukan studi referensi dalam membuat perancangan media informasi. Tujuan penulis melakukan studi referensi adalah untuk mendapatkan gambaran visual yang bisa menjadi referensi ketika penulis merancang media informasi.

#### 1) Gaya Visual

Penulis akan menggunakan gaya ilustrasi yang menyerupai gaya ilustrasi Pamela Chen. Ilustrasi dibuat dengan vektor yang berbasis gradien, disertai dengan berbagai elemen pendukung dan warna yang *vibrant* sehingga menarik mata audiens. Selain itu, Pamela juga menggunakan beberapa tekstur pensil untuk menambah kedalaman dalam ilustrasi yang dibuat. Proporsi bentuk manusia dalam ilustrasi yang dirancang sudah cukup sebanding dengan ukuran manusia nyata, tetapi dibuat lebih flat dan kartunis seperti bentuk leher yang ramping dan panjang, serta bentuk bahu yang kotak.



Gambar 3.5 Contoh Gaya Ilustrasi Pamela Chen  
Sumber: <https://www.instagram.com/pamelaxyc/>

Selain itu, inspirasi lain yang menjadi referensi bagi penulis adalah ilustrasi Sibel Balac. Ilustrasi yang dibuat

berbasis vektor dengan menggunakan beberapa *outline* dengan *stroke* pensil. Untuk penggunaan warna, cenderung menggunakan warna yang tegas dan cerah. Secara keseluruhan, gaya ilustrasi yang digunakan berupa *flat vector*.



Gambar 3.6 Contoh Gaya Ilustrasi Sibel Balac  
Sumber: <https://sibelbalac.com/>

Penulis berencana untuk menggunakan warna yang cerah dan beragam untuk ilustrasi dalam media informasi yang dirancang. Sedangkan, tampilan ilustrasi akan dibuat secara *flat* dengan menggunakan vektor. Selain itu, dalam referensi Sibel dan Pamela, terdapat kesamaan yaitu menggunakan *outline* pada ilustrasi. Walaupun penerapan *outline* berbeda, tetapi dengan menggunakan *outline* pada ilustrasi, tercipta kesan sedikit kartun dan ilustratif pada desain yang ada.

## 2) *Layout* Media Informasi

Dalam melakukan *layouting* media informasi, penulis menggunakan referensi dengan *layout* yang rapi dan memiliki keterbacaan yang baik. Hal ini dilakukan karena konten yang ada dalam media yang dirancang penulis merupakan topik nyata yang serius dan terdapat banyak informasi penting yang harus diketahui. Selain itu, dalam buku yang menjadi referensi penulis, perbandingan tulisan

dan gambar juga cukup seimbang, sehingga pembaca tidak terlalu kewalahan dengan jumlah tulisan.



Gambar 3.7 Contoh Layout Majalah

Sumber: [https://www.behance.net/gallery/128744395/Os-grandes-mitos-da-inteligencia-artificial?tracking\\_source=search\\_projects|magazine](https://www.behance.net/gallery/128744395/Os-grandes-mitos-da-inteligencia-artificial?tracking_source=search_projects|magazine)

Selain itu, ukuran tulisan juga sesuai dan nyaman untuk dibaca sesuai ukuran nyata buku. Walaupun dalam referensi yang ada, paragraf yang berisi tulisan sangat banyak dan penuh, dalam perancangan nanti, penulis akan mencoba untuk menyeimbangkan perbandingan antara ilustrasi dan tulisan. Ilustrasi yang terdapat dalam referensi juga sesuai dengan konten buku yang disusun, sehingga membantu memberikan konteks dan pemahaman lebih terhadap konten yang dibawakan.

### 3.1.2 Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan dengan meneliti populasi atau sampel tertentu menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik (Sugiyono, 2018). Metode ini dikenal dengan landasannya yang berupa filsafat positivistic (data konkrit). Metode kuantitatif yang digunakan dalam perancangan ini adalah kuesioner daring.



### 3.1.2.1 Kuesioner

Kuesioner disebarikan secara daring menggunakan media Google Form dengan rentang waktu antara Sabtu, 16 September 2023 hingga Jumat, 22 September 2023. Target dari kuesioner ini adalah para wanita berumur 21—30 tahun. Tujuan dari penyebaran kuesioner ini adalah untuk mendapatkan data berupa jumlah, alasan melakukan/tidak melakukan, dan pengetahuan responden terhadap tes pap smear dan hubungannya dengan kanker serviks.

Jumlah populasi wanita dewasa muda usia 21—30 tahun di DKI Jakarta adalah 846.901 jiwa (jakarta.bps.go.id, 2022) dan 1.025.812 jiwa (banten.bps.go.id, 2022). Kuesioner *online* dilakukan dengan metode *random sampling*, dengan penentuan jumlah sampel dengan Rumus Slovin. Berdasarkan jumlah populasi yang sudah dipaparkan, berikut besaran sampel yang dihitung dengan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = besaran sampel

N = besaran populasi

e = derajat ketelitian

Perhitungan besar sampel dalam survei ini akan menggunakan derajat ketelitian sebesar 10%, sehingga berikut perhitungannya:

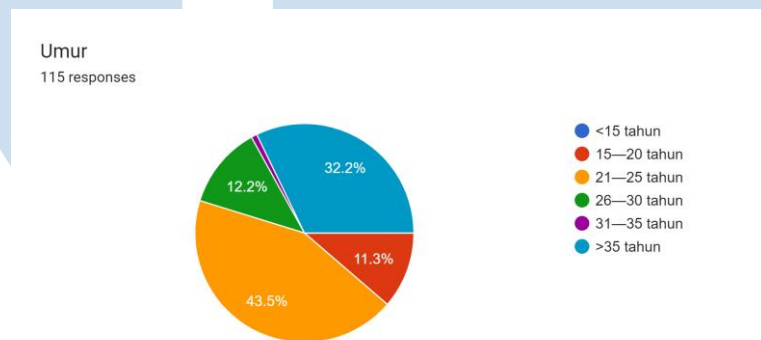
$$n = \frac{(846.901 + 1.025.812)}{1 + (846.901 + 1.025.812 \times 0,1^2)} = 99,99 \approx 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, total responden yang dibutuhkan adalah 100 responden. Hasil data yang didapatkan penulis adalah 115 responden. Tujuan utama dari penyebaran kuesioner ini adalah untuk mendapatkan data tentang pengetahuan masyarakat

seputar kanker serviks dan tes pap smear, serta mengetahui preferensi media yang digunakan masyarakat.

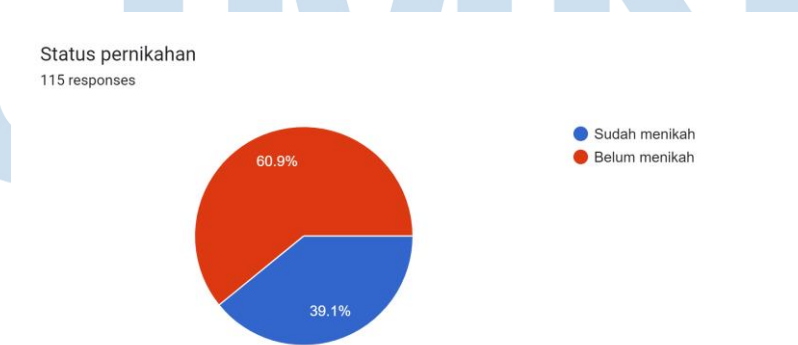
Kuesioner yang dibuat terdiri dari 5 bagian, yaitu bagian data responden, *awareness* tentang kesehatan organ reproduksi dan kanker serviks, pengetahuan umum tentang tes pap smear, pengalaman tentang tes pap smear (antara sudah pernah atau belum pernah tes pap smear), dan media *behaviour* responden.

Pada bagian pertama, penulis mengumpulkan data responden berupa nama, usia, pekerjaan, status pernikahan, domisili, pendapatan, dan pengeluaran per bulan.



Gambar 3.8 Diagram Usia Responden Kuesioner

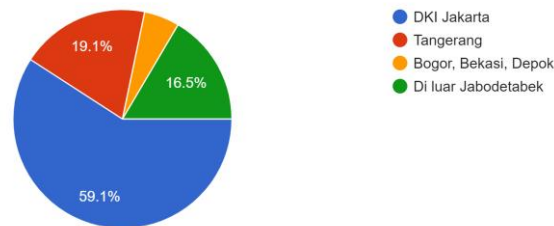
Sebanyak 55,7% responden merupakan rentang usia target audiens penulis dalam penelitian, yaitu 50 responden di rentang usia 21—25 tahun dan 14 responden di rentang usia 26—30 tahun.



Gambar 3.9 Diagram Status Pernikahan Responden Kuesioner

Selain itu, penulis juga menanyakan status pernikahan responden. Sebanyak 60,9% responden belum menikah dan hanya 39,1% responden yang sudah menikah.

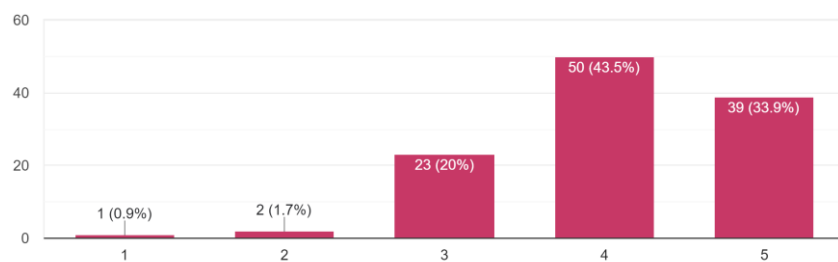
Domisili Anda (sesuai KTP)  
115 responses



Gambar 3.10 Diagram Domisili Responden Kuesioner

Mayoritas responden berdomisili di Jakarta, dengan 68 responden. Setelah Jakarta, Tangerang menjadi domisili terbanyak kedua dengan 22 responden. Dilanjutkan dengan di luar Jabodetabek sejumlah 16 responden dan area Bogor, Bekasi, dan Depok sebanyak 6 responden.

Dalam skala 1-5, seberapa sering Anda memperhatikan kesehatan organ reproduksi Anda?  
115 responses

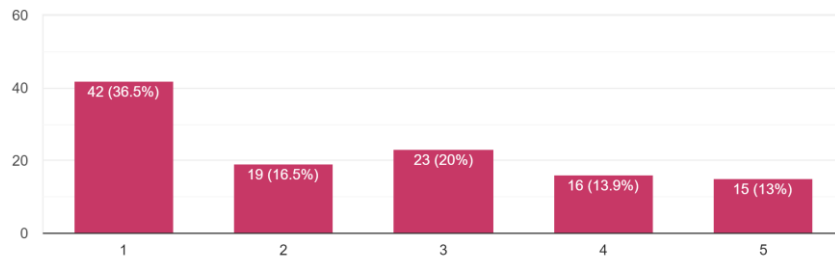


Gambar 3.11 Diagram Frekuensi Responden Memperhatikan Organ Reproduksi

Masuk ke dalam bagian kedua, penulis menanyakan responden pertanyaan-pertanyaan seputar organ reproduksi kewanitaan dan kanker serviks. Sebanyak 50 responden menjawab mereka sering memperhatikan kesehatan organ reproduksi. Disusul dengan 39 responden menjawab sangat sering memperhatikan.

Dalam skala 1-5, seberapa sering Anda melakukan pengecekan rutin kesehatan organ reproduksi Anda?

115 responses

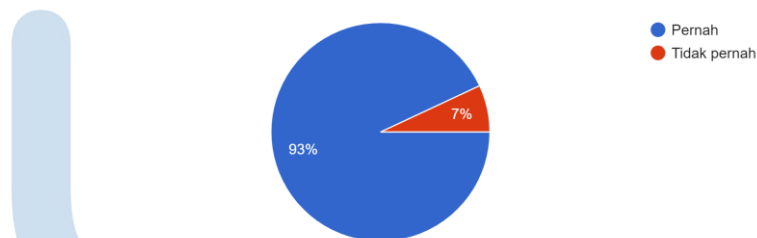


Gambar 3.13 Diagram Frekuensi Responden Melakukan Pengecekan Rutin Organ Reproduksi

Berikutnya, penulis menanyakan frekuensi pengecekan rutin kesehatan organ reproduksi. Ternyata, 42 responden menjawab tidak pernah dan 19 responden menjawab jarang melakukan pengecekan untuk kesehatan organ reproduksi. Hanya 16 responden yang menjawab cukup sering dan 15 responden menjawab sangat sering melakukan pengecekan. Selain itu, 23 responden menjawab biasa saja dalam melakukan pengecekan organ kewanitaan.

Apakah Anda pernah mendengar penyakit kanker serviks?

115 responses

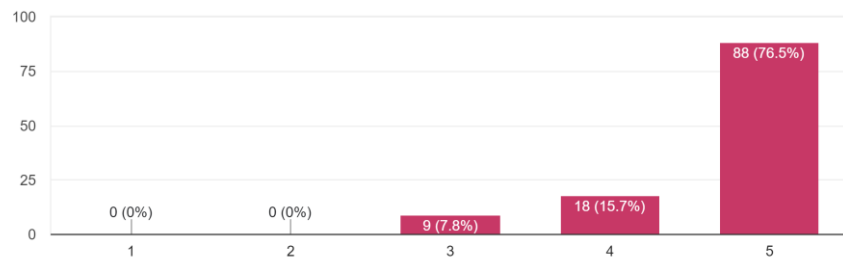


Gambar 3.12 Diagram Pengetahuan Responden tentang Kanker Serviks

Penulis juga menanyakan responden tentang pengetahuan seputar penyakit kanker serviks, salah satu penyakit organ kewanitaan. Ternyata, sebanyak 93% responden sudah pernah

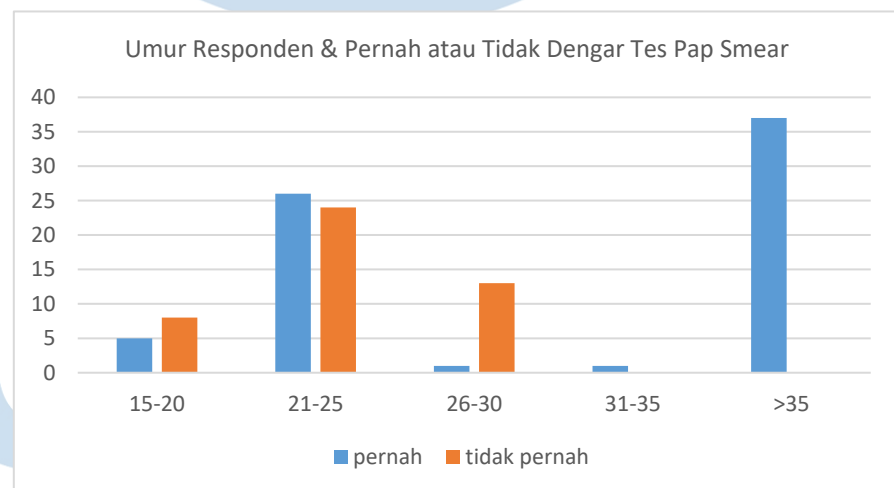
mendengar penyakit kanker serviks. Hanya 7% responden yang belum pernah mendengar.

Dalam skala 1-5, seberapa menakutkan penyakit kanker serviks bagi Anda?  
115 responses



Gambar 3.14 Diagram Responden Terhadap Penyakit Kanker Serviks

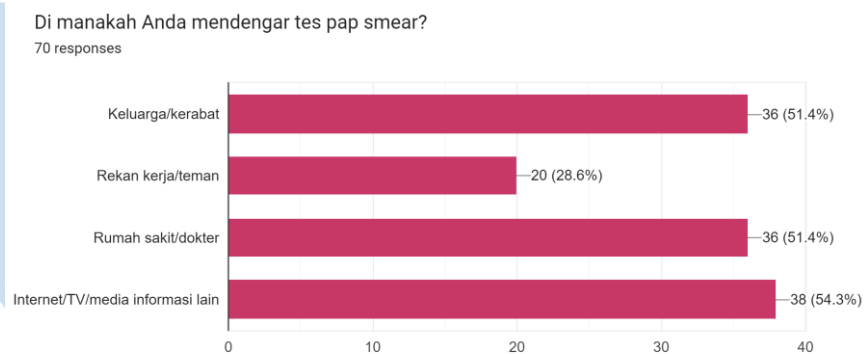
Mayoritas responden menjawab mereka sangat takut dengan penyakit kanker serviks. Total responden yang menjawab sangat takut sekali berjumlah 88 responden, disusul dengan 18 responden menjawab takut, dan 9 responden merasa biasa saja terhadap kanker serviks.



Gambar 3.15 Diagram Penyilangan Data Umur dan Mendengar “Tes Pap Smear”

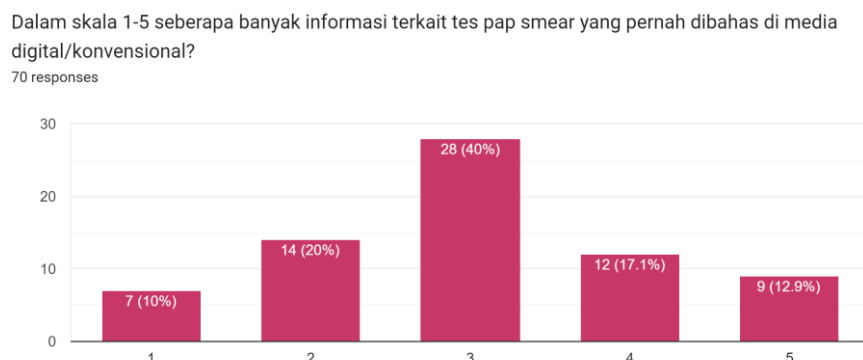
Penulis menanyakan apakah responden pernah mendengar kata “tes pap smear” atau tidak. Ternyata, 60,9% responden sudah pernah mendengar kata tersebut dan hanya 39,1% yang belum pernah. Penulis akhirnya mencoba untuk menyilangkan data tersebut dengan data umur responden untuk mendapatkan rentang umur yang pernah

mendengar kata “tes pap smear.” Didapatkan data bahwa rentang umur yang paling banyak mendengar kata tersebut adalah wanita di atas usia 35 tahun. Sebanyak 37 responden (seluruh responden berusia >35 tahun) sudah pernah mendengarkan kata “tes pap smear.” Sedangkan responden di rentang umur 21—25 tahun terbagi dua, 26 responden pernah mendengar dan 24 responden belum pernah mendengar.



Gambar 3.16 Diagram Responden Mendengar Kata “Pap Smear”

Berikutnya, 70 responden yang pernah mendengar kata “tes pap smear” ditelusuri lebih lanjut tentang pengetahuannya tentang tes pap smear. Mayoritas responden mendengar kata tersebut dari internet/TV/media informasi lain, rumah sakit/dokter, dan keluarga/kerabat.



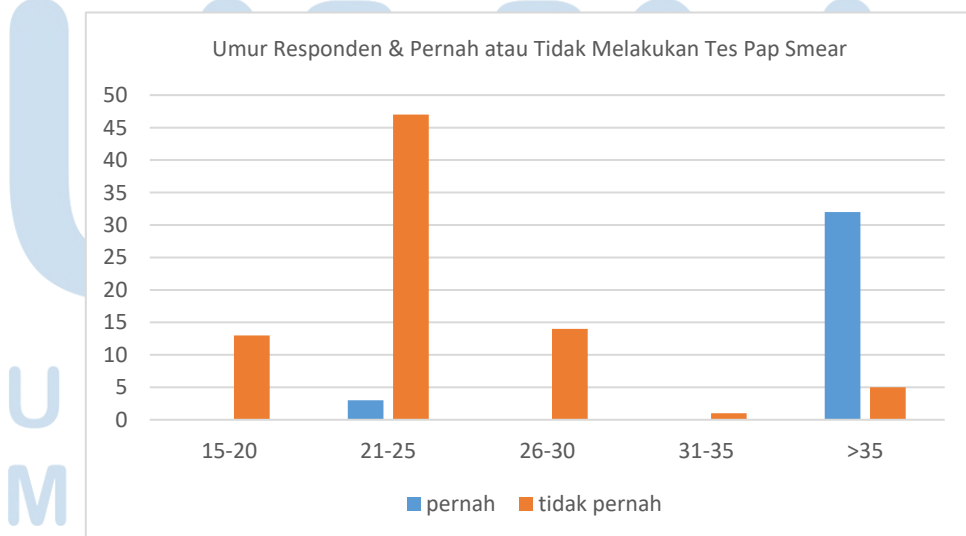
Gambar 3.17 Diagram Jumlah Informasi Tes Pap Smear

Penulis juga menanyakan jumlah informasi terkait tes pap smear yang ada di media informasi (baik digital, maupun konvensional). Ternyata, jawaban terbanyak berdasarkan kuesioner adalah 28 responden merasa netral terhadap jumlah informasi yang dibahas di media. Sisa responden terbagi rata antara merasa informasi masih kurang atau informasi sudah cukup banyak dengan jumlah sama-sama 21 responden.



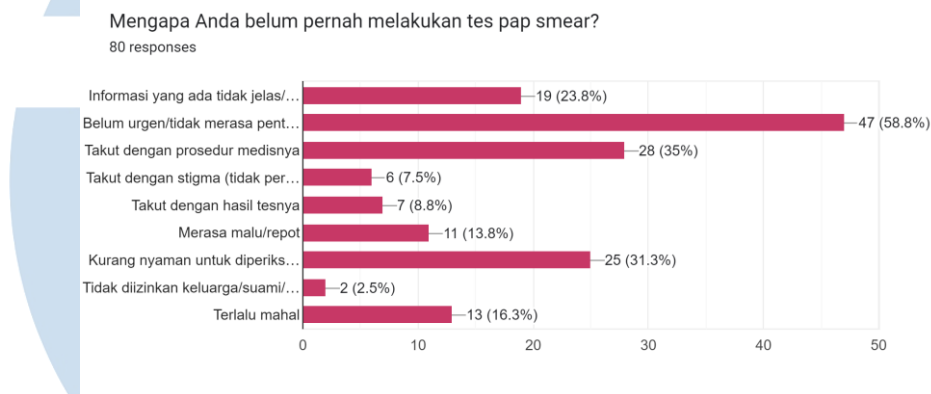
Gambar 3.18 Diagram Pernah atau Tidak Responden Tes Pap Smear

Berikutnya, penulis menanyakan kepada responden terkait pengalamannya melakukan tes pap smear. Sebanyak 30,4% responden menjawab pernah melakukan tes pap smear dan 69,6% responden menjawab belum pernah.



Gambar 3.19 Diagram Penyilangan Data Umur dan Pengalaman Tes Pap Smear

Kemudian, penulis melakukan penyilangan data untuk mengetahui korelasi antara umur dan jumlah responden, ternyata sebagian besar responden yang sudah melakukan tes pap smear memiliki rentang umur >35 tahun. Dari 50 responden berusia 21—25 tahun, hanya 3 responden yang sudah melakukan tes pap smear.



Gambar 3.20 Diagram Alasan Responden Belum Tes Pap Smear

Penulis menanyakan alasan bagi responden yang belum melakukan tes pap smear. Dalam pertanyaan ini, responden bisa memilih hingga 3 opsi jawaban yang merepresentasikan alasan mereka. Dari berbagai alasan, ada 4 alasan utama yang paling banyak dipilih, yaitu informasi yang kurang jelas (23,8%), belum merasa urgen/penting (58,8%), takut dengan prosedur pap smear (35%), dan merasa kurang nyaman untuk diperiksa (31,3%).

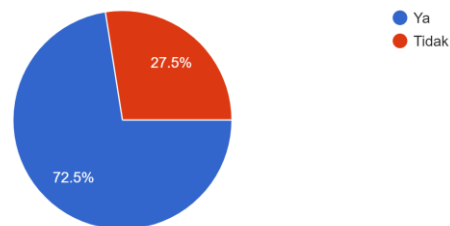


Gambar 3.21 Diagram Halangan Wanita Indonesia untuk Melakukan Tes Pap Smear



Melanjutkan pertanyaan sebelumnya, penulis mendapatkan respon serupa untuk hal-hal yang menjadi halangan wanita di Indonesia untuk melakukan tes pap smear. Namun, ada lonjakan besar di alasan “Kurang nyaman untuk diperiksa” dari 31,3% menjadi 45%. Ketika dianalisis, terdapat korelasi antara jawaban yang menjadi pilihan utama para responden. Rasa kurang nyaman untuk dipreiksa bisa terjadi karena informasi terkait tes yang masih kurang tersebar di masyarakat. Hal ini juga yang membuat masyarakat takut terhadap prosedur medis tes pap smear dan kemudian membuat masyarakat merasa tes pap smear belum terlalu penting atau urgen.

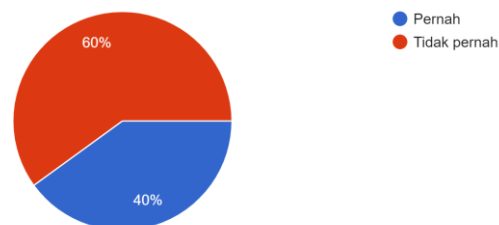
Apakah Anda merasa perlu atau ingin melakukan tes pap smear?  
80 responses



Gambar 3.22 Diagram Keinginan Responden untuk Tes Pap Smear

Walaupun demikian, sebagian besar responden sejumlah 72,5% merasa perlu atau ingin melakukan tes pap smear. Sedangkan, 27,5% dari responden tidak merasa perlu.

Apakah Anda pernah mencari informasi spesifik tentang tes pap smear?  
115 responses

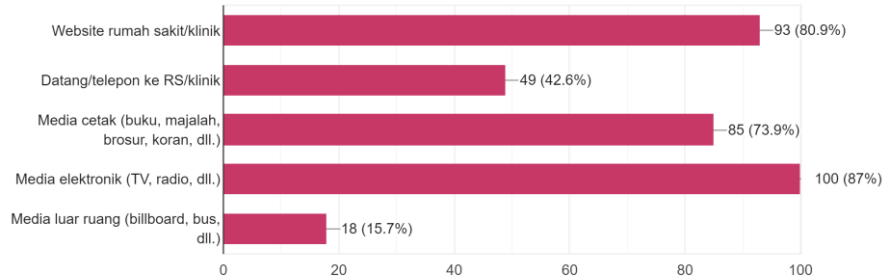


Gambar 3.23 Diagram Informasi Tes Pap Smear

Ketika penulis mencoba mendalami media yang digunakan responden, ternyata sebagian besar responden belum pernah mencari

informasi spesifik tentang tes pap smear. Hanya 40% responden yang sudah pernah mencari tahu informasi spesifik tentang tes pap smear.

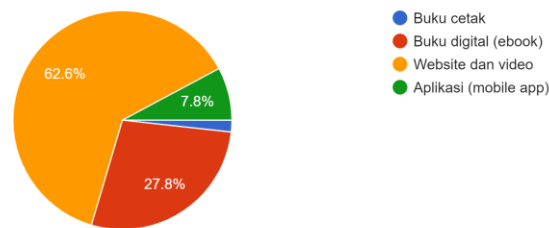
Pilih 3 media yang biasa Anda gunakan untuk mendapatkan informasi kesehatan organ reproduksi!  
115 responses



Gambar 3.24 Diagram Media Informasi Kesehatan Organ Reproduksi

Selain itu, dalam mencari informasi terkait kesehatan organ reproduksi, 87% responden memilih media elektronik, seperti TV, radio, dll. Berikutnya, 80,9% responden memilih media *website* rumah sakit/klinik dan 73,9% memilih media cetak, seperti buku dan majalah.

Menurut Anda, bentuk media apa yang cocok dalam menyampaikan informasi terkait tes pap smear?  
115 responses



Gambar 3.25 Diagram Bentuk Media Informasi Tes Pap Smear

Menurut 62,6% responden, bentuk media yang cocok untuk menyampaikan informasi tes pap smear berupa *website* dan video. Media buku digital (*ebook*) menjadi jawaban kedua terbanyak dengan total 27,8% responden. Dilanjutkan dengan media aplikasi (*mobile app*) sebanyak 7,8% dan buku cetak sebanyak 1,7%.

### 3.1.2.2 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kuesioner yang ada, penulis menemukan bahwa mayoritas masyarakat sudah pernah mendengar kata “pap smear.” Namun, pemahaman terkait definisi, prosedur, manfaat, dan informasi lain terkait tes pap smear itu sendiri masih jarang diketahui secara mendalam oleh masyarakat.

Penulis melihat mayoritas orang yang sudah tahu dan familiar dengan tes pap smear adalah wanita yang berusia di atas 35 tahun. Wanita di atas 35 tahun juga mayoritas sudah pernah melakukan tes pap smear untuk alasan kesehatan dirinya sendiri. Sedangkan masih sedikit wanita berusia 21—25 tahun dan 26—30 tahun yang melakukan tes pap smear.

Masyarakat belum melakukan tes pap smear karena kurang nyaman untuk dipegang area kewanitaannya, kurangnya informasi terkait tes pap smear, takut dengan prosedur medis, dan belum merasa urgen untuk melakukan tes pap smear.

Terakhir, untuk informasi terkait kesehatan, seperti tes pap smear, mayoritas responden memilih media seperti *website* dan video, serta buku digital (*ebook*).

## 3.2 Metodologi Perancangan

Dalam perancangan media informasi tentang tes pap smear untuk mencegah kanker serviks bagi wanita sudah menikah usia 21—30 tahun, penulis menggunakan *Five Phases of The Design Process* dalam buku *Graphic Design Solutions 5<sup>th</sup> Edition* yang ditulis oleh Robin Landa (2014). Tahapan yang dilakukan dalam perancangan adalah *orientation*, *analysis*, *conception*, *design*, dan *implementation*. Kelima langkah ini akan membantu penulis untuk merancang desain hingga menjadi prototipe. Berikut adalah lima tahapan proses desain:

### 1) *Orientation*

Tahapan pertama yang dilakukan berupa pengenalan dan pemahaman masalah dan klien yang diangkat. Beberapa hal yang dilakukan dalam

tahap ini antara lain berupa pertemuan awal dengan klien, pengarahan tentang tugas, tujuan dan persyaratan, memahami bisnis dari klien, menentukan target sasaran desain, menganalisis kondisi persaingan dan melakukan perencanaan.

**2) *Analysis***

Tahap analisis adalah tahap untuk memahami, mengembangkan, dan menguji ulang hal-hal yang sudah diriset dan ditemukan di tahap sebelumnya. Setelah itu, lahirlah solusi terbaik untuk menyelesaikan masalah yang dipahami. Hasil dari tahap ini berupa *design brief* yang jelas dan lengkap untuk dikembangkan dan direalisasikan menjadi sebuah konsep desain.

**3) *Conception***

Selanjutnya, tahap *conception* berupa riset, analisa, dan interpretasi mendalam seputar desain yang sesuai dengan *design brief* yang sudah dibuat. Dalam tahap ini, penulis harus berpikir kritis dan mencari ide-ide yang sesuai dengan masalah dan solusi yang ingin dibawa, tetapi tetap unik dan bisa dimengerti dengan baik oleh audiens. Hasil dari tahap ini berupa konsep visual berupa *big idea* dan *moodboard*.

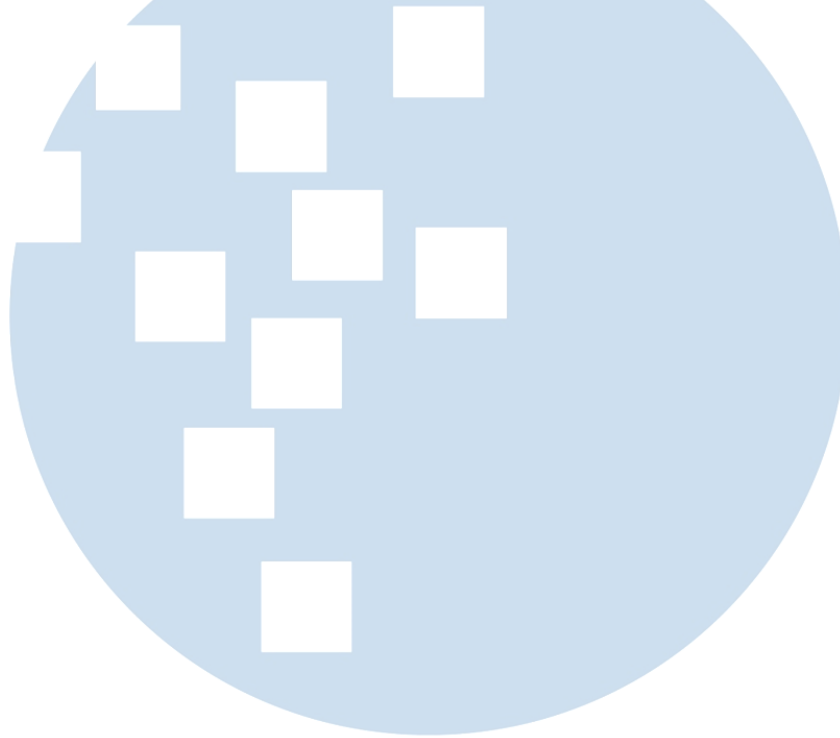
**4) *Design***

Tahap desain meliputi pembuatan bentuk visual dari desain yang sudah dirancang. Desain yang dibuat berupa berbagai alternatif yang kemudian akan dipilih salah satunya untuk menjadi desain final. Tidak menutup kemungkinan bagi penulis untuk melakukan eksplorasi karya dalam tahap ini. Hasil desain akan kemudian dicocokkan kembali dengan *design brief* yang dibuat sebelumnya.

**5) *Implementation***

Tahap terakhir dari metode perancangan desain oleh Robin Landa berupa tahap implementasi. Dalam tahap ini, prototipe atau karya desain dieksekusi, difinalisasi, dan dibagikan kepada audiens. Setelah itu, hasil

karya akan ditinjau ulang, baik desain karya atau media yang digunakan. Penulis harus megobservasi dan membahas ulang efektivitas dan dampak media yang sudah dibagikan kepada audiens.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA