

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Menurut Creswell & Creswell (2018), ada tiga metodologi penelitian yang dapat digunakan, yaitu kualitatif, kuantitatif, dan *mixed methods*. Pada perancangan ini, penulis menggunakan metode *hybrid*, yaitu menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif, dengan studi eksisting. Penulis memilih untuk menggunakan metode *mixed methods* dengan alasan untuk mengetahui persepsi umum mengenai LASIK yang dilakukan dengan metode kuantitatif, dan mencari tahu wawasan lebih mendalam dan kredibel mengenai LASIK dengan menggunakan metode kualitatif.

##### 3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan data, menganalisis, dan menginterpretasi yang berbeda dengan pengumpulan data kuantitatif (Creswell & Creswell, 2018). Metode kualitatif ini dilakukan setelah melakukan metode kuantitatif dengan melakukan wawancara kepada dua narasumber, seorang asisten dokter spesialis mata dan juga seorang yang telah menjalankan operasi LASIK. Wawancara dilakukan secara daring dan luring. Dokumentasi wawancara dengan asisten dokter menggunakan rekam suara sesuai dengan permintaannya dan *screenshot* saat sedang melakukan wawancara yang sudah mendapatkan izin dari beliau, sedangkan dokumentasi wawancara dengan orang yang sudah LASIK dilakukan dengan merekam video.

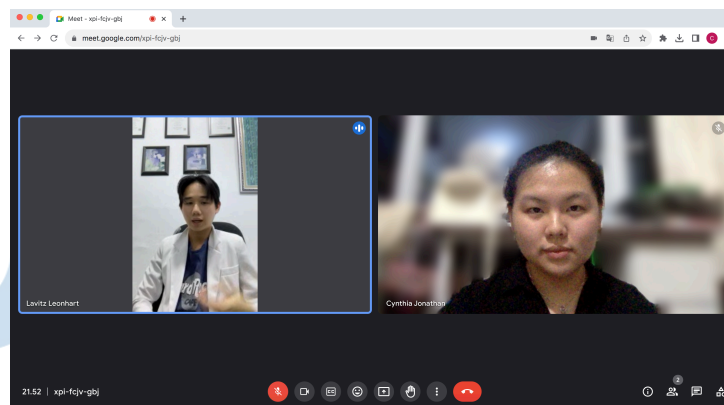
##### 3.1.1.1 Interview

*Interview* dilakukan terhadap seorang asisten dokter mata dari Rumah Sakit Sentosa Bogor, Lavitz Leonhart Winardi, Amd.RO, untuk mendapatkan data mengenai LASIK yang lebih detail dari sisi media dan kedokteran, dan kepada Gracia Sonia Suwongto, seorang mahasiswi yang telah menjalani prosedur LASIK, untuk mengetahui

mengenai motivasi, perasaan, keraguan, dan kepuasannya dalam melakukan operasi LASIK. Pelaksanaan wawancara dengan asisten dokter mata, Lavitz Leonhart Winardi, Amd.RO dilakukan secara daring karena beliau sedang berada di luar kota, sedangkan wawancara dilakukan secara luring dengan Gracia, seorang yang telah menjalani prosedur LASIK.

### 1) *Interview* kepada Asisten Dokter Mata Lavitz Leonhart Winardi, Amd.RO

Lavitz Leonhart merupakan seorang asisten dokter mata yang sudah memiliki 4 tahun pengalaman di bidang Optometri. Beliau sudah menjalani tugasnya di berbagai klinik dan rumah sakit spesialis mata, salah satunya adalah Rumah Sakit Sentosa Bogor. Pengalamannya di berbagai klinik dan rumah sakit spesialis mata, serta pernah mengikuti pelatihan LASIK membuatnya terbuka dengan informasi LASIK. Beliau juga pernah membantu menangani pasien yang ingin menjalani prosedur LASIK. Wawancara dilakukan pada 20 Februari 2024, pukul 21.30 WIB melalui Google Meet.



Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara Dengan Lavitz Leonhart Winardi, Amd.RO

Wawancara ini dimulai dengan pertanyaan mengenai kondisi mata yang dapat menjalani LASIK. Umur, *track record* kondisi mata selama satu hingga satu setengah tahun ke belakang, dan kelengkungan mata merupakan hal-hal yang harus diperhatikan

ketika sedang mempertimbangkan untuk melakukan LASIK. Minimal usia seseorang untuk melakukan LASIK adalah umur 18 tahun dikarenakan umur tersebut sudah mulai jarang adanya pertumbuhan *axis-length* atau penambahan minus atau silinder di mata manusia. Pengecekan berkala selama satu hingga satu setengah tahun ke belakang sebelum menjalani LASIK juga harus diperhatikan. Jika masih ada peningkatan minus maupun silinder pada mata pasien selama setahun ke belakang, maka dikhawatirkan minus atau silinder tersebut akan kembali lagi setelah melakukan LASIK. Lavitz juga mengatakan bahwa kelengkungan kornea mata juga menjadi salah satu syarat krusial yang harus diperiksa. Jika ketebalan kornea mata pasien tidak sesuai dengan standar, maka bisa saja terjadi komplikasi pada saat prosedur LASIK dilakukan. Sebelum seorang pasien dapat dikatakan sesuai untuk menjalani prosedur LASIK, mereka harus menjalani *screening* yang cukup banyak agar tidak terjadi kesalahan dalam pengambilan data yang dapat berpengaruh kepada hasil LASIK sehingga bagi kandidat LASIK yang tidak memenuhi kriteria atau standarnya, maka mereka akan dipulangkan dan tidak dapat melanjutkan ke prosedur LASIK.

Mayoritas pasien hanya dapat melakukan LASIK satu kali seumur hidup. Sangat jarang ditemukan orang-orang yang masih memiliki sisa minus atau silinder setelah LASIK. Namun, jika ada yang mengalami seperti itu, dokter akan mempertimbangkan kapan pasien tersebut akan melakukan LASIK kembali dengan beberapa pertimbangan.

Ada beragam jenis LASIK yang digunakan selama ini, tetapi masih ada tiga jenis LASIK yang sering digunakan hingga saat ini, yaitu *Photorefractive Keratectomy* (PRK), LASIK atau LASEK, dan FemtoLASIK. PRK merupakan jenis LASIK yang

digunakan pada tahun 1990-an. Namun pada tahun 2010 ke atas, banyak rumah sakit spesialis mata menggunakan LASIK, ReLEx SMILE, dan FemtoLASIK. FemtoLASIK merupakan teknologi terbaru dari LASIK yang baru digunakan oleh salah satu rumah sakit spesialis mata di Indonesia. Penentuan seorang pasien menggunakan teknologi LASIK tertentu adalah berdasarkan hasil *screening* dan analisis dokter. Akan tetapi, Lavitz menyebutkan bahwa PRK sudah jarang sekali digunakan untuk mengurangi minus maupun silinder pasien. Hal tersebut dikarenakan masa penyembuhan yang lebih lama daripada teknologi LASIK yang baru. Biasanya, PRK akan membutuhkan waktu sekitar satu minggu hingga satu bulan untuk pemulihan, dengan adanya rasa sakit dan sedikit bengkak. Namun, teknologi LASIK zaman sekarang sudah menyediakan masa pemulihan yang jauh lebih cepat, bisa dalam hitungan jam, dengan minim rasa sakit.

LASIK dapat mengurangi minus, silinder, dan plus. Pada umumnya ada kriteria maksimal ukuran minus, silinder, dan plus agar mata bisa kembali normal. Untuk ukuran minus atau miopia, biasanya maksimal di angka 6, begitu juga dengan silinder atau astigmatisme. Beda halnya dengan ukuran plus atau hipermetropi, yaitu di angka 3. Namun, tidak selalu menutup kemungkinan seseorang dengan minus yang melebihi angka tersebut tidak dapat memiliki mata normal setelah prosedur LASIK, asal tidak melebihi minus 20. Pada penderita mata silinder atau astigmatisme, jika sudah melebihi angka 6, maka ada kemungkinan silinder tersebut akan tersisa. Namun, kembali lagi dengan anjuran dari dokter apakah seluruh silinder tersebut dapat dihilangkan atau tidak agar pasien mendapatkan informasi yang lebih terpercaya dan akurat.

Setelah pelaksanaan LASIK, biasanya para pasien akan merasa sangat bahagia karena ada perubahan yang dramatis dari yang tidak dapat melihat dengan jelas tanpa kacamata, setelah LASIK sudah dapat melihat dengan jelas tanpa kacamata. Biasanya, orang yang akan mengalami kebahagiaan tersebut adalah pasien yang menderita ukuran minus atau silinder yang cukup tinggi, sehingga mereka sangat bergantung pada kacamata sebelum menjalani prosedur LASIK. Selain kebahagiaan, akan timbul juga rasa percaya diri bagi mereka yang tidak suka menggunakan kacamata. Banyak yang bahagia setelah menjalani prosedur LASIK karena penampilan dan kenyamanan mereka meningkat.

Pada penderita hipermetropi atau plus, biasanya tidak dianjurkan untuk menjalani prosedur LASIK karena bisa saja ukuran hipermetropi pada penderitanya meningkat seiring bertambahnya usia. Rata-rata usia pasien yang ingin melakukan LASIK adalah di umur 18-23 tahun.

Setidaknya satu atau dua pasien mengeluh sakit setelah menjalani prosedur LASIK. Hal tersebut bisa juga disebabkan oleh kemampuan seseorang untuk menahan rasa sakit yang berbeda-beda. Namun jika terjadi hal demikian, dokter akan memberikan obat pereda nyeri. Mata yang mengalami bengkak atau kendala lainnya menjadi indikasi seseorang mengalami rasa sakit yang tidak wajar setelah prosedur LASIK.

Dokter akan merekomendasikan LASIK kepada pasiennya jika pasiennya sering mengeluh tentang gaya hidupnya yang terganggu dengan kacamata atau lensa kontak, atau hanya sekedar tidak suka dengan penampilannya menggunakan kacamata. Dokter biasanya hanya akan menganjurkan, bukan mewajibkan pasien untuk LASIK.

Kecanggihan teknologi tidak terlalu berpengaruh terhadap keberhasilan prosedur LASIK karena kurang lebih semua persentase keberhasilan prosedur LASIK kurang lebih sama saja. Perbedaannya hanya di masa pemulihan dari masing-masing teknologi dan jenis LASIK yang digunakan.

Lavitz menyarankan kepada orang-orang yang telah melakukan prosedur LASIK untuk mengurangi *screentime* mereka agar mata mereka bisa tetap normal. Ada teknik yang dapat dilakukan untuk mengurangi *screentime*, yaitu dengan teknik 20-20-20 yang berarti jika mata sudah melihat gawai selama 20 menit, maka mata juga harus istirahat dari gawai selama 20 detik dengan melihat hal yang jauh.

Biaya LASIK dapat bervariasi karena bergantung pada jenis LASIK yang digunakan dan dilaksanakan di rumah sakit atau klinik tertentu. Biasanya, *range* harga LASIK dimulai dari 15-40 juta.

Menurut Lavitz, ada berbagai macam media yang dapat digunakan sebagai penyebaran informasi mengenai LASIK, yaitu dengan menggunakan *banner*, iklan, dan *website*. Lavitz mengatakan bahwa mayoritas pasien yang ingin melakukan LASIK seharusnya mencari tahu terlebih dahulu informasi mengenai LASIK, baik dari internet maupun media lainnya, sebelum akhirnya memutuskan untuk pergi ke dokter mata yang diinginkan. Hal tersebut dikarenakan untuk menjadi *first opinion* atau pendapat pertama atau pertimbangan pasien untuk menjalani LASIK atau tidak. Jika pasien sudah yakin dengan pilihannya untuk melakukan LASIK di rumah sakit atau klinik tertentu, maka dokter juga akan menjelaskan secara rinci dan secara khusus bagi pasien tersebut.

Lavitz juga mengatakan bahwa menurutnya stigma yang biasanya dimiliki oleh masyarakat mengenai LASIK adalah

takut dengan kata ‘operasi’, meskipun operasi yang dijalani kecil. Lavitz sangat tidak setuju bahwa kemungkinan terburuk dari menjalankan prosedur LASIK adalah dapat menyebabkan kebutaan karena dengan adanya *screening* sebelum menjalani prosedur LASIK, hal tersebut meminimalisir terjadinya komplikasi pada mata pasien.

2) **Interview kepada seorang yang telah menjalani operasi LASIK, Gracia Sonia Suwongto**

Gracia merupakan seorang mahasiswi yang sudah pernah menjalani operasi LASIK. Ia menjalani prosedur LASIK di sekitar bulan Juli tahun 2023 dan hingga saat ini matanya masih sehat dan normal. Pelaksanaan wawancara dengan Gracia dilakukan pada tanggal 22 Februari 2024, pukul 16.30 WIB. Wawancara dilakukan di ruangan dalam rumah Gracia, dengan persetujuan dari Gracia dan keluarga.



*Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara dengan Gracia Sonia Suwongto*

Wawancara dimulai dengan mengetahui Gracia lebih lanjut. Penulis mengajukan pertanyaan seperti ukuran minus atau silinder yang dimiliki oleh Gracia sebelum menjalani operasi LASIK. Gracia menyebutkan bahwa dirinya sempat minus 5 di kedua matanya. Menjalani operasi LASIK merupakan keinginan yang berasal dari Gracia sendiri, dengan sedikit dorongan dan orang tuanya.

Sebelum memutuskan untuk melakukan LASIK, Gracia sempat mencari informasi mengenai LASIK di beberapa *website* dan Youtube, serta testimoni LASIK yang berhasil. Ia juga memiliki sepupu yang sudah pernah menjalani prosedur LASIK sehingga hal-hal tersebut lebih meyakinkan dirinya untuk menjalani operasi LASIK. Selain itu, motivasi Gracia untuk menjalani prosedur LASIK adalah karena dirinya sudah menggunakan kacamata sejak SD dan sudah merasa terganggu jika menggunakan kacamata.

Selain motivasi untuk melakukan LASIK, ada hal yang membuat Gracia ragu untuk melakukan LASIK, yaitu ketakutannya untuk menjalani operasi tersebut karena ia mendengar bahwa sepupunya merasa kesakitan saat sedang menjalani operasi LASIK. Namun, Gracia mampu mengatasi rasa takut tersebut karena ia memiliki keinginan untuk LASIK yang lebih mendominasi dari rasa takutnya. Ia juga tetap memotivasi dirinya dengan berkata bahwa dirinya akan memiliki mata normal setelah prosedur LASIK, sama seperti sepupunya.

Ada beberapa tahap yang harus dilalui Gracia sebelum nantinya dapat menentukan apakah Gracia merupakan kandidat yang sesuai untuk menjalani operasi LASIK atau tidak, diantaranya adalah melakukan konsultasi dengan dokter dan melakukan *screening*. Setelah menjalankan proses tersebut, Gracia menunggu sekitar satu minggu hingga akhirnya melakukan prosedur LASIK.

Selama proses konsultasi, Gracia mengaku bahwa dokter sempat menjelaskan sedikit mengenai jenis LASIK yang ada. Namun, Gracia direkomendasikan untuk menggunakan teknologi terbaru dan satu-satunya di rumah sakit tersebut, yaitu ReLEx SMILE. Dokter menjelaskan kepada Gracia bahwa prosedur LASIK



ReLEx SMILE memiliki prosedur yang cepat. Penentuan Gracia untuk menggunakan teknologi ReLEx SMILE bukan berasal dari diri sendiri, melainkan saran dari dokter dan orang tua, sehingga ia hanya menurutinya. Saat itu, Gracia juga tidak dapat memilih jenis teknologi yang ingin digunakan karena keterbatasan teknologi pada rumah sakit tersebut yang hanya menyediakan layanan LASIK ReLEx SMILE.

Pada saat sedang melaksanakan tindakan LASIK, Gracia merasa tegang, takut, deg-degan, dan kesakitan yang berada di skala tujuh dari sepuluh, meskipun mata sudah dibius lokal. Saat baru saja selesai menjalani operasi LASIK yang dilakukan di pagi hari, Gracia tidak dapat membuka matanya hingga sore hari. Pada saat ia membuka matanya, pandangan masih belum 100% jelas. Proses pemulihan dari pandangan kabur tersebut hingga jelas memakan waktu hingga kurang lebih satu bulan.

Gracia mengaku sangat puas dengan hasil LASIK yang telah dijalannya karena hampir segala hal kecil atau aktivitas yang terganggu jika menggunakan kacamata, sudah tidak dialami lagi oleh Gracia.

Setelah tindakan LASIK baru saja selesai, Gracia merasa sangat lega karena sudah tidak merasakan kesakitan dan masih belum terbiasa untuk lepas dari kacamata sepenuhnya. Gracia juga diberikan kacamata khusus untuk melindungi matanya dari gesekan saat tidur. Pada masa pemulihan, Gracia tidak bisa mencuci muka maupun mencuci rambutnya karena matanya tidak diperbolehkan untuk terkena air untuk sementara waktu. Hal tersebut membuat Gracia sedikit kurang senang.

Gracia kembali menjelaskan bahwa ia pernah mendengar dari orang lain bahwa minus dapat kembali setelah melakukan operasi LASIK. Hal tersebut dapat dipicu oleh kebiasaan buruk seseorang yang dapat merusak mata. Ia juga mengatakan bahwa

penderita mata silinder atau *astigmatisme* juga dapat menjalani LASIK dengan menggunakan teknologi yang sama, yaitu ReLEx SMILE.

Gracia juga menyebutkan biaya yang dikeluarkan untuk melakukan prosedur LASIK dengan ReLEx SMILE, yaitu sekitar 30 juta.

### **3.1.1.2 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari kedua wawancara yang telah dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa prosedur LASIK yang dijelaskan oleh ahli sesuai dengan apa yang dialami oleh orang yang sudah LASIK. Selain itu, keduanya juga mengatakan bahwa motivasi LASIK pada orang-orang adalah ketidaknyamanan mereka saat menggunakan kacamata untuk aktivitas tertentu dan ingin mengubah penampilan mereka. Menurut ahli, masyarakat takut dengan kata 'operasi' sehingga mereka ragu untuk melakukan LASIK, namun berbeda dengan pernyataan seorang yang sudah menjalani operasi LASIK, ia menyebutkan memiliki ketakutan dalam rasa sakit selama tindakan berlangsung. Ahli sempat menyebutkan perasaan para pasien setelah melakukan tindakan LASIK, yaitu semua merasa bahagia karena adanya perubahan drastis yang terjadi. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan pernyataan orang yang sudah LASIK, yaitu merasa sangat puas dan bahagia, memvalidasi bahwa pernyataan tersebut benar.

### **3.1.2 Metode Kuantitatif**

Metode kuantitatif yang digunakan untuk pengambilan data adalah dengan menggunakan kuesioner yang disebar secara daring yang menargetkan masyarakat yang menggunakan kacamata yang berada di Jabodetabek. Menurut Creswell & Creswell (2018), metode kuantitatif ini bertujuan untuk menguji teori tertentu dan hubungan antar variabelnya. Oleh karena itu, metode kuantitatif dilakukan untuk mengetahui seberapa

banyak orang dengan kelainan refraksi mata mengetahui mengenai LASIK dan seberapa jauh pengetahuan mereka mengenai LASIK.

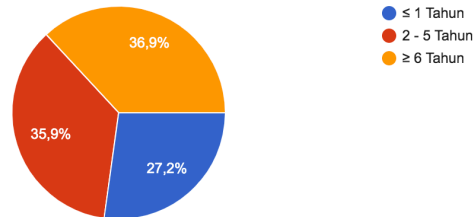
Dalam situs [sehatnegeriku.kemkes.go.id](http://sehatnegeriku.kemkes.go.id), dr. Aldiana Halim yang merupakan seorang perwakilan dari Perhimpunan Dokter Spesialis Mata Indonesia (Perdami), mengatakan bahwa terdapat 8 juta orang yang mengalami gangguan penglihatan di Indonesia pada tahun 2017 (Widyawati, 2021). Oleh karena itu, target sampel yang dibutuhkan berdasar rumus Slovin dengan ketelitian 10% adalah 100 sampel yang ditentukan dengan cara sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{8.000.000}{1 + 8.000.000 \times 0,1^2} = 99,99$$

Kuesioner mulai dibagikan dengan metode *snowball sampling*, yaitu dengan membagikan kuesioner kepada target-target yang sesuai dengan kriteria tertentu dan diharapkan kuesioner tersebut akan disebarakan kembali kepada orang-orang yang memiliki kriteria yang sama. Penyebaran kuesioner membutuhkan waktu dua minggu, dimulai dari tanggal 11 Februari 2024 hingga tanggal 22 Februari 2023, dengan total 103 responden. Dari seluruh responden, 74,8% diantaranya merupakan penderita kelainan refraksi mata, yaitu miopia (minus) dan astigmatisme (silinder), dengan tingkat keparahan sedang ke berat. Para responden ditanya mengenai aktivitas-aktivitas yang terganggu ketika mereka menggunakan kacamata dan hasilnya menyatakan mayoritas terganggu saat beraktivitas di luar, berolahraga, menyetir, dan berfoto. Kuesioner terdiri dari lima segmen, yaitu pengisian identitas beserta memvalidasi apakah orang yang mengisi sesuai kriteria atau tidak, pengetahuan dan keinginan LASIK, tes pengetahuan mengenai LASIK, preferensi media, serta menanyakan pendapat mengenai tampilan *webpage* LASIK yang sudah ada.

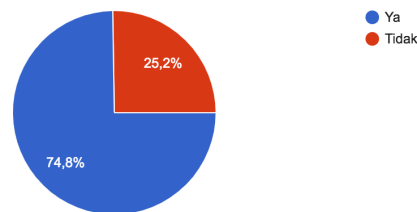
Sudah berapa lama Anda menggunakan kacamata?

103 jawaban



Apakah Anda sering merasa tidak nyaman atau terganggu ketika menggunakan kacamata?

103 jawaban

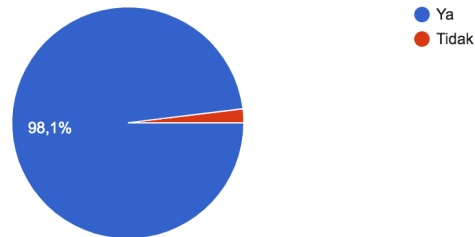


Gambar 3.3 Hasil Kuesioner mengenai Penggunaan Kacamata

Pada segmen pertama yang merupakan pengisian identitas dan memvalidasi apakah responden memenuhi kriteria yang dibutuhkan. Semua responden berdomisili di Jabodetabek dan berusia 18-25 tahun. Semua responden menjawab bahwa mereka menggunakan kacamata dengan rentang waktu yang berbeda-beda. Sebanyak 36,9% responden sudah menggunakan kacamata lebih atau sama dengan enam tahun, 35,9% responden sudah menggunakan kacamata selama dua hingga lima tahun, dan 27,2% responden sudah menggunakan kacamata kurang dari atau sama dengan satu tahun. Dari 103 responden, 74,8% responden mengaku bahwa mereka merasa terganggu saat menggunakan kacamata. Hal tersebut menunjukkan bahwa banyak orang membutuhkan kacamata untuk membantu penglihatannya, tetapi merasa tidak nyaman saat menggunakannya.

Apakah Anda pernah mendengar atau mengetahui mengenai LASIK sebelumnya?

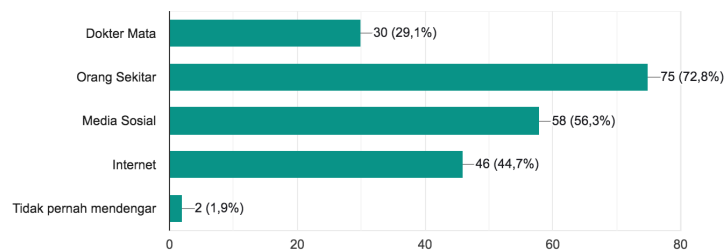
103 jawaban



Darimana Anda mendengar atau mengetahui mengenai LASIK?

Salin

103 jawaban



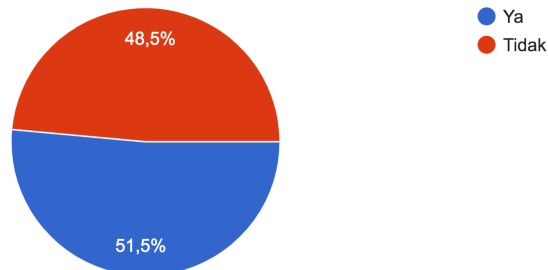
Gambar 3.4 Hasil Kuesioner mengenai Mengetahui LASIK

Segmen kedua berisikan pengetahuan dan keinginan LASIK dari para responden. Mayoritas dari responden pernah mendengar atau mengetahui mengenai LASIK dengan persentase sebesar 98,1%. Saat ditanya darimana responden mendengar atau mengetahui mengenai LASIK, 72,5% responden mengatakan dari orang sekitar, 56,3% responden mengatakan dari media sosial, 44,7% responden mengatakan dari internet, serta 29,1% responden mengatakan dari dokter mata. Hanya 1,9% responden yang tidak mengetahui mengenai LASIK.

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

Jika Anda direkomendasikan untuk LASIK, apakah Anda melakukannya?

103 jawaban



Gambar 3.5 Hasil Kuesioner mengenai Keinginan Untuk Melakukan LASIK dan Alasan Tidak Ingin Melakukan LASIK

Para responden ditanya apakah mereka akan melakukan LASIK jika ada yang merekomendasikannya. Namun, 51,5% responden akan melakukan LASIK, sedangkan 48,5% responden tidak akan melakukan LASIK. Penulis ingin mengetahui mengapa mereka menjawab untuk tidak melakukan LASIK. Alasannya begitu beragam, mulai dari takut untuk menjalani operasi dengan persentase 17,5%, takut mengalami kegagalan pada saat operasi dengan persentase 36,9%, takut dengan hasil yang tidak memuaskan dengan persentase 11,7%, belum mengetahui banyak mengenai LASIK dengan persentase 34%, harga yang cukup mahal dengan persentase 14,6%, dan sudah nyaman dengan menggunakan kacamata atau lensa

kontak sehingga merasa tidak butuh melakukan LASIK dengan persentase 12,6%.

Pada *pie chart* tersebut, terdapat 53 responden yang menjawab ingin melakukan LASIK jika direkomendasikan. Namun, pada grafik yang menanyakan hal apa yang membuat responden ragu untuk melakukan LASIK, yang menjawab “saya menjawab ya” berkurang menjadi 48 orang, sehingga ada selisih 5 orang yang masih menjawab apa yang menjadi keraguan mereka meskipun sudah menjawab ingin melakukan LASIK pada pertanyaan sebelumnya.



Gambar 3.6 Hasil Kuesioner Mengenai Ketertarikan Untuk Lebih Mengetahui LASIK

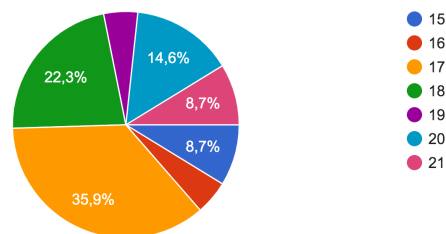
Setelah diberikan penjelasan singkat mengenai LASIK, penulis kembali menanyakan mengenai ketertarikan responden terhadap LASIK. Ternyata, 70,9% responden memberikan respon positif, yaitu tertarik dan sangat tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai LASIK. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa lebih banyak orang yang ingin tahu tentang LASIK.



Gambar 3.7 Hasil Kuesioner mengenai Motivasi Untuk Melakukan LASIK

Responden kemudian ditanya mengenai motivasi mereka untuk melakukan LASIK, jawaban yang mendominasi adalah aktivitas yang terganggu jika menggunakan kacamata dengan total 64 responden dan menjadi lebih praktis dengan jumlah 56 responden. 21 responden juga termotivasi untuk melakukan LASIK karena ingin terlihat lebih baik secara penampilan. 47 responden akan termotivasi untuk melakukan LASIK jika disarankan oleh dokter, orang tua atau teman. Ada 3 responden lainnya yang memiliki motivasi lain untuk melakukan LASIK, diantaranya adalah iseng, minus yang lumayan tinggi, dan biaya yang mahal jika harus mengganti kacamata setiap tahun.

Menurut Anda, berapakah batas usia minimal seseorang untuk melakukan LASIK?  
103 jawaban



Gambar 3.8 Hasil Kuesioner mengenai Tes Pengetahuan Umum Mengenai LASIK

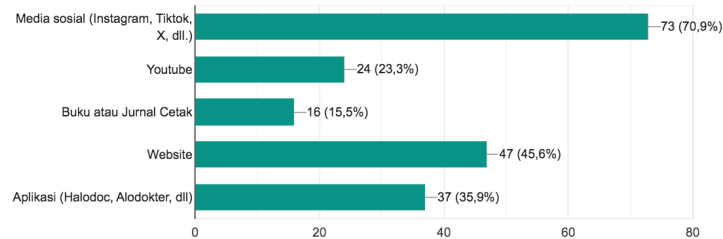
Responden juga ditanya mengenai batas usia minimal bagi seseorang yang ingin melakukan LASIK. Mayoritas menjawab umur 17 tahun dengan persentase 35,9%. Akan tetapi, jawaban yang tepat adalah 18 tahun dengan persentase 22,3%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa 77,7% belum mengetahui informasi yang benar mengenai LASIK.

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



Media apa saja yang sering Anda gunakan untuk mencari atau mendapatkan informasi medis? [Salin](#)

103 jawaban



Untuk apa Anda mencari informasi medis di media di atas? [Salin](#)

103 jawaban

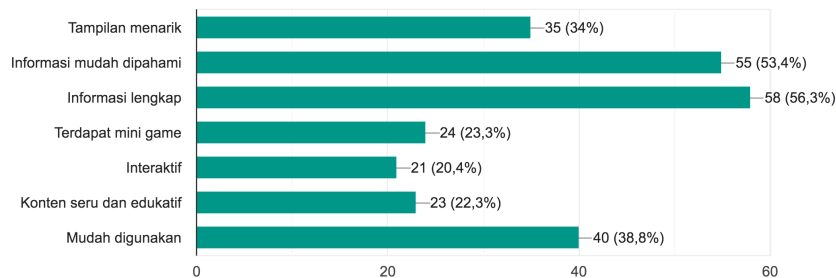


Gambar 3.9 Hasil Kuesioner mengenai Media Informasi Medis yang Sering Digunakan dan Tujuan Digunakan Media Tersebut

Segmen berikutnya membahas mengenai preferensi media. Pada grafik di atas, 70,9% responden sering menggunakan media sosial, 45,6% sering menggunakan *website*, 35,9% sering menggunakan aplikasi, 23,3% sering menggunakan Youtube, dan 15,5% sering menggunakan buku atau jurnal cetak untuk mencari informasi medis. Responden menggunakan media informasi yang dipilih untuk mencari informasi medis karena membutuhkan informasi karena ada yang sakit, hanya untuk mencari informasi, serta untuk menambah ilmu dan wawasan mereka. Ketiga alasan responden menggunakan sebuah media informasi medis tersebut tidak berbeda jauh, yaitu sekitar 50%.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Menurut Anda, apa yang membuat sebuah media informasi menarik? Terutama untuk informasi medis  
103 jawaban



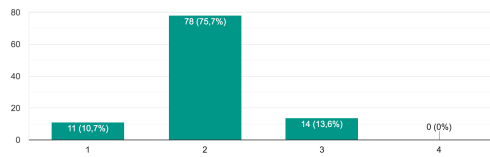
Gambar 3.10 Hasil Kuesioner mengenai Media Informasi yang Menarik

Penulis kembali menanyakan kepada responden mengenai fitur apa yang disukai jika sedang menggunakan sebuah media, terutama untuk mencari informasi medis. 56,3% responden menyebutkan bahwa sebuah media harus memiliki informasi yang lengkap, dan 53,4% responden menyebutkan informasi yang terdapat dalam sebuah media harus mudah dipahami. Selanjutnya diikuti dengan media yang mudah digunakan, tampilan media yang menarik, terdapat mini game, konten yang seru dan edukatif, dan interaktif.

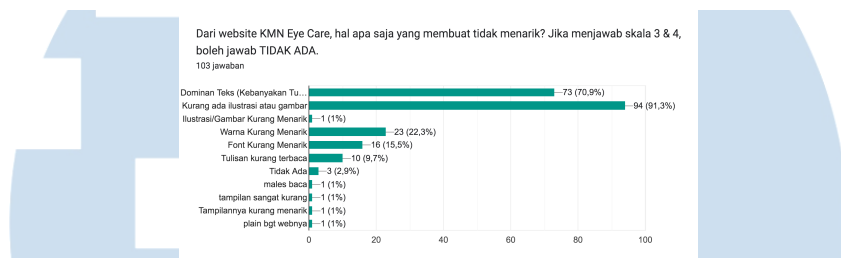
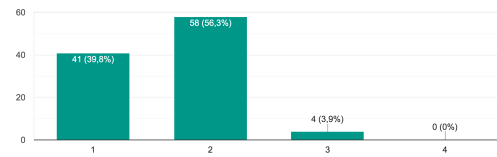
Penulis juga menanyakan mengenai pendapat responden mengenai tampilan dari *webpage* LASIK yang sudah ada dan ketertarikan responden untuk membaca informasi yang tertera pada *webpage* LASIK tersebut. Ada tiga *webpage* LASIK yang penulis tanyakan kepada responden, yaitu *webpage* LASIK dalam *website* KMN EyeCare, Ciputra SMG Eye Clinic, dan Jakarta Eye Center (JEC).

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

Buka website ini: <https://www.klinikmatanusantara.com/id/tindakan-dan-biaya/lasik/> Apakah menurut Anda tampilan website menarik?  
103 jawaban



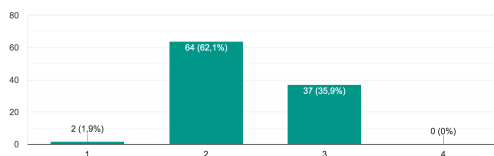
Dari website KMN Eye Care, apakah Anda merasa tertarik untuk membaca informasi dalam website tersebut?  
103 jawaban



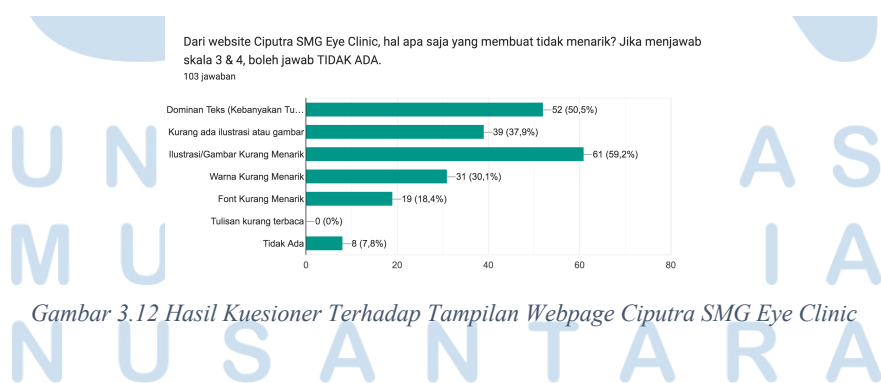
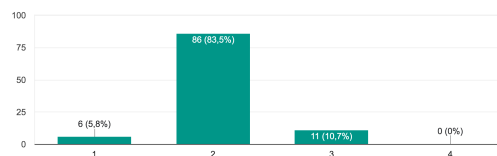
Gambar 3.11 Hasil Kuesioner Terhadap Tampilan Webpage KMN EyeCare

Pada gambar 3.11, 86,4% responden yang menganggap bahwa tampilan dari *webpage* LASIK dari KMN EyeCare tidak menarik, sehingga 96,1% dari responden tidak tertarik untuk membaca informasi yang terdapat pada *webpage* tersebut. Ketika ditanya hal apa saja yang membuat *webpage* tersebut tidak menarik, 91,3% responden menjawab *webpage* kurang mengandung ilustrasi atau gambar, serta 70,9% responden menjawab *webpage* dominan teks atau kebanyakan tulisan. 3% lainnya menjawab bahwa tampilan *webpage* kurang menarik dan polos.

Buka website ini: <https://ciputrasmgeyeclinic.com/lasik-mata/> Apakah menurut Anda tampilan website ini menarik?  
103 jawaban

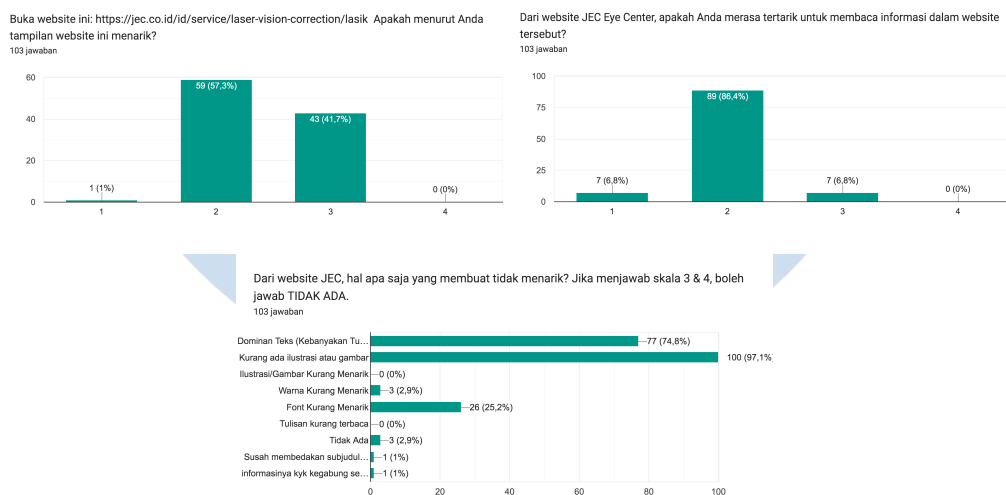


Dari website Ciputra SMG Eye Clinic, apakah Anda merasa tertarik untuk membaca informasi dalam website tersebut?  
103 jawaban



Gambar 3.12 Hasil Kuesioner Terhadap Tampilan Webpage Ciputra SMG Eye Clinic

Pada gambar 3.12, penulis kembali menanyakan mengenai tampilan dari *webpage* LASIK yang berada dalam *website* Ciputra SMG Eye Clinic. 64% responden berpendapat bahwa tampilan *webpage* LASIK dalam *website* Ciputra SMG Eye Clinic tidak menarik, sehingga 89,3% responden menjawab bahwa mereka tidak tertarik untuk membaca informasi yang terdapat pada *webpage* tersebut. 59,2% responden menganggap bahwa *webpage* tidak menarik karena ilustrasi atau gambar yang terdapat dalam *webpage* kurang menarik dan 50,5% responden menganggap bahwa *webpage* tersebut dominan teks.



Gambar 3.13 Hasil Kuesioner Terhadap Tampilan *Webpage* Jakarta Eye Center (JEC)

Gambar 3.13 merupakan penilaian terhadap tampilan *webpage* LASIK dalam *website* Jakarta Eye Center (JEC), yang menunjukkan bahwa terdapat 58,3% responden yang menganggap tampilan *webpage* tidak menarik. Dengan persentase tersebut, 93,2% responden menjawab mereka tidak tertarik untuk membaca informasi yang terdapat dalam *webpage*. Ketika ditanya hal apa saja yang membuat *webpage* tidak menarik, sebanyak 97,1% responden menjawab bahwa *webpage* kurang ada ilustrasi atau gambar serta 74,8% responden menjawab *webpage* dominan teks. Satu responden menjawab bahwa ia kesulitan untuk membedakan subjudul dan isi, serta satu responden menjawab bahwa informasi yang terdapat dalam *webpage* seperti tergabung semua dan tidak ada pemisahannya.

### 3.1.2.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan, penulis melihat bahwa mayoritas responden merasa terganggu jika menggunakan kacamata sehingga motivasi mereka untuk melakukan LASIK adalah karena aktivitas mereka yang terganggu saat menggunakan kacamata. Responden juga banyak yang mengetahui atau pernah mendengar mengenai LASIK, yang lebih banyak berasal dari orang sekitar. Jika responden direkomendasikan untuk LASIK, hal ini menimbulkan pro dan kontra. Banyak yang mengatakan ingin LASIK, dan banyak juga yang tidak ingin LASIK dengan alasan yang variatif, namun didominasi dengan alasan takut gagal dan belum mengetahui banyak informasi mengenai LASIK. Ada juga beberapa responden yang mengatakan ingin melakukan LASIK, tetapi masih ragu dengan keputusannya untuk menjalani LASIK. Dari informasi tersebut, penulis menyimpulkan bahwa orang yang ingin melakukan LASIK namun masih ragu, belum tentu mencari informasi lanjutan mengenai LASIK. Responden juga banyak yang ingin lebih mengetahui mengenai LASIK.

Dalam bagian tes pengetahuan mengenai LASIK, ada satu pertanyaan yang didominasi oleh jawaban yang benar, tetapi masih ada beberapa pertanyaan yang dijawab dengan kurang tepat. Oleh karena itu, penulis merasa terdorong untuk menyediakan sebuah media informasi yang lengkap dan benar agar mereka bisa lebih mengetahui LASIK. Media informasi yang biasanya digunakan untuk mencari informasi medis didominasi oleh media sosial, diikuti dengan *website*. Responden juga menyukai media informasi yang mengandung informasi yang lengkap dan mudah dipahami, serta mudah digunakan dengan tampilan yang menarik.

Penulis juga menanyakan mengenai tampilan dari tiga *webpage* LASIK yang sudah ada. Dari hasil kuesioner yang didapatkan, ketiga *webpage* LASIK tersebut dianggap tidak menarik

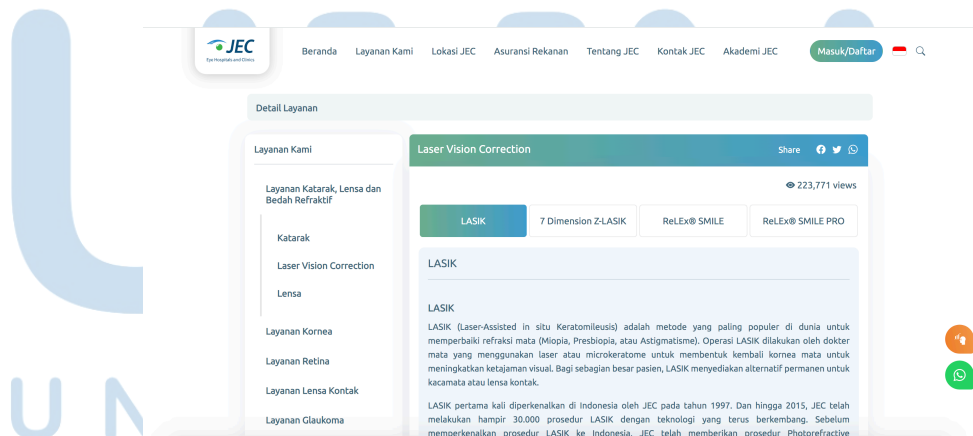
oleh 81,2% responden karena 65,4% menganggap *webpage* didominasi oleh teks dan 82,5% menganggap bahwa *webpage* kurang ada ilustrasi atau ilustrasi yang terdapat di dalam *webpage* kurang menarik.

### 3.1.3 Studi Eksisting

Studi eksisting yang dilakukan penulis bertujuan untuk menjadi acuan dalam perancangan media informasi mengenai LASIK. Studi ini akan diambil dari tiga *webpage* mengenai LASIK, yaitu *webpage* LASIK dalam *website* JEC (Jakarta Eye Center), Ciputra SMG Eye Clinic, dan KMN Eye Center untuk mengetahui perbedaan dari masing-masing *webpage*.

#### 3.1.3.1 *Webpage* JEC (Jakarta Eye Center)

JEC (Jakarta Eye Center) merupakan sebuah rumah sakit spesialis mata yang cukup ternama dan memiliki tujuh cabang, yaitu di Bekasi, Cinere, Cibubur, Tambora, Tanjung Priok, Kedoya, dan Menteng. Penulis menjadikan *webpage* LASIK pada *website* JEC sebagai salah satu referensi karena penulis melihat ada berbagai hal yang dapat menjadi pertimbangan saat penulis merancang media informasi.



Gambar 3.14 Tampilan *Webpage* LASIK dalam *Website* JEC (Jakarta Eye Center)

Penulis melakukan analisis berdasarkan tampilan, elemen *user interface* (UI), serta kelengkapan informasi mengenai LASIK. Berikut

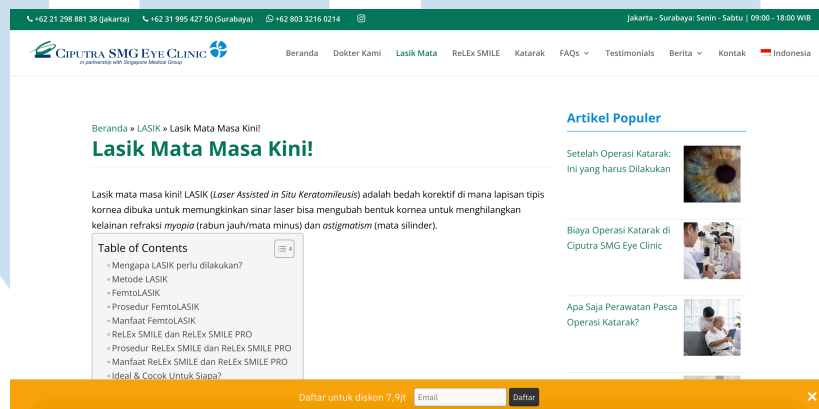
merupakan hasil analisis SWOT dari *webpage* LASIK pada *website* JEC.

Tabel 3.1 Hasil Analisis SWOT *Webpage* LASIK JEC

<b><i>Strength</i> atau Kelebihan</b>	<b><i>Weakness</i> atau Kekurangan</b>
Tampilan <i>website</i> konsisten, penempatan informasi-informasi mudah untuk diakses, beberapa tombol sudah menggunakan bantuan ilustrasi sehingga lebih menarik.	Saat sedang ingin mencari tahu tentang LASIK tanpa tombol <i>search</i> , masih sedikit sulit karena bahasa yang digunakan bukan LASIK, tetapi <i>laser eye correction</i> . Pada bagian penjelasan, tidak terlihat jelas hirarki antara subjudul dengan <i>body text</i> . Kurang ilustrasi. Informasi mengenai LASIK juga kurang lengkap.
<b><i>Opportunity</i> atau Peluang</b>	<b><i>Threat</i> atau Ancaman</b>
Rumah sakit cukup dikenal karena lokasinya terdapat pada beberapa lokasi di Jabodetabek, informasi mengenai dokter mata yang jelas dan terdapat tombol untuk langsung buat janji jika sesuai.	Ada beberapa <i>website</i> yang dimiliki oleh rumah sakit mata lainnya dengan informasi serupa dan hirarki tulisan yang lebih terlihat. Tulisan yang terlalu banyak dan tidak dibagi-bagi menjadi poin-poin akan membuat orang malas untuk membaca sehingga mereka bisa terlewat dengan beberapa informasi.

### 3.1.3.2 Webpage Ciputra SMG Eye Clinic

Ciputra SMG Eye Clinic merupakan sebuah rumah sakit spesialis mata yang berada di tiga kota, yaitu di Kuningan, Pondok Indah, dan Surabaya. Penulis menjadikan *webpage* LASIK dalam *website* Ciputra SMG Eye Clinic sebagai salah satu referensi agar dapat menjadi perbandingan dengan *website* rumah sakit mata lainnya dan dapat menjadi pertimbangan bagi penulis saat perancangan media informasi.



Gambar 3.15 Tampilan Webpage LASIK dalam Website SMG Ciputra Eye Clinic

Penulis melakukan analisis berdasarkan tampilan, elemen *user interface* (UI), serta kelengkapan informasi mengenai LASIK. Berikut merupakan analisis SWOT dari *webpage* LASIK dalam *website* Ciputra SMG Eye Clinic.

Tabel 3.2 Hasil Analisis SWOT Webpage LASIK SMG Ciputra Eye Clinic

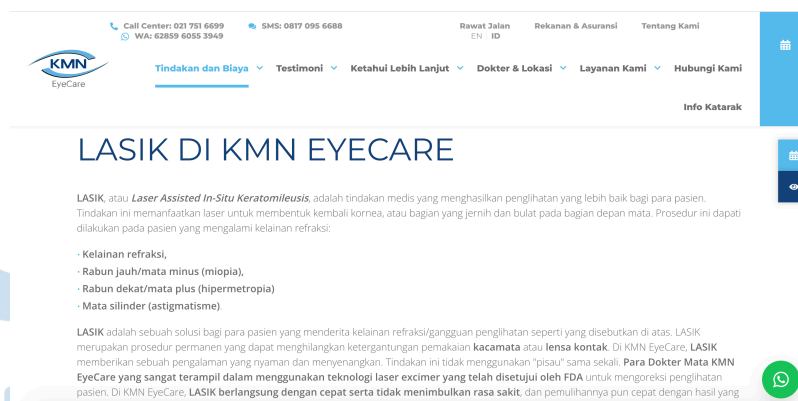
<b>Strength</b> atau <b>Kelebihan</b>	<b>Weakness</b> atau <b>Kekurangan</b>
Tampilan mirip dengan beberapa <i>website</i> lainnya sehingga pengguna bisa lebih mudah untuk mengakses <i>website</i> tersebut, hirarki pada tulisan juga terlihat dengan jelas, pada	Tidak ada fitur untuk mencari atau <i>search</i> sehingga harus menavigasi sendiri hingga menemukan yang dicari. Tampilan yang sangat sederhana sehingga



bagian <i>body text</i> . Informasi mengenai LASIK disertai beberapa video dan foto.	tidak terkesan menarik. Informasi mengenai LASIK belum terlalu lengkap.
<b>Opportunity</b> atau Peluang	<b>Threat</b> atau Ancaman
Rumah sakit ini bekerjasama dengan grup dari luar negeri membuat orang yang ingin LASIK lebih tertarik untuk melakukan LASIK di rumah sakit ini. Bahasa juga mudah dimengerti.	Ada <i>website</i> mengenai LASIK lainnya yang tampilannya lebih menarik, dengan fitur bantuan yang lebih lengkap

### 3.1.3.3 Website KMN EyeCare

KMN EyeCare merupakan sebuah rumah sakit spesialis mata yang memiliki empat cabang, yaitu di Kemayoran, Kebon Jeruk, Jakarta Selatan, dan Semarang. Penulis menjadikan *webpage* LASIK dalam *website* KMN EyeCare sebagai referensi karena *webpage* ini juga menyediakan berbagai informasi mengenai LASIK.



Gambar 3.16 Tampilan Webpage LASIK dalam Website KMN Eye Care

Penulis melakukan analisis berdasarkan tampilan, elemen *user interface* (UI), serta kelengkapan informasi mengenai LASIK. Berikut merupakan analisis SWOT dari *webpage* LASIK pada *website* KMN EyeCare.

Tabel 3.3 Hasil Analisis SWOT Webpage LASIK KMN EyeCare

<b>Strength atau Kelebihan</b>	<b>Weakness atau Kekurangan</b>
Penjelasan yang relatif singkat dan jelas, penggunaan warna dan ukuran pada hirarki tulisan yang jelas dan mudah dipahami, pembagi dari setiap sub-judul diberikan pembeda <i>section</i> berupa warna, navigasi cukup mudah	Tidak banyak menggunakan ilustrasi sehingga visual menjadi kurang menarik, <i>website</i> hanya menggunakan <i>single column grid</i> pada bagian penjelasan mengenai LASIK sehingga mata memiliki rentang yang terlalu jauh dan terasa tidak nyaman saat membaca (di layar laptop atau komputer).
<b>Opportunity atau Peluang</b>	<b>Threat atau Ancaman</b>
Memiliki fitur-fitur sederhana namun interaktif ( <i>dropdown</i> ), klasifikasi informasi cukup baik.	Ada <i>website</i> lain yang memiliki informasi serupa dengan kenyamanan baca yang lebih baik. Font yang digunakan juga terlalu tipis sehingga sulit untuk dibaca.

#### 3.1.1.4 Kesimpulan

Berdasarkan hasil studi eksisting yang telah dilakukan kepada tiga *website* tersebut, penulis merangkum analisis aspek-aspek *user interface* (UI) pada *webpage-webpage* tersebut menjadi sebuah tabel sebagai berikut.

Tabel 3.4 Hasil Analisis Aspek User Interface (UI) Pada Masing-Masing Webpage

Nama Website/Aspek UI	JEC	Ciputra SMG Eye Clinic	KMN EyeCare
Layout	Layout	Layout	Layout

	konsisten, grid juga digunakan dengan baik	konsisten dan cukup nyaman untuk dilihat	konsisten, tetapi menggunakan <i>single grid</i> sehingga mata cepat lelah saat membaca
Tipografi	Hirarki pada tulisan kurang terlihat	Hirarki pada tulisan terlihat dengan jelas, menggunakan font yang mudah untuk dibaca	Hirarki tulisan sudah terlihat dengan jelas
Warna	Penggunaan warna konsisten, mayoritas hijau dan biru dengan bermain sedikit gradasi	Penggunaan warna konsisten, namun ada beberapa warna yang dianggap kurang serasi, seperti merah terang di tengah hijau dan kuning gelap	Penggunaan warna konsisten, menggunakan warna monokrom biru
<i>Imagery</i>	Beberapa tombol sudah menggunakan ilustrasi, kurang ada	Menggunakan video untuk menjelaskan prosedur tertentu,	Kurang adanya ilustrasi atau <i>imagery</i> dalam penjelasan

	ilustrasi untuk penjelasan		
<i>Control</i>	Tidak memiliki <i>search button</i> , terdapat beberapa tombol <i>call-to-action</i>	Tidak memiliki <i>search button</i> , terdapat tombol <i>call-to-action</i> , namun hover tidak terlalu terlihat pada beberapa bagian	Banyak menggunakan fitur <i>dropdown</i>

Ketiga *webpage* tersebut memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing dari segi aspek *user interface*, tampilan, dan informasi yang terkandung di dalamnya. *Webpage* JEC sudah menggunakan grid dengan baik dan *layout* yang konsisten dengan tetap menjaga konsistensi dari warna dan font. Namun, tulisan pada *body text* kurang terlihat hirarkinya sehingga cukup sulit untuk membedakan *sub-judul* dengan *body text*. *Webpage* JEC juga menyediakan informasi yang cukup lengkap dengan penempatan yang mudah diakses, dengan memberikan informasi yang lengkap mengenai dokter mata disitu. Penggunaan *imagery* pada *webpage* tersebut sudah cukup baik, terutama digunakan pada bagian tombol sehingga menjadi lebih interaktif, tetapi tetap sangat kurang ilustrasi pada *webpage*. Hanya saja, tidak ada *search button* yang dapat membantu pengguna untuk menavigasi dengan cepat dan mudah. *Webpage* Ciputra SMG Eye Clinic juga sudah menggunakan *layout* yang konsisten dan nyaman untuk dilihat. Hirarki yang terdapat pada konten juga sudah cukup terlihat dengan baik dengan menggunakan font yang mudah terbaca. Warna yang digunakan juga sudah konsisten, namun ada beberapa elemen yang menggunakan warna yang tidak serasi dengan warna utama *website*. Selain itu, *webpage* Ciputra SMG Eye Clinic sudah

menggunakan video sebagai alat bantu menjelaskan sebuah prosedur. Namun, tombol pembantu seperti *search button* tidak ditemukan dalam *webpage* tersebut. Pada *website* KMN Eye Center, *layout* yang digunakan konsisten, namun penggunaan *single grid* untuk penyampaian informasi membuat mata pembaca lelah karena terlalu panjang ke samping. Selain itu, penggunaan warna sudah konsisten dan hirarki pada tulisan sudah sangat terlihat jelas. *Webpage* ini juga menggunakan banyak fitur *dropdown*. Namun, jarang ditemukan adanya *imagery* pada tampilan antarmuka saat sedang membaca informasi.

### **3.2 Metodologi Perancangan**

Pada perancangan ini, penulis memilih metode dari *Design Thinking* oleh *Hasso-Plattner Institute of Design at Stanford* yang tercantum pada buku *The Basics of User Experience Design* oleh Soegaard (2018) untuk merancang *website*. Pada metode *Design Thinking* oleh *Hasso-Plattner Institute of Design at Stanford*, terdapat tahapan secara umum untuk menghasilkan sebuah desain yang sesuai untuk kebutuhan targetnya.

#### **3.2.1 Design Thinking oleh Hasso-Plattner Institute of Design at Stanford**

Menurut *Hasso-Plattner Institute of Design at Stanford* yang terdapat dalam Soegaard (2018), terdapat lima tahapan yang akan dilewati untuk merancang sebuah desain, yaitu *emphasize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahapan-tahapan tersebut tidak harus dilakukan secara beruntut, yang berarti setiap tahapan dapat dilakukan secara berulang dan dapat diperbaiki untuk menciptakan desain yang lebih baik.

##### **3.2.1.1 Emphasize**

Tahap *emphasize* ini dilakukan untuk mengenal dan mengerti calon pengguna secara fisik dan emosional sehingga dapat mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh calon pengguna. Riset mengenai masalah, kebutuhan, dan tentang calon pengguna dilakukan

dengan mencari data atau informasi terpercaya dari sumber kredibel, serta dilengkapi dengan menggunakan metode penelitian secara kuantitatif dan kualitatif.

#### **3.2.1.2 Define**

Tahap *define* dilakukan untuk mengidentifikasi masalah dengan lebih spesifik sehingga dapat diketahui perancangan seperti apa yang sesuai untuk calon pengguna untuk mengatasi masalah yang dihadapi. Tahap ini lebih memfokuskan untuk menyelesaikan masalah secara desain dan menyesuaikan dengan target.

#### **3.2.1.3 Ideate**

Tahap *ideate* dilakukan untuk mengeksplorasi solusi secara luas untuk mengumpulkan ide-ide yang beragam. Pada tahap ini, penulis tidak mencari tahu solusi yang tepat dan terbaik untuk calon pengguna karena hal tersebut masih belum bisa dipastikan jika belum dilakukan *testing* kepada calon pengguna. Dengan mengumpulkan ide yang beragam, desainer akan memiliki kreativitas tanpa batas dapat membantu perancangan desain yang lebih menarik dan menonjol.

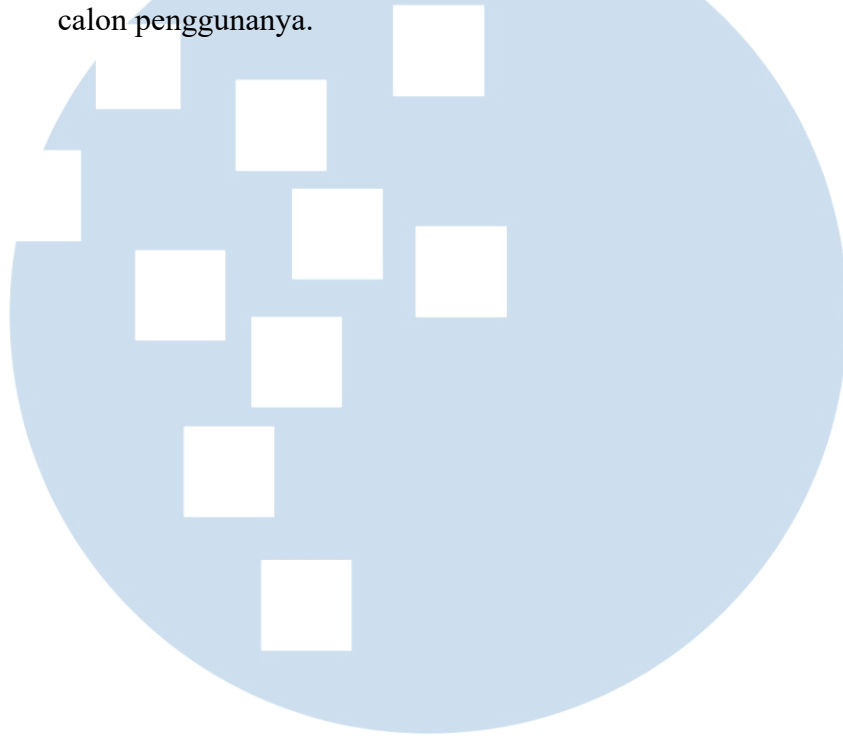
#### **3.2.1.4 Prototype**

Tahap *prototype* dilakukan untuk merealisasikan solusi yang sudah ditentukan pada tahap *ideate*. Tahap ini dilakukan untuk menguji apakah solusi yang sudah dirancang mampu tersampaikan kepada calon pengguna atau tidak. Pengujian solusi ini tidak menunggu perancangan selesai, sehingga akan dilakukan pengujian dengan skala kecil untuk mengidentifikasi solusi yang terbaik dalam perancangannya. Tahap ini juga memberikan keuntungan bagi desainer agar sudah dapat mengidentifikasi *error* lebih cepat dan meminimalisir perbaikan dengan skala besar.

#### **3.2.1.5 Test**

Tahap *test* dilakukan terakhir untuk mendapatkan penilaian atau *feedback* dari solusi yang sudah dirancang. Dengan melakukan tahap ini, desainer dapat melihat langsung bagaimana calon pengguna

berinteraksi dengan perancangan, sehingga desainer dapat mengetahui kesalahan atau kekurangan dari perancangannya dan memperbaikinya sehingga mencapai perancangan yang memberikan solusi terbaik bagi calon penggunanya.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA