

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Pada proses perancangan ini, penulis mengumpulkan data dengan metode penelitian kualitatif. Metode ini menggunakan pendekatan yang berfokus pada pemahaman makna yang terkandung dalam pengalaman manusia, seperti sudut pandang, nilai keyakinan dan persepsi yang dimiliki oleh objek penelitian sehingga dapat memperoleh hasil data yang komprehensif dan objektif sebagai bahan analisis yang dapat memberikan pemahaman yang terperinci terkait dengan permasalahan yang sedang diteliti (Creswell, 2021)

3.1.1 Metode Kualitatif

Menurut Creswell (2021) metode penelitian kualitatif merupakan sebuah metode pengumpulan data dengan cara mengamati dan memahami suatu permasalahan dari individu maupun suatu kelompok yang memiliki kecenderungan yang berbeda. Hasil dari pemahaman ini akan memberikan informasi terkait dengan bagaimana suatu populasi memandang masalah yang sedang diteliti. Penulis mengumpulkan data kualitatif melalui wawancara, studi eksisting, dan studi referensi.

3.1.1.1 Wawancara

Pada tahapan wawancara, penulis melakukan wawancara bersama dengan empat pelaku perokok remaja yang memiliki sifat merokok yang berbeda-beda diantaranya adalah perokok aktif, perokok sosial dan perokok yang sudah berhenti merokok. wawancara ini dilakukan agar penulis mendapatkan pemahaman personalitas keempat pelaku perokok yang mewakili berbagai jenis perokok yang ada dengan melakukan pendekatan personal seperti menggali motivasi merokok pada saat pertama kali, hingga analisis perubahan perilaku yang terjadi pada setiap perokok. Wawancara juga dilakukan bersama dengan ahli seperti dokter dan psikolog. Wawancara dengan

dokter dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana merokok mempengaruhi Kesehatan tubuh remaja. Sedangkan wawancara dengan psikolog klinis remaja bertujuan untuk memahami aspek-aspek psikologis yang mempengaruhi kecanduan merokok pada remaja usia 15-19 tahun. Psikolog membantu mengenali pola pikir dan perilaku terkait dengan kecanduan, dan juga memberikan pemahaman tentang motivasi dan tantangan psikologis yang mungkin dihadapi oleh remaja yang sedang mencoba untuk berhenti merokok.

1) **Wawancara kepada Duta Sena Mahardika (*Regular Smoker*)**

Wawancara bersama dengan Duta sebagai pelaku perokok aktif yang berumur 18 tahun yang merupakan seorang mahasiswa yang berdomisili di Kota Tangerang. Duta memiliki psikologis yang suka mengeksplorasi hal-hal baru didalam hidupnya, dimana hal ini ditunjukkan melalui kepribadiannya yang mudah bergaul dan mengikuti banyak organisasi di kampusnya. Wawancara dilakukan secara tatap muka pada 12 September 2023 di Kazumi Cafe yang terletak di perumahan Green Lake City, Kota Tangerang. Tujuan Wawancara ini adalah untuk menggali pemahaman mengenai kebiasaan pelaku dalam merokok. selain itu melalui wawancara ini penulis juga mengidentifikasi faktor pengaruh ia merokok, upaya yang telah dilakukan untuk berhenti serta menganalisis persepsi pelaku terhadap dampak merokok.



Gambar 3.1 Wawancara dengan Duta

Duta pertama kali mencoba rokok pada usia 14-15 tahun saat masih berada dikelas 9 SMP. Alasan utama ia merokok adalah karena rasa penasaran dan iseng-iseng. Pada percobaan merokok pertama, ia hanya mencoba dengan membeli rokok sendiri tanpa melibatkan teman-temannya. Saat pertama kali merokok duta tidak menemukan pengalaman yang menarik hanya saja rasa penasarannya terhadap rokok sudah terjawab. Duta menyadari akan bahaya merokok melalui pengetahuan yang diperoleh dari orang tuanya. Pelaku merokok juga tidak merasa takut ketika melihat gambar-gambar seram yang tertera pada bungkus rokok. Baginya, gambar-gambar tersebut sudah menjadi bagian dari bungkus rokok dan tidak menimbulkan perasaan ketakutan. Meskipun sudah mengetahui risikonya, duta tetap melanjutkan kebiasaan merokoknya karena menanggapi hal tersebut sudah menjadi bagian dari *lifestyle* nya.

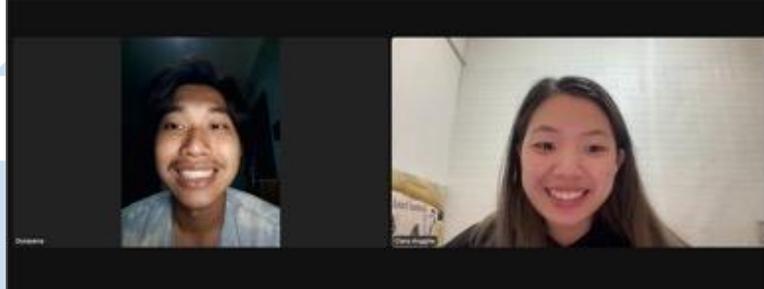
Duta dapat merokok sekitar 6-8 rokok dalam sehari dan tidak merokok setiap hari. Ia melakukannya dengan diam-diam sehingga tidak bisa merokok saat berada di rumah. Duta mengakui bahwa perasaan takut untuk mengecewakan ibunya adalah faktor yang mendorongnya untuk mencoba berhenti merokok. Meskipun ayahnya mendukungnya untuk merokok, ada syarat yaitu harus bisa menghasilkan uang sendiri. Duta mengungkapkan bahwa salah satu faktor yang mendorongnya untuk terus merokok adalah gengsi dan tekanan dari teman-teman. Jika ia tidak merokok, akan membuatnya merasa tertekan dengan ejekan dari teman-temannya. Selain itu merokok telah mengubah interaksi sosial duta dengan membuatnya lebih akrab dengan lingkungan teman-teman yang juga merokok

Ia telah mencoba berhenti merokok dua kali, pertama saat masih di SMA dan yang kedua saat memiliki pacar. Upaya berhenti pertama kali berhasil saat ia memiliki pacar, tetapi ia kembali ke kebiasaan merokok setelah putus. Menurutnyalah Salah satu cara Duta mengatasi

godaan merokok adalah dengan menolak tawaran teman yang memaksa. Meskipun merasa tidak enak saat menolak, ia berusaha untuk tidak tergoda. Namun ada beberapa waktu dimana duta merokok kembali ketika menghadapi masalah keluarga dan stres. Ia mencari ketenangan dalam merokok saat menghadapi masalah atau stres, karena merasa bahwa rokok adalah salah satu cara untuk mengatasi masalahnya tersebut. Salah satu temuan yang menonjol dari wawancara adalah bahwa Duta tidak merasakan efek samping yang umumnya terkait dengan merokok, seperti pernapasan menjadi berat. Hal ini bisa menjadi salah satu alasan mengapa ia belum merasa terdorong untuk berhenti merokok. Duta mengatakan bahwa pengaruh teman-temannya, terutama saat berada di SMA, memiliki peran besar dalam menjaga kebiasaannya merokok. teman-temannya memiliki dampak yang signifikan dalam membuatnya terus merokok. Ia mencatat bahwa pengaruh teman adalah faktor utama yang membuatnya kembali merokok setelah mencoba berhenti. Pengaruh ini berasal dari dorongan dan tawaran teman-temannya untuk merokok. Duta juga merasa bahwa merokok atau tidak merokok tidak memengaruhi produktivitasnya dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Ia merasa mampu melakukan kegiatan seperti biasa tanpa merasakan perbedaan signifikan saat ia merokok atau tidak.

Dalam wawancara ini, Duta menyatakan keyakinannya bahwa upaya untuk berhenti merokok harus dimulai dari dirinya sendiri. Ia mengakui bahwa 80% dari keputusan berhenti merokok harus berasal dari dirinya sendiri, sementara faktor pendukung hanya memberikan 20% kontribusi. Duta menyadari bahwa perubahan gaya hidup yang telah dijalani selama ini harus berlangsung secara bertahap, dan ia memahami bahwa berhenti merokok tidak bisa terjadi dalam semalam. Ia merasa bahwa kurangnya dukungan sosial dari teman-teman adalah salah satu faktor yang membuatnya sulit untuk berhenti.

Dukungan dari teman-teman dalam upaya berhenti merokok dianggapnya penting



Gambar 3.2 Wawancara lanjutan dengan Duta

Pada tanggal 6 november 2023, setelah melakukan pra sidang, penulis kembali mewawancarai duta melalui *zoom meeting* untuk kembali mendalami informasi mengenai kebiasaannya menggunakan rokok. Duta menjelaskan bahwa saat ini ia memilih rokok Sampoerna Mild karena ia menyukai rasanya dan juga karena harganya yang relatif terjangkau, yakni 32.000 per bungkus dengan 16 batang rokok. Sebelumnya, duta mencoba rokok pertamanya yaitu esse berry pop, namun ia memutuskan untuk beralih ke Sampoerna mild setelah mendapat ejekan dari temannya terkait mitos bahwa rokok esse dapat lebih mudah menimbulkan kemandulan. Pernah pada suatu waktu, duta mencoba beralih ke rokok U Mild karena harganya yang lebih ekonomis, yaitu 28.000 per bungkus dengan isi 20 batang rokok. Namun, percobaannya hanya bertahan seminggu karena ia merasa rasa rokok U Mild menjadi tidak sama seperti awalnya. Duta menekankan bahwa konsistensi rasa menjadi faktor utama dalam pemilihan rokok yang digunakan. Dalam menentukan jenis rokok, duta mempertimbangkan dua situasi berbeda. Ketika cuaca gerah atau panas, duta cenderung menggunakan rokok *menthol*. Rokok *menthol* dapat memberikan efek dingin pada tenggorokan yang membuatnya merasa lebih segar dan menyegarkan dahaganya.

Duta menyampaikan pengalamannya mencoba rokok juara dan menjelaskan bahwa menurutnya, rokok kretek terlalu berat, tidak sesuai dengan preferensinya yang lebih menyukai rokok yang ringan.

Ia menyebutkan bahwa indikasi rokok dapat dikatakan berat dengan membandingkan bahwa menghisap 2-3 batang rokok kretek sudah cukup membuatnya merasa pusing, sementara rokok biasa yang ia gunakan, dia bisa menghisap 8 batang dalam setengah jam tanpa efek pusing yang signifikan. Duta juga membahas stereotip yang melekat pada berbagai merek rokok. Menurutnya, rokok kretek sering dianggap lebih cocok digunakan oleh pekerja kuli karena cenderung memiliki waktu habis yang lebih lama dan harganya yang sangat terjangkau. Dia juga menyebutkan stereotip terkait rokok esse, yang dianggap sebagai rokok yang umum digunakan oleh perempuan dan pria yang memiliki kepribadian perempuan. Terdapat rokok marlboro yang diidentifikasi sebagai rokok bagi kalangan orang kaya yang disebabkan oleh harganya yang relatif mahal. Sedangkan duta memilih rokok Sampoerna Mild karena rokok ini menggambarkan rokok yang ringan serta umum dihisap oleh kebanyakan orang. Ini memberikan wawasan mengenai pertimbangan dalam memilih jenis rokok yang sesuai dengan selera dan keinginannya.

Duta sering mendapatkan stereotip negatif dari masyarakat mengenai perilaku merokoknya yang sudah dimulai sejak remaja yang dianggap sebagai anak bandel dan sulit diatur. Bagi duta, merokok bukan hanya sekedar perilaku negatif, tetapi menjadi sebuah pelarian yang membantu dirinya mengatasi masalah dan mengekspresikan diri. Tindakan merokok yang ia lakukan dianggap lebih baik dibandingkan dengan perilaku *self harm* seperti *cutting*. Orang yang melakukan *cutting* hanya mempersulit dirinya sendiri dengan tenggelam dalam masalah, menyakiti diri dan menyembunyikan hal tersebut dari orang sekitarnya, sehingga dapat menciptakan situasi yang berbahaya. Dalam kondisi seperti ini, lebih baik melarikan diri ke rokok sebagai sarana untuk mendapatkan efek ketenangan yang membuat pikiran lebih jernih dalam menghadapi masalah yang dihadapinya.

2) Wawancara kepada dr. Windi Novriani Sp. Paru

Pada 21 September 2023 penulis melakukan wawancara yang dilakukan secara *online* melalui aplikasi *zoom meeting* bersama dengan dokter Windi yang merupakan dokter spesialis paru-paru yang telah menangani berbagai kasus pasien kecanduan merokok mulai dari yang ringan hingga berat. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan wawasan mengenai pemahaman yang mendalam tentang dampak negatif rokok yang luas yang memiliki risiko jangka Panjang dan pendek terkait dengan kesehatan yang timbul akibat merokok. Selain itu penulis juga Mendapatkan informasi yang komprehensif tentang risiko terkait dengan merokok, metode penghentian yang efektif dan pentingnya dukungan individu yang sedang berupaya untuk menghentikan kebiasaan merokok.



Gambar 3.3 Wawancara dengan dr. Windi

Tingkatan kecanduan merokok suatu individu dapat diketahui melalui metode indeks *brinkman* yaitu dengan mengalikan rata-rata jumlah rokok yang dikonsumsi dalam sehari dan berapa lama (dalam tahun) seseorang telah merokok. Perhitungan ini dapat memberikan ukuran mengenai seberapa banyak seseorang telah terpapar oleh zat nikotin. Semakin tinggi angka indeks *brinkman* maka semakin besar juga risiko penyakit yang akan muncul seperti kanker paru-paru dan penyakit pernafasan kronis. Ketika seseorang merokok maka secara tidak langsung paru-paru terpapar oleh nikotin, tar, dan ratusan zat berbahaya lainnya yang terkandung dalam rokok. Paparan yang terjadi

secara berulang-ulang membuat sistem kekebalan dalam paru-paru menjadi melemah sehingga mengurangi kemampuan paru-paru dalam melawan infeksi dan penyakit, hal ini yang menyebabkan orang yang telah kecanduan merokok akan rentan terkena penyakit seperti kanker paru, TBC dan pneumonia. Pengobatan untuk penyakit ini juga memerlukan waktu yang lama, seringkali setara dengan lamanya seseorang merokok. Dalam beberapa waktu terakhir dr. Windi menyadari bahwa ia sering mendapatkan pasien dengan kisaran umur 30-40 tahun sudah terjangkit penyakit paru yang didominasi oleh kanker paru. Terdapat hal yang mengejutkan bahwa beberapa diantaranya bukanlah perokok aktif melainkan perokok pasif yang hanya menghirup asap rokok yang dihasilkan oleh perokok aktif. Sebagai contoh seseorang yang tinggal bersama dengan orang tua yang merokok selama 20 tahun maka selama itu juga ia telah terpapar oleh asap rokok yang dihirupnya sehingga ia menjadi rentan terkena infeksi pada paru-paru. Aktivitas merokok tidak hanya merugikan diri sendiri namun juga memberikan pengaruh buruk bagi orang lain yang memiliki risiko terjangkit penyakit yang seharusnya timbul pada perokok aktif. Selain dampak fisik, Dr. Windi juga membahas dampak psikologis merokok. Dia menjelaskan bahwa merokok memicu pelepasan dopamin dan endorfin dalam otak, menciptakan perasaan senang dan kebahagiaan yang sementara. Namun, ini juga dapat menciptakan ketergantungan karena individu mencari kebahagiaan instan. Ini dapat berpengaruh pada kreativitas dan pola makan seseorang. Dr. Windi juga menggambarkan toleransi nikotin yang bervariasi dari individu ke individu, yang menjelaskan mengapa beberapa orang dapat berhenti merokok dengan relatif mudah, sedangkan yang lain menghadapi kesulitan yang lebih besar

Dr. Windi juga berbicara tentang rokok elektrik, yang ternyata mengandung lebih banyak nikotin daripada rokok konvensional. Selain itu dalam rokok elektrik juga mengandung timbal, besi dan

mangan pada alat pengisapnya yang membuat zat tersebut juga ikut ke hirup bersamaan dengan nikotin dan tar. Dia mencatat bahwa beberapa orang mungkin beralih ke rokok elektrik dalam upaya untuk mengurangi bahaya rokok biasa, tetapi rokok elektrik juga memiliki risiko kesehatan yang signifikan. Ini adalah informasi penting yang perlu dipahami oleh masyarakat. Dr. Windi memberikan wawasan tentang cara berhenti merokok, yang mencakup strategi seperti mengurangi jumlah rokok, memundurkan jam merokok, penggunaan obat-obatan pengganti, dan psikoterapi. Dia juga menyebutkan bahwa ada alternatif seperti permen karet, nikotin *patch*, dan bahkan mengonsumsi zat nikotin dalam sayuran. Semua ini adalah informasi berharga bagi individu yang ingin berhenti merokok atau yang mungkin sedang berjuang untuk mengatasi kecanduan merokok mereka. Dr. Windi menjelaskan bahwa pendekatan pertama dalam membantu pasien berhenti merokok adalah dengan menilai bagaimana kegiatan lain dapat menggantikan peran rokok dalam kehidupan mereka. Selain itu, jika diperlukan, pasien dapat menggunakan obat-obatan atau mendapatkan dukungan psikologis. Dr. Windi juga mengatakan bahwa berhenti merokok bisa menjadi tantangan, karena nikotin menciptakan ketergantungan yang sulit dilupakan oleh perokok. Ini dapat menyebabkan gejala seperti marah, depresi, masalah tidur, dan peningkatan nafsu makan. Namun, berhenti merokok bukan hanya untuk kebaikan diri sendiri, melainkan juga untuk melindungi orang-orang yang kita cintai, serta memiliki dampak positif pada kondisi keuangan. Program berhenti merokok memiliki beragam pendekatan, mulai dari konseling, konsultasi, penggunaan obat-obatan, hingga hipnoterapi, yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan individu. Dalam rangka berhenti merokok, penting untuk memahami bahwa ini adalah perjalanan yang unik bagi setiap individu, dan dukungan medis dan psikologis dapat membantu mereka mengatasi tantangan dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

3) Wawancara kepada Psikolog Fitriana Ega, M. Psi

Pada 16 September 2023 penulis melakukan wawancara yang dilakukan secara *online* melalui aplikasi *zoom meeting* bersama dengan psikolog Ega yang merupakan psikolog klinis remaja dan dewasa. Tujuan wawancara ini adalah mendapatkan wawasan mengenai aspek psikologis yang mempengaruhi perilaku remaja terkait merokok dengan menggali kebiasaan merokok pada remaja, perspektif cara pikir remaja dalam melihat rokok serta mencari tahu cara ataupun terapi yang efektif untuk mengatasi remaja yang kecanduan merokok.



Gambar 3.4 Wawancara dengan Psikolog Ega

Berdasarkan Wawancara yang dilakukan dengan Psikolog Klinis Remaja, Psikolog Ega untuk memahami Kecanduan Merokok pada Remaja terdapat beberapa masukan yang dapat mendukung kampanye interaktif ini. Psikolog Ega yang telah lama menangani berbagai keluhan remaja yang telah kecanduan merokok. Dalam wawancara ini, Psikolog Ega memberikan pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku merokok pada remaja. Alasan setiap orang merokok berbeda-beda dan tidak dapat disederhanakan menjadi satu faktor tunggal. Merokok adalah perilaku pilihan individu, dan alasannya bervariasi. Beberapa remaja mungkin terpengaruh oleh contoh orang tua yang merokok, sementara yang lain mungkin merasa tekanan sosial dari teman-teman mereka.

Masa remaja adalah fase di mana individu mencari jati diri mereka. Mereka sedang mengenali diri sendiri dan mencoba berbagai perilaku, termasuk merokok, sebagai bagian dari proses ini. Pada prinsipnya di masa remaja, pertemanan seringkali dianggap lebih penting daripada hubungan keluarga. Remaja cenderung lebih menerima dorongan dari teman-teman mereka daripada orang tua. Ini adalah bagian dari proses perkembangan remaja, tetapi harus diawasi agar tidak berlebihan. Hal ini membuktikan bahwa gambar seram pada bungkus rokok tidak selalu membuat remaja takut, karena dampak negatif merokok bersifat jangka panjang dan tidak langsung terlihat karena kebanyakan orang menganggap hal tersebut masih lama dan frekuensi merokok yang ia konsumsi tidak sebanyak itu sehingga menganggap bahaya merokok tidak akan terjadi pada dirinya. Jika mereka percaya bahwa efek negatif akan muncul dalam jangka waktu yang lama, mereka mungkin merasa kurang terancam, meskipun seperti yang kita ketahui bahwa rokok sendiri mengandung banyak racun yang dapat berdampak buruk pada kesehatan. Cara yang dapat digunakan untuk membantu remaja mengganti pola perilaku merokok yang tidak tepat dengan pola yang lebih positif. Psikolog Ega kemudian mengklarifikasi bahwa kecanduan merokok pada remaja bukan karena adanya zat dalam rokok yang memberikan ketenangan, tetapi karena sugesti mental bahwa merokok memberikan ketenangan. Rokok juga dapat meningkatkan konsentrasi melalui pelepasan dopamin, yang membuat remaja merasa lebih bahagia dan fokus.

Pendekatan yang efektif, menurutnya, adalah dengan melihat hal-hal yang disukai oleh remaja tersebut. Alih-alih menjadi sosok yang hanya memberikan ceramah dia berusaha menjadi orang yang benar-benar mengenal remaja tersebut. Ini membantu menciptakan hubungan yang lebih dekat dan membuat remaja merasa didengar dan dipahami. Salah satu langkah penting dalam membantu remaja yang kecanduan merokok adalah mengenali pola perilaku yang tidak baik

dan menggantinya dengan pola yang lebih positif. Ini mencakup membantu remaja menemukan alternatif untuk merokok dan memotivasi mereka untuk mengubah kebiasaan yang merugikan. Orang yang merokok sering kali menghadapi defisit oral, yaitu kebutuhan untuk mengisi waktu tangan dan mulut dengan sesuatu. Untuk mengatasi hal ini, mereka mungkin memilih makan permen, mengonsumsi makanan berlebihan, atau menggunakan perasa yang kuat. Psikolog Ega mencoba membantu remaja mengalihkan perhatian mereka dari merokok ke aktivitas yang lebih sehat dan positif. Penting bagi remaja untuk memahami alternatif yang positif. Di Indonesia, edukasi mengenai bahaya merokok tidak cukup mendalam. Remaja jarang diberikan informasi yang memadai mengenai dampak merokok pada kesehatan mereka. Seringkali kita hanya dihadapkan pada ketakutan tanpa penjelasan mendalam. Penting untuk mendidik remaja mengenai efek nikotin dan tar pada tubuh, serta dampak kesehatan yang sebenarnya dari merokok.

4) Kesimpulan keseluruhan wawancara

Awal permulaan Duta mencoba rokok adalah karena rasa penasaran dan iseng-iseng. Meskipun mengetahui risikonya, duta melanjutkan merokok karena sudah merasa rokok telah menjadi bagian dari gaya hidupnya. Duta telah mencoba berhenti merokok dua kali, pada percobaan pertamanya ia berhasil pada saat memiliki pacar namun kembali ke kebiasaan merokok setelah putus. Faktor-faktor psikologis seperti citra diri dan perasaan ingin diterima oleh kelompok sebaya juga memainkan peran penting dalam pemilihan duta untuk merokok. Menurut duta, keputusan untuk berhenti merokok harus berasal dari diri sendiri, namun perilaku merokok ini cenderung dipengaruhi oleh tekanan sosial dan konteks tertentu yang memicu merokok. Kesadaran akan risiko merokok, bahkan dalam jumlah kecil, sangat penting untuk mencegah pemula terjerumus dalam kebiasaan merokok yang dapat berdampak serius pada Kesehatan.

Dokter spesialis paru memberikan gambaran yang jelas tentang dampak serius yang terkait dengan kebiasaan merokok terhadap kesehatan paru-paru. Dokter Windi menegaskan bahwa merokok dapat meningkatkan risiko terkena penyakit paru-paru kronis, seperti bronkitis kronis dan penyakit paru obstruktif kronik (PPOK), serta meningkatkan risiko terkena kanker paru-paru. Beliau juga menggarisbawahi pentingnya kesadaran akan risiko ini dan menyarankan bahwa pencegahan adalah kunci utama. Dokter Windi menyoroti bahwa berhenti merokok adalah langkah terbaik untuk meminimalkan risiko ini dan meningkatkan kesehatan paru-paru. Pesan utama dari wawancara ini adalah pentingnya edukasi, kesadaran, dan dukungan bagi perokok untuk berhenti merokok guna mencegah penyakit paru-paru yang serius.

Di sisi lain, psikolog remaja memberikan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor psikologis yang memengaruhi perilaku merokok di kalangan remaja. Psikolog Ega menyoroti pentingnya tekanan sosial dan dinamika kelompok sebaya dalam mempengaruhi keputusan remaja untuk merokok. Dia mengidentifikasi bahwa remaja seringkali merasa perlu untuk memenuhi ekspektasi kelompok sebaya mereka, bahkan jika itu berarti mulai merokok. Tekanan sosial, citra diri, dan dorongan untuk diterima oleh kelompok sebaya adalah faktor-faktor yang memengaruhi keputusan remaja untuk merokok. Faktor-faktor ini menggarisbawahi pentingnya memahami sisi psikologis merokok remaja dan mengembangkan pendekatan yang sensitif untuk membantu mereka. Psikolog Ega menekankan pentingnya mendengarkan dan memahami remaja secara holistik, serta memberikan ruang untuk pengembangan citra diri yang positif tanpa ketergantungan pada merokok.

3.1.1.2 Studi Eksisting

Studi eksisting merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menganalisa hasil karya atau media yang sudah ada namun memiliki kesamaan dengan perancangan yang akan dibuat. Penulis dapat memahami konteks yang lebih luas dari penelitian ini serta membantu penulis mengidentifikasi kelemahan dan keunggulan dari karya sebelumnya, yang dapat dijadikan sebagai pembelajaran dalam upaya menciptakan karya yang lebih unggul daripada sebelumnya.

1) Kampanye remaja anti rokok

Kampanye remaja anti rokok ini dilakukan oleh 40 orang yang mengundang perhatian pengguna jalan dengan membagikan stiker yang berisikan bahaya merokok kepada pengguna jalan di titik nol Km Wonosari dan sekitar taman kuliner Wonosari. Kampanye ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat terutama remaja tentang bahaya merokok. Kampanye ini dilanjutkan dengan sebuah *talkshow* yang mengundang narasumber dari *Global No Cigarette Movement* Yogyakarta, serta narasumber dari dinas Kesehatan gunung kidul yang menjabat sebagai kepala bidang Kesehatan masyarakat.



Gambar 3.5 Kampanye Remaja Anti Rokok di Gunung Kidul

Sumber: <https://dinkes.gunungkidulkab.go.id/wp-content/uploads/2019/05/htts1.png>

Acara *talkshow* yang dihadiri oleh sekitar 150 siswa dari berbagai sekolah yang ada di gunung kidul mendapatkan wawasan dari pemaparan narasumber mengenai bahaya merokok terhadap

Kesehatan dan upaya yang dilakukan untuk mengurangi jumlah perokok semula. Selain itu juga diungkapkan peraturan daerah kabupaten Gunung Kidul Nomor 7 Tahun 2015 tentang Kawasan Tanpa Rokok, menjadi upaya pemerintah dalam menekankan dampak asap rokok bagi perokok pasif. Melalui serangkaian kegiatan dalam kampanye remaja anti rokok berusaha memberikan pemahaman tentang bahaya merokok dan mendorong perubahan perilaku yang lebih baik dalam masyarakat.

Tabel 3.1 SWOT Kampanye Remaja Anti Rokok

<p>Streng</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kampanye ini diadakan di titik Nol KM Wonosari yang mungkin merupakan tempat yang sering dikunjungi oleh remaja, sehingga memberikan akses yang baik untuk mencapai target audiens. - Kampanye ini mendapatkan dukungan dari pemerintah daerah sehingga dapat menjadi kekuatan dalam kampanye ini - Kampanye ini dapat dirancang untuk merangsang partisipasi aktif remaja seperti dalam perencanaan dan pelaksanaan, meningkatkan keterlibatan mereka.
<p>Weakness</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Upaya dalam membagikan stiker dan mengadakan talkshow yang memaparkan bahaya merokok merupakan sarana edukasi yang kurang efektif karena hanya melibatkan satu pihak saja tanpa adanya timbal balik seperti apakah target yang dituju benar-benar melakukan gerakan anti rokok ini atau tidak, perubahan pola pikir yang dilakukan hanya bersifat sementara pada saat kampanye sedang berjalan. - Kampanye ini memerlukan kreativitas yang tinggi untuk menciptakan pengalaman yang menarik bagi

	<p>remaja untuk dapat menarik mereka dalam melakukan Gerakan anti rokok dikalangan remaja</p> <ul style="list-style-type: none"> - Titik nol KM Wonosari mungkin tidak memiliki infrastruktur yang memadai untuk mendukung kampanye yang lebih besar, seperti layer besar dan sistem suara
Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> - Kampanye ini memiliki peluang untuk menjalin Kerjasama dengan lebih banyak sekolah sehingga dapat memperluas dampak edukasi terhadap remaja. - Meningkatkan target kampanye melalui media sosial agar dapat menjangkau lebih banyak remaja
Threat	<ul style="list-style-type: none"> - Iklan rokok yang agresif dan menarik dapat menjadi ancaman, karena remaja dapat terpengaruh oleh hal tersebut. - Remaja memiliki banyak pilihan kegiatan lain yang dapat mengalihkan perhatian mereka dari kampanye anti merokok.

2) Kampanye global Commit to Quit oleh UNICEF

Dalam rangka hari tanpa tembakau sedunia yang jatuh pada 31 Mei, WHO membuat kampanye global “Commit to Quit” untuk mendukung 100 juta orang agar berhenti mengonsumsi tembakau. Di Indonesia, kampanye ini disesuaikan dengan masalah dan konteks lokal oleh UNICEF, dengan meluncurkan #kerengaksih di media sosial. Kampanye #kerengaksih ini bertujuan untuk mengubah sikap sosial terhadap merokok dan mempromosikan keputusan berhenti merokok sebagai tindakan yang keren dikalangan remaja.



Gambar 3.6 Kampanye #kerengaksih oleh UNICEF
Sumber:

www.unicef.org/indonesia/sites/unicef.org.indonesia/files/styles/hero_extended/public/6K6A8890.JPG

Pada periode 8 April sampai 5 Mei 2016, UNICEF mengadakan survei mengenai penyakit tidak menular melalui platform U-Report, yang merupakan wadah interaksi dengan remaja yang diluncurkan oleh UNICEF. disaat yang sama, UNICEF mengirimkan pesan otomatis oleh chatbot yang menyampaikan fakta-fakta seputar merokok kepada pengguna U-Report yang mencakup faktor-faktor yang mempengaruhi perokok, dampak Kesehatan dari merokok, dan informasi tentang cara berhenti merokok dan juga mengajak pengguna untuk ikut serta dengan kampanye *Commit to Quit*.



Gambar 3.7 Gambaran Chatbot U-Report

Sumber: <https://asset-a.grid.id/crop/0x0:0x0/x/photo/2020/03/14/1754265027.jpg>

Pengguna U-report akan mendapatkan informasi melalui pesan yang dikirimkan dari *whatsapp*. Pada pengalaman menggunakan *chatbot* tidak ditemukan cara yang signifikan dalam upaya menghentikan konsumsi tembakau karena platform tersebut hanya memberikan informasi mengenai rokok. Dengan Langkah-langkah yang telah dilakukan, kampanye *Commit to Quit* memiliki tujuan untuk berusaha secara aktif untuk mengedukasi dan mendukung masyarakat khususnya remaja dalam upaya berhenti merokok dan menciptakan perubahan sosial yang positif terkait perilaku merokok

Tabel 3.2 SWOT Kampanye #kerengaksih oleh UNICEF

<p>Strength</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Chatbot yang terdapat dalam platform U-Report memberikan akses yang mudah dalam penggunaannya dan interaksi langsung dengan pengguna sehingga dapat secara efektif menyampaikan informasi tentang bahaya tembakau dan mendukung komitmen berhenti merokok. - Chatbot dapat menggapai ribuan pengguna dalam waktu yang singkat, menjadikannya alat yang sangat efektif untuk penyebaran pesan kampanye yang melibatkan target dengan skala yang luas. - Penggunaan chatbot memungkinkan Hasil kampanye yang terukur melalui informasi dan edukasi yang diberikan oleh chatbot dan tingkat keberhasilan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman remaja tentang bahaya tembakau.
<p>Weakness</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak semua remaja menggunakan platform U-Report sebagai wadah untuk berinteraksi sehingga kampanye ini tidak dapat menjangkau sebagian target audiens diluar dari platform tersebut.

	<ul style="list-style-type: none"> - Kampanye ini sangat bergantung pada kemampuan teknologi yaitu chatbot. Jika ada masalah teknis atau gangguan dalam layanan chatbot, hal itu dapat mempengaruhi efektivitas kampanye. - Kemampuan chatbot dalam kampanye #kerengaksih yang hanya dapat memberikan informasi.
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Pemanfaatan sosial media diluar platform dalam mempromosikan chatbot serta menyuarakan kampanye #kerengaksih agar lebih maksimal. - Peluang untuk menjalin kerja sama dengan pihak lainya dalam pembuatan kampanye untuk mengurangi rokok seperti lembaga pendidikan atau NGO untuk meningkatkan jangkauan target.
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan chatbot tidak dapat membantu individu yang telah memiliki kebiasaan merokok yang kuat karena diperlukan tindakan lanjutan untuk mengatasi hal tersebut. - Banyaknya informasi yang telah beredar di internet memungkinkan remaja yang terpapar informasi yang salah tentang tembakau dapat mengganggu pesan kampanye sehingga dapat menimbulkan kebingungan pada remaja tentang informasi yang didapatkan. - Pengguna dapat kehilangan minat dalam menggunakan chatbot setelah beberapa waktu sehingga terdapat tantangan dalam menjaga keterlibatan dan komitmen dalam jangka Panjang audiens.

3) Kampanye Dampak Bahaya Merokok oleh Duta Siswa Kawasan Tanpa Rokok (KTR) di Makassar

Duta siswa Kawasan Tanpa Rokok Kota Makassar telah mengambil untuk menyuarakan dampak bahaya merokok dalam sebuah kampanye. Upaya ini difokuskan pada hari tanpa tembakau sedunia, yang merupakan saat yang tepat untuk mengedukasi masyarakat, terutama remaja tentang konsekuensi merokok. Kampanye ini bertujuan untuk mensosialisasikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya memaksimalkan Kawasan tanpa rokok, dengan harapan bahwa para pemuda akan menjadi konselor yang mendukung program anti merokok di sekolah mereka.



Gambar 3.8 Kampanye duta siswa KTR

Sumber: <https://voi.id/berita/173346/peringati-hari-tembakau-sedunia-duta-siswa-ktr-makassar-suarakan-dampak-bahaya-rokok>

Duta siswa KTR berupaya untuk mengingatkan masyarakat tentang bahaya nyata terkait dengan merokok dengan media cetak berbentuk poster yang berisi kata-kata yang mendukung upaya penyadaran tersebut dalam bahasa Makassar yang diperlihatkan kepada orang-orang yang ada di jalan. Visual desain dalam poster yang digunakan dalam kampanye ini terlihat hanya mengambil gambar yang sudah ada di internet dan hanya sekedar menambahkan elemen yang memiliki makna larangan serta tambahan gambar rokok yang membuat kurangnya visual yang baik dalam menarik perhatian

remaja untuk menyadari bahaya yang ditimbulkan dari merokok. Penggunaan font dalam poster tidak konsisten dan cenderung menggunakan font yang memiliki tingkat keterbacaan yang rendah sehingga akan membuat target sulit untuk membacanya ketika melihat kampanye ini di jalan. Konsep kampanye yang disajikan hanya sekedar menyuarakan dampak negatif yang timbul namun tidak mengajak audiens untuk ikut serta berperan aktif dalam melakukan aksi berhenti merokok sehingga tidak dapat meninggalkan pengalaman yang berkesan pada setiap pribadi yang melihat kampanye ini.



Gambar 3.9 spanduk kampanye dampak bahaya merokok

Sumber:

https://voi.id/storage/publishers/173346/body_image_2022053014.jpeg

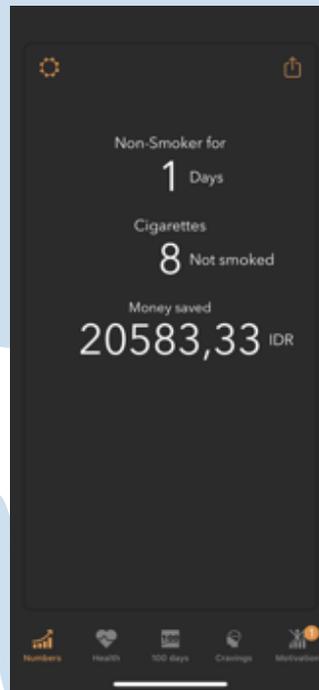
Kepala seksi penyakit tidak menular menyatakan bahwa kegiatan kampanye ini merupakan bagian dari upaya pemerintah Kota Makassar untuk mencegah penyebaran kebiasaan merokok di kalangan remaja yang diharapkan akan tercipta perubahan perilaku yang positif dan kesadaran yang lebih tinggi tentang dampak negatif merokok di masyarakat.

Tabel 3.3 SWOT Kampanye Duta Siswa KTR di Makassar

Strength	<ul style="list-style-type: none"> - Kekuatan utama dalam kampanye ini adalah keterlibatan duta siswa KTR yang mewakili kalangan remaja sehingga pesan kampanye lebih mudah diterima oleh target audiens (usia muda) - Adanya dukungan dari pemerintah Kota Makassar yang memungkinkan penyebaran target audiens yang lebih luas
Weakness	<ul style="list-style-type: none"> - Visual Poster untuk menyuarakan dampak dari bahaya merokok tidak menarik perhatian remaja untuk membacanya yang disebabkan oleh visual yang terkesan asal-asalan sekedar hanya menaruh elemen rokok tanpa adanya peletakan elemen yang baik serta penggunaan font yang sulit dibaca ketika sedang di jalan. - Duta siswa KTR tidak cukup terampil dalam menyampaikan pesan kampanye sehingga ditakutkan akan menimbulkan persepsi yang salah terhadap dampak buruk dari merokok. - Konsep kampanye melalui kata-kata yang ada diposter tidak efektif untuk mengubah perilaku orang yang sudah kecanduan merokok yang membuat kampanye ini tidak memiliki aksi yang nyata sebagai pengukuran keberhasilan kampanye.
Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> - Kampanye ini memberikan peluang untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada masyarakat dan pemuda mengenai penerapan maksimalisasi Kawasan Tanpa Rokok.
Threat	<ul style="list-style-type: none"> - Cara pendekatan komunikasi yang salah akan menimbulkan potensi untuk tidak melawan atau peduli dengan kampanye ini.

4) Aplikasi *Quit Smoking*

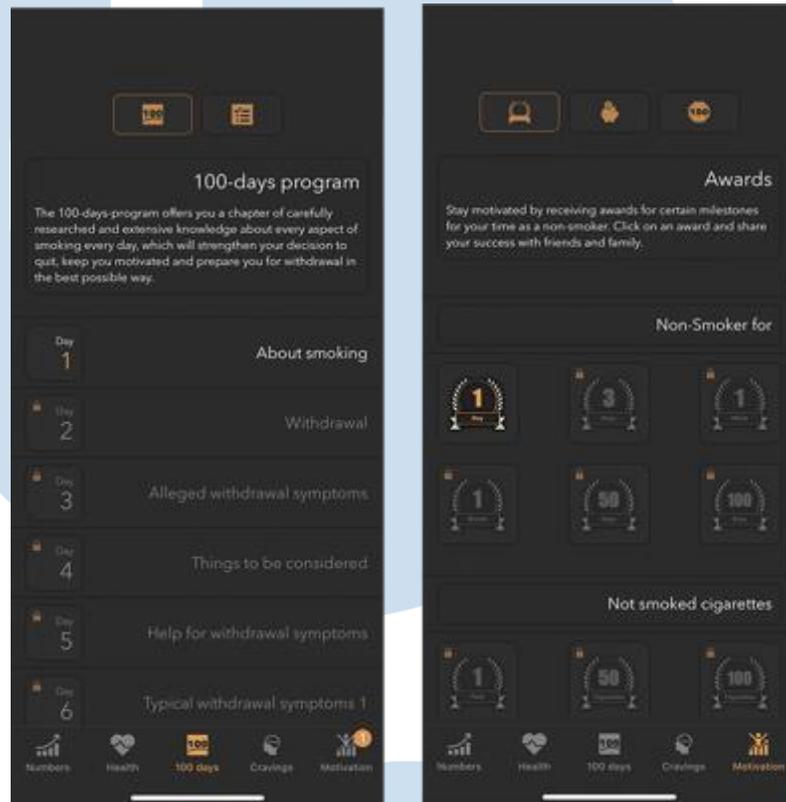
Quit smoking adalah sebuah aplikasi yang dirancang untuk membantu individu yang ingin berhenti merokok yang didukung oleh berbagai fitur yang dapat digunakan oleh pengguna dalam merencanakan keinginannya untuk berhenti merokok. Pada tampilan utama aplikasi *quit smoker* menampilkan informasi kemajuan pengguna yang meliputi jumlah hari sejak mereka berhenti merokok, jumlah rokok yang berhasil dihindari, dan total uang yang telah dihemat sepanjang perjalanan berhenti merokok.



Gambar 3.12 Tampilan utama aplikasi *quit smoking*

Quit smoking memiliki program 100 hari yang digunakan untuk memperkuat keputusan pengguna untuk berhenti merokok. Dalam program tersebut, pengguna hanya diberikan hasil penelitian mendalam berupa teks bacaan mengenai aspek yang terjadi jika merokok setiap hari dalam mempersiapkan cara yang sesuai dengan pengguna untuk berhenti merokok. Selain itu ada *daily task* yang dapat dilakukan setiap hari nya agar pengguna dapat mengalihkan

pikiran nya dari keinginan untuk merokok. ketika pengguna telah menghindari jumlah rokok tertentu untuk tidak dikonsumsi dan jumlah hari tanpa menghisap rokok, pengguna akan mendapatkan *reward* berupa *badge* untuk meningkatkan motivasi perokok dalam proses berhenti merokok yang sedang dijalani.



Gambar 3.11 Tampilan program 100 hari dan *reward*

Visual tampilan pada aplikasi quit smoking menggunakan gaya desain yang *simple* tanpa adanya tambahan gambar maupun ilustrasi yang membuat aplikasi ini kurang diminati oleh target audiens. Tampilan yang terkesan monoton tidak meningkatkan gairah pengguna saat menggunakan aplikasi sebagai platform jangka Panjang dalam membantu perjalanan berhenti merokok. Tata letak desain yang disusun secara tidak konsisten membuat tampilan aplikasi ini terlihat berantakan yang membuat pengguna bingung dalam menggunakan aplikasi. Ukuran font yang terlalu kecil disertai dengan *leading* dan *Kerning* yang tidak sesuai membuat teks dalam aplikasi

ini menjadi sulit terbaca dan memerlukan sedikit usaha agar teks dapat terbaca dengan baik. *Information architecture* yang tidak terorganisir dengan rapi membuat pengguna kesulitan untuk mencari menu yang diinginkan. Pengguna harus melewati beberapa Langkah sampai menemukan menu yang sesuai. Pada aplikasi *quit smoking* juga tidak ditemukan akun pengguna yang memungkinkan untuk menyimpan data mengenai segala informasi mengenai proses berhenti merokok yang dilakukan sehingga ketika perangkat pengguna mengalami kendala seperti rusak tidak dapat mengembalikan data.

Tabel 3.4 SWOT Aplikasi Quit Smoking

<p>Strength</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan dukungan berupa program 100 hari yang membantu pengguna dalam upaya mereka untuk berhenti merokok - Quit smoking menampilkan progres kemajuan pengguna dalam berhenti merokok - Pemberian badge sebagai penghargaan yang dapat meningkatkan motivasi pengguna
<p>Weakness</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Desain sederhana dan monoton tanpa ilustrasi atau gambar tidak cukup menarik bagi beberapa pengguna dan dapat mengurangi minat mereka. - Tata letak yang tidak konsisten dan terkesan berantakan dapat membuat pengguna bingung dan sulit untuk menavigasi aplikasi. - Ukuran font yang terlalu kecil dalam teks serta jarak antar huruf dan paragraf yang terlalu sempit membuat informasi sulit terbaca - Kurangnya struktur dalam penyusunan menu dan informasi membuat pengguna kesulitan menemukan apa yang mereka butuhkan.

Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> - Memperbaharui tampilan dengan desain yang lebih menarik dan terstruktur untuk meningkatkan daya tarik aplikasi dan penggunaanya - Menambahkan opsi untuk membuat akun pengguna yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan data mereka secara aman dan menghindari kehilangan data - Menambahkan konten interaktif seperti permainan dan dukungan komunitas yang dapat meningkatkan nilai tambah aplikasi dalam membantu pengguna untuk berhenti merokok.
Threat	<ul style="list-style-type: none"> - Bagi pengguna yang menginginkan tampilan aplikasi yang lebih menarik serta interaktif dan fitur yang lebih canggih, memungkinkan mereka untuk beralih ke aplikasi lain. - Tidak adanya opsi akun pengguna meningkatkan risiko kehilangan data yang menjadi masalah jika pengguna kehilangan perangkat mereka atau menginstal ulang aplikasi.

3.1.1.3 Studi Referensi

Studi referensi merupakan metode yang serupa dengan studi eksisting namun menggunakan karya atau media yang tidak serupa dengan perancangan yang akan dibuat Metode ini mengarah pada pemahaman yang kuat mengenai keunggulan suatu karya yang dapat dijadikan sebagai referensi untuk penulis dalam mengembangkan karya agar memiliki nilai yang dapat diberikan kepada calon audiens.

1) Kampanye Hermes Fit

Hermes merek *fashion* mewah terkenal, telah mengadakan acara pop-up yang dikenal dengan nama “Hermes Fit”. Acara ini menggabungkan Kesehatan dan gaya hidup yang menghadirkan

sebuah pengalaman unik berolahraga di sebuah fasilitas gym temporer. Hermes telah mengadakan acara ini di beberapa kota besar di seluruh dunia, termasuk di Indonesia yang berlangsung selama periode waktu tertentu. Acara ini merupakan cara bagi Hermes untuk menggabungkan elemen gaya hidup sehat dengan elemen kemewahan yang selalu menjadi ciri khas merek mereka, sehingga memberikan pengalaman berolahraga yang eksklusif dan unik bagi para audiens.



Gambar 3.12 Instalasi gym Hermes Fit

Sumber:

https://images.harpersbazaar.co.id/unsafe/0x0/smart/media/body_70ac37cff9344b1583a5d570b3670297.jpeg

Gym ini memiliki desain yang mencolok dengan penggunaan warna utama Hermes, yaitu oranye yang terlihat jelas dalam seluruh ruangan. Desain gym ini sangat estetik dan *instagramable* yang dilengkapi oleh berbagai fasilitas olahraga, termasuk ring tinju, samsak dan peralatan lainnya yang memungkinkan pengunjung untuk berolahraga. Detail-detail seperti loker dan penataan peralatan dirancang dengan estetika yang sangat menarik yang membuat tempat ini tidak hanya cocok untuk berolahraga namun juga dapat menghabiskan waktu untuk menambah koleksi foto. Selain fasilitas umum, gym Hermes Fit ini menawarkan berbagai kelas seperti gym temporer seperti *carre yoga*, *belt stretching*, *ballet arms with bracelets*, *hat balance* dan masih banyak lagi. Pilihan olahraga ini

tidak hanya mendukung kesehatan fisik namun juga menggabungkan unsur *fashion* yang khas dari merek Hermes. *Gym* ini juga memiliki *dumbbell* khusus yang dirancang dengan brand Hermes, memberikan pengalaman olahraga yang eksklusif dan mewah bagi pengunjung.



Gambar 3.13 Gym temporer Hermes Fit

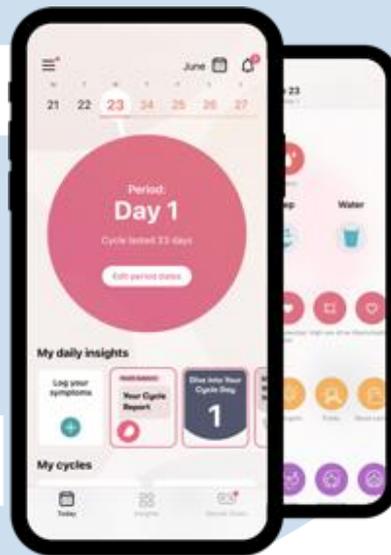
Sumber: <https://media.timeout.com/images/105992721/image.jpg>

Hermes Fit menyajikan minuman segar seperti jus yang dapat dinikmati pengunjung untuk memulihkan energi mereka setelah berolahraga. Tidak hanya sekedar Latihan fisik, namun terdapat berbagai aktivitas hiburan seperti *Live music* atau music DJ yang menambahkan unsur hiburan dan kegembiraan dalam pengalaman berolahraga yang dinamis bagi para pengunjung. Dalam instalasi gym Hermes Fit memiliki etalase yang menampilkan produk-produk Hermes yang berhubungan dengan gaya hidup aktif dan berolahraga seperti *sneakers*. Ini memungkinkan pengunjung untuk bereksplorasi dan membeli produk Hermes yang sesuai dengan gaya hidup sehat dan fashion mereka, menjadikan Hermes Fit sebagai tempat yang cocok untuk dalam hal Kesehatan, gaya dan hiburan yang dikemas dalam satu paket yang eksklusif.

2) Aplikasi Flo Period & cycles Tracker

Flo adalah sebuah aplikasi yang bertujuan untuk meningkatkan Kesehatan dan kesejahteraan setiap perempuan, gadis dan orang yang

mengalami menstruasi di seluruh dunia. Aplikasi ini dirancang untuk memberikan dukungan, informasi, dan alat yang diperlukan bagi mereka agar dapat memahami lebih baik siklus menstruasi mereka dengan mengelola perubahan fisik dan emosi yang terkait, serta merencanakan masa depan yang lebih sehat dan sejahtera.



Gambar 3.14 Gambaran Aplikasi Flo

Sumber: https://flo.health/uploads/media/sulu-1230x-inset/00/5150-img_product_1.png?v=1-0

Aplikasi flo memiliki fitur yang memungkinkan pengguna untuk memasukkan data awal siklus menstruasi mereka. Aplikasi dapat menghitung perkiraan waktu menstruasi berikutnya dan siklus menstruasi secara keseluruhan berbasis AI terakurat dengan melacak 70 tanda-tanda tubuh seperti kram, keputihan, pusing, perubahan *mood* dan banyak lagi. Flo juga dapat memprediksi waktu ovulasi berdasarkan data yang telah dimasukkan diawal yang membantu bagi mereka yang ingin memantau periode subur mereka untuk tujuan perencanaan keluarga atau kontrasepsi. Flo juga memiliki fitur kalkulator kehamilan yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pengalaman dan mendiskusikan topik-topik terkait kesehatan reproduksi dengan wanita lain dalam suatu forum dimana hal ini dapat menjadi sumber dukungan



Gambar 3.15 Tampilan *insight* aplikasi Flo

Dalam flo premium menyediakan grafik laporan yang membantu pengguna melihat perkembangan siklus menstruasi mereka dari waktu ke waktu. Dalam aplikasi ini juga terdapat pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan masalah reproduksi maupun sex dari sisi kewanitaan. Flo memiliki pengingat harian untuk pengguna. Hal ini dapat berupa pengingat untuk minum pil kontrasepsi, atau sekedar mengingatkan bahwa periode menstruasi atau ovulasi mungkin akan datang. Notifikasi ini membantu pengguna tetap terorganisir.

3.2 Metodologi Perancangan

Dalam merancang kampanye interaktif untuk mengurangi kecanduan merokok, penulis menggunakan metode perancangan *design thinking* yang disampaikan oleh Luchs, Swan, dan Griffin (2015) dalam bukunya yang berjudul “*Design Thinking*” bahwa metode ini menekankan pada proses pola pikir dalam mengidentifikasi serta memecahkan permasalahan dengan cara yang sistematis dan kreatif. Pemecahan masalah sebuah media interaktif memerlukan solusi yang

mengutamakan eksplorasi dan tinjauan yang dilakukan berulang kali sehingga tahapan tersebut dapat disesuaikan dengan solusi dari suatu masalah dan tidak harus berjalan secara linear. Terdapat 5 tahapan dalam metode *design thinking* yaitu :

1) *Empathize*

Tahapan *empathize* merupakan tahapan yang dilakukan untuk memahami masalah secara mendetail yang dilakukan dengan mengumpulkan data pendukung dari berbagai sumber untuk mendapatkan wawasan yang nantinya akan digunakan sebagai pemecahan solusi dari masalah yang sedang diteliti. Pada tahapan ini penulis melakukan riset data primer yang didapatkan melalui wawancara dengan target pelaku kegiatan merokok yang memiliki perilaku merokok yang berbeda-beda. Wawancara dilakukan menggunakan aspek *empathy map* sehingga pertanyaan yang diberikan mengarah pada hal apa yang mereka lihat, dengar, pikirkan dan rasakan. Hasil dari wawancara dapat memberikan pemahaman untuk penulis dapat mengidentifikasi kebutuhan, masalah, harapan dan motivasi target sehingga solusi yang diberikan berorientasi pada pemenuhan kebutuhan target. Selain itu penulis juga melakukan wawancara bersama dengan dokter dan psikolog untuk melihat masalah dari sudut pandang yang berbeda untuk mendukung hasil wawancara dengan target sehingga solusi yang diberikan akan lebih sesuai dengan keadaan sesungguhnya.

2) *Define*

Data dan informasi yang telah terkumpul akan diidentifikasi kembali untuk merumuskan masalah-masalah yang sedang dihadapi dari sudut pandang yang lebih baik. Sebelum masuk ke dalam tahapan *ideate*, penulis perlu untuk memahami permasalahan yang ditemukan secara mendalam dengan melihat tantangan dan peluang yang bertujuan agar penulis dapat mengeksplorasi solusi dengan baik yang sesuai dengan kebutuhan target yang dituju. Pada tahapan *define* penulis melakukan beberapa cara untuk membantu dalam mengembangkan dan menentukan solusi yang dapat menyesuaikan kebutuhan target sasaran dengan membuat *mindmapping*,

empathy map, user persona, user journey, information architecture, wireframe serta *moodboard*

3) Ideate

Dalam tahapan ini penulis akan mengidentifikasi solusi-solusi yang berpotensi untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi melalui ide-ide kreatif. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menciptakan berbagai ide-ide yang akan digunakan dalam mengembangkan solusi inovatif seperti *brainstorming*, visualisasi konsep, *mindmapping*, *moodboard*, sketsa, *wireframing* dalam bentuk *lowfidelity* dan *highfidelity* menggunakan aplikasi figma. ide-ide kreatif telah terkumpulkan, akan dibentuk menjadi konsep dasar yang dapat membantu perancangan agar sesuai dengan kebutuhan target

4) Prototype

Tahapan *prototype* merupakan tahapan penggabungan ide dan konsep yang telah disusun pada tahapan sebelumnya menjadi suatu hasil produk berbentuk prototipe. Tampilan prototipe produk pada tahapan ini telah berbentuk *high fidelity* yang belum sempurna namun telah mendekati kebutuhan pengguna yang nantinya akan dilakukan uji coba pada tahapan test kepada calon pengguna untuk mendapatkan umpan balik sebagai bahan referensi dalam menyempurnakan perancangan produk.

5) Test

Pada tahapan *test*, Penulis akan melakukan evaluasi terhadap keseluruhan hasil perancangan dengan membagikan produk uji coba yang berbentuk prototipe kepada calon pengguna untuk mendapatkan umpan balik terkait dengan visual dan fungsi keseluruhan produk sebagai bahan pertimbangan dalam memperbaiki dan mengembangkan produk agar menjadi lebih baik yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Penulis akan melakukan uji coba sebanyak 2 kali yaitu *alpha test* dan *beta test* sehingga kualitas perancangan produk yang dihasilkan dapat maksimal sesuai dengan kebutuhan pasar yang siap untuk diluncurkan.