

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan kampanye sosial perbaikan sanitasi untuk mencegah diare pada balita di Jakarta Timur adalah *mixed methods*. Menurut Creswell (2018) *mixed methods* adalah metode penelitian dengan menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif untuk digunakan secara serentak dalam satu waktu penelitian. Metode kualitatif yang digunakan adalah wawancara dengan target sasaran dan beberapa ahli di bidang tertentu. Sedangkan metode kuantitatif yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada target sasaran.

3.1.1 Metode Kualitatif

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk memahami peristiwa secara menyeluruh terkait sikap, pemahaman, motivasi dan perbuatan dari subjek penelitian dengan pemaparan yang jelas dan terperinci (Moloeng, 2017:6). Metode kualitatif yang dilakukan penulis adalah dengan melakukan wawancara kepada target sasaran terkait perilaku dan pemahaman tentang sanitasi. Penulis juga melakukan wawancara terhadap mandatory yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan masyarakat, yakni PUSKESMAS dan juga ahli kesehatan dokter spesialis anak untuk mendapatkan *insight* terkait kejadian diare pada anak di Indonesia dan hubungannya terhadap sanitasi. Selain itu, wawancara juga dilakukan terhadap desainer grafis untuk mendapatkan *insight* dalam merancang kampanye sosial.

3.1.1.1 Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan oleh dua orang melalui sesi tanya jawab untuk memperoleh informasi dan gagasan terkait suatu topik tertentu (Sugiyono, 2019).

Wawancara yang penulis lakukan dalam penelitian ini dibagi menjadi empat kategori narasumber. Pertama, penulis melakukan wawancara dengan narasumber (*audience*), yakni seorang ibu warga Kelurahan Kebon Manggis untuk mendapatkan insight terkait perilaku dan pemahaman mereka dalam menjaga sanitasi, khususnya saat Buang Air Besar (BAB). Kedua, mewawancarai *mandatory*, yakni PUSKESMAS Kecamatan Matraman untuk mendapatkan informasi dan data seputar kejadian diare di Kecamatan Matraman, Jakarta Timur sekaligus mengetahui program kampanye sosial sanitasi yang telah dilakukan. Ketiga, penulis juga meminta pendapat dari ahli kesehatan yang merupakan dokter spesialis anak terkait kasus kematian anak akibat diare di Indonesia dan hubungannya terhadap perilaku orang tua dalam menjaga sanitasi. Keempat, penulis juga meminta saran kepada desainer grafis dalam merancang pesan dan visual yang efektif untuk kampanye sosial.

1) Wawancara Target Sasaran (*audience*)

Pada hari Selasa, 18 September 2023 pukul 10.00 WIB, penulis melakukan wawancara semi terstruktur secara langsung dengan narasumber yang merupakan ibu-ibu warga Kelurahan Kebon Manggis terkait pengetahuan dan perilakunya dalam menjaga sanitasi, khususnya saat melakukan Buang Air Besar (BAB).

U I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.1 Wawancara dengan Ibu Soliyatun

Wawancara dilakukan dengan narasumber bernama Soliyatun atau biasa dipanggil Bu Atun. Wawancara dibuka dengan pertanyaan tentang pemahaman Bu Atun terhadap istilah “sanitasi”/menjaga kebersihan lingkungan. Bu Atun menjawab bahwa menjaga kebersihan lingkungan adalah lingkungan yang bersih dengan tidak membuang sampah sembarangan dan melakukan BAB (Buang Air Besar) di WC nya masing-masing. Penulis juga bertanya tentang tingkat kebersihan di lingkungan tempat tinggalnya. Menurut Bu Atun kondisi kebersihan di lingkungan rumahnya cukup bersih, namun masih terdapat beberapa anggota keluarganya yang harus diingatkan untuk lebih menjaga kebersihan agar kondisi rumahnya tetap bersih.

Selanjutnya penulis bertanya terkait ada atau tidaknya jamban pribadi di rumah Bu Atun, lalu Bu Atun menjawab bahwa ia memiliki jamban pribadi sekaligus *septic tank*, sehingga tinja yang dibuang tidak dialirkan ke kali. Bu Atun juga menjelaskan walaupun ia sudah memiliki jamban pribadi di rumah, namun ia masih BAB di MCK (Mandi Cuci Kakus) dikarenakan jumlah jamban yang dimiliki tidak sebanding dengan banyaknya anggota

keluarga yang tinggal di rumahnya. Sehingga mengharuskan dirinya BAB di MCK agar tidak banyak waktu yang terbuang untuk menunggu anggota keluarga lainnya yang sedang menggunakan toilet.

Bu Atun juga mengatakan jika tinja yang dibuang di MCK sebenarnya dialirkan ke kali yang ia sadari akan menimbulkan dampak buruk pada lingkungan dan juga penyebaran penyakit walaupun pernah terdapat program PHBS (Perilaku Hidup Bersih dan Sehat) di lingkungan setempat. Selain itu ia juga menambahkan bahwa dirinya tidak merasa bersalah jika ada warga setempat, khususnya anak-anak yang terkena diare akibat perilakunya buang tinja di MCK dikarenakan menurutnya lokasi MCK cukup jauh dari rumah warga, lalu ia menambahkan juga bahwa masalah diare hanya disebabkan oleh kebersihan makanan dan bukan karena kebersihan lingkungan

2) Wawancara dengan Dokter Spesialis Anak M. Ramdhani

Pada hari Jumat, 22 September 2023 pukul 16.30 WIB penulis melakukan wawancara secara daring melalui “Google Meet” dengan Dr. M. Ramdhani untuk mendapatkan *insight* seputar kejadian diare pada balita hingga anak-anak, hubungan kejadian diare pada anak dengan perilaku dan pemahaman orang tua terhadap sanitasi dan juga memperoleh informasi seputar program kampanye sosial yang pernah dilakukan oleh pihak rumah sakit di tempat Dr. Ramdhani bekerja.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.2 Wawancara dengan Dr. M. Ramdhani

Penulis membuka wawancara dengan data dari Riset Kesehatan Indonesia 2019 yang menyebutkan tingginya angka kematian anak-anak dan balita di Indonesia akibat penyakit diare yang dilanjutkan dengan pertanyaan terkait penyebab balita dan anak-anak begitu rentan terkena diare. Dr. Ramdhani menjelaskan bahwa terjadinya diare pada anak-anak dan balita disebabkan oleh Rotavirus, sedangkan yang menyebabkan anak-anak dan balita terjangkit diare hingga mengalami kematian adalah karena dehidrasi yang tidak dapat teratasi akibat mekanisme pertahanan tubuh yang mencoba mengeluarkan kekontaminannya, baik itu bakteri maupun virus. Penyakit diare yang diderita oleh balita maupun anak-anak disebabkan oleh infeksi *fecal oral* yang muncul akibat pengaruh sanitasi yang kurang baik dari *caregiver* seperti orang tua, pengasuh atau siapapun yang menangani anak-anak tersebut kurang memperhatikan kebersihan peralatan makan anak dan penyimpanan makanan yang tidak steril dari debu ataupun kotoran. Sehingga Dr. Ramdhani juga menyebutkan bahwa orang tua ataupun *caregiver* yang bertugas menangani anak memiliki pengaruh besar atas kejadian diare yang diderita

oleh balita maupun anak-anak. Setelah bertanya terkait penyebab kejadian diare pada anak, penulis juga bertanya tentang pencegahan diare melalui sanitasi yang sesuai dengan ilmu kedokteran/kesehatan bagi orang tua ataupun *caregiver*. Menurut Dr. Ramdhani untuk mencegah terjadinya diare pada anak yang berkaitan dengan sanitasi tidak ada cara yang khusus, orang tua ataupun *caregiver* dapat menerapkan PHBS (Perilaku Hidup Bersih dan Sehat) yang telah direkomendasikan oleh KEMENKES RI (Kemenerian Kesehatan Republik Indonesia). Sehingga apabila PHBS diterapkan atau dilakukan dengan baik, maka penyakit diare ataupun infeksi pada anak dapat dicegah. Setelah itu penulis juga bertanya tentang kondisi anak yang tinggal di bantaran kali terkait daya tahan tubuhnya terhadap diare, mengingat banyaknya aktivitas buruk seperti pembuangan tinja ke kali menyebabkan kondisi kebersihan lingkungan di sekitar jauh dari kata bersih. Dr. Ramdhani menjawab bahwa secara teoritis anak yang tinggal di bantaran kali jauh lebih rentan terkena diare, namun yang menjadi penentu seseorang terkena penyakit tidak hanya disebabkan oleh satu faktor saja. Dalam dunia kedokteran terdapat istilah segitiga *HAE* yang terdiri dari *Host*, *Agent* dan *Environment*. *Host* merupakan pejamu atau bisa disebut sebagai inang yang berkaitan dengan bagus atau tidaknya daya tahan tubuh anak. Biasanya daya tahan tubuh anak terhadap diare dipengaruhi oleh status gizi. Dalam kasus anak-anak menengah kebawah biasanya mereka memiliki status gizi yang rendah hingga buruk, sehingga daya tahan tubuh yang dimiliki tidak sebagus anak dengan gizi normal, karena untuk memproduksi imunitas yang baik dibutuhkan sebuah protein. Sedangkan untuk faktor agent sangat berkaitan dengan kuman seperti virus, bakteri dan jamur. Dalam kasus kuman, manusia harus hidup berdampingan dengan kuman, hal tersebut

dikarenakan kuman tidak dapat dilemahkan ataupun dikeluarkan. Selanjutnya yang terakhit adalah environment atau lingkungan yang memiliki keterkaitan dengan sanitasi. Dalam faktor ini orang-orang yang tinggal dibantaran kali sangat jelas memiliki sanitasi yang kurang baik, hal ini dikarenakan banyaknya aktifitas yang bertentangan dengan kebersihan, seperti membuang sampah sembarangan, buang air besar/kecil di MCK, memelihara hewan yang membuang kotoran sembarangan dan jarang membiasakan diri mencuci tangan dengan sabun sebelum makan.

Menurut Dr. Ramdhani pihak rumah sakit di tempat ia bekerja, yakni RSUP Persahabatan sering membuat program kampanye sosial dengan berbagai macam isu kesehatan salah satunya adalah sanitasi yang dilakukan setiap beberapa pekan di poliklinik terhadap para pasien yang sedang menunggu antrian dokter. Setiap dokter yang bertugas untuk memberikan materi kesehatan kepada para pasien, dilakukan secara bergantian dengan topik kesehatan yang berbeda salah satunya adalah sanitasi. Dr. Ramdhani juga menjelaskan bahwa RSUP Persahabatan yang merupakan tempat beliau bekerja termasuk kedalam rumah sakit vertikal KEMENKES RI (Kementerian Kesehatan RI) yang memiliki program “Radio Kesehatan”, sehingga para dokter setiap hari Selasa dan Rabu saling bergantian mengisi materi kesehatan salah satunya adalah sanitasi. Dr. Ramdhani juga mengatakan bahwa beliau pernah mengisi materi tentang diare yang berkaitan dengan launchingnya vaksin Rotavirus serta pentingnya menjaga sanitasi. Sehingga soal pentingnya menjaga sanitasi sudah sering digencarkan sejak lama oleh pihak rumah sakit.

3) Wawancara dengan Desainer Grafis Elisabeth Vania

Pada hari Kamis 21 September 2023 pukul 13.00 penulis melakukan wawancara secara daring melalui Google Meet dengan Kak Elisabeth Vania atau yang biasa dipanggil Kak Vania sebagai ahli dalam bidang desain grafis untuk perancangan kampanye sosial. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh insight terkait cara merancang kampanye sosial yang efektif, cara membangun pesan persuasi yang baik, penentuan strategi media kampanye dan faktor yang mempengaruhi gagalnya sebuah kampanye sosial di lingkungan masyarakat.



Gambar 3.3 Wawancara dengan Desainer Grafis Kak Vania

Penulis membuka wawancara dengan mengajukan pertanyaan tentang hal yang harus dipertimbangkan pertama kali oleh desainer sebelum merancang desain kampanye sosial. Kak Vania menjawab bahwa yang pertama harus dilakukan adalah mencari akar permasalahan sosial dan menentukan target sasaran tertentu yang akan menjadi penerima pesan kampanye sosial untuk melakukan suatu tindakan agar dapat menyelesaikan masalah sosial tersebut. Pada intinya seorang desainer dalam merancang sebuah desain pasti bermula dari sebuah masalah yang selanjutnya akan dirancang sebuah pesan dengann penyampaian yang lebih mudah agar target sasaran dapat mengerti dan mengubah *mindset* mereka, sehingga dengan begitu pesan

kampanye sosial dapat dikatakan efektif. Kak Vania juga menyebutkan saat merancang pesan kampanye sosial, seorang desainer harus paham mengenai latar belakang dari target sasaran, seperti usia, jenis kelamin, perilaku, aktifitas, karakteristik dan lainnya dikarenakan hal tersebut akan menentukan tata bahasa dan visual yang digunakan dalam penyampaian pesan. Namun menurut Kak Vania visual bukanlah hal terpenting dalam merancang sebuah desain, akan tetapi riset lah yang menjadi hal terpenting untuk merancang sebuah desain, baik untuk branding, marketing hingga kampanye sosial. Karena jika seorang desainer sudah mendapatkan hasil riset yang baik, maka akan lebih muda untuk merancang pesan dan visual yang sesuai dengan karakteristik target sasaran.

Setelah bertanya tentang pertimbangan bagi desainer dalam merancang kampanye sosial, selanjutnya penulis bertanya tentang cara membangun pesan persuasi yang berkesan dan mudah diingat oleh target sasaran. Menurut Kak Vania dalam membangun pesan persuasi yang mudah diingat dan berkesan tidak hanya mengandalkan visual saja, tetapi juga *copywriting* yang memiliki pengaruh dalam mencapai tujuan tersebut. Sebenarnya dalam merancang pesan persuasi yang benar-benar tepat tidak terdapat cara atau metode khusus, semuanya kembali kepada cara seorang desainer saat melakukan riset terhadap target sasaran. Apabila riset yang dilakukan sudah benar, maka secara teori target sasaran akan lebih mudah menerima isi pesan kampanye dan akan dibawa kedalam kehidupan mereka untuk jangka waktu yang lama, sehingga diharapkan terjadi perubahan perilaku walaupun kampanye sosial tersebut telah usai. Kak Vania juga menambahkan, jika ingin membangun pesan persuasi yang tepat dapat belajar dari pengalaman kampanye sosial yang lain seperti cara mereka membuat strategi pesan kampanye yang

dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. sehingga target sasaran masih mengingat dengan pesan-pesan yang disampaikan. Setelah penulis bertanya tentang cara membangun pesan persuasi, selanjutnya penulis bertanya terkait penentuan strategi media kampanye sosial yang sesuai dengan karakteristik dari target sasaran, yakni ibu-ibu dengan status sosial menengah kebawah. Menurut Kak Vania, dalam merancang strategi media kampanye sosial, seorang desainer harus mengetahui latar belakang dari target sasaran salah satunya adalah pendidikan. Target sasaran dengan level menengah kebawah biasanya tergolong orang-orang yang *uneducated* dengan pendidikan paling tinggi adalah Sekolah Menengah Atas (SMA) dan sederajatnya. Selain dilihat dari pendidikan, dapat juga dilihat dari aktifitasnya sehari-hari, seperti ibu-ibu rumah tangga yang terbiasa pergi ke pasar menggunakan angkutan umum, biasanya disana terdapat media-media yang biasa mereka temui sehari-hari seperti media cetak. Sehingga desainer dapat mengambil kesimpulan melalui latar belakang tersebut, seperti merancang media dengan menggunakan bahasa lokal yang mudah dipahami dan tidak menggunakan bahasa yang tinggi. Kak Vania juga menambahkan jika seorang desainer harus membuat pemetaan terkait media-media yang akan digunakan dengan mengacu pada karakteristik target sasaran dan strategi komunikasi kampanye. Pada dasarnya desainer dilarang menggunakan/memilih media yang tidak mungkin digunakan atau dimengerti oleh target sasaran. Desainer juga harus berani mengeksplorasi media-media yang biasa dilihat atau digunakan oleh target sasaran dan juga dapat memilih media yang mungkin dapat memberi kesan bagi target sasaran sehingga mereka akan terus mengingatnya.

Dalam merancang kampanye sosial yang memiliki tujuan untuk mengubah perilaku ke arah yang lebih baik tidak dapat

hanya mengandalkan satu kampanye sosial saja. Sehingga apabila sebuah kampanye sosial belum menghasilkan perubahan atau tujuan yang belum tercapai, hal tersebut bisa disebabkan karena sifat karakteristik dari masyarakatnya yang memang “keras kepala” untuk tidak mau berubah. Sehingga berubah atau tidaknya masyarakat setelah melihat dan mendengar pesan kampanye sosial tidak dapat ditentukan oleh desainer, dikarenakan hal tersebut berkaitan dengan faktor internal setiap individu. Kak Vania juga mengatakan bahwa ketidakkonsistenan desainer dalam merancang desain kampanye sosial yang berkaitan dengan visual maupun tata bahasa dapat mempengaruhi gagalnya kampanye sosial tersebut. Sehingga desainer harus memiliki *key visual* yang kuat dan konsisten untuk diaplikasikan kedalam semua media kampanye. Selain itu strategi kampanye juga memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan kampanye sosial tersebut. .

4) Wawancara dengan Staff Puskesmas Kecamatan Matraman

Pada hari Senin tanggal 30 Oktober 2023, penulis melakukan wawancara secara luring dengan mandatory kampanye sosial, yaitu Puskesmas Kecamatan Matraman melalui Ibu Sri Supraptiningsih sebagai Penanggung Jawab Layanan Kesehatan Lingkungan (KESLING) di Kecamatan Matraman. Wawancara dilakukan secara luring atau tatap muka untuk mendapat *insight* seputar penyakit diare, kondisi sanitasi dan program kampanye sosial di wilayah Kecamatan Matraman, Jakarta Timur.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.4 Wawancara dengan Ibu Sri (Puskesmas Matraman)

Penulis membuka wawancara dengan pertanyaan tentang hubungan sanitasi dan perilaku *hygiene* terhadap kejadian diare pada seseorang, lalu Ibu Sri menjawab bahwa Perilaku Hidup Bersih dan Sehat atau PHBS sangat mempengaruhi kejadian diare pada seseorang, akan tetapi mungkin terdapat faktor lain seperti pola makan yang buruk atau penyebab lain. Bu Sri juga menambahkan jika pola makan yang buruk berhubungan dengan kebersihan dari makanan yang dimakan. Selanjutnya penulis menunjukkan ilustrasi/gambar jalur kontaminasi tinja kepada manusia yang bersumber dari laporan tahunan kementerian kesehatan 2022 kepada Ibu Sri untuk diurutkan berdasarkan faktor paling rentan memicu diare, lalu Bu Sri menjawab bahwa kebersihan tangan adalah faktor paling rentan memicu diare, lalu disusul lalat, air minum, lingkungan, benda sekitar dan yang terakhir adalah banjir.

Bu Sri juga mengatakan Puskesmas Matraman memiliki program STBM (Sanitasi Total Berbasis Masyarakat) sejak 2018 dengan nama “Kampanye 5 Pilar” yang berfokus pada masalah stop BABS, cuci tangan pakai sabun, pengelolaan air minum, pengelolaan sampah rumah tangga dan limbah rumah tangga. Dari kelima program tersebut, Puskesmas Matraman baru

melaksanakan program *stop BABS* di 7 lokasi Kelurahan di Kecamatan Matraman, seperti Kebon Manggis, Kayumanis, Utan Kayu, Palmeriam dan lainnya. Menurut Bu Sri, Kebon Manggis merupakan wilayah dengan tingkat perilaku BABS paling tinggi di Kecamatan Mataraman yang mencapai 1.736 keluarga. Hal tersebut dikarenakan mayoritas warga telah melakukan BABS sejak lama, sehingga banyak warga lain yang mengikuti. Bu Sri juga mengatakan bahwa warga Kebon Manggis pada tahun 2019 menolak bantuan tangki septik komunal dari pemerintah dengan alasan keamanan pipa yang membuat bantuan tersebut dibatalkan. Sehingga kondisi tersebut membuat Kebon Manggis menjadi wilayah dengan tingkat progresifitas *stop BABS* paling rendah di Kecamatan Matraman. Berbeda dengan wilayah Mataraman lainnya yang mengalami peningkatan cukup signifikan selama 5 tahun berjalannya kampanye sosial *stop BABS* tersebut. Bu Sri juga mengatakan bahwa kedepannya Pemerintah Kecamatan Matraman akan bekerja sama dengan DIKJEN SDA untuk pengelolaan sumber daya air.

Selanjutnya penulis bertanya tentang angka kejadian diare di Kecamatan Matraman setiap bulannya, lalu Bu Sri menjawab bahwa pada bulan Oktober kasus diare di Matraman mencapai angka 287 untuk semua usia, 68 kasus pada balita dan 219 kasus pada anak-anak. Data tersebut merupakan peningkatan dari kasus diare pada bulan sebelumnya, yaitu 69 kasus diare pada balita, 193 kasus pada anak-anak dan 262 kasus untuk semua usia. Faktor Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) seperti lingkungan, hygiene perorangan dan kebersihan makanan sangat berpengaruh terhadap kejadian diare. Berdasarkan data, hingga saat ini belum ada balita atau anak-anak yang meninggal akibat penyakit diare.

3.1.1.2 Kesimpulan

Kesimpulan yang penulis dapat dari pengumpulan data melalui metode kualitatif dengan melakukan wawancara terhadap target sasaran dapat disimpulkan bahwa masih terdapat warga Jakarta Timur yang masih melakukan aktifitas Buang Air Besar (BAB) di MCK walaupun mereka mengetahui dampak buruknya terhadap lingkungan sekitar dan berpotensi menimbulkan berbagai penyakit, salah satunya adalah diare. Aktifitas yang sudah dijalani sejak lama serta tingginya sifat kurang peduli terhadap sesama membuat target sasaran merasa tidak menyesal apabila ada warga setempat yang terkena diare diakibatkan perilaku mereka yang membuang tinja secara sembarangan. Selain itu, faktor ekonomi yang rendah menjadikan hal tersebut sebagai alasan untuk tidak mau membangun jamban pribadi di rumah.

Kesimpulan yang penulis ambil dari hasil wawancara dengan Dokter Spesialis Anak, yakni Dr. M. Ramdhani terkait kejadian diare pada anak dan hubungannya dengan perilaku orang tua dalam menjaga sanitasi adalah bahwa yang menyebabkan seorang anak terjangkit diare merupakan *Rotavirus* yang disebabkan oleh infeksi bakteri dan kuman yang disebabkan oleh berbagai hal salah satunya adalah kebersihan lingkungan yang buruk. Orang tua dan *caregiver* lainnya memiliki pengaruh penting atas kejadian diare yang menimpa anak-anak, sehingga setiap orang tua ataupun *caregiver* harus mulai menyadari tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan. Namun, kejadian diare pada anak tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan tiga faktor yang terdiri dari *Host* yaitu daya tahan tubuh, *Agent* yang merupakan kuman dan terakhir *Environment* yang berkaitan dengan lingkungan seperti sanitasi. Kondisi sanitasi yang buruk di lingkungan bantaran kali membuat anak-anak lebih rentan terjangkit diare dikarenakan banyak aktifitas yang bertentangan dengan nilai kebersihan.

Kesimpulan yang penulis dapat dari hasil wawancara dengan Desainer Grafis, yakni Kak Elisabeth Vania untuk memperoleh *insight* terkait perancangan kampanye sosial adalah melakukan riset secara mendalam terkait masalah dan target sasaran merupakan hal yang paling penting bagi desainer sebelum merancang kampanye sosial. Hal ini dikarenakan hasil riset akan menentukan isi pesan kampanye, gaya visual, pemilihan media dan lainnya. Sehingga yang harus difokuskan pertama kali bagi desainer bukanlah gaya visual, melainkan riset secara mendalam. Selain itu dalam merancang kampanye sosial, seorang desainer tidak dapat memutuskan perubahan perilaku dari target sasaran walaupun hal tersebut menjadi tujuan yang harus dicapai, hal yang menjadi penentu berubah atau tidaknya target sasaran adalah diri mereka sendiri. Sehingga dalam merancang kampanye sosial dibutuhkan waktu yang cukup lama untuk bisa membangun pesan yang kuat agar dapat terus tertanam dibenak target sasaran dan diharapkan dapat terjadi perubahan perilaku.

Kesimpulan yang penulis dapat dari wawancara dengan Bu Sri perwakilan dari Mandatory Puskesmas Kecamatan Matraman adalah Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) memiliki pengaruh penting terhadap kejadian diare pada seseorang, khususnya pada balita dan anak-anak dengan menjaga kebersihan diri, lingkungan dan makanan. Selain itu PHBS juga diterapkan oleh Kecamatan Matraman melalui program STBM bernama “Kampanye 5 Pilar yang dilaksanakan di semua wilayah Kecamatan Matraman. Program STBM masih berfokus pada penanganan *stop BABS*. Dari semua Kelurahan di Matraman yang mengikuti STBM, Kebon Manggis adalah wilayah paling rendah tingkat progresifitas *stop BABS* dikarenakan tingginya tingkat ketidakepedulian masyarakatnya terhadap sanitasi dan kebersihan. Kondisi tersebut memicu penyebaran penyakit diare di Matraman seperti yang Bu Sri

sampaikan bahwa selama dua bulan terakhir, yaitu September dan Oktober tingkat diare di Matraman mengalami kenaikan, beruntungnya tidak ada kasus kematian seseorang, khususnya anak dan balita akibat diare. Kedepannya Puskesmas Matraman akan terus berupaya mengajak masyarakat untuk lebih peduli terhadap sanitasi, terutama dalam BAB sembarangan melalui program-program kampanye sanitasi dan hygiene lainnya yang sedang direncanakan.

3.1.1.3 Studi Eksisting



Gambar 3.4 Kampanye Tinju Tinja

Sumber: <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-2753305/tinju-tinja-kampanye-unik-unicef-untuk-perangi-bab-sembarangan>

Penulis melakukan studi eksisting terhadap salah satu program kampanye sosial bertajuk “Tinju Tinja” yang diselenggarakan oleh Water, Sanitation and Hygiene Unicef Indonesia yang mengangkat isu atau masalah terkait BABS (Buang Air Besar Sembarangan). Menurut Dr. Aidan Cronin selaku ketua program WASH Unicef Indonesia, sebanyak 55 juta orang di Indonesia masih melakukan buang air besar sembarangan. Sehingga kampanye sosial ini dibuat dengan tujuan untuk menyadarkan masyarakat Indonesia terhadap pentingnya menjaga sanitasi, khususnya dalam perilaku buang air besar sembarangan agar mencegah terjadinya berbagai macam penyakit salah satunya adalah diare pada anak. Aksi kampanye sosial “Tinju Tinja” dilakukan

dengan dua cara berbeda, yakni secara luring dan daring melalui media sosial seperti Youtube, Facebook dan Twitter.

1) Kampanye “Tinjau Tinja”



Gambar 3.5 Tinju Tinja Squad

Sumber:

<https://x.com/UNICEFIndonesia/status/1014497018880802817?s=20>

Dalam mengajak masyarakat Indonesia untuk lebih peduli terhadap pentingnya menjaga sanitasi dengan tidak melakukan Buang Air Besar Sembarangan (BABS), kampanye sosial ini membuka pendaftaran relawan bernama “Tinjau Tinja Squad” dari seluruh Indonesia yang nantinya akan terjun langsung ke lingkungan masyarakat, untuk memberikan edukasi seputar perilaku Buang Air Besar Sembarangan (BABS). Edukasi diberikan kepada para pelajar dari tingkat Sekolah Dasar (SD) hingga Sekolah Menengah Atas (SMA). Kampanye “Tinjau Tinja” tidak hanya dilakukan secara luring, melainkan juga dilakukan melalui media sosial.



Gambar 3.6 Sosial Media Tinju Tinja

Sumber:

https://www.facebook.com/photo/?fbid=1637198836369415&set=a.174361809319799&locale=hi_IN

Duta Kampanye Tinju Tinja, Melaine Subono mengatakan bahwa kampanye akan dilakukan melalui media sosial seperti Facebook, Twitter dan Youtube dengan tujuan agar masyarakat mengetahui lebih dulu tentang program kampanye “Tinju Tinja”. Kampanye Tinju Tinja melalui media sosial dilakukan dengan cara membagikan postingan tentang hal-hal yang berkaitan dengan Buang Air Besar Sembarangan (BABS), seperti ajakan untuk tidak BABS, informasi dampak buruk BABS bagi anak, fakta seputar BABS di Indonesia, jumlah data perilaku BABS di Indonesia dan informasi seputar kebersihan lainnya.

2) Analisa Desain Postingan Kampanye Soial “Tinju Tinja”



Gambar 3.7 Sosial Media Tinju Tinja

Sumber:

https://www.facebook.com/photo/?fbid=1629716440450988&set=a.174361809319799&locale=hi_IN

Penulis melakukan analisa terhadap gaya desain dari kampanye “Tinjau Tinja”. Desain kampanye “Tinjau Tinja” menjadikan foto dengan efek *black and white* sebagai elemen utama atau titik fokus untuk menarik perhatian *audience* agar melihat pesan kampanye sosial. Penggunaan model anak-anak serta efek *black and white* pada foto kampanye bertujuan untuk memberi kesan prihatin atau kekhawatiran terkait tingginya kasus Buang Air Besar Sembarangan (BABS) di Indonesia yang memberi dampak negatif terhadap kejadian diare pada anak-anak hingga berpotensi pada kematian. Selanjutnya pada desain kampanye “Tinjau Tinja”, *copywriting* yang berisikan informasi atau pesan persuasi ditempatkan di sisi bawah sebelah kiri dengan ukuran font yang terbilang cukup besar, sehingga *copywriting* menjadi elemen kedua yang akan dilihat oleh *audience* setelah foto. Jenis *font* yang digunakan adalah sans serif yang memiliki image santai namun tegas, sehingga pesan yang disampaikan terlihat santai namun memiliki tujuan yang jelas. Pada desain kampanye “Tinjau Tinja” juga menggunakan sedikit warna merah pada bagian sisi kiri desain yang mewakili identitas Negara Indonesia, sekaligus tempat atau lokasi berlangsungnya kampanye sosial.

U M N

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

3.1.1.3.1 Studi Referensi

Penulis melakukan studi referensi terhadap karya desain yang pernah dibuat untuk dilihat dan dijadikan referensi dalam pembuatan karya desain, baik dari visual maupun pesan.



Gambar 3.7 *Torn Paper Social Media*

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/117922639/Paper-Ripped-Torn-Paper-Social-Media-Post-Design>

Referensi karya desain yang penulis pilih adalah *Torn Paper Social Media Design* oleh Muanna Arean. Hal yang penulis pelajari dari karya ini adalah bahwa foto menjadi elemen utama yang digunakan sebagai titik fokus bagi audience saat pertama kali melihat desain. Selain itu, karya ini hanya menggunakan warna hijau sebagai warna utama disetiap karya desain yang menjadi daya tarik utama bagi *audience*.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif merupakan metode yang menghasilkan data konkrit berupa angka-angka yang berkaitan dengan masalah yang diteliti (Sugiyono, 2018). Dalam mendapatkan data statistik terkait perilaku menjaga sanitasi, khususnya dalam kebiasaan buang air besar, penulis menyebarkan kuesioner kepada target sasaran, yaitu ibu-ibu usia 30-60 tahun yang memiliki kebiasaan Buang Air Besar Sembarangan (BABS) di MCK dan aktif bermedia

sosial. Kuesioner dibagikan melalui kertas atau *print out*, hal ini dikarenakan menyesuaikan dengan latar belakang dan karakteristik dari target sasaran.

Kuesioner diisi oleh 10 responden dengan latar belakang pendidikan yang berbeda-beda, yakni sebanyak 8 orang lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan 2 orang sisanya merupakan lulusan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Dari 10 orang responden yang menjawab pertanyaan terkait paham atau tidaknya mengenai istilah sanitasi atau menjaga kebersihan lingkungan, sebanyak 10 responden menjawab paham. Sehingga hal tersebut menandakan pemahaman responden terhadap kebersihan lingkungan cukup baik. Selanjutnya responden menjawab pertanyaan ketersediaan akses jamban di rumah masing-masing, dari 10 responden hanya 1 yang memiliki akses jamban pribadi di rumah dan 9 lainnya tidak memiliki akses jamban, sehingga membuat mereka harus melakukan BAB di MCK (Mandi Cuci Kakus). Selanjutnya responden menjawab tahu atau tidaknya BAB di MCK dapat memberikan dampak buruk bagi lingkungan, 6 dari 10 responden menjawab mengetahui. Sehingga hasil tersebut menandakan bahwa warga menyadari perilaku buruk terhadap kebersihan namun masih tetap dilakukan.

Selanjutnya responden menjawab pertanyaan kejadian diare pada anak disebabkan oleh perilaku buruk sanitasi dari orang tua, 9 dari 10 responden mengetahui hal tersebut. Sehingga mereka menyadari bahwa orang tua memiliki peran penting dalam kejadian diare pada anak yang melibatkan sanitasi. Selanjutnya responden menjawab pertanyaan pernah atau tidak mengikuti kampanye sosial sanitasi, 9 dari 10 responden menjawab bahwa mereka belum pernah mengikutinya. Sehingga hasil tersebut menandakan kurangnya edukasi dan pengetahuan responden terhadap sanitasi mempengaruhi perilaku mereka sehari-hari dalam menjaga kebersihan, khususnya dalam Buang Air Besar Sembarangan (BABS).

3.2 Metodologi Perancangan

Dalam merancang kampanye sosial perbaikan sanitasi untuk mencegah diare di Jakarta Timur, penulis menggunakan metode Robin Landa (2010) yang dijelaskan dalam bukunya dengan judul *Advertising by Design*. Dalam buku

tersebut dijabarkan bahwa metode ini memiliki 6 tahapan yang terdiri dari *overview*, *strategy*, *ideas*, *design*, *production* dan *implementation*. Keenam tahapan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) **Overview**

Pada tahap *overview* dilakukan pengumpulan informasi dan data terkait isu atau masalah yang diangkat. Selain itu juga perlu menentukan target sasaran dan tujuan akhir atau *goals* yang ingin dicapai dari *project* yang dikerjakan (Landa, 2010).

2) **Strategy**

Pada tahap ini dilakukan penetapan strategi hasil analisa data yang telah dikumpulkan ditahap *overview*. Penyusunan strategi dilakukan dengan membuat *creative brief* yang berfungsi sebagai panduan selama *project* berlangsung untuk menyelesaikan masalah dan mencapai tujuan akhir atau *goals*.

3) **Ideas**

Pada tahap *ideas*, dilakukan pengembangan *creative brief* dengan melakukan brainstorming pembuatan *mind mapping*, *keyword*, *big idea*, konsep dan *moodboard*. *Brainstorming* bertujuan untuk mencari *big idea* dan konsep yang nantinya akan menentukan hasil akhir dari *key visual* dan *copywriting*.

4) **Design**

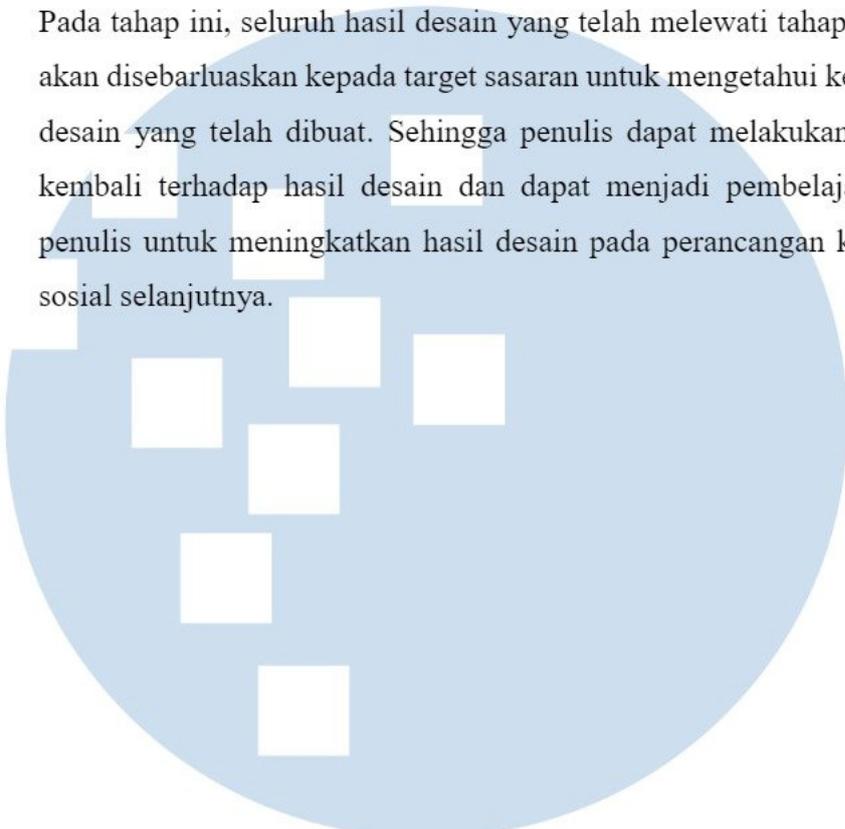
Setelah menentukan ide dan konsep, selanjutnya masuk ke tahap visualisasi yang melewati beberapa langkah, seperti sketsa dan digitalisasi. Pada tahap ini, desain yang dirancang meliputi elemen tipografi, warna, ilustrasi, tata letak dan lainnya yang membentuk sebuah identitas visual atau disebut sebagai *key visual*.

5) **Production**

Pada tahap *production*, *Keyvisual* yang telah selesai dibuat yang akan diaplikasikan kedalam beberapa media kampanye sosial.

6) ***Implementation***

Pada tahap ini, seluruh hasil desain yang telah melewati tahap produksi akan disebarluaskan kepada target sasaran untuk mengetahui keefektifan desain yang telah dibuat. Sehingga penulis dapat melakukan evaluasi kembali terhadap hasil desain dan dapat menjadi pembelajaran bagi penulis untuk meningkatkan hasil desain pada perancangan kampanye sosial selanjutnya.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA