

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Dalam membuat suatu karya dibutuhkan metode pengumpulan data yang menjadi dasar dari suatu karya dirancang. Dengan pengumpulan data yang dilakukan, informasi-informasi dapat terkumpul dapat dijadikan sebagai metode dalam mengidentifikasi masalah yang ingin diangkat dapat ditemukan untuk dikembangkan dengan perbaikan yang dapat meningkatkan ketahanan dari masyarakat setempat. Oleh karena itu, metode pengumpulan data yang tepat dapat menjadi awal atau fondasi yang kuat dalam membangun ketahanan masyarakat setempat.

3.1.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dapat membantu perancangan karya secara efektif yaitu dengan melakukan riset dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi untuk mendapatkan informasi langsung dari warga Kampung Nagajaya. Hal ini bertujuan untuk menggali pengetahuan, pengalaman, dan pandangan warga terkait masalah kesehatan yang dihadapi, khususnya dalam hal akses ke fasilitas kesehatan dan pengetahuan terhadap tanaman di sekitar. Dalam pengumpulan data, penulis juga melakukan survei berupa *pre-test* dan *post-test* kepada warga Kampung Nagajaya. Hal ini dilakukan untuk mengukur pengetahuan mengenai proyek yang akan diangkat bagi masyarakat Kampung Nagajaya yang nantinya akan menjadi alat ukur keberhasilan pemahaman proyek yang dilaksanakan terhadap warga Kampung Nagajaya.

Langkah pengumpulan informasi yang dilakukan oleh penulis menggunakan metode riset dengan pendekatan wawancara, observasi, dan survei yang diharapkan dapat menjadi suatu langkah pendekatan dan tolak ukur angka keberhasilan karya. Terlepas dari langkah pengumpulan informasi yang dilakukan, terdapat beberapa kelebihan dan kekurangan yang dapat penulis. Berikut adalah analisis SWOT berdasarkan teknik pengumpulan data yang penulis gunakan:

Tabel 3. 1 Tabel Analisis SWOT

Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
Kampung Nagajaya kaya akan tanaman liar yang merupakan tanaman obat.	Sedikit masyarakat yang memahami tentang cara memanfaatkan tanaman obat	Ada peluang untuk meningkatkan pemahaman warga mengenai pengobatan berbasis herbal	Sebagian masyarakat sulit untuk mengakses internet
Masyarakat Kampung Nagajaya tertarik dengan cara memanfaatkan tanaman obat.	Banyak yang sering sakit tetapi tidak fasilitas kesehatan terdekat, obat-obatan terbatas, ditambah jalanan di Kampung Nagajaya yang rusak.	Melakukan edukasi berupa sosialisasi mengenai pemanfaatan tanaman obat melalui Buku Saku Pertolongan pertama berbasis herbal	Terdapat lansia yang memiliki keterbatasan dalam membaca

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Pada tabel 3.1 menunjukkan analisis SWOT dari metode pengumpulan data yang dilakukan untuk memahami permasalahan dan kebutuhan yang ada di Kampung Nagajaya.

a. *Strengths* (Kekuatan)

Riset yang dilakukan memberikan akses langsung ke informasi dari warga Kampung Nagajaya, sehingga didapatnya informasi mengenai potensi yang dimiliki oleh Kampung Nagajaya. Dengan riset yang dilakukan ini penulis mendapatkan informasi mengenai banyaknya tanaman obat yang dimiliki di sekitar Kampung Nagajaya.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Riset yang dilakukan ini mendapatkan hasil bahwa sebagian besar dari masyarakat sering terkena penyakit baik darurat atau tidak darurat. Namun karena tidak adanya fasilitas kesehatan terdekat ditambah dengan terbatasnya obat-obatan dapat memperburuk keadaan. Ditambahnya lagi dengan

masyarakat yang tidak mengetahui bagaimana cara memanfaatkan tanaman obat untuk dijadikan obat-obatan.

c. *Opportunities* (Peluang)

Dari sisi peluang, dari riset yang dilakukan, terdapat peluang untuk memberikan pengetahuan mengenai pentingnya pemanfaatan tanaman herbal sebagai alternatif pertolongan pertama. Lebih lanjut, dengan pengetahuan ini, ada peluang untuk mengembangkan program kesehatan berbasis herbal yang dapat membantu meningkatkan akses kesehatan masyarakat.

d. *Threats* (Ancaman)

Di sisi lain, terdapat beberapa ancaman yang mungkin dihadapi. Kendala seperti sulitnya masyarakat dalam mengakses internet. Selain itu, masyarakat yang sudah berusia atau lansia memiliki keterbatasan kemampuan dalam membaca.

Dengan analisis SWOT yang dilakukan, penulis dapat memperoleh gambaran lengkap mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian terkait potensi pemanfaatan tanaman herbal di Kampung Nagajaya.

3.1.2 Metode Perancangan Karya

Perancangan karya kampanye Penggunaan obat herbal melalui sosialisasi Buku Saku Pertolongan Pertama Edisi Herbal yang dikemas dalam bentuk video promosi mengenai buku saku dengan jumlah 3 video berdurasi 1 menit dan 1 video berdurasi 4 menit. Video akan dipublikasikan kepada warga Kampung Nagajaya dengan penayangan langsung. Serta video akan diunggah di akun media sosial *official* dari JAHERA (Jelajah Herbal Nusantara) dengan *username* akun @yuk.jahera. JAHERA sendiri memiliki tujuan dalam meningkatkan kesadaran dan aksi langsung masyarakat tentang potensi yang ada dari tanaman herbal yang ada di sekitar pada pengobatan sakit penyakit.

Dalam perancangan pembuatan karya dilakukan beberapa tahap pembuatan karya meliputi tahapan *c-planning* untuk mendukung keberhasilan dalam pelaksanaan kampanye penggunaan obat herbal melalui sosialisasi Buku Saku

Medical First Response edisi herbal edukasi melalui penanyangan video yang dapat memberikan edukasi pada warga Kampung Nagajaya, Desa Sindangratu.

Tabel 3. 2 Tahapan perancangan karya

Tahapan	Kegiatan
<i>Understanding the Situation</i>	1) Riset
<i>Focusing and Designing</i>	1) Perancangan Buku Saku 2) Perancangan Kampanye
<i>Creating</i>	1) Produksi Buku Saku Pertolongan Pertama edisi Herbal 2) Produksi Kebutuhan Kampanye
<i>Implementing</i>	1) Pembagian Buku Saku 2) Pelaksanaan Kampanye
<i>Evaluation</i>	1) <i>Pre-Test</i> dan <i>Post-Test</i>

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Berdasarkan data tabel 3.1 tahapan perancangan karya telah dipaparkan mengenai kegiatan yang dilakukan dengan menerapkan *c-planning*.

3.2.1.1 *Understanding the Situation*

A. Riset

1. Analisis situasi

Pada tahap memulai suatu perancangan, langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan analisis situasi dengan melakukan pengumpulan data dan informasi yang relevan. Proses ini sangat penting karena semua konten yang akan disajikan video dan buku saku pertolongan pertama edisi herbal harus didasarkan pada informasi yang terjadi dan dibutuhkan di lapangan. Pengumpulan data meliputi penelitian tentang isu atau kebutuhan yang ada di lapangan, keberadaan tanaman herbal, target audiens, dan lainnya.

Selain itu, wawancara dengan ahli herbal dan praktisi medis juga dilakukan untuk mendapatkan perspektif yang lebih dalam dan kredibel. Data yang diperoleh akan menjadi fondasi bagi isi buku saku dan video yang akan diproduksi, memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat dipertanggungjawabkan dan bermanfaat bagi masyarakat.

2. Target Audiens

- Demografis
 - Jenis Kelamin : Perempuan
 - Usia : 25-65 tahun
 - SES Level : B-C
 - Kewarganegaraan : Indonesia
 - Behaviour : Masyarakat pedesaan yang sering sakit dan susah mengakses fasilitas Kesehatan.
- Geografis : Masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan

3. Target Sekunder

- Demografis
 - Jenis Kelamin : Laki-laki & Perempuan
 - Usia : 18-25 tahun
 - SES Level : B-C
 - Kewarganegaraan : Indonesia
 - Behaviour : Masyarakat pedesaan yang mengakses internet untuk mendapatkan informasi.
- Geografis : Masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan.

4. Tujuan Pesan

Meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang manfaat buku saku pertolongan pertama edisi herbal melalui penayangan video yang informatif.

3.1.2.2 *Focusing and Designing*

A. Perancangan Buku Saku

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah perancangan dan pembuatan Buku Saku Medical First Response. Proses ini mencakup dari melakukan pencarian narasumber atau informan ahli, wawancara dengan narasumber, pembuatan isi dan kerangka buku, ukuran buku, dan mencari ilustrator dan editorial buku. Pemilihan narasumber atau informan ahli dilakukan dengan melakukan *background checking* dari segi pengalaman dan latar belakang pendidikan. Jumlah halaman buku akan kurang lebih sebanyak 24 halaman dan akan dicetak dalam bentuk buku berukuran A6 (10.5 x 14.8 cm). Hal-hal ini dilakukan guna dapat menyesuaikan nilai dari isi buku saku yang akan disampaikan masyarakat di Kampung Nagajaya dan juga pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik, akurat, aman, dan terpercaya.

Tabel 3. 3 Tugas Perancangan Buku Saku Pertolongan Pertama Edisi Herbal

Nama	<i>Job Description</i>	Keterangan
dr. Muthoharrah, Msi.(Herbal)	Narasumber Buku, Dokter Ahli Herbal Medik	<ul style="list-style-type: none">- Memberikan informasi mengenai manfaat tanaman herbal- Memberikan panduan pengobatan menggunakan tanaman herbal- Mengawasi pembuatan isi buku saku.
Claurinda	Penulis	<ul style="list-style-type: none">- Melakukan wawancara dengan narasumber buku saku.- Merancang isi buku saku.
Raquel dan Renata	Ilustrator dan Editor	<ul style="list-style-type: none">- Membahas perencanaan isi buku.- Membahas gaya ilustrasi dan editorial pada isi buku.

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Pada Tabel 3.2 merupakan Pembagian Tugas Perancangan Buku Saku Pertolongan Pertama edisi Herbal. Pemilihan narasumber dokter ahli herbal medik yaitu dr.Muthoharrah M.Si (Herbal) telah dilakukan pengecekan latar belakang. Dr.Muthoharrah M.Si atau lebih dikenal sebagai dokter Mute memiliki latar belakang studi Magister Herbal di Universitas Indonesia. Dokter Mute juga seringkali menjadi pembicara di acara herbal di stasiun televisi. Hal ini membuktikan bahwa Dokter Mute merupakan praktisi di bidang herbal yang kredibel.

Hal ini diikuti dengan penulis yang merancang isi buku yang didampingi oleh ahli herbal medik yang didasari oleh hasil wawancara dan juga studi literatur yang diberikan oleh dokter ahli herbal medik. Penulisan yang dilakukan ini akan kembali direalisasikan oleh ilustrator dan editor untuk memperbaiki struktur dan editorial buku.

B. Perancangan Kampanye

Perancangan kampanye sosialisasi buku saku pertolongan pertama edisi herbal yang akan dilaksanakan di Villa Hejo Kiarapayung melibatkan beberapa tahapan penting sebagai berikut:

1) Tujuan Kampanye

Meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang manfaat buku saku pertolongan pertama edisi herbal melalui penayangan video yang informatif.

2) Perencanaan Video

Dalam membuat suatu video, dibutuhkan arahan yang jelas baik dalam segi ide, tema, format, hingga perencanaan pembuatan video. Hal ini dilakukan agar pembuatan video ini dapat terorganisir dengan baik.

a. Ide dan Tema

Penyusunan konsep, ide, dan tema yang kreatif menjadi langkah awal yang penting untuk memastikan video memiliki pesan yang jelas dan menarik bagi target audiens. Konsep yang dibuat harus

relevan dengan kebutuhan masyarakat di Kampung Nagajaya yang sering mengalami kesulitan akses kesehatan, dengan pendekatan sederhana namun emosional agar pesan tersampaikan dengan efektif. Penulisan naskah juga dilakukan untuk mengatur alur cerita, dialog, dan narasi yang menggambarkan permasalahan serta solusi yang ingin disampaikan. Naskah ini kemudian divisualisasikan dalam bentuk storyboard, yang berfungsi sebagai panduan bagi tim produksi untuk memahami setiap adegan, sudut pengambilan gambar, serta elemen visual yang dibutuhkan. Kampanye yang dilakukan memiliki tema "Manfaat Tanaman Herbal dalam Pertolongan Pertama" yang mencakup testimonial pengguna, pengetahuan dari dokter ahli herbal, serta cara penggunaan buku saku.

b. Format Video

- Video berdurasi minimal 1 menit mengenai testimonial pengguna herbal sebagai pengobatan
- Video berdurasi minimal 1 menit mengenai pendapat ahli herbal medik mengenai kelebihan pengobatan menggunakan tradisional (herbal) dibandingkan pengobatan modern (obat kimia).
- Video berdurasi minimal 1 menit mengenai kelebihan dari buku saku pertolongan pertama dari buku saku pertolongan pertama edisi herbal.
- Video berdurasi minimal 4 menit mengenai cara memanfaatkan buku saku pertolongan pertama edisi herbal.

c. Perencanaan pembuatan video

Perancangan video untuk proses produksi adalah langkah penting untuk memastikan setiap aspek teknis dan kreatif dalam pembuatan video dapat berjalan dengan lancar. Pada tahap perancangan ini, beberapa elemen yang perlu dipertimbangkan adalah pemilihan lokasi syuting, penentuan talent yang akan terlibat, dan perencanaan tanggal produksi. Berikut tabel perencanaan talent dan tanggal temu

untuk melakukan melakukan syuting untuk video yang akan di produksi.

Tabel 3.3 Pembagian Tugas Perancangan Buku Saku Pertolongan Pertama Edisi Herbal

Nama	Job Description	Keterangan
Claurinda	Penulis Naskah	Membuat Naskah Video
Nicholas Wilson	Pembuat <i>Storyboard</i>	Melakukan pembuatan <i>storyboard</i> untuk produksi
Victor Jason	Videografer	Melakukan <i>shooting</i> video

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Tabel 3. 4 Narasumber dan Talent Video

Nama	Job Description	Keterangan
Resti Yuliani	Narasumber pengguna obat herbal	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi: <i>Command Center</i> Gugus Mitigasi Lebak Selatan. - Tanggal: Jumat, 4 Oktober 2024 - Keterangan: Membuat janji untuk pengambilan video testimonial
dr. Muthoharrah, Msi.(Herbal)	Narasumber Ahli Herbal Medik	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi: Klinik Dokter, dr. Muthoharrah, Msi, Cakung, Jakarta Utara - Tanggal: Sabtu, 12 Oktober 2024) - Keterangan: Melakukan janji temu melakukan wawancara pentingnya obat herbal dibanding obat-obatan kimia.
Resti Yuliani	<i>Talent</i> video cara memanfaatkan buku saku	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi: Villa Hejo Kiarapayung, Lebak Selatan, Banten. - Tanggal: Jumat, 9 November 2024
Dayah Fadillah		

		- Keterangan: Membuat janji untuk pengambilan video
Claurinda	<i>Talent</i> video kelebihan buku saku	- Lokasi: Villa Hejo Kiarapayung, Lebak Selatan, Banten. - Tanggal: Jumat, 9 November 2024 Keterangan: Membuat janji pengambilan video

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Pada tabel 3.3 dan 3.4 menjelaskan pembagian kerja dalam segi penulisan naskah, pembentukan *storyboard*, narasumber, *talent*, hingga waktu lokasi yang telah ditentukan. Pembagian ini dilakukan agar semuanya waktu produksi dapat terjadwal dan terstruktur.

d. Pengaturan lokasi dan waktu

Pengaturan lokasi dan waktu pelaksanaan mencakup dua faktor penting yang harus diperhatikan. Pengaturan lokasi tempat pelaksanaan akan memastikan bahwa sosialisasi dapat tercapai karena jumlah audiens yang tepat dan suasana tersebut membuat pesan dapat tersampaikan dengan mudah. Lokasi tempat yang telah ditentukan juga haruslah dekat dengan obyek sasarannya sesuai dengan tema buku dimana kekurangannya harus cocok, tepat, dan luar biasa dengan bukunya. Sedangkan faktor kuat kedua yaitu waktu pelaksanaan harus mempertimbangkan kenyamanan dari target audiens. Sehingga, acara seperti ini juga akan dimaksimalkan sampai penuh dengan audiens dengan cara menentukan lokasi tempatnya. Kemudian, berikut adalah pemilihan lokasi dan waktu yang tepat dengan audiens.

- Lokasi: Pendopo Villa Hejo Kiarapayung
- Waktu: Minggu, 1 Desember 2024

e. **Perancangan Collateral Product**

Tujuan dari penyediaan kolateral produk merupakan elemen penting dalam mendukung kampanye sosialisasi buku. Perancangan dari materi kolateral produk ini akan membuat audiens tahu infomasinya dengan jelas dan dapat diatur dengan rapih. Dengan kolateral, informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens. Kolateral produk dinilai dapat meningkatkan cita rasa pelaksanaan dan penyampaian yang dapat lebih jelas dengan lebih terorganisir pengiklanan. Sebaliknya, perancangan kolateral produk dimulai dengan menentukan jenis materi promosi yaitu, poster, flyer, Standing banner, dan digital media. Kemudian setiap kolateral produk akan disesuaikan dengan audiens dan lokasi acara. Kolateral juga harus di siapkan dengan referensi referensi yang ada telah ada dan dapat menarik perhatian audiens.

Pada setiap desain kolateral produk harus dibentuk dengan visual yang sesuai tema buku yang disosialisasikan, dan mendekatkan hubungan dengan audiens. Dengan warna, tipografis, gambar atau ilustrasi yang sesuai dengan konten buku yang akan digunakan. Kolateral produk akan disiapkan untuk mendukung sosialisasi buku yang lebih luas. Membuatnya menjadi jangkauan audiens yang semakin luas.

3.1.2.3 Creating

Tahap *Creating* merupakan tahapan dalam memproduksi semua hal yang dibutuhkan dalam mendukung kampanye yang dilakukan oleh penulis. Dalam pembahasan ini penulis akan menjelaskan mengenai tahapan-tahapan apa saja yang dibutuhkan dalam pembentukan kampanye.

A. Buku Saku

1) Produksi Buku Saku

Proses ini mencakup pembuatan *outline* atau kerangka buku, pemilihan desain grafis, serta penentuan format dan tata letak yang menarik, buku juga diilustrasikan dengan gambar digital. Dalam perancangan ini,

perhatian khusus diberikan pada aspek visual, agar informasi yang disajikan dapat dipahami dengan mudah oleh pembaca. Buku saku ini tidak hanya berfungsi sebagai panduan, tetapi juga sebagai sumber referensi yang dapat diakses dengan cepat dalam situasi darurat. Selain itu, penting untuk memastikan bahwa bahasa yang digunakan mudah dipahami oleh masyarakat umum, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima secara luas. Setiap halaman dicetak dengan kualitas yang baik dan rapih, sehingga mudah dibaca dan dapat memberikan informasi yang akurat dan bermanfaat. Selain itu, buku siap untuk diproduksi secara fisik. Proses ini melibatkan pencetakan buku saku sesuai dengan desain yang telah dibuat dan disetujui oleh narasumber ahli, dan pihak pemegang keputusan lainnya.

Tabel 3. 5 Tugas Produksi Perancangan Buku Saku

Nama	<i>Job Description</i>	Keterangan
dr. Muthoharrah, Msi.(Herbal)	Supervisor Buku Saku Pertolongan Pertama edisi Herbal	- Mengawasi pembuatan isi buku saku.
Claurinda Clarissa Febrianny	Penulis	- Mendanai seluruh kebutuhan desain dan produksi buku. - Mengawasi proses pembuatan isi buku dengan ilustrator. - Memproduksi atau mencetak buku.
Raquel dan Renata	Ilustrator dan editor	- Membuat gambar ilustrasi penyakit dan cara pengolahan tanaman herbal pada buku saku. - Melakukan editorial pada posisi peletakan

		informasi pada buku saku.
--	--	---------------------------

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Pada tabel 3.5 menjelaskan mengenai pembagian tugas pada saat produksi buku dilakukan. Lain halnya, dr. Muthoharrah M.Si (Herbal) menjadi supervise dari buku yang dibentuk. Penulis yang melakukan pengawasan pada proses pemuatan isi buku dengan ilustrator dan editor, dan mendanai penggunaan jasa dari ilustrator dan editor.

B. Kampanye

1) Produksi Video

Pada tahap produksi, dilakukan pengambilan video dilakukan sesuai dengan storyboard yang telah disusun. Dalam memproduksi video, penulis memastikan setiap gambar terekam dengan baik, baik dari video testimonial pengguna herbal, bagaimana cara mengatasi situasi darurat dengan tanaman herbal dan cara penggunaannya. Pengambilan gambar dilakukan di lokasi-lokasi yang telah. Selama produksi berlangsung, menggabungkan semua elemen visual dan audio untuk menciptakan video yang informatif dan menarik. Video ini diharapkan dapat menjadi alat yang efektif untuk mengedukasi masyarakat mengenai pertolongan pertama menggunakan herbal.

2) *Collateral Product*

Pada tahap produksi, kolateral di produksi dengan yang akan digunakan sesuai dengan tujuan pemasaran. Dalam hal ini, poster dipilih sebagai produk kolateral yang dapat memberikan informasi umum dan menarik perhatian masyarakat. Selain itu, *flyer* dirancang sebagai pendamping buku untuk memberikan detail tambahan dan memperkuat pesan utama dari video dan buku yang disampaikan. Untuk mendukung acara pembagian buku, *hanging banner* juga disiapkan dengan pesan ajakan yang jelas untuk memastikan masyarakat mendapatkan buku pada waktu yang telah ditentukan.

Konten pada poster, *flyer* dan *hanging banner* dikemas dalam bentuk yang sederhana, informatif, dan persuasif, dengan penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh audiens target. Elemen visual seperti warna, font, dan gambar dipilih agar selaras dengan identitas acara dan dapat menarik perhatian pembaca. Proses produksi atau percetakan dilakukan setelah desain final disetujui oleh pemangku kepentingan.

3.1.2.4 Implementing and Monitoring

A. Buku Saku

Setelah buku saku selesai diproduksi, buku didistribusikan kepada audiens dari Kampung Nagajaya. Pendistribusian buku saku akan dilakukan melalui acara kampanye sosialisasi penggunaan obat herbal melalui buku saku, melalui penayangan video promosi.

B. Kampanye

1) Penayangan Video Promosi

Pada pelaksanaan kampanye, penayangan video promosi dalam mendukung sosialisasi dari buku saku. Sosialisasi berbentuk penayangan video ini menjadi salah satu elemen utama yang digunakan untuk memperluas jangkauan pesan yang telah disampaikan selama sosialisasi. Video promosi ini mencakup berbagai aspek penting, mulai dari testimoni pengguna yang memberikan bukti nyata mengenai manfaat dan efektivitas produk, hingga perbandingan antara obat herbal dan obat kimia yang menekankan kelebihan penggunaan obat herbal sebagai pilihan yang lebih alami dan aman.

Selain itu, video ini juga memaparkan kelebihan buku saku yang dibagikan selama acara, dengan menyoroti manfaatnya sebagai panduan praktis dalam situasi darurat. Video promosi ini juga menjelaskan secara rinci cara penggunaan buku saku pertolongan pertama, agar audiens dapat dengan mudah memahaminya dan siap mengaplikasikan informasi tersebut saat dibutuhkan. Penyebaran video promosi ini dilakukan melalui penayangan langsung dan juga platform digital untuk

menjangkau audiens yang luas, baik yang hadir pada acara sosialisasi maupun tidak.

2) **Pembagian dan Pemasangan *Collateral Product***

Collateral Product dibuat sebagai materi promosi tambahan yang mendukung kampanye. *Collateral product* seperti poster, flyer, dan hanging banner yang telah dirancang sebelumnya didistribusikan pada tempat-tempat yang strategis untuk memperkuat pesan yang ditayangkan pada sosialisasi buku saku pertolongan pertama. Materi-materi ini tidak hanya memuat informasi dasar mengenai produk dan buku saku, tetapi juga mengarahkan audiens untuk mengakses video promosi, memberikan mereka lebih banyak informasi yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan mendistribusikan kolateral produk secara tepat, kampanye akan mendapatkan dampak yang lebih maksimal dan dapat terus mengedukasi audiens tentang pentingnya pertolongan pertama serta manfaat obat herbal dalam mendukung kesehatan.

3.1.2.5 Evaluation

Evaluasi ini menjadi langkah penting dalam memastikan bahwa semua elemen kampanye berhasil menyampaikan pesan yang disampaikan. Tahapan ini melibatkan evaluasi keberhasilan materi yang telah diproduksi, termasuk video, buku saku, dan produk kolateral dengan menyebarkan *Post-Test*. Hal ini dilakukan untuk mengukur peningkatan pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran audiens terhadap materi yang diberikan.

3.2 Linimasa Perancangan Karya

Sebagai bagian penting dari perencanaan proyek ini, linimasa perancangan karya disusun untuk memastikan setiap tahap dapat terlaksana dengan efisien dan tepat waktu. Linimasa ini menggambarkan urutan kegiatan yang akan dilakukan, mulai dari fase perencanaan awal hingga implementasi akhir, dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan proyek. Berikut ini merupakan tabel linimasa perancangan karya yang lebih rinci, yang menunjukkan jadwal pelaksanaan kegiatan beserta tenggat waktu yang ditetapkan.

Tabel 3. 6 Linimasa perancangan karya

Linimasa Perancangan Karya																
Kegiatan	September				Oktober				November				Desember			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Riset dan Perumusan Karya	■	■	■													
Pengajuan dan perizinan pembuatan karya		■	■													
Pembuatan konsep karya			■	■												
<i>Focusing & designing</i> Kampanye, Buku Saku, Video, dan Kolateral					■	■	■									
<i>Creating</i> atau Produksi Kampanye, Buku Saku, video dan Kolateral							■	■	■	■	■					
<i>Implementing</i> atau Implementasi Buku, video dan Kolateral										■	■	■	■	■		
Evaluasi													■			

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Pada Tabel 3.6 merupakan linimasa perancangan karya dimana menggambarkan proses pembentukan proyek, dimana dimulai dari tahap perencanaan awal hingga implementasi akhir, pada tahap awal, dilakukan riset untuk memastikan proyek yang dijalankan adalah proyek yang sesuai untuk dikembangkan dan dijalankan. Proyek yang dijalankan ini disesuaikan sesuai dengan kebutuhan dari audiens yang dituju.

Selanjutnya, diadakan wawancara dengan para ahli, termasuk dokter dan praktisi terkait, untuk mendapatkan informasi yang lebih terperinci yang mendasari isi dan desain dari buku saku pertolongan pertama edisi herbal dan video. Pada tahapan berikutnya, masuk dalam tahap perancangan dan pengembangan konten, baik dari visual buku dan juga video promosi. Pada saat pendistribusian buku dan

juga video, hal ini dilakukan pengujian berupa *pre* dan *post-test* guna mengukur perkembangan pemahaman yang diterima oleh audiens.

Seiring berjalannya proyek ini, anggaran juga diperhitungkan untuk memastikan kelancaran pelaksanaan. Pengalokasian dana yang tepat untuk tiap tahapan sangat penting untuk memaksimalkan efektivitas proyek ini. Dengan adanya anggaran yang jelas, setiap kegiatan yang ada pada linimasa perancangan dapat dilaksanakan dengan optimal, tanpa adanya kendala finansial yang dapat menghambat kelanjutan kampanye.

3.3 Rencana Anggaran

Rencana anggaran dalam tugas akhir karya adalah paparan yang merinci semua biaya yang diperlukan untuk menyelesaikan proyek, termasuk biaya narasumber, tenaga kerja, dan sumber daya lainnya. Rencana ini membantu dalam mengelola anggaran secara efisien, memastikan bahwa semua aspek proyek dapat dibiayai dengan baik, dan mencegah pembengkakan biaya yang tidak diinginkan. Teknis penulisan rencana anggaran adalah paparan secara garis besar biaya yang diperlukan dan disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 3. 7 Rencana Anggaran

Item	Harga	Quantity	Total
Narasumber	Rp 100.000	1	Rp 100.000
Ilustrator	Rp 2.240.000	1	Rp 2.240.000
Videogra	Rp 400.000	1	Rp 400.000
Buku	Rp 30.000	60	Rp 1.800.000
Poster	Rp 7.000	5	Rp 35.000
Flyer	Rp 1.500	60	Rp 90.000
Hanging Banner	Rp 12.000	6	Rp 72.000
TOTAL			Rp 4.437.000

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Pada Tabel 3.7 merupakan rencana anggaran mengenai hal yang diperlukan. Anggaran mencakup berbagai elemen penting seperti biaya untuk narasumber sebesar Rp 100.000, ilustrator seharga Rp 2.240.000, dan editor video dengan biaya Rp 400.000. Selain itu, ada biaya untuk pencetakan buku sebanyak 60 buku seharga Rp 1.800.000, serta biaya untuk poster, *flyer*, dan *hanging banner* dengan total

masing-masing Rp 35.000, Rp 90.000, dan Rp 72.000. Semua biaya ini bertujuan mendukung kelancaran pelaksanaan proyek dan memastikan materi yang diperlukan tersedia dengan baik.

Dengan total anggaran sebesar Rp 4.437.000, rencana ini dirancang untuk mencakup semua kebutuhan dalam proyek, termasuk materi promosi dan tenaga ahli yang terlibat. Pembagian anggaran ini memastikan bahwa setiap komponen proyek mendapatkan pembiayaan yang tepat, memungkinkan semua kegiatan berjalan sesuai rencana dan anggaran yang telah ditetapkan.

3.4 Target Luaran/Publikasi/HKI

Target luaran publikasi dilakukan melalui penayangan langsung video promosi mengenai buku saku pertolongan pertama edisi herbal dengan target audiens ibu-ibu dari Kampung Nagajaya sejumlah 50 orang.

Publikasi juga dilakukan pada Instagram @yuk.jahera guna meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengetahuan kesehatan dan keberadaan produk seperti buku saku, video promosi, dan *collateral* pendukung lainnya yang telah diproduksi. Publikasi ini bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama pengguna media sosial yang relevan dengan target pasar Jahera. Dengan pendekatan visual yang menarik, konten interaktif, dan pesan yang jelas, Instagram @yuk.jahera diharapkan dapat membangun keterlibatan audiens melalui likes, komentar, dan berbagi konten (*share*).

Selain itu, publikasi ini juga bertujuan untuk mempromosikan acara pembagian buku saku dan memastikan masyarakat yang menjadi sasaran mengetahui waktu dan lokasi kegiatan tersebut. Dengan memanfaatkan fitur media sosial seperti akun Instagram, hal ini menjadi salah satu media dalam mendistribusikan informasi secara efektif. Target luaran lainnya adalah meningkatkan jumlah pengikut (*followers*) sebagai indikator keberhasilan kampanye sekaligus memperluas jaringan Jahera di dunia digital. Pada akhirnya, publikasi ini diharapkan dapat menciptakan dampak positif dengan meningkatkan kesadaran, partisipasi, dan keberlanjutan dari inisiatif kesehatan yang diusung Jahera.