

## BAB III

### METODOLOGI PERANCANGAN

#### 3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan pada perancangan *website* kampanye penggunaan obat pereda nyeri saat menstruasi pada remaja perempuan:

##### 1) Demografis

- a. Jenis Kelamin: Wanita
- b. Usia: 17 – 21 tahun

Pertumbuhan yang terjadi pada remaja dikenal dengan sebutan pubertas, menurut *World Health Organization* (WHO) remaja didefinisikan sebagai masa peralihan dari anak-anak ke masa remaja. WHO juga menyebutkan batasan umur pada remaja yaitu 10-19 tahun. Mengutip dari data wawancara yang dilakukan dengan informan, siklus menstruasi akan semakin penting untuk dicatat (Mawarni & Izalika, 2023, h. 2).

- c. Pendidikan: SMA, D3, S1
- d. SES: SES B

Perilaku swamedikasi pada umumnya didasari dengan gejala kondisi yang ringan dan kemudahan akses dalam membeli obat-obatan yang dijual bebas di apotek maupun warung dengan harga yang relatif murah (Permata & Hajma, 2023, h. 292).

##### 2) Geografi

Area Tangerang

Menurut data yang diambil melalui sensus penduduk tahun 2020 (SP2020), jumlah penduduk yang berada di Tangerang pada bulan September 2020 tercatat sebanyak 3,25 juta jiwa. Data tersebut juga menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Tangerang merupakan

penduduk dengan usia produktif yang didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z (BPS, 2020).

### 3) Psikografi

- a. Remaja perempuan yang tidak mengetahui pengetahuan seputar dismenore dan langkah awal mengurangi nyeri yang diakibatkan dismenore.
- b. Remaja perempuan yang memiliki gangguan saat sedang mengalami dismenore primer.

## 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang akan digunakan adalah metode *design thinking*. Menurut Gavin Ambrose dan Paul Harris metode *design thinking* merupakan pendekatan yang dilakukan secara mendalam untuk memahami kebutuhan pengguna (Ambrose & Harris, 2010, h. 12). *Design thinking* merupakan metode yang digunakan dalam memecahkan masalah yang melibatkan pengguna dan menggunakan perspektif pengguna untuk menyelesaikan masalah, sehingga metode ini sering disebut dengan metode penyelesaian masalah yang berpusat pada manusia. Metode *design thinking* dibagi menjadi lima fase yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing* (Rachman, et al., 2023, h. 9283).

### 3.2.1 *Empathize*

Tahapan ini merupakan tahapan pengumpulan data pertama yang dilakukan untuk mengetahui kebutuhan pengguna. Penulis akan mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara dengan ahli dan menyebarkan kuesioner dalam mengumpulkan informasi yang dibutuhkan oleh penulis. Penulis juga akan melakukan *Focus Group Discussion* sebagai salah satu cara mendapatkan *insight* tambahan yang dibutuhkan dalam melakukan perancangan.

### 3.2.2 *Define*

Menurut Gavin Ambrose dan Paul Harris tahapan *define* merupakan bagian pertama dalam setiap proses desain karena akan selalu melibatkan

rincian pekerjaan yang diinginkan oleh pengguna. Tahapan ini merupakan tahapan dimana perancang akan mengumpulkan data yang sudah dikumpulkan dari tahapan sebelumnya. Batasan masalah juga bisa digunakan dalam menentukan kebutuhan apa yang dibutuhkan oleh pengguna. Pada tahapan ini penulis akan membuat *user persona* dan *user journey map* berdasarkan data yang sudah dikumpulkan pada tahapan *emphathize*. Pada tahap ini penulis juga mulai menentukan tujuan kampanye yang akan dilaksanakan dan menentukan penyelenggara kampanye.

### **3.2.3 Ideate**

Pada tahapan ini penulis akan memulai mengumpulkan dan merancang solusi dari permasalahan yang ada. Tahapan ini juga merupakan tahapan dimana penulis akan mengeksplorasi solusi yang ditawarkan kepada pengguna. *Brainstorming* sangat penting untuk dilakukan pada tahapan ini dalam mengumpulkan ide sebanyak-banyaknya. Pada tahap ini setelah penulis melakukan brainstorming, penulis akan langsung memvisualisasikan ide-ide yang didapatkan dari *brainstorming* menjadi sebuah *mindmap*. Pemilihan *keywords* dan *big idea* akan dilakukan berdasarkan pemetaan ide dari *mindmap*. Pada tahap ini penulis juga akan merancang tahapan *get visual*, dimana *get visual* akan berisikan semua tahapan yang dibutuhkan dalam merancang sebuah *mobile site* seperti *information architecture*, *flowchart*, *sitemap*, *story board*, *moodboard*, dan *sketsa*.

### **3.2.4 Prototype**

Tahapan *prototype* merupakan tahapan dimana penulis akan mulai merancang *prototype* solusi. Penulis akan mulai melakukan perancangan *low fidelity* dan *high fidelity* untuk dilakukan uji coba. *Low fidelity* merupakan rancangan dengan tampilan yang masih rendah karena warna yang digunakan masih sebatas hitam putih, sedangkan *high fidelity* merupakan tampilan rancangan yang sudah mulai memiliki warna dan mendekati rancangan *final*.

### **3.2.5 Testing**

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dimana penulis akan melakukan pengujian rancangan solusi. Tahapan ini bertujuan untuk

mengetahui apakah rancangan yang dibuat oleh penulis sudah menjawab kebutuhan pengguna. Pada tahapan ini penulis juga terbuka pada masukan yang diberikan oleh pengguna agar penulis bisa mengevaluasi hasil desain yang dibuat.

### **3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan**

Teknik perancangan dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan kuesioner untuk memahami secara mendalam pengalaman dan kebutuhan pengguna yang mengalami gangguan dismenore saat sedang menstruasi. Dismenore merupakan keluhan yang terjadi akibat hormon yang tidak seimbang saat sedang menstruasi, sehingga menimbulkan nyeri yang terjadi di daerah perut bagian bawah. Hal inilah yang mendorong mereka dalam mengambil tindakan sendiri atau yang biasa disebut dengan swamedikasi. Tujuan utama dari teknik pengumpulan data ini agar bisa mengumpulkan informasi yang menjadi dasar dalam membuat solusi yang dirancang oleh penulis, sehingga rancangan yang dibuat dapat menjawab kebutuhan pengguna.

#### **3.3.1 *In-depth interview***

Menurut Jane Ritchie dan Jane Lewis *in-depth interview* merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi rinci. Berikut merupakan pertanyaan menggunakan teknik *in-depth interview* (Ritchie & Lewis, 2003, h. 139). *In-depth interview* bertujuan untuk menggali motivasi, kepercayaan, perilaku individu dengan mendalam, dan memberikan wawasan yang lebih luas dibandingkan metode penelitian kuantitatif seperti kuesioner. Wawancara tidak berfokus pada identifikasi perilaku, namun juga kepada pandangan subjektif dari narasumber. Dengan melakukan wawancara, Penulis dapat memahami aspek sosial, budaya, dan hal personal dari sudut pandang narasumber.

*In-depth interview* juga bermanfaat untuk mengetahui rumitnya pengalaman manusia. Hal tersebut dikarenakan setiap wawancara merupakan kesempatan narasumber untuk mengungkapkan pandangan mereka. Setiap

orang tentunya memiliki sudut pandang yang berbeda, meskipun berada atau mengalami kejadian yang serupa.

### **1. Wawancara dengan Dokter**

Wawancara dilakukan kepada dr. Lisdayanti, Sp.OG yang merupakan dokter spesialis kandungan dan kebidanan di rumah sakit Mitra Keluarga Gading Serpong dan Pamulang. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi seputar penggunaan obat pereda nyeri, menstruasi, dan dismenore. Wawancara dilakukan pada 10 September 2024 secara *offline* (wawancara tatap muka) di C to Coffee, jam 16.30 WIB yang berlokasi di Gading Serpong, Tangerang. Wawancara tersebut berlangsung selama 21 menit, dimulai dari pertanyaan pertama. Instrumen pertanyaan dibuat dengan menggunakan buku kesehatan reproduksi (Afriani, 2024) sebagai acuan.

- a. Pada usia berapa yang tepat bagi wanita untuk mencatat siklus menstruasinya?
- b. Makanan apa yang baik dan harus dihindari ketika sedang mengalami nyeri haid?
- c. Olahraga apa yang disarankan bagi wanita yang sedang menstruasi?
- d. Apa saja hal yang dapat dilakukan sebagai pertolongan pertama ketika mengalami nyeri haid?
- e. Apakah ada peran lain seperti stress dan kesehatan mental dalam mempengaruhi gejala dismenore?
- f. Bagaimana nyeri saat haid dapat mempengaruhi wanita untuk melakukan swamedikasi?
- g. Apakah ada obat dengan dosis rendah yang aman dikonsumsi sebagai antisipasi saat terjadinya nyeri haid?
- h. Apa saja gejala yang mengharuskan seseorang segera berkonsultasi dengan dokter/ahli?

- i. Apakah ada beberapa makanan dan minuman yang harus dihindari saat mengonsumsi obat pereda nyeri?
- j. Siapa saja golongan yang tidak disarankan untuk mengonsumsi obat pereda nyeri?
- k. Seberapa efektif obat analgesik terhadap gejala dismenore?
- l. Apa saja efek samping yang dapat disebabkan oleh swamedikasi dalam jangka panjang?
- m. Apakah ada remaja atau orang dewasa yang melakukan konsultasi dengan keluhan yang diakibatkan oleh penggunaan obat pereda nyeri?
- n. Bagaimana tanggapan Anda mengenai penggunaan obat pereda nyeri yang dijual secara bebas?
- o. Jenis obat apa yang berbahaya untuk dikonsumsi secara bebas tanpa adanya pengawasan dari dokter?
- p. Adakah alternatif yang lebih aman (selain swamedikasi) dalam membantu meringankan gejala dismenore?
- q. Bagaimana cara yang tepat untuk mencegah wanita menggunakan obat pereda nyeri saat haid?
- r. Informasi penting apa yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai obat-obatan tersebut?

## 2. Wawancara dengan Penderita Dismenore

Wawancara selanjutnya dilakukan kepada Cathrine Natasya yang berusia 20 tahun sebagai penderita dismenore primer yang merupakan mahasiswi di Universitas Multimedia Nusantara semester 5. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan *insight* baru mengenai sudut pandang penderita dismenore seperti tingkat rasa nyeri yang dialami, kebiasaan, penanganan, dan beberapa informasi lainnya sebagai tambahan untuk memperkuat data yang telah ada. Pelaksanaan wawancara dilakukan secara *online* melalui aplikasi google meet, pada 27 September 2024, pukul 19.00 WIB. Wawancara dilakukan dengan

durasi 15 menit. Instrumen pertanyaan dibuat menggunakan teori (Permata & Hajma, 2023) yang bertujuan untuk meneliti sudut pandang dari penderita dismenore mengenai pandangan serta tingkat nyeri yang dirasakan.

- a. Bisakah Anda ceritakan bagaimana biasanya Anda merasakan nyeri menstruasi?
- b. Pada hari ke berapa nyeri haid Anda muncul dan berlangsung berapa lama?
- c. Apakah intensitas nyerinya selalu sama setiap menstruasi, atau kadang lebih parah dari biasanya?
- d. Apa yang biasanya Anda lakukan untuk mengurangi rasa nyeri?
- e. Obat atau perawatan apa yang paling sering Anda gunakan untuk mengatasi nyeri menstruasi (seperti obat pereda nyeri, kompres hangat, olahraga)?
- f. Seberapa efektif cara-cara tersebut dalam mengurangi rasa nyeri? Apakah ada yang membantu lebih baik daripada yang lain?

### **3.3.2 Focus Group Discussion**

Penulis melakukan FGD kepada mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara dan Universitas Prasetya Mulya yang berdomisili di Tangerang, yaitu 'Natasya', 'Vienarita', 'Jesslyn', dan 'Chaterine'. FGD dilakukan secara *online* melalui aplikasi google meet pada tanggal 18 Oktober 2024 pukul 20.34 WIB. Instrumen pertanyaan *FGD* dibuat menggunakan teori pengetahuan sikap dan perilaku remaja putri terhadap swamedikasi nyeri haid (Permata & Hajma, 2023).

- a. Ceritakan pengalaman Anda soal rasa sakit atau tingkat nyeri yang anda rasakan ketika sedang mengalami nyeri menstruasi?
- b. Menurut Anda apakah tingkat pengetahuan mengenai dismenore dapat berpengaruh atau berdampak penting dalam mengatasi nyeri haid?

- c. Ceritakan alasan Anda mengapa anda memilih untuk menggunakan obat pereda nyeri atau tidak menggunakan obat pereda nyeri?
- d. Bagaimana pandangan Anda terhadap penggunaan obat pereda nyeri secara rutin setiap kali menstruasi?
- e. Apakah Anda pernah merasa bahwa penggunaan obat pereda nyeri saat menstruasi dipandang negatif oleh orang di sekitar Anda?
- f. Apakah Anda merasa kebutuhan akan informasi mengenai penggunaan obat pereda nyeri saat menstruasi sudah terpenuhi?

### 3.3.3 Kuesioner

Penulis melakukan penyebaran kuesioner terpilih yaitu kepada remaja perempuan daerah Tangerang dengan usia 17-21 tahun untuk mengumpulkan data mengenai penggunaan obat pereda nyeri, menstruasi, dan dismenore secara umum. Penulis juga mengidentifikasi pengetahuan responden akan topik perancangan, yang akan menjadi dasar dalam perancangan agar bisa memberikan informasi dan mengedukasi target secara efektif. Jenis kuesioner yang dibuat adalah kuesioner tertutup dengan *multiple response*, berikut merupakan pertanyaan kuesioner yang terdiri dari 3 bagian dengan jumlah 6-7 pertanyaan. Instrumen pertanyaan dibuat menggunakan teori pengetahuan sikap dan perilaku remaja putri terhadap swamedikasi nyeri haid (Permata & Hajma, 2023) untuk mengetahui pandangan, perilaku, dan tindakan responden saat mengalami dismenore.

- a. Seberapa sering Anda mengalami nyeri saat menstruasi (dismenore)? (Pilihan ganda: Kadang-kadang (setiap beberapa bulan), Sering (setiap siklus menstruasi, Selalu (setiap siklus menstruasi dan parah))
- b. Seberapa parah nyeri yang Anda rasakan saat menstruasi? (pilihan ganda: Ringan, Sedang, Parah, Sangat parah)
- c. Apakah Anda biasanya menggunakan obat pereda nyeri saat menstruasi? (Ya/Tidak)

- d. Apakah Anda menggunakan obat pereda nyeri dengan melakukan konsultasi dengan dokter terlebih dahulu? (Ya/Tidak)
- e. Apa yang mendasari Anda tidak berkonsultasi dengan dokter? (pilihan ganda: Takut dan malu, Merasa tidak perlu, Malas, Kosongkan kalau berkonsultasi)
- f. Seberapa sering Anda mengkonsumsi obat pereda nyeri? (pilihan ganda: Setiap hari selama haid (3-7 hari), Sesuai kebutuhan (saat nyeri muncul))
- g. Apakah Anda merasa ketergantungan pada obat pereda nyeri saat menstruasi? (Ya/Tidak)
- h. Apakah Anda pernah mencari informasi mengenai obat pereda nyeri saat menstruasi? (Ya/Tidak)
- i. Darimana Anda pertama kali mengetahui tentang obat pereda nyeri saat menstruasi? (pilihan ganda: Dokter atau tenaga medis, Keluarga atau teman, Internet (artikel, forum, jurnal, dll), Iklan)
- j. Media apa yang paling sering Anda gunakan untuk mencari informasi terkait obat pereda nyeri saat menstruasi? (pilihan ganda: Internet, Media sosial, Dokter/Tenaga medis)
- k. Apakah Anda pernah berdiskusi dengan tenaga medis setelah mencari informasi mengenai obat pereda nyeri dari internet atau media sosial? (Ya/Tidak)
- l. Apakah Anda merasa perlu mengganti atau mencari alternatif obat pereda nyeri? (Ya/Tidak)
- m. Apakah Anda pernah menggunakan aplikasi tracking menstruasi seperti flo, blood, clover dan aplikasi sejenis? (Pernah/Tidak pernah)
- n. Apakah Anda sering menggunakan aplikasi kesehatan di smartphone seperti flo & blood (apps menstruasi) atau alodokter & halodoc (app kesehatan umum)? (Ya sering (seminggu lebih dari sekali), Kadang-kadang (seminggu sekali))

- o. Fitur apa yang Anda inginkan dalam aplikasi tracking menstruasi? (Dapat diisi lebih dari 1) (Informasi tentang jenis obat pereda nyeri dan penggunaannya, Rekomendasi obat berdasarkan gejala yang dialami, Konsultasi dengan dokter secara online, Catatan pribadi tentang siklus menstruasi dan nyeri)
- p. Apakah Anda ingin aplikasi ini memiliki fitur untuk memantau siklus menstruasi? (Ya/Tidak)
- q. Apakah Anda ingin aplikasi memiliki fitur yang terhubung langsung dengan dokter atau apotek untuk membeli obat pereda nyeri? (Ya/Tidak)
- r. Seberapa besar kemungkinan Anda akan menggunakan aplikasi ini secara rutin selama menstruasi? (Sangat besar/Cukup besar)
- s. Apakah Anda merasa penting memiliki fitur diskusi atau komunitas di dalam aplikasi untuk berbagi pengalaman dengan pengguna lain? (Ya/Tidak)

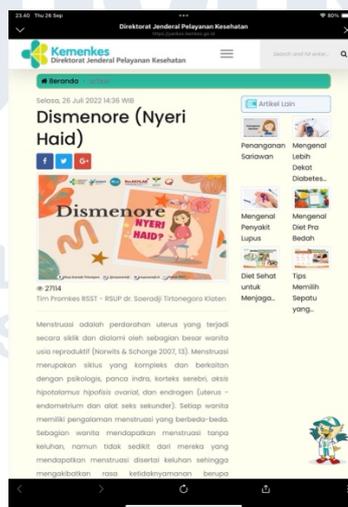
#### 3.3.4 Studi Eksisting

Dalam melakukan perancangan *website* kampanye diperlukan studi eksisting untuk memperdalam rancangan dan mempelajari karya-karya terdahulu. Analisis yang dilakukan adalah isi konten mengenai dismenore yang ada pada karya terdahulu. Media informasi yang dijadikan studi eksisting merupakan media yang dipublikasikan dalam bentuk media poster dan artikel pada sebuah *website*. Berikut adalah penjabaran beberapa sumber yang dijadikan studi eksisting.



Gambar 3. 1 Media Informasi Nyeri Haid  
 Sumber: [https://www.facebook.com/KimiaFarmaCare/photos/...](https://www.facebook.com/KimiaFarmaCare/photos/)

Media informasi di atas, dipublikasikan oleh Kimia Farma pada 26 Maret 2022 dengan menggunakan sosial media berupa Facebook. Poster tersebut diunggah melalui akun resmi Kimia Farma Care. Informasi yang ingin disampaikan melalui poster tersebut berupa pengertian umum nyeri haid atau dismenore. Poster tersebut menjelaskan bahwa kondisi dismenore dapat dikurangi dengan minuman tradisional. Poster tersebut tidak menjelaskan secara spesifik minuman apa yang dapat dikonsumsi, hanya menjelaskan dismenore secara umum saja.

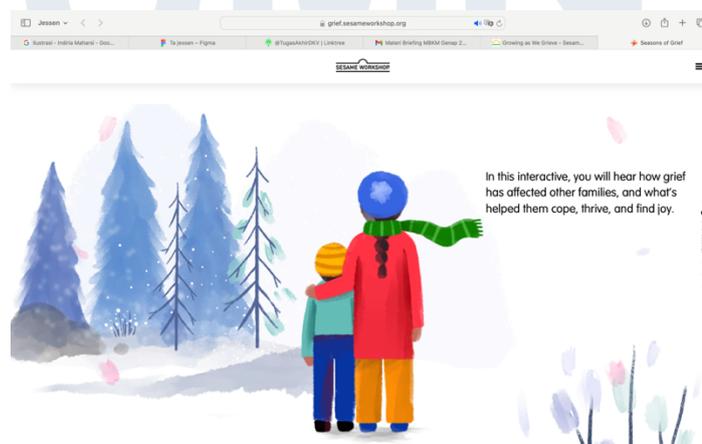


Gambar 3. 2 Media Informasi Artikel  
 Sumber: [https://yankes.kemkes.go.id/view\\_artikel/545/di...](https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/545/di...)

Media informasi diatas dipublikasikan oleh Kementrian kesehatan (Kemenkes) pada 26 Juli 2022. Media informasi tersebut merupakan sebuah artikel yang ada pada sebuah *website*. Informasi yang tercantum pada media informasi tersebut adalah informasi mengenai menstruasi, faktor yang dapat mempengaruhi dismenore, dan cara menangani dismenore secara umum. Media informasi tersebut juga menyebutkan pembagian dismenore yaitu dismenore primer dan dismenore sekunder dengan masing-masing penjelasan mengenai dismenore primer dan sekunder. Dari kedua informasi tersebut penulis dapat mengidentifikasi perbedaan kelengkapan informasi yang ada dari kedua media informasi. Media informasi yang kedua memiliki informasi yang lebih lengkap namun, dari kedua media informasi diatas solusi dalam menghadapi gejala dismenore yang diberikan dari kedua media informasi tersebut hanya sebatas pengobatan *non-medication treatments* yang artinya pengobatan yang dilakukan tanpa penggunaan obat.

### 3.3.5 Studi Referensi

Studi referensi dilakukan agar dapat membantu penulis melakukan perancangan sebagai bahan referensi. Studi referensi ini dilakukan untuk melihat karya visual yang sudah ada dengan isi atau informasi yang berbeda. Studi ini juga memiliki fokus untuk menganalisis pada bagian visual saja.



Gambar 3. 3 *Website* Sesame Workshop  
Sumber: <https://sesameworkshop.org/topics/grief/>

*Website* tersebut merupakan *website* kampanye dengan judul “*Discovering Ways to Grow as We Grief*” yang di publishkan oleh Sesame Workshop. Sesame Workshop merupakan organisasi *non-profit* yang didirikan untuk memproduksi acara televisi dan program pendidikan anak-anak. *Website* tersebut merupakan *website* yang berisikan kampanye mengenai bagaimana cara seseorang dapat menghadapi rasa duka setelah kehilangan orang yang dicintainya. Informasi yang disajikan pada *website* tersebut di visualisasikan menggunakan ilustrasi yang digabungkan dengan *scrolling animation* yang menarik. Penggunaan suasana warna yang cerah dan tenang juga menambah pengalaman pengguna selama melakukan interaksi dengan *website* tersebut. Penggunaan *white space* yang cukup baik dan tata letak yang rapih, membuat keterbacaan teks pada *website* tersebut sangat mudah untuk dibaca.

