

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut ini adalah subjek perancangan pada kampanye kesehatan mengenai langkah preventif HFMD untuk orang tua. Terdapat dua target audiens yang dituju yaitu target primer untuk orang tua SES C, dan target sekunder yang ditujukan untuk Orang tua SES B.

1) Demografis Primer

- a. Jenis kelamin : pria dan Wanita
- b. Usia : 30—40 tahun

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), kelompok usia ibu dengan angka kelahiran tertinggi di Indonesia adalah 25-29 tahun. Dikarenakan penyakit HFMD biasanya menyerang 5-10 tahun dengan fokus penyebaran, dengan demikian target usia yang dituju berada orang tua yang memiliki anak usia tersebut, yaitu 30-40 tahun.

- c. Pendidikan : SMA, D3
- d. SES : C dengan pengeluaran (Rp.2,000,000 - Rp. 4,000,000)

Berdasarkan laporan status literasi digital di Indonesia tahun 2021, menunjukkan bahwa 58,7 % dari SES C berperan signifikan dalam rendahnya akses layanan kesehatan. Indeks tersebut menunjukkan bahwa 70% responden tidak pernah menggunakan layanan kesehatan, yang mayoritasnya berasal dari SES C. Hal ini menunjukkan SES C kurang peduli terhadap fasilitas kesehatan yang bisa diakses dengan mudah (Kominfo,2021).

2) Geografis Primer dan Sekunder

Area JABODETABEK

Penyebaran HFMD cenderung lebih cepat di wilayah dengan kepadatan penduduk yang tinggi, mobilitas yang aktif, serta wilayah sanitasi yang

kurang baik. Berdasarkan data *World Population Review 2024*, JABODETABEK dipilih sebagai fokus geografis karena mencakup 40,8% dari populasi Indonesia. Dengan populasi yang padat dan mobilitas tinggi di wilayah ini, risiko penyebaran penyakit seperti HFMD lebih signifikan dibandingkan daerah lainnya. Laporan dari BPS 2023, menunjukkan Jawa Barat yang mencakup Bogor, Depok, dan Bekasi menjadi salah satu provinsi yang memiliki sanitasi paling rendah yaitu 74,02%. DKI Jakarta memiliki presentase yang cukup tinggi 92,79%, namun wilayah ini tetap menghadapi tantangan besar dalam pengelolaan limbah domestik dan sistem sanitasi secara keseluruhan.

3) Psikografis Primer

- a. Orang tua yang belum mengetahui tentang penyakit HFMD
- b. Orang tua yang anaknya belum pernah mengalami penyakit HFMD
- c. Orang tua yang tidak terlalu relevan dengan topik Kesehatan anak
- d. Orang tua yang jarang mencari informasi Kesehatan

Setelah menentukan target primer dari perancangan kampanye, Berikut ini adalah target audiens sekunder yang mengarah pada orang tua yang memiliki SES B dengan konteks penggunaan media digital yang relevan dalam indeks literasi digital 2021.

1) Demografis Sekunder

- a. Jenis kelamin : pria dan Wanita
- b. Usia : 30—40 tahun

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), kelompok usia ibu dengan angka kelahiran tertinggi di Indonesia adalah 25-29 tahun. Dikarenakan penyakit HFMD biasanya menyerang 5-10 tahun dengan fokus penyebaran, dengan demikian target usia yang dituju berada orang tua yang memiliki anak usia tersebut, yaitu 30-40 tahun.

- c. Pendidikan : SMA, D3, S1
- d. SES : B dengan pengeluaran (Rp.3,000,000 - Rp. 5,000,0000)

Pemilihan SES B sebagai target kampanye didasarkan pada tingkat literasi digital yang cukup tinggi, yaitu 59,1% menurut Indeks literasi

digital 2021, sehingga mereka lebih relevan dengan teknologi dan aktif mencari informasi secara *online*, termasuk isu kesehatan. Hal ini akan berhubungan dengan tingginya angka hoaks kesehatan di Indonesia, seperti 1.387 hoaks yang tersebar pada konteks penyakit menular seperti pandemi COVID-19 kemarin (Kominfo, 2021) Kampanye ini bertujuan memberikan informasi kesehatan yang valid dalam langkah preventif kesehatan anak.

2) Psikografis Sekunder

- a. Orang tua yang sudah mengetahui tentang penyakit HFMD
- b. Orang tua yang anaknya pernah mengalami penyakit HFMD
- c. Orang tua yang tertarik dengan topik Kesehatan anak
- d. Orang tua yang sering mencari informasi Kesehatan

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perancangan desain oleh Robin Landa yang berjudul *Advertising by Design Second edition* (2010). Menurut Landa, terdapat 6 tahap dalam proses perancangan desain diawali dengan tahap *Overview* yang ditujukan untuk mengumpulkan informasi melalui riset yang berupa kualitatif maupun kuantitatif. Berlanjut pada tahap kedua yaitu *Strategy*, tahap ini mulai beralih pada penentuan strategi hingga taktik pesan yang akan digunakan, tahap ini bisa dilakukan dengan membuat *mindmapping*, *moodboard* hingga *creative brief*. Tahap ketiga adalah *Ideas*, tahap ini menitikberatkan pada pengembangan ide dan penciptaan konsep yang akan diwujudkan dalam karya desain. Tahap keempat adalah *design*, dimana sketsa dilakukan sebagai tahap awal visualisasi. Tahap *production* dan *implementation* merupakan satu kesatuan dimana desain dieksekusi dan diimplementasikan.

Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed methods*. Menurut Creswell, metode ini menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif untuk memperoleh informasi dan wawasan yang lebih mendalam dibandingkan jika hanya menggunakan salah satu jenis data saja (Bryna, 2022, h.143). Penelitian kualitatif di sini akan mencakup wawancara mendalam, observasi dan analisis dokumen,

sementara penelitian kuantitatif akan memanfaatkan data statistik dari beberapa lembaga kesehatan serta survei kuesioner yang ditujukan kepada semua orang tua. Tujuannya adalah untuk mengukur tingkat kesadaran target audiens mengenai pengetahuan penyakit HFMD.

3.2.1. Overview

Pada tahap awal ini, dilakukan pencarian informasi dan material yang relevan untuk memahami serta mengidentifikasi masalah secara lebih mendalam. Langkah ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai konteks permasalahan, sehingga memungkinkan perancangan strategi yang lebih tepat dan efektif. Penulis akan mengumpulkan data awal melalui metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif mencakup wawancara mendalam dengan orang tua yang anaknya pernah terkena HFMD serta dokter anak, didukung oleh observasi rumah sakit, jurnal dan referensi terkait. Sementara itu, metode kuantitatif melibatkan kuesioner kepada orang tua untuk mengetahui pemahaman mereka tentang HFMD, serta analisis data statistik dari lembaga kesehatan terkait penyebaran HFMD di Indonesia. Data yang terkumpul dari kedua metode ini akan digunakan untuk menyusun strategi pada tahap berikutnya.

3.2.2. Strategy

Setelah melakukan riset pada tahap sebelumnya, penulis akan fokus pada analisis data dan evaluasi kebutuhan audiens di tahap strategi. Proses ini melibatkan pemahaman mendalam terhadap data yang telah ditemukan, serta merancang taktik dan pesan kampanye yang akan disampaikan dengan menggunakan *persona*, *consumer journey* hingga pada *creative brief*. Tahap ini juga dapat dihubungkan dengan penggunaan strategi AIDA yang telah dibahas sebelumnya, bertujuan untuk menentukan media yang paling efektif dalam menyampaikan pesan kampanye.

3.2.3. Ideas

Tahap Ide akan difokuskan pada pengembangan ide dan konsep yang akan diterapkan dalam media desain. Pada tahap ini, penulis akan

memanfaatkan hasil penelitian, analisis, dan konsep yang telah diperoleh sebelumnya untuk menghasilkan berbagai ide kreatif yang akan disaring demi menemukan solusi terbaik sesuai tujuan kampanye. Proses ini dimulai dengan pencarian referensi untuk mendapatkan inspirasi, diikuti dengan pembuatan *mindmap* untuk mengorganisir elemen-elemen ide. Penulis juga akan menyusun *moodboard* dan *mindmap* untuk menggambarkan suasana dan estetika yang ingin dicapai.

3.2.4. Design

Pada tahap *Design*, *big idea* dan konsep yang telah disiapkan akan divisualisasikan. Penulis akan memulai dengan membuat sketsa kasar, kemudian mengembangkan sketsa komprehensif hingga menghasilkan *key visual* yang mencerminkan inti pesan kampanye. Selama proses ini, pemilihan warna yang tepat akan menjadi fokus utama, dengan mempertimbangkan aspek psikologi warna yang sesuai untuk kampanye kesehatan dan kebutuhan audiens. Warna yang dipilih akan menarik perhatian orang tua dan menciptakan suasana positif. Selain itu, desain yang dirancang akan mengintegrasikan *copywriting* yang disesuaikan, sehingga bahasa yang digunakan relevan dan mudah dipahami oleh orang tua. Pendekatan ini bertujuan menghasilkan desain yang menarik secara visual serta informatif dan mendidik bagi audiens target.

3.2.5. production

Tahap ini merupakan tahap lanjutan dari desain yang sudah ditetapkan berdasarkan jenis media yang digunakan. Desain tersebut akan diimplementasikan menjadi solusi desain yang berupa *mockup* untuk media fisik atau *digital* yang dituju.

3.2.5. Implementation

Tahap implementasi merupakan tahap terakhir yang dirancang untuk pengimplementasian media desain kampanye untuk dievaluasi oleh masyarakat. Khususnya pada target sasaran orang tua dan anak untuk menilai

pencapaian tujuan kampanye, yaitu mempersuasi orang tua untuk menekan angka HFMD di lingkungan sekitar.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik perancangan pada penelitian ini akan menggunakan wawancara, observasi dan kuesioner untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai kesadaran dan pengetahuan audiens mengenai penyebaran penyakit HFMD. *Hand, Foot, Mouth, Disease* merupakan infeksi menular yang sering terjadi pada anak umur 10 tahun kebawah yang disebabkan oleh *coxsackievirus A16* dan *enterovirus 71*. Penyakit ini dapat menyebar secara global dan sering terjadi pada musim panas dan gugur (Lailatannur, 2023, h.1). Tujuan utama dari pengumpulan data ini adalah mendapatkan wawasan yang mendalam mengenai tingkat pengetahuan individu mengenai penyakit HFMD dan cara penyebarannya, sehingga kampanye yang dirancang berlangsung efektif dan relevan.

3.3.1 Observasi

Observasi disini merupakan salah satu teknik pengumpulan data primer kualitatif yang digunakan untuk mendapatkan pemahaman awal mengenai kondisi dari kesadaran dan relevansi audiens sekitar mengenai penyakit HFMD. Observasi akan dilakukan dengan pengamatan deskriptif yang dilakukan dengan mengunjungi rumah sakit anak untuk meninjau penggunaan media informasi dan persuasi dalam isu penyakit HFMD. Penelitian observasi juga didukung oleh kajian terhadap studi eksisting yang mencakup pengamatan media informasi yang digunakan oleh lembaga kesehatan Indonesia secara daring. Hal tersebut juga berlaku dengan studi referensi yang menggunakan beberapa kampanye kesehatan penyakit lain baik dari sisi teori dan penerapan visual.

1. Pengamatan Deskriptif

Pengamatan deskriptif dilakukan penulis dengan mengunjungi RS Eka Hospital Family pada tanggal 14 september 2024, jam 15.00 WIB yang bersamaan dengan jadwal wawancara dengan dokter spesialis

anak. Proses pengamatan berfokus pada penggunaan media informasi visual yang digunakan oleh rumah sakit dalam konteks HFMD di area ruang tunggu pasien. Penulis juga melakukan pengamatan dengan mengambil foto dari pemaparan informasi dan persuasi mengenai cara rumah sakit mengomunikasikan pencegahan penyakit menular secara umum kepada pengunjung dan media apa saja yang biasanya digunakan oleh rumah sakit dalam penyampaian informasi tersebut. Tujuan dengan melakukan observasi pengamatan deskriptif adalah untuk mendapatkan preferensi media yang digunakan dan menganalisa ketersediaan dan relevansi informasi yang digunakan dalam perancangan kampanye kedepannya.

2. Studi Eksisting

Studi eksisting akan meliputi angka penyebaran HFMD yang ada di Indonesia, dan penggunaan media informasi berbasis sosial media pada beberapa lembaga kesehatan di Indonesia. Pengamatan ini akan dilakukan secara daring dengan mencari media informasi dan persuasi yang ada di sosial media dan internet. Studi ini memiliki fokus pada penggunaan media yang kurang efektif dalam penyampaian informasi dan langkah preventif HFMD di Indonesia. Matriks yang dijadikan pada pengamatan studi eksisting ini akan didasari dengan jumlah frekuensi penggunaan media, *engagement* yang didapat dan juga keterbaruan konten informasi. Tujuan dari pengamatan terfokus adalah menganalisa langkah preventif yang sudah dilakukan oleh beberapa lembaga kesehatan dengan penggunaan media sosial, mengidentifikasi penyampaian pesan dan hambatan yang dapat terjadi, menggali potensi perbaikan dari media informasi dan persuasi yang ada.

3. Studi Referensi

Studi referensi dapat di observasi secara daring dari beberapa kampanye dengan fokus penyakit lain yang sudah dilakukan oleh lembaga kesehatan baik secara strategi maupun visual. Kampanye yang dijadikan referensi dalam segi strategi berupa kampanye COVID-19

karena relevansi pada cara penyebaran yang sama dengan HFMD. Selanjutnya untuk studi referensi visual, penulis akan melakukan observasi pada beberapa kampanye kesehatan yang sekiranya cocok untuk perancangan kampanye langkah preventif untuk orang tua. Tujuan dari pengamatan terpilih akan mengarah pada pemahaman strategi kampanye kesehatan yang efektif, mendalami elemen visual yang sekiranya cocok dalam perancangan kampanye dan mengevaluasi konten kampanye yang cocok dengan audiens kampanye kesehatan kedepannya.

3.3.2 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data primer yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai penyakit *Hand, Foot, and Mouth Disease* terhadap kebutuhan audiens. Wawancara ini akan dilakukan bersama orang tua yang anaknya pernah menderita HFMD dengan status ekonomi C dan B. Tujuan dari wawancara tersebut yaitu untuk mengevaluasi pengetahuan orang tua mengenai HFMD dan solusi yang tersedia berdasarkan lingkungan ekonomi sekitarnya. Wawancara kedua akan dilakukan dengan dokter spesialis anak untuk dengan tujuan mendapatkan informasi yang komprehensif dari dokter spesialis anak mengenai pemahaman tentang HFMD hingga langkah preventif yang dapat dilakukan terhadap perancangan kampanye kedepannya. Pertanyaan dari wawancara ini akan didasari dari pemaparan dan pemahaman informasi HFMD oleh Lailatannur (2023).

3.3.2.1 Wawancara Dengan Dokter Spesialis Anak

Wawancara ini dilakukan dengan dokter spesialis anak, dr. Stephanus Junardi Sarmilli, Sp.A secara *offline* pada tanggal 14 september 2024, jam 15.00 WIB di Eka *Hospital Family*. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai gejala, solusi, langkah preventif dan komplikasi HFMD yang pernah terjadi selama praktek. Wawancara ini nantinya berupa video yang dilakukan dengan menggunakan alat bantu rekam berupa *handphone*.

Melalui wawancara ini, penulis dapat menggali pengetahuan dan pengalaman mengenai kasus HFMD yang sering ditemukan pada praktek dokter anak. Informasi yang didapatkan tidak hanya bersifat informatif bagi perancangan kampanye, namun juga sensitif terhadap kebutuhan panduan langkah preventif HFMD bagi orang tua kedepannya. Berikut ini adalah instrumen pertanyaan wawancara kepada dokter spesialis anak.

1. Apa itu HFMD?
2. HFMD biasanya menjangkit siapa? Dan umur berapa?
3. Berdasarkan pengalaman Anda, pada usia berapa anak-anak paling rentan dalam menyebarkan virus HFMD setelah terinfeksi ke anak-anak lain?
4. Seberapa sering Anda menemukan kasus HFMD di praktek Anda, khususnya pada anak-anak usia 5-10 tahun?
5. Apakah ada perbedaan gejala HFMD pada anak-anak dibandingkan dengan orang dewasa?
6. Faktor risiko utama yang menyebabkan anak-anak usia 5-10 tahun rentan terhadap HFMD?
7. Apakah ada pola perilaku tertentu yang membuat HFMD lebih mudah menyebar di kalangan anak-anak?
8. Apa saja komplikasi paling serius yang dapat dialami oleh anak-anak akibat HFMD?
9. Apa langkah pencegahan yang paling efektif menurut Anda untuk mengurangi penyebaran HFMD?
10. Bagaimana pandangan Anda mengenai kesadaran orang tua tentang pentingnya kebersihan untuk mencegah HFMD?
11. Apa saja tindakan spesifik yang harus dilakukan orang tua untuk menjaga kebersihan anak dan mencegah penyebaran HFMD?

12. Menurut pandangan dokter, kesalahan berpikir seperti apa yang seringkali dilakukan orang tua sehingga kewaspadaan preventif orang tua jadi berkurang (kasi contoh mudik hfmd)
13. Apakah pernah ada kasus di mana orang tua melakukan self-diagnosis karena kurangnya pengetahuan, sehingga mengira anaknya menderita penyakit lain selain HFMD?
14. Bagaimana biasanya orang tua menangani anaknya saat terinfeksi HFMD, dan tindakan apa yang seharusnya mereka lakukan untuk perawatan yang tepat?
15. Apakah dokter pernah mengetahui atau melihat kampanye kesehatan/ media informasi yang ada saat ini efektif dalam meningkatkan kesadaran tentang HFMD?

3.3.2.1 Wawancara Dengan Orang Tua

Wawancara berikutnya akan dilakukan pada orang tua yang anaknya pernah mengalami HFMD secara *offline* dan *online*. Wawancara *offline* dilakukan dua kali yaitu, pada tanggal 15 september 2024 bersama narasumber pertama SES B dan pada tanggal 24 September 2024 bersama dengan narasumber kedua SES B menggunakan *zoom record*. Wawancara ketiga dilakukan Bersama narasumber SES C pada tanggal 27 September 2024 dalam bentuk video menggunakan *handphone*. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman langsung mengenai bagaimana pemahaman orang tua terhadap penyakit HFMD, apa langkah preventif dan solusi yang tepat untuk penyakit ini. Melalui wawancara ini, penulis juga diharapkan mampu mengidentifikasi pola pemikiran serta kebutuhan spesifik yang harus dipenuhi dalam perancangan kampanye yang dibentuk wawancara ini akan digunakan landasan informasi untuk memastikan kampanye yang dirancang relevan dan efektif dalam mencegah penyebaran penyakit HFMD untuk orang tua lainnya. Berikut ini adalah instrumen pertanyaan wawancara kepada orang tua mengenai pemahaman mengenai penyakit HFMD.

1. Apakah anak anda pernah mengalami HFMD?
2. Berapa umur anak anda saat terkena HFMD?
3. Darimana anak anda terpapar HFMD?
4. Kapan pertama kali Anda menyadari bahwa anak Anda mengalami HFMD, dan apa gejala awal yang Anda lihat?
5. Apakah anda mengetahui masa inkubasi hfmd? jika ya berapa lama?
6. Bagaimana reaksi Anda ketika mengetahui anak Anda terkena HFMD? Apa tindakan pertama yang Anda ambil?
7. Apakah Anda pernah mendengar tentang HFMD sebelum anak Anda terinfeksi? Jika ya, dari mana Anda mendapatkan informasi tersebut?
8. Bagaimana pengalaman Anda dalam menangani anak Anda selama terkena HFMD?
9. Apakah ada kesulitan tertentu yang Anda hadapi dalam menjaga kebersihan dan mencegah penularan HFMD di rumah?
10. Bagaimana Anda menilai informasi dan dukungan yang Anda terima dari tenaga medis mengenai HFMD?
11. Menurut Anda, apa yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kesadaran orang tua lain tentang HFMD?
12. Apakah Anda merasa cukup mendapatkan informasi mengenai pencegahan HFMD dari sumber-sumber yang tersedia?
13. Apakah anda pernah melihat adanya kampanye khusus tentang HFMD? Jika ya dimana dan siapa yang menyelenggarakan?
14. Apakah ada hal yang menurut Anda perlu ditingkatkan dalam kampanye kesehatan untuk mencegah HFMD?

3.3.3 Kuesioner

Penulis mengumpulkan hasil kuesioner dengan *Google Form* secara daring. Kuesioner ini akan menggunakan teknik *purposive sampling* pada kuesioner yang ditujukan untuk orang tua di lingkungan JABODETABEK sebanyak 50 orang dengan hasil jenuh. Responden pada kuesioner ini akan didasari dengan karakteristik berumur 25—45 tahun, sudah menjadi orang tua dan memiliki anak. Kuesioner nantinya akan dihitung menggunakan rumus slovin sebagai hasil akhir. Metodologi pengumpulan data ini ditujukan untuk mengetahui tingkat pengetahuan orang tua di wilayah JABODETABEK mengenai penyakit HFMD, cara penyebaran hingga langkah preventifnya. Hasil dari kuesioner juga akan digunakan sebagai data sekunder dalam merancang materi dan strategi kampanye yang efektif bagi langkah preventif HFMD. Berikut ini adalah instrument pertanyaan yang diambil dari dari pemaparan informasi dari penelitian Lailatannur (2023).

I. Informasi Responden

- a. Usia : (pilihan ganda : 25 -29 tahun, 30 - 35 tahun, 35 - 40 tahun, 40 - 45 tahun)
- b.Domisili : (pilihan ganda : Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)
- c. Jenis pekerjaan (pilihan ganda : Pegawai Negeri Sipil (PNS), Karyawan swasta, Pengusaha, Tenaga Profesional (Dokter, Pengacara, Konsultan, dll.), Tenaga Kerja Non-Formal (Tukang, Sopir, Pembantu Rumah Tangga, dll.), Ibu Rumah Tangga,) pekerja lepas (*freelancer*), lainnya...)
- d.Range pengeluaran rumah tangga (pilihan ganda : Rp. 2,000,000 - Rp.3,000,000, Rp. 3,000,000 - Rp. 5,000,000, Rp. 5,000,000 - Rp. 7,500,000, >> Rp. 7,500,000)
- e.Diumur berapa anda memiliki anak pertama ? (pilihan ganda: 24-26 tahun, 26-30 tahun, 30-35 tahun, 20 tahun kebawah, 35 tahun keatas)

II. Pengetahuan dan Awareness tentang HFMD

- a. Apakah Anda pernah mencoba mendiagnosis sendiri gejala penyakit yang dialami anak Anda sebelum berkonsultasi dengan

tenaga medis profesional? (Pilihan ganda: Ya, sering, Ya, kadang kadang, Tidak pernah)

b. Apakah anda pernah mendengar tentang penyakit HFMD atau Flu Singapura? (pilihan ganda: *yes, no*)

III. Penjelasan singkat HFMD (jika jawaban “no”)

Deskripsi : *Hand, Foot, and Mouth Disease* adalah penyakit menular yang terutama menyerang anak-anak di bawah 10 tahun. Gejalanya meliputi demam, ruam di tangan, kaki, dan luka di mulut. Virus ini menyebar melalui kontak cairan tubuh, dengan masa inkubasi 3-7 hari, di mana anak bisa menular meski belum menunjukkan gejala. Pencegahan dapat dilakukan dengan menjaga kebersihan tangan. (opsi wajib : Baiklah, saya sudah membaca dan mengerti)



Gambar 3. 1 Poster Kuesioner Tentang HFMD
Sumber: <https://forms.gle/oZj5eVhvjj3BN2iTA>

IV. Pengetahuan Tentang HFMD (jika jawab “yes”)

a. Bagaimana Anda mengetahui tentang HFMD? (pilihan ganda: Tenaga medis (dokter, perawat, dll.), Media sosial, Televisi/radio, Artikel atau jurnal Kesehatan, Teman/keluarga, Belum pernah mendengar, Lainnya...)

b. Menurut Anda, seberapa berbahaya HFMD bagi anak-anak? (skala linear : 1 (tidak bahaya) – 4 (sangat bahaya))

- c. Seberapa yakin Anda dalam mengenali gejala awal HFMD pada anak? (skala linear : 1 (tidak yakin) – 4 (sangat yakin))
- d. Apakah anda mengetahui masa inkubasi penyakit HFMD? (pilihan ganda: ya, tidak tahu)

V. Pemahaman Orang Tua Terhadap Kesehatan Anak

- a. Seberapa sering Anda mengingatkan anak Anda untuk mencuci tangan setelah bermain atau sebelum makan? (skala linear : 1 (tidak sering) – 4 (sangat sering))
- b. Berdasarkan pemahaman anda, apakah foto dibawah ini merupakan gejala HFMD? (pilihan ganda : iya, tidak)



Gambar 3. 2 Foto Cacar Air Kuesioner
Sumber: <https://forms.gle/oZj5eVhvJg3BN2iTA>

- c. Berdasarkan pemahaman anda, apakah foto dibawah ini merupakan gejala HFMD? (pilihan ganda : iya, tidak)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 3 Foto HFMD Kuesioner
 Sumber: <https://forms.gle/oZj5eVhvJg3BN2iTA>

d. Apakah Anda merasa bahwa lingkungan tempat tinggal Anda mempengaruhi kesehatan anak Anda? (pilihan ganda: sangat mempengaruhi, cukup mempengaruhi, Tidak terlalu mempengaruhi, sama sekali tidak mempengaruhi, lainnya...)

e. Apa langkah pencegahan yang paling sering Anda lakukan untuk mencegah HFMD pada anak Anda? (minimal 3) (kotak centang : Mengingat anak untuk mencuci tangan, Menghindari tempat ramai, Menjaga kebersihan rumah, Memastikan anak mengonsumsi makanan bergizi)

V. Pemahaman Orang Tua Terhadap Kesehatan Anak

a. Apakah anak Anda pernah didiagnosis menderita HFMD? (pilihan ganda: yes, no)

b. Jika ya, pada usia berapa anak Anda mengalami HFMD? (pilihan ganda: 0-5 tahun, 5-10 tahun, << 10 tahun, Tidak pernah)

VI. Paparan Terhadap Media Informasi dan Kampanye

a. Apakah Anda pernah melihat atau membaca informasi tentang HFMD di media? (pilihan ganda: pernah, tidak pernah)

b. Jika ya, di media apa Anda melihat informasi tersebut? (kotak centang : Radio, Media sosial (Facebook, Instagram, dll.), *Website* atau *blog* Kesehatan, Poster atau pamflet di fasilitas Kesehatan, Tidak pernah, lainnya...)

- c. Seberapa sering anda menemukan informasi mengenai penyakit HFMD pada media sosial? (skala linear : 1 (tidak pernah) – 4 (sering))
- d. Seberapa sering anda menemukan informasi mengenai penyakit HFMD pada media fisik (pamflet atau poster)? (skala linear : 1 (tidak pernah) – 4 (sering))
- e. Apakah Anda pernah mengikuti kampanye atau program edukasi tentang pencegahan HFMD? (pilihan ganda: pernah, tidak pernah)
- d. Jika ya, dari mana Anda mendapatkannya? (kotak centang : Pemerintah atau dinas Kesehatan, Sekolah anak, Rumah sakit/klinik, Media sosial, Tidak pernah, lainnya...)
- e. Media sosial apa yang paling sering anda gunakan? (Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter/X, Youtube, lainnya...)
- f. Jika anak anda pernah mengalami HFMD, apakah anda bersedia untuk di wawancara? (pilihan ganda: ya, tidak)

VII. Narasumber wawancara HFMD

jika anda bersedia, tolong berikan nomor kontak yang bisa dihubungi (jawaban pendek)

Sebagai bagian dalam penelitian ini, penulis juga melakukan pengumpulan data tambahan dengan kuesioner yang dibentuk lebih mengerucut untuk orang tua SES C di JABODETABEK berusia 30-45 tahun. Pengumpulan data ini masih menggunakan *Google Form* dan Teknik *purposive sampling* yang bertujuan untuk menggali perilaku kesehatan ketika anak mereka sakit. Kuesioner ini juga bertujuan untuk menguji pemahaman mereka mengenai istilah HFMD dan Flu Singapura. Berikut ini adalah isi dari kuesioner data tambahan.

I. Informasi Responden

- a. Berapa usia anda? : (pilihan ganda : 30 - 35 tahun, 35 - 40 tahun, 40 - 45 tahun)
- b. Domisili: (pilihan ganda: Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)

c. Range pengeluaran rumah tangga: (pilihan ganda: Rp. 2,000,000 - Rp.3,000,000, Rp. 3,000,000 - Rp. 5,000,000, Rp. 5,000,000 - Rp. 7,500,000)

II. Penyakit HFMD

a. Apakah anda mengetahui penyakit HFMD?: (pilihan ganda: iya, tidak)

II. Pengetahuan Penyakit HFMD (jika menjawab iya)

a. Apa gejala utama HFMD? : (pilihan ganda: Demam tinggi dan muntah, Munculnya vesikel atau ruam di tangan, kaki, dan mulut, Batuk dan pilek terus-menerus, Pembengkakan kelenjar getah bening)

b. Siapa yang paling berisiko terkena HFMD? : (pilihan ganda: Anak-anak, Orang dewasa, Lansia, Remaja)

c. Bagaimana HFMD biasanya menyebar? : (pilihan ganda: Melalui gigitan serangga, Melalui kontak langsung dengan cairan dari ruam atau sekresi pernapasan, Melalui asap rokok, Melalui bahan makanan yang sudah basi / rusak)

c. Apakah anda mengetahui masa inkubasi HFMD? : (pilihan ganda: 1-2 hari, 3-6 hari, 7-10 hari)

IV. Penyakit Flu Singapura (jika menjawab tidak)

a. Apakah anda mengetahui penyakit Flu Singapura? : (pilihan ganda: iya, tidak)

V. Pengetahuan Flu Singapura (jika menjawab iya)

a. Apa yang kamu ketahui tentang flu Singapura? : (jawaban panjang)

b. Menurut Anda, apa gejala utama yang Anda ketahui terkait flu Singapura? : (pilihan ganda: Batuk, pilek, dan demam, Munculnya ruam atau bintik-bintik di tangan, kaki, dan mulut, Sakit tenggorokan dan radang amandel, Pusing dan mual)

c. Menurut Anda, apa perbedaan antara flu biasa dan flu Singapura? : (pilihan ganda: Flu Singapura lebih berbahaya, Flu Singapura menyerang saluran pernapasan lebih parah, Flu biasa lebih mudah menyebar, Tidak ada perbedaan yang signifikan)

d. Apakah Anda percaya bahwa flu Singapura dapat sembuh tanpa pengobatan khusus? : (pilihan ganda: Ya, bisa sembuh dengan sendirinya, Tidak, perlu pengobatan intensif, Saya tidak tahu)

VI. Pengetahuan Penyakit Umum (jika menjawab tidak)

a. Menurut kamu penyakit apakah ini? : (Pilihan ganda : Cacar air, *Monkeypox* / cacar monyet, HFMD/ flu singapura, Campak)



Gambar 3. 4 Foto Cacar Air Kuesioner Tambahan
Sumber <https://health.okezone.com/read/2023/11/08/481/2...>

b. Menurut kamu penyakit apakah ini? : (Pilihan ganda : Cacar air, *Monkeypox* / cacar monyet, HFMD/ flu singapura, Campak)



Gambar 3. 5 Foto HFMD Kuesioner Tambahan
Sumber <https://www.health.com/hand-foot-and-mouth-disease..>

c. Menurut kamu penyakit apakah ini? : (Pilihan ganda : Cacar air, *Monkeypox* / cacar monyet, HFMD/ flu singapura, Campak)



Gambar 3. 6 Foto *Monkeypox* Kuesioner Tambahan
Sumber <https://www.bbc.com/news/uk-england-cornwall-61829425>

- d. Jika terjadi gejala sakit tenggorokan dan demam pada anak anda, apa langkah pertama yang anda lakukan? : (Pilihan ganda : Minum obat generik untuk demam (*paracetamol, panadol, sanmol, bye bye fever*), Membawa anak ke puskesmas, Menggunakan layanan kesehatan online (Halodoc, Alodokter, dsb), Mencari informasi kesehatan menggunakan kesehatan secara *online* (internet), Minum obat tradisional (jamu, dll)).
- c. Jika terjadi gejala bintik merah pada tangan anak anda, apa langkah pertama yang anda lakukan? : (Pilihan ganda : Minum obat generik untuk demam (*paracetamol, panadol, sanmol, bye bye fever*), Membawa anak ke puskesmas, Menggunakan layanan kesehatan online (Halodoc, Alodokter, dsb), Mencari informasi kesehatan menggunakan kesehatan secara *online* (internet), Minum obat tradisional (jamu, dll))

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA