

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut adalah subjek perancangan pada media informasi mengenai literasi gizi pada kemasan makanan dan minuman instan.

1. Demografis

- A. Jenis Kelamin: laki-laki dan perempuan
- B. Usia: 25-30 tahun

Berdasarkan hasil laporan *Statista Global Consumer Survey* yang dilakukan pada tahun 2020, masyarakat Indonesia yang berusia 25 sampai 34 tahun merupakan kelompok yang mengonsumsi makanan ringan terbanyak, yaitu sekitar 30,8% (Lidwina, 2021). Selain itu, menurut hasil wawancara dengan ahli gizi, Felicia Kleantha Setiadi, S. Gz., RD, menyatakan bahwa masyarakat dari umur 20 sampai 30 tahun merupakan kelompok yang dapat menerima informasi tabel gizi daripada masyarakat lainnya.

- C. Pendidikan: SMA, D3, dan S1.
- D. SES: B

Makanan dan minuman kemasan terjual bebas dengan harga yang terjangkau. Dilansir dari laporan FAO oleh Organisasi Pangan dan Pertanian Perserikatan Bangsa-Bangsa, bahwa harga makanan bergizi di Indonesia semakin tinggi sehingga menyulitkan masyarakat untuk mendapatkannya, yaitu sekitar 193,7 juta orang (FAO, 2023). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Syamsiah (2024, h.43), bahwa status ekonomi yang rendah dapat memlimitasi makanan yang sehat dan pilihan gaya hidup. Individu yang mempunyai status ekonomi rendah

akan mengonsumsi makanan yang murah dan rendah nutrisi untuk menaikkan berat badan.

2. Geografis

Perancangan ini ditujukan kepada masyarakat yang berdomisili di DKI Jakarta, Indonesia. Menurut Sekretaris Dinas Pemberdayaan, Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk (DPPAPP) DKI Jakarta Darwoto, sekitar 46 persen penduduk Jakarta merupakan generasi milenial dan generasi Z (Santosa, 2024). Selain itu, DKI Jakarta merupakan salah satu kota tersibuk di Indonesia (Kumparan, 2023). Masyarakat yang sibuk bekerja maka akan lebih mencari makanan dan minuman kemasan dengan alasan praktis dan dapat ditemukan di mana-mana.

3. Psikografis

- A. Dewasa muda yang kurang memperhatikan tabel gizi
- B. Dewasa muda yang ingin memenuhi gizi hariannya
- C. Dewasa muda sibuk akan kegiatan sehari-hari
- D. Dewasa muda yang mempunyai pantangan dalam beberapa makanan, seperti alergi dan kondisi tertentu.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Dalam perancangan media aplikasi seluler untuk literasi gizi, maka penulis menggunakan metode perancangan *design thinking*. Metode *design thinking* ini diusulkan oleh Institut Desain Hasso Plattner dari Universitas Stanford (DeSawal & Peck, 2021, h.31). Berikut adalah lima tahapan dari metode *design thinking* dalam perancangan tersebut.

3.2.1 *Empathize*

Pada tahap ini, penulis dapat memahami permasalahan tersebut dari sudut pandang masyarakat melalui penelitian pengguna. Untuk memahami permasalahan tersebut, maka desainer harus mempunyai empati agar mengurangi asumsi yang ada dan melihat dari perpektif masyarakat, terutama yang mengalami masalah tersebut. Hal ini dilakukan agar perancangan karya

dapat menjadi solusi yang baik, serta mudah digunakan oleh target perancangan dan masyarakat lainnya (h.31).

3.2.2 Define

Dalam tahap ini, penulis melakukan analisa informasi yang telah dikumpulkan dari tahap *Empathize*. Analisa ini dilakukan agar peneliti dapat memahami inti dari permasalahan tersebut. Selain itu, penulis dapat mengumpulkan ide untuk merancang solusi dari masalah tersebut (h.33).

3.2.3 Ideate

Pada tahap ini, penulis menciptakan ide dan solusi produk yang akan dirancang. Desainer akan membuat *mindmap* dan *moodboard* untuk menghasilkan sebuah ide dan konsep karya. Selain itu, desainer juga mulai merancang aset visual dari karya tersebut.

3.2.4 Prototype

Tahap ini merupakan tahap eksperimental yang bertujuan agar penulis dapat mengidentifikasi solusi mana yang mempunyai peluang terbaik dalam menyelesaikan masalah. Desainer akan membuat karya versi percobaan untuk melihat apakah ide tersebut benar dapat terwujud. Contoh dari karya ini adalah *prototype* dari kertas. Selain itu, *prototype* ini dapat diujicoba dalam lingkup tim agar desainer mendapat kritik dan masukan mengenai karya tersebut.

3.2.5 Test

Pada tahap ini, penulis menguji ulang karya ke lingkup subjek perancangan agar mendapat saran dan pengalaman mereka saat menggunakan produk tersebut. Uji karya ini akan penulis lakukan sebanyak dua kali, yaitu *alpha test* dan *beta test*. *Alpha test* ini dilakukan pada saat karya masih dalam tahap *prototype*, serta informasi dan desain yang masih belum mencapai hasil akhir. Pada *beta test*, uji coba ini dilakukan pada karya yang sudah terlihat seperti gambaran hasil akhir dengan informasi dan fitur yang lebih lengkap.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Dalam proses perancangan aplikasi seluler literasi gizi, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan

data yang dilakukan penulis adalah dengan wawancara, kuesioner, *Focus Group Discussion*, observasi, studi referensi dan studi eksisting. Berikut merupakan penjelasan dari proses pengumpulan data yang dilakukan penulis.

3.3.1 Wawancara

Wawancara adalah proses interaksi antara dua orang atau lebih untuk mendapatkan informasi atau cerita dari pandangan seseorang melalui tanya jawab (Tojiri dkk., 2023, h.56). Penulis memilih ahli gizi sebagai narasumber wawancara karena mereka bekerja untuk mengedukasi tentang gizi kepada masyarakat umum, serta mengetahui apa yang dibutuhkan oleh masyarakat melalui konsumsi makanan dan minuman. Tujuan wawancara dengan seorang ahli gizi dilakukan untuk mengetahui tentang literasi gizi, seberapa pengetahuan masyarakat mengenai *Topik* tersebut, penyebab kekurangan literasi gizi, dan bagaimana cara mencegah masalah gizi melalui pemahaman tabel informasi gizi pada produk. Berikut merupakan pertanyaan yang diajukan pada wawancara dengan ahli gizi.

1. Untuk menyamakan pemahaman kita, Apa itu literasi gizi?
2. Apa tujuan dari literasi gizi?
3. Apakah literasi gizi ini penting untuk dipahami oleh masyarakat?
4. Menurut anda, bagaimanakah literasi gizi yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia?
5. Menurut anda, mengapa literasi gizi masyarakat Indonesia bisa sampai di keadaan itu?
6. Bagaimana cara masyarakat umum mengerti tentang literasi gizi?
7. Apakah anda sebagai ahli gizi juga menerapkan literasi gizi ini dalam kehidupan anda?
8. Menurut anda, informasi gizi yang ada pada kemasan pangan ini mudah dipahami untuk masyarakat umum?

9. Menurut anda sebagai ahli gizi, apakah BPOM sendiri sudah menjelaskan informasi gizi dari produk pangan tersebut dengan baik?
10. Apakah informasi gizi dari kemasan pangan itu sama penulisannya dari Indonesia dengan luar negeri?
11. Apakah BPOM harus meneliti ulang informasi gizi produk pangan dari luar negeri?
12. Apakah dampak buruk dari masalah literasi gizi?
13. Apakah anda pernah menerima kasus kesehatan karena tidak memahami literasi gizi? Kalau iya, tolong jelaskan kasus tersebut.
14. Menurut anda, berapakah umur masyarakat yang rentan mengalami kasus dari literasi gizi?
15. Apakah dari bidang kesehatan pernah mengedukasi masyarakat tentang literasi gizi? Jika pernah, bisa tolong berikan contoh edukasi tersebut.
16. Dari perspektif sebagai ahli gizi, apakah edukasi tersebut dapat membuat masyarakat mudah mengerti tentang literasi gizi atau tidak ada efeknya?
17. Apakah literasi gizi ini bisa dijelaskan dengan bahasa yang lebih mudah dimengerti oleh masyarakat?
18. Apakah anda pernah melihat sebuah aplikasi yang mengecek informasi gizi dari kemasan? Kalau iya, Apa tanggapan anda tentang aplikasi tersebut?

3.3.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data mengenai sebuah *Topik* dari pandangan responden. Hal ini dilakukan agar data tersebut dapat membantu sebuah keputusan dan penelitian yang lebih baik (Ravelino dkk., 2023, h.52). Penulis menyebarkan kuesioner ini responden dengan kriteria berumur 25-30 tahun, berdomisili di Jakarta, serta mempunyai pekerjaan. Hal ini dilakukan untuk mengumpulkan data dari persepsi masyarakat mengenai

tingkat pengetahuan literasi gizi dan pemahaman mereka terhadap informasi gizi pada kemasan. Kuesioner ini dilakukan secara daring melalui Google Form. Berikut adalah pertanyaan kuesioner yang disebarakan kepada responden.

1. Jenis Kelamin z
 - Laki-laki
 - Perempuan
2. Usia
 - 25
 - 26
 - 27
 - 28
 - 29
 - 30
3. Domisili
 - Jakarta Barat
 - Jakarta Timur
 - Jakarta Utara
 - Jakarta Selatan
 - Jakarta Pusat
4. Pekerjaan
 - Karyawan tetap
 - Karyawan kontrak
 - Freelancer
 - Magang
 - Lainnya
5. Pengeluaran dalam sebulan
 - 0 - Rp. 1.500.000
 - Rp. 1.500.001 - Rp. 3.000.000
 - Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
 - Lebih dari Rp. 5.000.001)
6. Apakah kalian pernah membeli produk kemasan instan?

- Pernah
 - Tidak Pernah
7. Seberapa seringnya kalian membeli produk instan tersebut?
(Skala linier)
- Tidak pernah beli (1) - Selalu beli (5)
8. Mengapa kalian membeli produk kemasan instan? (pilih maksimal 3)
- Praktis (bisa dibawa kemana-mana)
 - Harganya terjangkau
 - Rasanya enak dan menarik perhatian
 - Tidak punya waktu banyak untuk makan dan minum
 - Kebersihannya terjaga
 - Tampilan kemasannya yang menarik di mata konsumen
 - Tidak pernah beli produk kemasan
9. Apa saja yang kalian perhatikan dari kemasan produk pangan?
- Informasi Produk (nama, rasa, iklan)
 - Logo halal
 - Komposisi
 - Tabel Gizi
 - Legalitas (No BPOM)
 - Tanggal kadaluarsa (masa berlaku produk)
 - Tempat produksi
10. Apakah kalian pernah memperhatikan tabel gizi pada produk kemasan?
- Pernah
 - Tidak Pernah
11. Seberapa seringnya kalian melihat tabel gizi setiap produk kemasan sebelum membelinya? (Skala Linear)
- Tidak pernah (1) - Sering (5)

12. **Kalau pernah**, mengapa kalian memperhatikan label gizi pada kemasan produk?
- Punya kebutuhan gizi yang khusus
 - Punya alergi yang spesifik
 - Sedang menjalani program diet khusus
 - Membandingkan gizi dengan produk lainnya
 - Kebiasaan dari keluarga dan teman
 - Tidak memperhatikan label gizi kemasan
13. **Kalau tidak pernah**, mengapa kalian tidak memperhatikan label gizi pada kemasan produk?
- Sudah percaya dengan produknya
 - Tidak punya waktu untuk melihat label gizi produk
 - Tidak mengerti bahasa pada tabel gizi produk
 - Tidak peduli akan gizi pada produk tersebut
 - Tidak punya masalah gizi tertentu
 - Sudah memperhatikan label gizi kemasan
14. Menurut kalian, apakah informasi gizi pada kemasan itu penting untuk dipahami?? (Skala Linear)
- Tidak penting (1) - Sangat penting (5)
15. Apakah kalian pernah mendengar istilah literasi gizi?
- Pernah
 - Tidak Pernah
16. Dari mana kalian pernah mendengar istilah literasi gizi?
- Teman dan keluarga
 - *Website*
 - Berita
 - Game
 - Buku atau *E-book*
 - Aplikasi
 - Media Sosial (Instagram, Youtube, Twitter, dan lainnya)
 - Brosur

- Kampanye
 - Tidak pernah mendengar literasi gizi
17. Semua orang membutuhkan informasi gizi yang sama (Skala Linear)
- Tidak Setuju (1) - Sangat Setuju (5)
18. Semua orang membutuhkan informasi gizi yang sama (Skala Linear)
- Tidak Setuju (1) - Sangat Setuju (5)
19. Literasi gizi hanya tentang membaca label makanan (Skala Linear)
- Tidak Setuju (1) - Sangat Setuju (5)
20. Jika mengerti literasi gizi, maka dapat mencari opsi pangan yang lebih sehat (Skala Linear)
- Tidak Setuju (1) - Sangat Setuju (5)
21. Mengerti literasi gizi hanya tentang mengetahui nama-nama zat gizi (Skala Linear)
- Tidak Setuju (1) - Sangat Setuju (5)
22. Apakah kalian merasa kesulitan menemukan informasi tentang literasi gizi?
- Iya
 - Tidak
 - Tidak pernah mencari informasi tersebut
23. **Kalau iya**, mengapa kalian merasa kesulitan menemukan informasi tentang literasi gizi?
- Tidak banyak informasi yang beredar di masyarakat
 - Menggunakan bahasa yang sulit dipahami
 - Kurang tertarik tentang *Topik* tersebut
 - Akses informasi yang terbatas
 - Tidak merasa kesulitan menemukan informasi tersebut
 - Tidak pernah mencari informasi tersebut

24. **Kalau tidak**, bagaimana cara kalian menemukan informasi tentang literasi gizi? (pilih maksimal 3)

- Teman dan keluarga
- *Website*
- Berita
- Game
- Buku atau *E-book*
- Aplikasi
- Media Sosial (Instagram, Youtube, Twitter, dan lainnya)
- Brosur
- Kampanye
- Tidak pernah mendengar literasi gizi

25. Media apa yang kalian sering gunakan untuk mencari informasi? (pilih maksimal 3)

- Infografis
- *Website*
- Media Sosial (Instagram, Youtube, Twitter, dan lainnya)
- Aplikasi
- Buku
- *E-book*
- Game
- Video
- Lainnya

26. Berapa lama penggunaan media tersebut untuk mencari informasi?

- kurang dari 1 jam
- 1-3 jam
- 3-5 jam
- Lebih dari 5 jam

27. Faktor apakah yang menjadi pertimbangan kalian dalam menggunakan media tersebut untuk belajar? (pilih maksimal 3)
- Mudah diakses
 - Banyak foto, ilustrasi, dan visual yang menarik
 - Informasi lebih mudah dipahami
 - Copywriting atau penulisan yang menarik
 - Interaktif
 - Inovatif (adanya kebaruan pada media)
 - Efesien waktu
 - Menyenangkan untuk digunakan
 - Lainnya
28. Apakah kalian bersedia mengikuti FGD tentang literasi gizi? Jika bersedia, mohon diisi kontak informasi kalian dengan nama dan nomor telepon yang aktif. (Isi “-“ jika tidak bersedia)

3.3.3 Focus Group Discussion

Focus Group Discussion atau kelompok diskusi terarah merupakan metode pengumpulan data dengan diskusi antara beberapa pihak untuk mencapai suatu kesepakatan dan menyelesaikan suatu masalah. Selain itu, FGD juga digunakan untuk mendapat informasi mengenai *Topik* penelitian dari pandangan yang berbeda (Sugarda, 2020). FGD ini dilakukan dengan 5 orang yang termasuk dalam beberapa kriteria, yaitu berusia 25-30 tahun, berdomisili di Jakarta, sering membeli produk kemasan, dan mempunyai kebutuhan gizi khusus. Berikut merupakan pertanyaan yang diajukan pada *Focus Group Discussion*.

1. Sebelum mengikuti FGD ini, apakah kalian pernah mendengar istilah literasi gizi? Jika pernah, boleh tolong jelaskan literasi gizi sesuai dengan kemampuan anda.

2. Seberapa seringnya kalian membeli makanan dan minuman kemasan? Dan apa yang menjadi pertimbangan kalian saat membeli itu?
3. Dari kedua tipe pembeli ini, anda tipe yang mana? Pembeli yang membeli makanan sesuai keinginannya atau pembeli yang hati-hati dan melihat informasi gizi sebelum membelinya.
4. Apakah kalian pernah mengecek tabel gizi pada kemasan? Apakah kalian mengerti informasi tersebut?
5. Apakah kalian mengerti kedua label gizi ini? Tolong beritahu sampai mana kalian mengerti dari tabel gizi tersebut.
6. Apakah hambatan kamu dalam memahami informasi tabel gizi?
7. Manakah tampilan yang kalian lebih mengerti informasinya dan mengapa? Tampilan Nilagizi.com atau tampilan Nutricheck.
8. Apakah kalian pernah melihat infografis dari Kemenkes ini? Menurut kalian apakah ini efektif untuk memahami informasi gizi?
9. Sebelum melihat Nutricheck dan Nilaigizi.com, apakah kalian pernah melihat media yang menjelaskan cara membaca informasi gizi?
10. Menurut kalian, apakah media interaktif ini bisa mempermudah pemahaman informasi literasi gizi?
11. Apa yang anda inginkan dalam aplikasi literasi gizi ini? Mungkin ada fitur menarik dan dinilai sesuai untuk ada dalam aplikasi tersebut?

3.3.4 Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati situasi atau objek yang sedang diteliti. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang objek dan fenomena penelitian secara langsung tanpa adanya campur tangan dari pihak lainnya. Observasi ini dapat dibagi menjadi dua tipe, yaitu observasi partisipatif dan non-partisipatif. Observasi partisipatif di mana peneliti berperan sebagai subjek penelitian agar mendapat pengalaman yang sedang diteliti, sedangkan observasi non-partisipatif ini di

mana peneliti tidak terlibat dalam situasi tersebut dan hanya penonton (Tojiri dkk., 2023, h.60). Tujuan dari observasi yang penulis lakukan adalah untuk melihat bagaimana masyarakat melihat beberapa aplikasi dan infografis mempengaruhi kemampuan literasi gizi. Observasi ini dilakukan bersamaan dengan *Focus Group Discussion* secara *online*.

3.3.5 Studi Eksisting

Studi eksisting adalah metode perbandingan dan mempelajari beberapa karya yang memiliki kesamaan dengan *Topik* penulis. Hal ini dilakukan untuk mengerti kelebihan dan kekurangan dari produk tersebut, serta mendapat panduan atau *insight* bagi penulis dalam pembuatan karya. Produk studi eksisting ini tidak harus sama dengan yang sedang dirancang penulis, tetapi temanya memiliki kemiripan dengan literasi gizi.

3.3.6 Studi Referensi

Studi referensi merupakan pembelajaran dengan melihat beberapa karya yang sudah ada. Tujuan studi referensi adalah untuk mencari arahan mengenai tampilan desain, aset, dan *copywriting* sebagai sumber acuan penulis dalam membuat karya. Karya yang dijadikan studi referensi tidak harus sesuai dengan apa yang sedang dirancang dari temanya ataupun media. Analisa produk pada studi referensi dengan membuat tabel perbandingan karya tersebut.

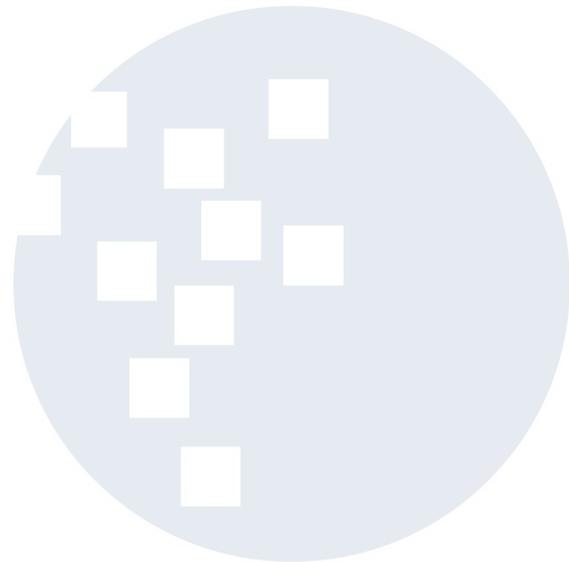
3.3.7 Alpha Test

Alpha test merupakan pengujian karya yang dilakukan oleh beberapa pengguna sebelum rilis non-komersial. Tujuan *alpha test* ini untuk mengukur tingkat penerimaan pengguna dan pemanfaatan dari fitur yang ada pada karya tersebut; menemukan interaksi dari pengguna dengan karya dan menerapkan sistem tersebut; serta mengidentifikasi error yang tidak terduga. (Fretheim & Deschene, 2023, h.278).

3.3.8 Beta Test

Beta test merupakan pengujian karya kedua yang berfokus pada isu-isu kompatibilitas, *user interface*, performa, dan kemampuan adaptasi. Tujuan

beta test adalah untuk menemukan masalah yang ada pada sistem *software* (Fretheim & Deschene, 2023, h.278). Hasil dari *beta test* ini untuk membuat pengembangan karya pada rilis selanjutnya (h.279).



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA