

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan kampanye tentang Pentingnya Melakukan Olahraga Selama Lima Menit pada kalangan mahasiswa:

3.1.1 Demografis

- a. Jenis Kelamin : pria dan Wanita
- b. Usia : 16-30 tahun
- c. Pendidikan : S1 (mahasiswa atau mahasiswi)

Dalam artikelnya, Hariyanto et al., (2023, h. 49) menyatakan bahwa tingkat aktivitas fisik yang dilakukan mahasiswa masih dalam kategori rendah. Caestine dalam Hariyanto et al., (2023, h. 50) menyampaikan kondisi penurunan aktivitas fisik yang dimiliki pada saat dewasa merupakan lanjutan pada saat masa remaja. Di Indonesia, partisipasi aktivitas fisik mahasiswa masih berada dalam tahapan yang sangat kurang, hal ini disebabkan karena kurangnya waktu untuk menjalankan olahraga dan menerapkan gaya hidup sedentary, dan berbagai hambatan serta tantangan lainnya pada mental dan fisik mahasiswa.

d. SES: A

Status sosial ekonomi diartikan sebagai jenjang, lapisan atau posisi yang dimiliki oleh sebuah keluarga antara kelompok masyarakat lainnya, berupa pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan (Caestine & Bintang Wirawan, 2024, h. 41). Mereka yang memiliki sosial ekonomi tinggi cenderung memiliki tingkat Pendidikan yang tinggi pula (Hariyanto et al., 2023).

3.1.2 Geografis

Banten

Kemenpora RI (2023, h. 103) menjabarkan bahwa angka Indeks partisipasi olahraga yang didapatkan oleh provinsi Banten sebesar 0,118. Dari 34 provinsi, angka tersebut tercatat menempati posisi terendah di Indonesia. Tercatat dari DataIndonesia.id, persebaran populasi generasi Z di Banten mencapai 2.979.679 jiwa (Widi, 2022). Provinsi Banten dinyatakan berada dalam persentase diatas 80% dalam penggunaan internet. Dari data tersebut mengartikan bahwa penggunaan internet tertinggi di Indonesia berada di provinsi Banten (Nurhanisah, 2023).

3.1.3 Psikografis

- a. Generasi muda yang malas berolahraga.
- b. Generasi muda jarang berolahraga dan kurang gerak.
- c. Generasi muda yang menggunakan waktu luang untuk bersantai.
- d. Generasi muda yang kecanduan media sosial.
- e. Generasi muda yang kurang motivasi

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode perancangan kampanye dari buku *Advertising by Design* oleh Landa (2010), yang berfokus mengembangkan ide kreatif dan desain dari segi media periklanan. Menurut Landa (2010), terdapat enam tahap dalam melakukan perancangan kampanye desain, yaitu *overview, strategy, ideas, design, production, dan implementation* (h. 14-22).

Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed methods* dari Creswell & Creswell (2018). Menggabungkan metode penelitian kualitatif dan metode penelitian kuantitatif. Penggunaan metode campuran pada penelitian ini dapat mempermudah penulis untuk mendapatkan informasi yang dengan lebih

lengkap dan memperkuat masalah lewat berbagai pengumpulan data yang dilakukan.

Metode kualitatif digunakan untuk memahami permasalahan lebih dalam. Penulis melakukan metode ini dengan wawancara dan FGD. Metode kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan kuesioner lewat *google form* kepada target penelitian.

Tahap *Overview*, penulis perlu mengumpulkan informasi terkait gambaran besar dari kampanye, seperti isu, masalah, dampak, dan solusi perancangan lewat wawancara, kuesioner, dan FGD. Tahap *strategy*, penulis membuat *creative brief* dari hasil pengumpulan data yang kemudian akan digunakan untuk membuat solusi dari permasalahan kampanye. Kemudian, tahap *ideas*, penulis membuat ide dan konsep desain perancangan dengan *brainstorming*, *mindmapping*.

Tahap *Design*, penulis akan mengubah ide dan konsep yang didapatkan ke dalam bentuk sketsa dan visualisasi ide kreatif sebagai penyelesaian solusi kampanye. Pada tahap *production*, penulis akan melakukan eksekusi desain ke berbagai macam media, seperti video dan *printing*. Kemudian dilanjutkan dengan proses finalisasi berdasarkan format yang tepat. Proses terakhir dari perancangan kampanye yaitu tahap *implementation*, menerapkan desain dalam bentuk nyata dan melakukan evaluasi untuk mengetahui kesalahan dan kekurangan terhadap hasil kampanye.

3.2.1 Overview

Pada tahap *Overview*, penulis akan mulai memperdalam pemahaman dan mempelajari informasi terlebih dahulu terkait fenomena, permasalahan, urgensi, dan bagaimana solusi yang akan dilakukan. Pada tahap ini penulis mengumpulkan informasi melalui wawancara, FGD, dan kuesioner untuk memahami lebih dalam tentang masalah yang sebenarnya terjadi, pengalaman, dan media yang dibutuhkan target sasaran. Wawancara dilakukan dengan psikolog, *personal trainer*, mahasiswa yang aktif berolahraga, dan tidak aktif berolahraga.

FGD dilakukan dengan keenam mahasiswa yang menjadi target sasaran kampanye, dan kuesioner yang akan disebar di lingkungan kampus. Pendekatan ini dilakukan oleh penulis untuk mendapatkan pengetahuan yang mendalam solusi yang efektif dan efisien dibutuhkan oleh target sasaran kampanye. Penelitian terdahulu dilakukan untuk menemukan masalah desain yang dapat diselesaikan dan studi referensi dilakukan untuk mengeksplorasi lebih luas gaya dan bentuk desain yang sesuai dengan kampanye.

3.2.2 Strategy

Tahap kedua, penulis akan membuat *creative brief* untuk mengumpulkan informasi seputar rencana, konsep, media, material, estimasi waktu yang menjadi fokus dalam proses penelitian dan perancangan desain. Kemudian menentukan visual seperti apa yang akan dibuat, warna yang akan diterapkan, dampak dan efek yang akan didapatkan oleh target audiens sehingga dapat diterapkan dalam kampanye. Menyiapkan *copywriting* yang tepat agar dapat menyesuaikan dengan target sasaran audiens. Pengembangan strategi ini dilakukan untuk menemukan solusi dari permasalahan kampanye agar lebih terstruktur.

3.2.3 Ideas

Tahap ketiga, penulis menentukan ide dan konsep yang akan diterapkan dalam kampanye. Namun, sebelum itu perlu melewati tahap penyeleksian ide terlebih dahulu. Dalam tahapan ini dibutuhkan riset, analisa, penelitian, pemikiran yang kreatif untuk menciptakan beberapa ide dan konsep visual yang menarik melalui *mindmapping*. Ide dan konsep yang telah matang dan sesuai dengan masalah dan solusi dapat diaplikasikan ke dalam perancangan kampanye.

3.2.4 Design

Tahap keempat, proses menuangkan ide dan konsep yang telah ditentukan ke dalam bentuk visual desain. Pada tahap ini, desainer perlu membuat sketsa terlebih dahulu untuk memberikan gambaran variasi warna,

bentuk, tekstur, *font*, susunan rancangan desain yang akan dibuat. Dalam pembuatan sketsa dibutuhkan beberapa alternatif desain, tujuannya adalah memudahkan dalam menentukan desain terbaik yang akan digunakan. Setelah membuat sketsa kasar, perlu adanya penuangan rancangan desain ke dalam media dengan ukuran dan proporsi yang komprehensif. Hal ini dilakukan agar komposisi, elemen desain, visual, huruf, tipografi, tata letak, dan ilustrasi dapat sesuai dengan media yang digunakan.

3.2.5 Production

Tahap kelima, melakukan eksekusi perancangan desain ke berbagai macam bentuk implementasi media. Diantaranya media digital maupun media cetak, seperti video dan *printing*. Pada tahapan ini, media dapat diuji fungsi dan penggunaannya.

3.2.6 Implementation

Tahap keenam, proses terakhir dari perancangan kampanye, yaitu menerapkan solusi desain yang telah di rancang untuk di tinjau dan evaluasi lebih lanjut efektifitasnya. Selain itu, tahap *implementasi* dilakukan untuk mengetahui kesalahan dan kekurangan terhadap hasil kampanye. Selanjutnya, melakukan revisi apabila ada kesalahan dalam hasil perancangan.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik perancangan yang digunakan penulis dalam penelitian berupa wawancara, FGD, dan kuesioner untuk memahami lebih dalam kebutuhan dan minat audiens terhadap kegiatan olahraga. Teknik pengumpulan data ini dilakukan untuk mendapatkan wawasan yang lebih luas dan mendalam tentang hambatan yang dimiliki mahasiswa dalam berolahraga sehingga perancangan kampanye akan lebih efektif dan relevan dengan target audiens.

3.3.1 In-depth Interview

Penulis melakukan *In-depth Interview* untuk mendapatkan data primer secara langsung dari badan yang ahli dan mengalami secara langsung seperti, psikolog, *personal trainer*, mahasiswa aktif berolahraga, dan mahasiswa umum.

Dengan mengetahui sisi psikologi, emosi, dan kehidupan sosial seseorang, harapannya penulis dapat memahami kondisi, situasi, pandangan yang lebih dalam mengenai perasaan, dan pengalaman yang telah di lalui narasumber. Hasil wawancara tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai dasar dalam perancangan kampanye sehingga kampanye dapat lebih efektif dan relevan dengan target sasaran.

1. Wawancara dengan Psikolog

In-depth interview akan dilakukan kepada Ibu Fiona Valentina Damenik. M.PSI., seorang Psikolog sekaligus konselor di *Student Support* Universitas Multimedia Nusantara. Tujuannya untuk mengetahui lebih dalam sisi psikologi terhadap kebiasaan kurang gerak dari mahasiswa. Informasi yang didapatkan dapat membantu memberikan gambaran kondisi fisik dan mental orang yang kurang berolahraga dalam proses perancangan kampanye.

- a. Berdasarkan yang Saya terima dari WHO, terdapat sekitar 80% remaja dan 27% orang dewasa yang mengalami tidak menjalani aktivitas fisik. Menurut data dari kemenpora 2023, menyatakan bahwa 3.830 remaja dari 34 provinsi yang berbeda di seluruh indonesia intensitasnya rendah dalam menjalani aktivitas fisik. Bagaimana menurut tanggapan kakak?
- b. Orang yang malas bergerak atau jarang berolahraga ada hubungannya tidak sama masalah kejiwaan atau masalah mental pada diri mereka?
- c. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang saya lakukan di kalangan mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara, sebagian besar mahasiswa itu mengalami kondisi fisik malas berolahraga atau kurang gerak hal ini disebabkan karena sebagian besar waktu mereka, yaitu antara 30 menit sampai 2 jam sehari dihabiskan untuk berselancar di sosial media. Bagaimana menurut tanggapan kakak?

- d. Bagaimana caranya memotivasi serta merubah pola pikir mereka yang kecanduan ke hal yang positif contohnya seperti melakukan aktivitas olahraga?
- e. Bagaimana menimbulkan kebiasaan baru dari orang yang sudah kecanduan?
- f. Bagaimana menurut pendapat kakak tentang melakukan Olahraga Lima Menit?

2. Wawancara dengan Personal Trainer

In-depth interview akan dilakukan kepada Nivita yang merupakan seorang *personal trainer* di FIT HUB Indonesia yang telah mendalami bidang ini selama dua tahun. Nivita memiliki *certified* sebagai *Rehab Trainer* dan *Muaythai for Fitness*. Tujuan wawancara ini adalah untuk memahami lebih dalam tujuan, kebutuhan, jenis kegiatan, dan motivasi anak muda dalam berolahraga di kehidupan sehari-hari. Informasi yang didapatkan membantu memenuhi kebutuhan dan keinginan target kampanye dengan tepat.

- a. Rata-rata orang yang Anda latih di *gym* itu berusia berapa? dan apa yang membuat mereka tertarik datang ke *gym*?
- b. Keluhan apa saja yang biasa Anda dapati di *gym* sampai pada akhirnya mereka memutuskan buat olahraga?
- c. Apa yang menjadi tantangan terbesar Anda dalam melatih anak muda di *gym*?
- d. Menurut Anda, sewajarnya olahraga yang normal untuk dilakukan berapa lama?
- e. Menurut Anda, kegiatan olahraga ringan itu seperti apa sih?
- f. Menurut Anda, kegiatan olahraga apa saja yang dapat dikatakan sebagai olahraga ringan?
- g. Menurut Anda, olahraga lima menit itu efektif tidak sih? apa saja kegiatan olahraga yang bisa dilakukan dalam waktu lima menit?

- h. Disela kesibukan dan aktivitas yang dimiliki oleh anak didik Anda, bagaimana cara Anda memotivasi mereka untuk rutin berolahraga?
- i. Apakah ada tips dan trick untuk generasi muda yang jarang/malas berolahraga?
- j. Bagaimana cara membangkitkan minat anak muda untuk olahraga?
- k. Menurut Anda, media seperti apa yang saat ini dibutuhkan bagi remaja yang kurang olahraga?
- l. Kegiatan olahraga seperti apa yang cocok dilakukan oleh mahasiswa yang tidak punya waktu luang dan malas untuk berolahraga?
- m. Apakah olahraga lima menit bisa diterapkan di kalangan anak muda?
- n. Menurut Anda, seberapa penting olahraga untuk diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari?

3. Wawancara dengan Mahasiswa aktif berolahraga

In-depth interview akan dilakukan bersama Devlin Meyer, seorang mahasiswa yang aktif olahraga selama tiga tahun. Tujuannya adalah mendapatkan wawasan dan pengalaman narasumber mengenai kebiasaan, motivasi serta tantangan yang di hadapi dalam melakukan kegiatan olahraga di kehidupan perkuliahan. Tahapan wawancara penulis lakukan untuk meneliti lebih dalam kondisi, perasaan, emosional, pemikiran, dan pandangan individu serta mengidentifikasi apa saja yang kebutuhan yang harus dipenuhi dalam perancangan kampanye. Setiap informasi yang didapatkan memiliki peran yang penting untuk menunjang relevansi, efektifitas dan efisiensi dalam meningkatkan minat individu untuk berolahraga.

- a. Bagaimana awal mula Anda mulai rutin menjalani aktivitas olahraga di kehidupan sehari-hari?
- b. Saat ini Anda melakukan olahraga dimana? Apakah di *gym* atau dirumah? Mulai aktif berolahraga sejak kapan?
- c. Biasanya kegiatan olahraga apa yang sering Anda lakukan?

- d. Apa yang menjadi faktor pendorong Anda untuk berolahraga?
- e. Bentuk kegiatan apa yang biasanya Anda lakukan di *gym*?
- f. Tantangan seperti apa yang membuat Anda terus terdorong untuk melakukan olahraga?
- g. Apakah ada faktor yang menjadi tujuan (*goals*) kamu berolahraga?
- h. Setiap gerakan yang Anda lakukan biasanya berapa lama waktu yang dihabiskan perbagiannya?
- i. Tantangan yang Anda hadapi sebagai mahasiswa saat melakukan aktivitas olahraga?
- j. Waktu yang Anda habiskan perharinya untuk olahraga?
- k. Dampak yang Anda rasakan, bagi tubuh dan mental karena rajin berolahraga?
- l. Bagaimana Anda dapat terus termotivasi untuk berolahraga saat rasa malas, capek, dan bosan datang?
- m. Berapa banyak waktu yang Anda habiskan perminggunya untuk berolahraga?
- n. Seberapa penting peranan olahraga dalam kehidupan sehari-hari Anda dan bagaimana caranya Anda membiasakan diri untuk tetap berolahraga?
- o. Apa yang Anda rasakan dari sebelum dan sesudah aktif melakukan olahraga?
- p. Apa yang Anda rasakan apabila tidak berolahraga?
- q. Berdasarkan kuesioner yang Saya sebarkan pada kalangan mahasiswa, sosial media menjadi salah satu pengaruh yang besar sehingga mahasiswa jadi malas dan kurang gerak. Bagaimana cara membangkitkan keinginan berolahraga disaat banyaknya gangguan seperti ini?
- r. Apakah menurut kamu olahraga lima menit penting untuk dilakukan?
- s. Media apa saja yang membantu kegiatan kamu dalam beolahraga?

- t. Kegiatan apa saja menurut Anda yang bisa diterapkan selama lima menit untuk kalangan anak muda yang malas gerak? Atau olahraga yang bisa dilakukan dirumah tanpa persiapan terlebih dahulu?
- u. Menurut Anda apakah kegiatan olahraga ringan lima menit dapat diaplikasikan untuk kalangan anak muda yang malas berolahraga?

4. Wawancara dengan Mahasiswa Tidak Aktif Olahraga

In-depth interview akan dilakukan bersama Elisia Widya Sandra, seorang mahasiswa yang kurang aktif dalam berolahraga. Tujuannya untuk mengetahui lebih dalam hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam melakukan kegiatan olahraga di kehidupan sehari-hari khususnya kehidupan perkuliahan. Tahapan wawancara penulis lakukan untuk meneliti lebih dalam kondisi, perasaan, emosional, pemikiran, dan pandangan individu serta mengidentifikasi apa saja yang dibutuhkan yang harus di penuhi dalam perancangan kampanye. Setiap informasi yang didapatkan memiliki peran yang penting untuk menunjang relevansi, efektifitas, efesiensi yang dapat mengubah minat individu untuk berolahraga.

- a. Seberapa penting peran olahraga dalam hidup Anda?
- b. Faktor dan kondisi Apa yang membuat Anda jarang berolahraga?
- c. Kapan Anda menyadari bahwa tubuh Anda butuh olahraga?
- d. Apakah Anda memiliki kerabat atau teman yang aktif melakukan aktivitas olahraga?
- e. Bagaimana perasaan Anda melihat orang sekitar yang rajin berolahraga?
- f. Apa yang memotivasi Anda untuk melakukan olahraga?
- g. Apakah Anda merasakan dampak dari jarang atau kurang melakukan olahraga bagi tubuh? Apa saja dampak tersebut?
- h. Adakah media yang dapat membantu atau membangkitkan keinginan Anda untuk olahraga?

- i. Dimana biasanya Anda menemukan informasi berbasis olahraga?
- j. Menurut Anda, apakah penting melakukan olahraga lima menit setiap hari?
- k. Menurut Anda, kampanye olahraga lima menit bisa diterapkan dalam kehidupan perkuliahan Anda saat ini?

3.3.2 Focus Group Discussion

Penulis mengadakan diskusi kelompok untuk mengumpulkan berbagai sudut pandang yang berbeda terkait olahraga ringan lima menit. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan persepsi dan pengalaman dari sekelompok individu yang menjadi target perancangan. *Focus Group Discussion*, diharapkan dapat membantu penulis memahami lebih dalam kebutuhan target sasaran sehingga dalam proses pengerjaan rancangan dapat lebih efektif.

- a. Menurut Anda, olahraga ringan itu seperti apa dan seberapa penting diterapkan dalam kehidupan sehari-hari?
- b. Kapan Anda mulai menyadari olahraga memiliki peranan penting dalam keseharian?
- c. Menurut Anda, apa perbedaan olahraga ringan lima menit, 10 menit, 15 menit, dan satu jam?
- d. Dampak signifikan apa yang Anda rasakan saat berolahraga?
- e. Bagaimana pandangan Anda terhadap minat olahraga dikalangan anak muda saat ini?
- f. Efek apa yang Anda rasakan karena kurang berolahraga?
- g. Kapan terakhir kali Anda berolahraga dan seperti apa pengalaman yang kalian ingat mengenai olahraga?
- h. Bagaimana reaksi orang sekitar saat tau Anda berolahraga dan tidak berolahraga?
- i. Seperti apa bentuk kegiatan olahraga yang menurut Anda mudah untuk diikuti?

- j. Apakah Anda merasa butuh edukasi dan persuasi untuk berolahraga, serta alasannya?
- k. Bagaimana respon dan apa yang ada di benak Anda saat mendengar kampanye olahraga selama lima menit?
- l. Apakah Anda tertarik untuk mengikuti kampanye lima menit ini? dan mau melakukan olahraga jika waktunya hanya lima menit?

3.3.3 Kuesioner

Penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada 89 orang mahasiswa di wilayah Banten dan difokuskan pada responden berusia 18-22 tahun untuk mendapatkan insight mengenai pemahaman, dampak, tantangan yang dihadapi target dalam melakukan kegiatan olahraga di kehidupan perkuliahan. Penentuan jumlah responden didasari pada kebutuhan kuesioner sebagai data primer.

- 1) Jenis Kelamin
- 2) Usia
- 3) SES Pengeluaran perbulan (terdiri dari biaya makan, gaya hidup, tempat tinggal beserta biaya akademik dan berbagai kebutuhan hidup lainnya)
- 4) Domisili
- 5) Kesibukan sebagai mahasiswa
- 6) Apa penyebab Anda kurang Olahraga?
- 7) Dampak yang Anda rasakan dari kurang olahraga?
- 8) Resiko yang bisa ditimbulkan dari kurang olahraga adalah meningkatnya berat badan, metabolisme tubuh melemah, insomnia, mudah lelah dan sakit. Setelah mendengar hal tersebut apa Anda merasa butuh melakukan olahraga ringan?
- 9) Apa Anda merasa butuh motivasi dan dorongan untuk melakukan olahraga ringan?
- 10) Bagaimana Anda mengakses informasi dalam kehidupan sehari-hari?

- 11) Berapa lama waktu yang anda habiskan dalam mengakses jejaring sosial dalam sehari?
- 12) Melalui apa Anda mendengar tentang olahraga ringan?
- 13) Media apa yang menurut Anda cocok untuk memotivasi/mendorong kegiatan olahraga? Alasan menjawab demikian?
- 14) Berapa lama waktu yang sekiranya bisa Anda habiskan dalam sekali penggunaan media tersebut? (1 kali tonton bisa berapa lama/1 kali baca)
- 15) Menurut Anda, disela kesibukan saat ini olahraga ringan bisa dilakukan dimana?
- 16) Alasan menjawab demikian?
- 17) Menurut Anda, kegiatan olahraga apa yang bisa dilakukan di dalam rumah?
- 18) Media yang sering Anda akses?
- 19) Bagaimana minat Anda terhadap video olahraga ringan?
- 20) Menurut Anda, apakah media yang mendorong Anda untuk melakukan olahraga ringan sulit ditemukan?
- 21) Menurut Kamu, faktor apa yang membuat sebuah media pembelajaran menarik untuk diamati dan diikuti?

