

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Penulis menggunakan tiga aspek utama yang menjadi dasar pertimbangan subjek perancangan, yaitu demografis, geografis, dan psikografis. Aspek demografis mencakup karakteristik populasi seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan tingkat pendidikan yang berpengaruh terhadap perancangan. Sementara itu, aspek geografis berkaitan dengan lokasi, lingkungan, serta kondisi wilayah yang dapat memengaruhi kebutuhan dan preferensi target pengguna. Selain itu, aspek psikografis memperhatikan gaya hidup, minat, serta nilai-nilai yang dianut oleh individu atau kelompok, sehingga perancangan dapat lebih relevan dan sesuai dengan perilaku serta keinginan target audiens.

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
- b. Usia: 15–27 tahun

Berdasarkan hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas, 2018), sebanyak 56,4% remaja berusia 15-19 tahun di Indonesia mengonsumsi minuman manis lebih dari satu kali per hari (Wiradiyanti, 2023, h. 5368). Selain itu, Riskesdas juga mencatat bahwa prevalensi diabetes tipe 2 pada kelompok usia 15-24 tahun telah meningkat hingga 1,5% dalam dekade terakhir (Riskesdas, 2018, h. 130). Dengan mempertimbangkan bahwa Generasi Z mencakup individu yang lahir antara 1997-2012, yang saat ini berusia sekitar 13-27 tahun, maka rentang usia 15-27 tahun menjadi target yang relevan. Pemilihan kelompok usia ini didasarkan pada tingginya konsumsi minuman manis di kalangan remaja dan dewasa muda serta meningkatnya risiko diabetes tipe 2 dalam kelompok ini.
Pendidikan: SMA, D3, S1

c. Ekonomi: SES B-A

Kelompok dengan status sosial ekonomi (SES) yang lebih tinggi cenderung memiliki daya beli yang lebih besar, sehingga memiliki kemampuan untuk membeli dan mengonsumsi minuman manis secara lebih rutin. Sementara itu, kelompok dengan SES lebih rendah, lebih selektif dalam pengeluaran mereka karena keterbatasan anggaran, sehingga konsumsi minuman manis tidak menjadi prioritas. (Daeli & Nurwahyuni, 2019, h.14)

2. Geografis

Area Jabodetabek.

Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) per 31 Desember 2021, jumlah penduduk Generasi Z yang berusia 10–24 tahun mencapai 68.662.815 jiwa. Dari total tersebut, populasi Generasi Z terbanyak terdapat di Provinsi Jawa Barat, yaitu sebanyak 11.886.058 jiwa.

3. Psikografis

- a. Dewasa muda yang aktif di sosial media, sering menggunakan media digital untuk hiburan dan informasi.
- b. Dewasa muda yang mengetahui resiko diabetes tipe 2 tapi tetap mengonsumsi minuman manis.
- c. Dewasa muda yang memiliki kebiasaan konsumsi minuman manis.
- d. Dewasa muda yang tertarik dengan makanan dan minuman yang trend.
- e. Dewasa muda yang cenderung acuh tak acuh terhadap kesehatan.
- f. Dewasa muda yang mulai menghadapi banyak pekerjaan.
- g. Dewasa muda yang banyak beraktivitas.
- h. Dewasa muda yang aktif bersosialisasi dan terbuka.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Penulis menerapkan metode perancangan *The Project Process* yang dikemukakan oleh Robin Landa (2010). Metode ini mencakup enam fase utama, yaitu *overview, strategy, ideas, design, production, dan implementation*, yang berperan sebagai panduan sistematis dalam mengembangkan konsep kampanye. Setiap tahap membantu memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki daya tarik emosional dan relevansi yang kuat bagi target audiens.

Selain itu, penulis menggunakan pendekatan kampanye *Ideological or Cause-Oriented Campaigns* yang dikemukakan oleh Charles U. Larson dalam bukunya *Persuasion: Reception and Responsibility* (1973). Metode ini menitikberatkan pada perubahan pola pikir dan perilaku audiens terhadap isu sosial atau kesehatan. Kampanye ini tidak hanya berfungsi sebagai media edukasi, tetapi juga bertujuan membangun kesadaran yang mendalam serta mendorong partisipasi aktif dari audiens dalam menciptakan perubahan yang positif dan berkelanjutan.

3.2.1 Overview

Pada tahap ini, dilakukan pengumpulan informasi awal untuk memahami kebutuhan proyek, target audiens, serta tujuan desain. Penulis melakukan riset mengenai latar belakang proyek untuk memastikan bahwa desain yang dikembangkan memiliki dasar yang kuat. Riset yang dilakukan melalui metode kuantitatif dan juga kualitatif. Metode kuantitatif meliputi kuesioner, sedangkan metode kualitatif meliputi wawancara, FGD (*focus group discussion*), studi eksisting, dan juga studi referensi.

3.2.2 Strategy

Tahap strategi bertujuan untuk melakukan analisis data dari fase sebelumnya guna merumuskan pendekatan desain. Dalam tahap ini, penulis mengidentifikasi permasalahan utama, memahami kebutuhan serta preferensi target audiens, dan menyusun strategi komunikasi visual yang tepat sasaran. Proses ini dilakukan dengan pendekatan berbasis data, yang diperoleh melalui

berbagai metode seperti wawancara mendalam, diskusi kelompok terarah (FGD), penyebaran kuesioner, studi referensi dari penelitian terdahulu, serta analisis terhadap kampanye atau desain eksisting yang memiliki relevansi dengan topik penelitian.

3.2.3 Ideas

Pada tahap *ideas*, penulis mengeksplorasi berbagai konsep visual dan narasi kampanye. *Brainstorming* ide dilakukan untuk menentukan pendekatan komunikasi dengan menggunakan visual, ilustrasi, atau *storytelling* yang *relatable* bagi Generasi Z. Konsep kreatif ini juga mempertimbangkan elemen interaktif agar kampanye tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mendorong partisipasi audiens.

3.2.4 Design

Konsep yang telah dipilih kemudian dikembangkan menjadi rancangan desain kampanye media digital. Pada tahap ini, elemen visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, serta tata letak ditata agar sesuai dengan gaya komunikasi Generasi Z. Desain yang dihasilkan dirancang dengan visual yang tepat, informatif, dan mampu menyampaikan pesan dengan jelas.

3.2.5 Production

Pada tahap ini, rancangan desain yang telah dikembangkan mulai diproduksi dengan mempertimbangkan aspek teknis dan kualitas visual. Proses ini mencakup finalisasi elemen desain seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak agar sesuai dengan strategi kampanye. Setelah desain selesai, dilakukan evaluasi untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap jelas sebelum memasuki tahap implementasi.

3.2.6 Implementation

Pada tahap ini, desain kampanye media digital dipublikasikan melalui platform Instagram. Pemilihan Instagram sebagai media utama didasarkan pada tingginya jumlah pengguna Generasi Z serta efektivitas

platform ini dalam menyebarkan informasi secara visual. Testing berupa pengunggahan kampanye ke *feed* dan *stories* dengan format yang dilengkapi dengan caption yang informatif agar pesan kampanye dapat tersampaikan dengan jelas kepada audiens.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Pada tahapan teknik dan prosedur perancangan, penulis menggunakan berbagai teknik dan prosedur perancangan, seperti wawancara, diskusi kelompok terfokus (FGD), kuesioner, studi eksisting, dan studi referensi. Teknik-teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data serta masukan yang relevan guna memahami kebutuhan dan permasalahan target audiens. Informasi yang diperoleh dari proses ini menjadi dasar pertimbangan dalam merancang konsep yang sesuai, sehingga hasil perancangan dapat lebih tepat sasaran dalam memenuhi tujuan yang telah ditetapkan.

3.3.1 Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis yang dirancang untuk mengumpulkan data secara sistematis dari responden. Menurut Sugiyono (2017), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarkan kepada target utama, yaitu Generasi Z berusia 15–27 tahun, dengan tujuan memperoleh data mengenai kebiasaan serta faktor yang memengaruhi pola konsumsi minuman manis. Selain itu, kuesioner juga diberikan kepada target sekunder, yaitu individu berusia di atas 27 tahun, guna memperoleh wawasan tambahan terkait kebiasaan konsumsi serta tingkat pemahaman terhadap dampak konsumsi minuman manis yang berlebihan.

Tabel 3.1 Pertanyaan Data Personal Responden

BAGIAN 1		Data Personal Responden	
No.	Pertanyaan	Model Jawaban	Pilihan Jawaban
1.	Jenis Kelamin Anda	<i>Multiple choices (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki • Perempuan
2.	Usia Anda	<i>Multiple choices (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 15-18 tahun • 19-22 tahun • 23-27 tahun • >27 tahun
3.	Domisili Anda	<i>Multiple choices (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Jabodetabek • Luar Jabodetabek
4.	Apakah anda mengonsumsi minuman manis?	<i>Multiple choices (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak (lanjut ke <i>section</i> dkv)

Penulis menyusun tabel ini untuk mengumpulkan data demografis responden sebagai dasar analisis dalam penelitian. Informasi mengenai jenis kelamin, usia, dan domisili digunakan untuk memahami karakteristik audiens, sementara pertanyaan terkait konsumsi minuman manis membantu mengidentifikasi kebiasaan konsumsi responden.

Tabel 3.2 Pertanyaan Konsumsi Manis

BAGIAN 2		Konsumsi Minuman Manis	
5.	Seberapa sering anda mengonsumsi minuman manis dalam seminggu?	<i>Multiple choices (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Setiap hari • 4-6 kali seminggu • 1-3 kali seminggu • Tidak pernah
6.	Berapa rata-rata pengeluaran anda untuk membeli minuman manis dalam seminggu?	<i>Multiple choices (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kurang dari Rp 50.000 • Rp 50.000 – Rp 100.000 • Rp 100.000 – Rp 200.000 • Rp 200.000 – Rp 500.000 • Lebih dari Rp 500.000
7.	Jenis minuman manis yang paling sering anda konsumsi?	<i>Checkbox (multiple answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Teh manis • Soda • Kopi dengan tambahan gula/ susu • Minuman boba • Matcha • Jus kemasan • Minuman berenergi • Lainnya: _____

8.	Apa alasan utama anda mengonsumsi minuman manis?	<i>Checkbox (multiple answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Rasanya enak • Membuat tenggorokan terasa segar • Kebiasaan sehari-hari • Pengaruh social/tren • Mudah didapat • Harga terjangkau
9.	Kapan biasanya anda mengonsumsi minuman manis?	<i>Checkbox (multiple answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Saat bekerja • Saat rekreasi • Saat berkumpul dengan teman atau keluarga • Setelah berolahraga • Saat makan • Lainnya: _____

Tabel ini disusun untuk memahami pola konsumsi minuman manis di kalangan responden, termasuk frekuensi konsumsi, pengeluaran, jenis minuman yang dikonsumsi, serta alasan dan waktu konsumsi. Dengan menggunakan metode *multiple choice (single answer)* dan *checkbox (multiple answer)*, data yang diperoleh lebih terstruktur dan memungkinkan analisis yang lebih mendalam. Informasi mengenai seberapa sering dan berapa besar pengeluaran untuk minuman manis memberikan gambaran tentang kebiasaan konsumsi, sedangkan jenis minuman yang dikonsumsi serta alasan dan waktu konsumsi membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan responden dalam mengonsumsi minuman manis.

Tabel 3.3 Pertanyaan Kesadaran Terhadap Resiko Diabetes

BAGIAN 3		Kesadaran Terhadap Resiko Diabetes	
10.	Apakah anda mengetahui bahwa konsumsi gula berlebih dapat meningkatkan resiko diabetes melitus tipe 2?	<i>Multiple choices (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Mungkin • Tidak
11.	Darimana anda mendapatkan informasi terkait bahaya konsumsi minuman manis berlebih?	<i>Checkbox (multiple answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Media sosial (Instagram, Tiktok, Youtube, dll) • Kampanye dari pemerintah • Keluarga/teman • Artikel atau berita online • Tidak pernah mendapatkan informasi
12.	Menurut anda seberapa besar resiko terkena diabetes melitus tipe 2 akibat minuman manis secara berlebihan	Likert	<ul style="list-style-type: none"> • Sangat Besar • Besar • Netral • Kecil • Sangat Kecil

13.	Meskipun mengetahui risikonya, apakah anda tetap mengonsumsi minuman manis secara rutin? Apa yang anda rasakan?	<i>Multiple choices (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Saya merasa asupan minuman manis saya normal dan tidak berlebihan • Saya merasa asupan minuman manis saya sedikit di atas batas normal • Saya merasa sering mengonsumsi minuman manis tapi belum berlebihan • Saya menyadari bahwa saya mengonsumsi minuman manis secara berlebihan • Saya tidak memperhatikan jumlah asupan minuman manis saya
-----	---	---	---

Tabel ini disusun untuk mengukur tingkat kesadaran responden terhadap risiko diabetes melitus tipe 2 akibat konsumsi minuman manis berlebihan. Pertanyaan dalam bagian ini mencakup pengetahuan responden mengenai risiko diabetes, sumber informasi yang mereka peroleh, persepsi terhadap tingkat risiko, serta kebiasaan konsumsi minuman manis meskipun mengetahui dampaknya.

Penggunaan metode *multiple choice (single answer)*, *checkbox (multiple answer)*, dan skala likert memungkinkan analisis yang lebih mendalam terkait pola pikir dan sikap responden terhadap konsumsi gula. Data yang

diperoleh dapat membantu memahami apakah masih terdapat kurangnya kesadaran atau kepedulian terhadap bahaya diabetes, serta faktor apa yang paling memengaruhi pola konsumsi minuman manis.

Tabel 3.4 Pertanyaan Penggunaan dan Penerapan Media

BAGIAN 4		Penggunaan dan Penerapan Media Serta Informasi yang Diperoleh	
14.	Media apa yang paling sering anda akses sehari-hari?	<i>Checkbox (multiple answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram • Tiktok • Youtube • Twitter • Facebook • Website • TV • Koran • Brosur • Poster • Majalah
15.	Dimana anda mencari informasi yang terpercaya?	<i>Multiple choices (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Media sosial (Instagram, TikTok, Twitter, Facebook, dll) • Internet (website, jurnal, blog, artikel) • Teman/ kolega • Keluarga • Buku atau jurnal ilmiah • Berita TV

			<ul style="list-style-type: none"> • Media cetak (poster, majalah, brosur, koran, dll)
16.	Berapa lama durasi anda mengakses media tersebut untuk mendapatkan informasi terpercaya?	<i>Multiple choices (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • < 30 menit • 30 menit – 1 jam • 1 – 2 jam • 2 – 4 jam • > 4 jam
17.	Bagaimana anda menentukan informasi yang anda dapat adalah informasi terpercaya?	<i>Checkbox (multiple answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sumber berasal dari lembaga resmi • Informasi didukung oleh data atau referensi valid • Disajikan dengan desain yang professional dan tertata rapi • Lainnya: ____
18.	Apakah anda pernah mendapat informasi terkait diabetes melitus tipe 2?	<i>Multiple choices (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pernah • Tidak pernah
19.	Apa yang anda ketahui tentang diabetes melitus tipe 2? (Penyebab, dampak, pencegahan atau semacamnya. Apabila tidak tahu silakan tulis -)	<i>Long answer text</i>	<ul style="list-style-type: none"> • _____

20.	Apa yang anda lakukan setelah mendapat informasi tentang diabetes melitus tipe 2?	<i>Multiple choices (single answer)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak melakukan perubahan apapun • Mulai lebih memperhatikan dan mempertimbangkan konsumsi gula • Mengurangi atau membatasi konsumsi gula • Mencari lebih banyak informasi terkait pencegahan diabetes • Berkonsultasi dengan tenaga medis atau ahli Kesehatan • Membagikan informasi kepada keluarga atau teman
21.	Saya merasa kampanye kesehatan dapat memengaruhi keputusan saya dalam mengurangi konsumsi minuman manis	Likert	<ul style="list-style-type: none"> • Sangat berpengaruh • Cukup berpengaruh • Netral • Kurang berpengaruh • Tidak berpengaruh sama sekali

Bagian ini dirancang untuk menganalisis kebiasaan responden dalam mengakses media serta bagaimana responden memperoleh dan memverifikasi informasi yang terpercaya. Pertanyaan mencakup media yang paling sering digunakan, sumber informasi yang dianggap kredibel, durasi akses, serta kriteria dalam menentukan keakuratan informasi.

Selain itu, tabel ini juga menggali kesadaran responden terhadap diabetes melitus tipe 2, termasuk apakah responden pernah mendapatkan informasi terkait, sejauh mana pemahaman mereka, serta tindakan yang dilakukan setelah menerima informasi tersebut. Penggunaan *multiple choice*, *checkbox*, skala likert, dan *open-ended questions* memungkinkan pengumpulan data yang lebih komprehensif.

Hasil dari bagian ini dapat memberikan gambaran mengenai platform yang paling efektif dalam menyampaikan kampanye kesehatan, preferensi audiens dalam memperoleh informasi, serta sejauh mana kampanye dapat memengaruhi perubahan perilaku dalam mengurangi konsumsi minuman manis.

3.3.2 Wawancara

Menurut Black dan Champion (1976), wawancara merupakan bentuk komunikasi verbal yang bertujuan untuk memperoleh informasi dari salah satu pihak. Sementara itu, Stewart dan Cash (2000) memberikan definisi yang lebih spesifik, yakni wawancara adalah proses komunikasi interaktif antara dua pihak, di mana setidaknya satu pihak memiliki tujuan yang jelas dan penting, serta biasanya dilakukan dalam bentuk tanya jawab (Devi dkk, 2022, h. 66).

1. Wawancara kepada Dokter Spesialis Endokrin

Dalam perancangan ini, penulis mewawancarai dokter endokrin untuk memperoleh informasi yang akurat dan mendalam mengenai isu kesehatan yang berkaitan dengan metabolisme, diabetes, serta dampak konsumsi gula terhadap tubuh. Wawancara ini bertujuan untuk memahami perspektif medis mengenai permasalahan yang diangkat, sehingga data yang diperoleh dapat menjadi landasan yang kuat dalam perancangan. Dengan mendapatkan wawasan langsung dari ahli di bidang endokrinologi, penulis dapat memastikan bahwa konsep yang dikembangkan relevan, berbasis fakta, dan sesuai dengan kebutuhan target audiens.

- a. Selamat sore, Dok. Perkenalkan, saya Andrea Jocelyn, mahasiswi DKV tingkat akhir. Saat ini, saya sedang mengerjakan tugas akhir dengan topik Dampak Konsumsi Minuman Manis Berlebih terhadap Risiko Diabetes Melitus Tipe 2. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk wawancara ini. Sebelum kita mulai, bolehkah saya tahu bagaimana kabar dokter hari ini?
- b. Saat ini saya sedang mewawancarai dokter I Gusti Ngurah Adhiarta SpPD-KEMD, FINASIM. Apakah betul dok?
- c. Sejak kapan dokter mulai menekuni bidang endokrinologi?
- d. Saya sendiri sudah mencari pengertian diabetes melitus adalah Diabetes Tipe 2 adalah jenis diabetes melitus yang terjadi akibat resistensi insulin, di mana tubuh masih memproduksi insulin tetapi tidak dapat menggunakannya secara efektif. Kondisi ini sering dikaitkan dengan faktor gaya hidup seperti pola makan dan minum tidak sehat, kurang aktivitas fisik, dan obesitas. Apakah ada tambahan dari dokter?
- e. Apa saja gejala yang dialami oleh seorang penderita diabetes melitus?

- f. Dari pengalaman dokter, apakah jumlah pasien diabetes tipe 2 meningkat dalam beberapa tahun terakhir?
- g. Kalau boleh tahu, range usia penderita diabetes melitus yang sering dokter jumpai di usia berapa?
- h. Mereka berkonsultasi biasanya saat di fase apa? Sedang parah-parahnya, atau hanya sekedar medical check-up saja dok?
- i. Saya tertarik mengangkat topik diabetes melitus tipe 2 karena prevalensinya yang terus meningkat, terutama di Indonesia. Salah satu faktor penyebabnya adalah konsumsi minuman manis dengan kandungan gula berlebih, yang kini telah menjadi tren sosial dan kebiasaan di masyarakat, khususnya di kalangan Generasi Z. Menurut Dokter, mengapa konsumsi minuman manis sering dikaitkan dengan peningkatan kasus diabetes?
- j. Bagaimana mekanisme tubuh dalam memproses gula dari minuman manis?
- k. Apa dampak jangka pendek dan jangka panjang dari konsumsi minuman manis berlebih terhadap kadar gula darah?
- l. Apakah ada perbedaan efek antara gula alami (misalnya dari buah) dan gula tambahan dalam minuman kemasan?
- m. Apakah ada jumlah konsumsi gula harian yang masih dianggap aman? Berapa jumlah kadar gula yang dianggap tidak aman?
- n. Apakah konsumsi minuman manis dalam jumlah sedikit tetapi rutin tetap berisiko menyebabkan diabetes?
- o. Bagaimana dengan minuman berlabel 'rendah gula' atau 'bebas gula'? Apakah tetap berisiko?
- p. Apa yang bisa dilakukan Generasi Z untuk mengurangi ketergantungan terhadap minuman manis? Karena banyak dari kalangan muda yang susah untuk lepas dari konsumsi minuman manis berlebih

- q. Seberapa penting peran edukasi dalam mengurangi kebiasaan konsumsi minuman manis, tebutam di kalangan anak muda?
- r. Terima kasih banyak, Dok, atas penjelasannya. Kalau dokter sendiri apakah pernah merasakan minuman manis? Menurut dokter, bagaimana sih sensasi dari minuman manis itu?
- s. Sebelum kita akhiri, apakah ada pesan tambahan untuk generasi z mengenai dampak konsumsi minuman manis?

2. Wawancara kepada Penderita Diabetes Tipe 2

Dalam perancangan ini, penulis mewawancarai penderita diabetes tipe 2 dari generasi Z untuk memahami pengalaman langsung penderita dalam menghadapi penyakit ini. Wawancara ini bertujuan untuk menggali bagaimana pola hidup, kebiasaan konsumsi, serta tantangan yang penderita hadapi dalam mengelola kadar gula darah. Dengan mendapatkan perspektif langsung dari penderita, penulis dapat memperoleh insight yang lebih mendalam mengenai kesadaran, kekhawatiran, serta kebutuhan terkait informasi dan solusi kesehatan.

- a. Selamat pagi/siang/sore saudari/saudara. Perkenalkan, saya Andrea Jocelyn, mahasiswi DKV tingkat akhir. Saat ini, saya sedang mengerjakan tugas akhir dengan topik Dampak Konsumsi Minuman Manis Berlebih terhadap Risiko Diabetes Melitus Tipe 2. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk wawancara ini. Sebelum kita mulai, saya ingin meminta maaf apabila ada pertanyaan yang kurang berkenan selama wawancara ini berlangsung.
- b. Sebelumnya terima kasih sudah bersedia berbagi pengalaman. Bisa tolong perkenalkan diri? (Nama, usia, dan aktivitas saat ini)
- c. Sejak kapan Anda didiagnosis menderita diabetes melitus tipe 2?
- d. Bagaimana reaksi Anda saat pertama kali mengetahui bahwa Anda mengidap diabetes?

- e. Sebelum didiagnosis, seberapa sering Anda mengonsumsi minuman manis, seperti boba, kopi susu, soda, atau minuman kemasan?
- f. Apa gejala awal yang Anda alami saat didiagnosis terkena diabetes melitus tipe 2?
- g. Setelah didiagnosis, bagaimana perubahan pola makan dan minum Anda?
- h. Bagaimana cara Anda mengontrol asupan gula dalam kehidupan sehari-hari?
- i. Apa tantangan terbesar dalam mengubah kebiasaan konsumsi minuman manis setelah didiagnosis diabetes?
- j. Bagaimana diabetes memengaruhi aktivitas dan kehidupan sehari-hari Anda?
- k. Adakah perubahan dalam pola olahraga atau aktivitas fisik setelah didiagnosis?
- l. Jika bisa kembali ke masa sebelum diagnosis, apakah Anda sempat mencari informasi sendiri atau mempercayakan sepenuhnya informasi dokter? apakah ada kebiasaan yang ingin Anda ubah?
- m. Terima kasih banyak atas waktunya. Sebelum kita akhiri, apakah ada pesan tambahan yang ingin Anda sampaikan kepada Generasi Z agar lebih peduli dengan kesehatan mereka?

3.3.3 Focus Group Discussion

Menurut Bisjoe (2018), *Focus Group Discussion* (FGD) adalah metode pengumpulan data dan informasi kualitatif yang dilakukan secara sistematis melalui diskusi kelompok untuk membahas suatu permasalahan. Sementara itu, Siregar (2018) menekankan bahwa FGD memiliki tiga kata kunci utama, yaitu diskusi, kelompok, serta fokus atau keterarahan dalam pembahasannya (Idris, 2021, h. 89). Dengan menggunakan metode FGD, penulis dapat Dengan menggunakan metode FGD, penulis dapat menggali wawasan lebih mendalam mengenai kebiasaan konsumsi minuman manis di

kalangan Generasi Z. Diskusi kelompok ini memungkinkan penulis untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi, termasuk motivasi, preferensi, serta tingkat kesadaran terhadap risiko kesehatan seperti diabetes tipe 2.

- a. Apa yang pertama kali terlintas di pikiran kalian ketika mendengar kata “diabetes”?
- b. Seberapa banyak kalian mengetahui tentang risiko diabetes dan dampaknya terhadap kesehatan? Saya sempat menyebar kuesioner, ada yang tau infonya, kalau kalian sendiri gimana?
- c. Menurut kalian, apakah generasi Z cukup peduli dengan risiko kesehatan akibat konsumsi gula berlebih? Saat kemarin saya menyebar kuesioner, ada responden yang tidak peduli. Kalau kalian gimana?
- d. Seberapa sering kalian mengonsumsi minuman atau makanan manis dalam sehari? Chance ketemu minuman sama makanan manis dimana aja. Berarti kalian ga ketemu air putih?
- e. Faktor apa yang paling memengaruhi keputusan kalian dalam memilih makanan/minuman (rasa, harga, tren, keluarga, teman, dll.)? Seberapa besar faktor tersebut mempengaruhi kalian?
- f. Apakah kalian pernah mencoba mengurangi konsumsi gula? Jika ya, apa yang memotivasi kalian? Caranya gimana, ngurang-nguragin dulu atau langsung konsumsi?
- g. Apakah kalian pernah melihat himbauan bahaya konsumsi gula? Bentuknya informasi atau kampanye?
- h. Apakah kalian merasa ada cukup edukasi mengenai diabetes dan konsumsi gula yang berlebih di kalangan anak muda?
- i. Apa hambatan terbesar yang kalian hadapi jika ingin mengurangi konsumsi gula? Godaannya seperti apa? Kok bisa tergoda?

- j. Menurut kalian, bagaimana cara paling efektif untuk meningkatkan kesadaran generasi Z tentang risiko diabetes?
- k. Jika ada produk atau kampanye yang bertujuan membantu generasi Z mengontrol konsumsi gula, seperti apa yang kalian harapkan?

3.3.4 Studi Eksisting

Dalam tahap studi eksisting, penulis akan meneliti beberapa kampanye yang telah dilakukan sebelumnya terkait konsumsi minuman manis berlebih dan kaitannya dengan risiko diabetes tipe 2. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis kelebihan, kekurangan, peluang, dan tantangan dari kampanye digital yang sudah ada (*SWOT*). Melalui studi ini, penulis dapat memahami pendekatan yang telah diterapkan, menilai efektivitasnya, serta mengidentifikasi aspek yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Hasil analisis ini akan menjadi dasar dalam merancang kampanye yang lebih relevan, inovatif, dan sesuai dengan karakteristik target audiens. Penulis menggunakan studi eksisting dari kampanye yang sudah ada, yakni #30HariTanpaMinumanManis dan juga #Hands4Diabetes

3.3.5 Studi Referensi

Pada tahapan studi referensi, penelitian dilakukan terhadap media serupa yang menggunakan kampanye berbasis media digital. Proses ini mencakup pencarian dan analisis berbagai media digital yang relevan dengan topik konsumsi minuman manis berlebih sebagai faktor risiko diabetes tipe 2. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi variasi gaya desain, elemen visual, serta pendekatan komunikasi yang digunakan, sehingga dapat dijadikan referensi dalam merancang kampanye yang sesuai dengan karakteristik target audiens. Selain itu, penulis juga merujuk pada berbagai teori dan literatur yang telah ada sebagai dasar pendekatan ilmiah guna memperkuat konsep perancangan. Penulis menggunakan referensi video youtube dari *channel* “Satu Persen – Indonesian Life School” yang berjudul “Bahaya Gula: Cara Gula Menghancurkan Hidup Lo dan Dunia”. Kemudian penulis juga mencari

referensi dari media sosial SCOPH CIMSA Indonesia, sebuah *non-governmental organization* yang kerap membagikan informasi seputar kesehatan, termasuk diabetes tipe 2.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA