

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Subjek perancangan untuk perancangan kampanye interaktif mengenai dampak “*fast food*” pada peningkatan berat badan di kalangan remaja DKI Jakarta adalah sebagai berikut:

1. Demografis

- a. Usia : 15–18 tahun
- b. Pendidikan : SMA
- c. SES : B-C

Fadli & Widyastuti (2022) mendeskripsikan cakupan umur 15–18 tahun sebagai fase remaja akhir. Individu dengan SES rendah menengah ke bawah lebih mengutamakan perolehan gizi yang cukup daripada nilai gizi dari makanan mereka, yang pada akhirnya lebih mengutamakan rasa kenyang, dan kemudian mengonsumsi makanan rendah gizi tetapi berkalori tinggi (Anyanwu et al., 2022).

2. Geografis

a. DKI Jakarta

Sejumlah 45,7% remaja usia 15 tahun ke atas di Provinsi DKI Jakarta mengalami obesitas. Temuan ini menempatkan DKI Jakarta sebagai provinsi dengan tingkat obesitas sentral tertinggi di kalangan remaja di Indonesia. (BKPK Kemenkes, 2023). Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Aminatyas (2021) dalam demografi DKI Jakarta dimana responden yang paling banyak mengonsumsi *fast food* berada dalam cakupan usia 15-18 tahun. Remaja dalam rentang umur 15-18 sebagai remaja fase akhir banyak mengalami perubahan fisik, psikologis, dan sosial dengan kebutuhan nutrisi yang meningkat karena berada dalam fase pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat

dibanding kelompok usia sebelumnya. (Niara & Pertiwi, 2022; Ayosehat.kemkes.go.id, n.d.). Berbagai faktor ini khususnya membuat remaja lebih sensitif terhadap masalah gizi yang membuatnya rentan terhadap obesitas (Niara & Pertiwi, 2022).

3. Psikografis

a. Sikap

- i. Konsumtif
- ii. Ingin serba cepat
- iii. Tidak mempedulikan dampak kesehatan

b. Gaya Hidup

- i. Konsumsi sosial media yang tinggi
- ii. Memiliki kegiatan yang padat
- iii. Gemar makan diluar rumah

3.2 Metodologi Perancangan

Landa (2014, h.14-21) mengusulkan taksonomi enam tahap desain kampanye dalam bukunya berjudul *Advertising by Design* yang mencakup *overview, strategy, ideas, design, production, dan implementation*.

3.2.1 Overview

Tahap awal diawali dengan penentuan target remaja sebagai target audiens melalui pembagian segmentasi dengan pengumpulan data yang relevan untuk memahami mengidentifikasi permasalahan terkait *fast food*. Penulis mengintegrasikan teknik pengumpulan data kuesioner sebagai metode kuantitatif dan wawancara ahli, FGD, dan studi eksisting dan referensi sebagai metode kualitatif.

3.2.2 Strategy

Penulis menyusun strategi solusi desain yang menjadi dasar perancangan konsep dan ide kampanye yang akan dirancang. Penyusunan

strategi dilakukan dengan melakukan analisis SWOT dari kampanye, mengidentifikasi target dan membuat user *persona*. Adapun penentuan *brand mandatory* dan pembuatan *creative brief* untuk memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai tujuan penyampaian pesan kampanye.

3.2.3 Ideas

Penulis menggunakan strategi yang diperoleh dengan melakukan *mindmapping* untuk menemukan *keyword* yang sesuai untuk dikembangkan menjadi *big idea* kampanye. Penulis kemudian menentukan *tone of voice* dan nama dan *tagline* kampanye sebelum akhirnya menentukan nama kampanye yaitu “*its redirection, not restriction*” yang dikembangkan dari *big idea* dan *tone of voice* dari tahap ini.

3.2.4 Design

Penulis kemudian melakukan perancangan aset visual kampanye yang sesuai dengan ide dan referensi yang telah ditentukan yang mencakup perancangan logo, aset fotografi, *supergraphic*, dan *copywriting*.

3.2.5 Production

Penulis juga merancang *microsite* sebagai media utama kampanye yang disusun berdasarkan *flowchart*, *wireframe*, *user journey*, dan *user interface* dengan *user experience* yang sudah direncanakan. Hasil visualisasi desain yang telah disetujui kemudian dikembangkan dan diimplementasikan menjadi solusi desain dalam tahapan *search* dalam penerimaan informasi paling dominan dalam kampanye. Adapun beberapa media sekunder yang dibuat sebagai media pendukung pelaksanaan kampanye.

3.2.6 Implementation

Beberapa hasil akhir desain kemudian diimplementasikan dalam bentuk *mockup* (untuk media fisik atau digital) dan *prototype* (untuk media interaktif) yang mendekati hasil akhir. Hasil *prototype* ini kemudian

dipublikasi untuk dievaluasi oleh masyarakat, khususnya kalangan remaja sebagai target sasaran dalam menilai pencapaian tujuan kampanye.

3.2.7 Test

Tahap *Test* terbagi dalam dua tahap yang meliputi *alpha test* dan *beta test* yang masing-masing berperan dalam mengidentifikasi dan menyempurnakan desain dan fitur *microsite*. Pada *alpha test*, hasil *prototype* diujikan secara umum untuk mengevaluasi kelayakan media. serangkaian evaluasi dilakukan untuk memastikan *user experience* (UX), fungsionalitas media, dan efektivitas penyampaian informasi. Kemudian dilanjutkan dengan tahap *beta test* dimana media yang sudah matang kemudian di evaluasi oleh remaja sebagai target audiens utama untuk mendapatkan *feedback* mengenai pengalaman pengguna, kemudahan akses, keterbacaan informasi, dan daya tarik desain dalam menggunakan media.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Penulis menggunakan teknik perancangan *mixed method*, metode yang menggabungkan metodologi kuantitatif dan kualitatif yang berfungsi untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih komprehensif dan mendalam terhadap suatu fenomena (UNESA, 2024). Proses pengumpulan data meliputi wawancara, kuesioner, dan *focused group discussion*, studi eksisting, dan studi referensi. Pendekatan *mixed methods* digunakan untuk mencapai pemahaman komprehensif mengenai persepsi, kesadaran dan pola perilaku remaja berusia 15–18 tahun di daerah DKI Jakarta terhadap *fast food* dan pola konsumsi mereka di tengah lajunya perkembangan gerai *fast food* di masyarakat. Kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif memungkinkan penulis menganalisa lebih dalam tentang bagaimana remaja merespons keberadaan *fast food*, baik dari aspek psikologis, sosial, maupun pola konsumsi mereka.

Hasil data penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman penulis mengenai dinamika perilaku remaja terkait konsumsi *fast food* sekaligus menjadi

landasan perumusan masalah dalam merancang media intervensi yang efektif dalam mengarahkan kebiasaan konsumsi remaja ke arah yang lebih sehat dan seimbang.

3.3.1 Wawancara

Wawancara masuk ke dalam metode kualitatif yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang bersifat open-ended. Creswell & David Creswell (2023) mendefinisikan wawancara sebagai bentuk komunikasi dua arah yang dapat dilakukan melalui telepon atau tatap muka dengan memberi pertanyaan umum hingga mendalam dengan tujuan untuk memperoleh informasi dan pendapat dari narasumber terhadap suatu permasalahan (h. 20).

Kedua sesi wawancara menggunakan daftar pertanyaan yang sama dengan tujuan memperoleh perspektif yang berbeda dari kedua narasumber ahli terkait fenomena konsumsi *fast food* pada remaja yang kerap berdampak pada peningkatan prevalensi obesitas di DKI Jakarta. Pendekatan ini diharapkan dapat menghasilkan berbagai pandangan yang lebih luas sehingga dapat memperkaya analisis dan mengidentifikasi pola atau perbedaan dalam memahami topik yang diteliti. Selain itu, metode ini bertujuan untuk meningkatkan validitas temuan penelitian dengan membandingkan perspektif dari individu dengan latar belakang keahlian yang berbeda-beda.

3.3.1.1 Narasumber wawancara

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan narasumber ahli di bidang gizi seperti profesi ahli gizi dan dokter umum. Pelaksanaan wawancara diharapkan dapat memfasilitasi perolehan data dan pengetahuan sehingga menjadi acuan dalam pengembangan media yang efektif bagi kalangan remaja. Tahap pelaksanaan wawancara ahli dilakukan secara tatap muka maupun daring.

1. Wawancara Dokter Umum, dr. Beny Gunawan, SpOG

Wawancara pertama dilakukan dengan dr. Beny Gunawan, SpOG, seorang dokter umum yang sekarang berprofesi sebagai dokter spesialis Obstetri dan Ginekologi di RSP Goenawan Partowidigdo, Bogor. Sesi wawancara dilakukan secara daring pada hari Sabtu, 22 Februari 2025 pada pukul 13.30 WIB. Penulis menanyakan seputar fenomena peningkatan jumlah pengidap obesitas sentral di kalangan umur 15 ke atas akibat tren konsumsi *fast food* pada remaja, faktor utama terjadinya fenomena tersebut, perilaku remaja terhadap tren tersebut, hingga upaya-upaya preventif yang dapat dilakukan remaja dalam mengurangi konsumsi *fast food*.

2. Wawancara Spesialis Gizi Klinik dr. Elia Indrianingsih, SpGK

Wawancara kedua dilakukan dengan dr. Elia Indrianingsih, SpGK, seorang dokter Spesialis Gizi Klinik yang berpraktek di salah satu rumah sakit di BSD. Sesi wawancara dilakukan secara tatap muka pada hari Selasa, 25 Maret 2025 pada pukul 11.00 WIB. Penulis menanyakan seputar informasi *fast food* yang mencakup dampak konsumsi pada remaja, kandungan nutrisi yang paling berperan pada peningkatan berat badan, Batasan konsumsi harian, hingga opini mengenai relevansi data Survey Kesehatan Indonesia terbaru yang sudah diterbitkan di Indonesia.

3.3.1.2 Daftar pertanyaan wawancara

Selama sesi wawancara, penulis mengelompokkan pertanyaan ke dalam lima kategori dengan jumlah dua puluh pertanyaan yang akan diajukan kepada dua sumber ahli yang meliputi:

1. Pertanyaan Pembuka

Penulis membuka topik wawancara dengan mengangkat fenomena peningkatan prevalensi obesitas yang sedang terjadi di masyarakat DKI Jakarta berdasarkan data SKI 2023. Sambil

menelusuri faktor yang berkontribusi pada peningkatan obesitas di Indonesia dengan mengidentifikasi penyebab utama obesitas secara umum, penulis mengerucutkan pertanyaan secara bertahap pada sejauh mana konsumsi *fast food* berkontribusi pada permasalahan tersebut.

- a. Apa pendapat anda mengenai obesitas di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir?
- b. Seberapa besar peran pola makan dalam meningkatnya angka obesitas??
- c. Berdasarkan Survey Kesehatan Indonesia (SKI) 2023 oleh kemenkes, kota DKI jakarta menempati posisi pertama dengan tingkat prevalensi obesitas sentral sebanyak 45,7% di kalangan umur 15 tahun ke atas. Menurut anda, mengapa *fast food* begitu populer di Jakarta??

2. Pertanyaan terkait perilaku remaja pada konsumsi *fast food*

Penulis kemudian mengajukan pertanyaan mengenai sejauh mana *fast food* berkontribusi pada perilaku dan pola makan sehari-hari remaja dengan dampaknya pada metabolisme tubuh, khususnya dalam mengatur tingkat nafsu makan. Adapun pertanyaan mengenai jenis *fast food* apa saja yang berpotensi berbahaya, dengan fokus pada nutrisi yang banyak berperan terhadap penambahan berat badan.

- a. Apa saja faktor utama yang menyebabkan remaja lebih memilih *fast food* daripada makanan rumahan?
- b. Seberapa besar kontribusi *fast food* terhadap pola makan sehari-hari remaja?
- c. Bagaimana *fast food* mempengaruhi metabolisme tubuh remaja dalam mengatur tingkat nafsu makan mereka?
- d. Kandungan berbahaya apa saja yang umum ditemukan dalam *fast food*? Kandungan nutrisi apa dalam *fast food* yang paling berperan dalam meningkatkan berat badan?

- e. Adakah jenis menu *fast food* tertentu yang paling berisiko menyebabkan kenaikan berat badan?

3. Pertanyaan terkait dampak konsumsi *fast food* pada remaja

Dalam memahami dampak konsumsi *fast food* pada remaja, penulis menanyakan bagaimana pola makan *fast food* dapat berpengaruh pada proses metabolisme tubuh yang berkontribusi pada perkembangan obesitas. Penulis juga bertanya terkait perbedaan dampak yang dialami akibat konsumsi *fast food* pada anak-anak, remaja, dan orang dewasa. Adapun bahasan seputar penyebab kalangan remaja lebih rentan terhadap peningkatan berat badan karena konsumsi *fast food* dibandingkan dengan kelompok usia lainnya.

- a. Apakah konsumsi *fast food* secara berkelanjutan dapat gangguan metabolisme lain yang berkontribusi pada obesitas?
- b. Apakah konsumsi *fast food* berdampak berbeda pada anak-anak dan remaja dibandingkan dengan orang dewasa?
- c. Apakah ada perbedaan dampak *fast food* terhadap peningkatan berat badan pada remaja yang aktif secara fisik dibanding yang kurang aktif?
- d. Mengapa remaja lebih rentan terhadap peningkatan berat badan akibat konsumsi *fast food* dibandingkan dengan kelompok usia lain?

4. Pertanyaan terkait upaya pencegahan peningkatan berat badan pada remaja

Dalam bagian ini, penulis menanyakan terkait strategi dan upaya preventif yang dapat dilakukan remaja untuk mencegah kenaikan berat badan yang disebabkan oleh konsumsi *fast food*. Pertanyaan membahas berbagai pendekatan yang dapat dilakukan, baik secara individual maupun melalui intervensi sosial dan

psikologis. Diskusi wawancara juga mencakup rekomendasi mengenai ukuran porsi makan yang aman dengan pedoman gaya hidup sehat yang dapat membantu remaja dalam menjaga keseimbangan gizi dan mempertahankan berat badan yang ideal.

- a. Apa yang dapat dilakukan remaja untuk mengurangi konsumsi *fast food* dan mencegah peningkatan berat badan?
- b. Strategi apa yang bisa dilakukan individu untuk mengurangi konsumsi *fast food*? Apakah ada alternatif makanan sehat yang terjangkau dan mudah didapat?
- c. Bagaimana cara efektif memperkenalkan pola makan sehat kepada remaja tanpa membuat mereka merasa terbebani?
- d. Pendekatan psikologis apa yang dapat membantu remaja dalam mengendalikan keinginan untuk mengonsumsi *fast food*?
- e. Apakah rekomendasi anda mengenai pola makan yang sehat dan hidup ideal yang dapat dilakukan dalam rangka mengurangi intensitas konsumsi *fast food* pada remaja??
- f. Seberapa besar ukuran porsi *fast food* yang dapat dikonsumsi apabila ingin membandingkan dengan jumlah asupan harian yang direkomendasikan??

5. Pertanyaan penutup

Wawancara diakhiri dengan pertanyaan penutup mengenai masukan dan saran yang dapat narasumber berikan pada orang tua dalam membangun pola makan sehat bagi remaja guna mencegah terjadinya obesitas sejak dini.

- a. Apakah saran anda untuk orang tua dalam mengatur pola makan remaja agar terhindar dari obesitas akibat konsumsi *fast food*?

3.3.2 *Focus Group Discussion*

Focus Group Discussion atau disingkat FGD masuk ke dalam metode penelitian kualitatif berbentuk diskusi yang terokus dalam suatu kelompok untuk membahas suatu masalah tertentu secara sistematis (Irwanto, 2006). Proses diskusi terstruktur yang dilakukan secara daring atau tatap muka ini umumnya dihadiri 6—12 orang partisipan yang saling berbagi perspektif terhadap suatu topik atau bidang subjek tertentu (Wijaya & Perdana, 2023). Tujuan utama FGD adalah untuk memfasilitasi pertukaran informasi, ide, dan pengalaman di antara para peserta, sehingga mendorong saling pengertian dan pertukaran pengetahuan (Wijaya & Perdana, 2023). Penulis melakukan *mini* FGD dengan enam orang siswa berusia antara 15 sampai 18 tahun yang berada dalam jenjang pendidikan SMP akhir sampai SMA.

Selama pelaksanaan *mini* FGD, penulis membagi pertanyaan FGD ke dalam enam bagian yang mencakup:

1. **Persepsi dan pemahaman terhadap konsumsi *fast food***

- a. Apa yang pertama kali terlintas di benak kalian ketika mendengar istilah *fast food*?
- b. Bagaimana pendapat kalian tentang pernyataan bahwa *fast food* berdampak pada kenaikan berat badan?
- c. Menurut kalian, mengapa *fast food* begitu populer di kalangan kalian (remaja)?

2. **Kebiasaan dan motivasi remaja terhadap konsumsi *fast food***

- a. Seberapa sering kalian mengonsumsi *fast food* dalam satu minggu?
- b. Dalam situasi seperti apa kalian lebih cenderung memilih *fast food* dibandingkan makanan lain? (Misalnya: saat bersama teman, sedang sibuk, atau karena promo)

- c. Faktor apa yang paling berpengaruh dalam keputusan kalian membeli *fast food*? (Harga, rasa, tren, kemudahan akses, iklan, dll.)
 - d. Apakah kalian pernah mencoba mengurangi konsumsi *fast food*? Jika iya, apa alasannya dan bagaimana tantangannya?
- 3. Faktor sosial dan media eksternal pada frekuensi konsumsi *fast food***
- a. Bagaimana peran teman atau lingkungan sosial dalam kebiasaan konsumsi *fast food* kalian?
 - b. Dari skala 1 sampai 10, sejauh mana kalian merasa terpengaruh oleh iklan atau promosi *fast food* di media sosial?
 - c. Apakah kalian pernah mengikuti tren makanan tertentu di media sosial? Jika iya, mengapa?
- 4. Kesadaran akan dampak *fast food* terhadap kesehatan dan berat badan remaja**
- a. Seberapa besar perhatian kalian terhadap kesehatan dan berat badan dalam memilih makanan?
 - b. Apakah kalian merasa konsumsi *fast food* telah memengaruhi berat badan atau pola makan kalian?
 - c. Apakah ada perasaan bersalah atau kekhawatiran setelah mengonsumsi *fast food*? Jika ada, mengapa?
- 5. Referensi dan pendapat remaja dalam mengakses informasi dan media yang digunakan sehari-hari**
- a. Biasanya kalian mengakses informasi darimana? (*Platform* yang sering diakses untuk perancangan media)
 - b. Apa saja yang kalian lakukan dalam sehari-hari dan di waktu apa saja kalian menggunakan media? (mengidentifikasi *media touch point* remaja yang mencakup telepon genggam, *website*, televisi, dll.)
- 6. Pendapat terkait pendekatan media yang cocok dan efektif**

- a. Bagaimana penyampaian informasi yang menurut kalian paling mudah dipahami dan tidak membosankan ketika diakses?

3.3.3 Kuesioner

Penulis melakukan pengumpulan data kuantitatif menggunakan kuesioner, teknik pengumpulan informasi tentang perilaku, pandangan, atau keyakinan pada suatu populasi melalui pemeriksaan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Creswell & David Creswell, 2023, h.14). Kuesioner disebarkan secara daring dalam bentuk google forms yang ditujukan kepada kalangan remaja berumur 15–18 tahun yang berdomisili di DKI Jakarta. Kuesioner disebar dengan tujuan mengidentifikasi pola makan, perilaku, reaksi dan awareness remaja mengenai *fast food* yang berada di lingkungan mereka. Pertanyaan yang dipertimbangkan mencakup pertanyaan-pertanyaan mengenai kesadaran remaja terhadap keberadaan *fast food*, pola perilaku konsumsi, serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan remaja dalam mengonsumsi *fast food*.

Penulis membagi pertanyaan kuesioner ke dalam enam bagian yang meliputi:

1. Section 1

Penulis mengawali kuesioner dengan menanyakan data demografi responden yang mencakup jenis kelamin, usia yang terbatas di cakupan umur 15–18, dan domisili yang terbagi dalam dua lingkup kawasan yaitu di DKI Jakarta dan di luar DKI Jakarta. Adapun SES yang ditanyakan dalam pertanyaan *section* kuesioner ini untuk mengidentifikasi SES dari responden.

Tabel 3.1 Kuesioner *Section 1*

<i>Section 1</i>	<i>Goal</i>
Data Responden	Identifikasi data demografis

No.	Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban	Jenis
1	Jenis Kelamin	<i>Multiple choice (Single answer)</i>	• Laki-laki • Perempuan	<i>Close-ended</i>
2	Usia	<i>Multiple choice (Single answer)</i>	• 15 • 16 • 17 • 18	<i>Close-ended</i>
3	Uang Saku dalam Sebulan	<i>Multiple choice (Single answer)</i>	• > Rp.2.500.000 • Rp. 2.000.000 - Rp. 2.500.000 • Rp.1500.000-Rp.2.000.000 • Rp.500.000-Rp.1.000.000 • < Rp.500.000	<i>Close-ended</i>
4	Domisili	<i>Multiple choice (Single answer)</i>	• DKI Jakarta • Luar DKI Jakarta	<i>Close-ended</i>

2. Section 2

Masuk ke dalam topik kuesioner, penulis mengawali kuesioner dengan mengidentifikasi beberapa gejala yang sedang dialami belakangan pada responden untuk mengetahui apakah responden ada mengalami gejala peningkatan berat badan dengan gejala yang terdapat dalam daftar pertanyaan.

Tabel 3.2 Kuesioner *section 2*

Section 2		Goal		
Pengenalan <i>fast food</i>		Identifikasi gejala awal peningkatan berat badan		
No.	Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban	Jenis
1	Apakah akhir-akhir ini kamu mengalami salah satu atau beberapa gejala yang tercantum dalam daftar ini? • Mudah Lelah • Mudah berkeringat	<i>Multiple choice (Single answer)</i>	• Ya • Tidak	<i>Close-ended</i>

	• Sesak napas, terutama saat beraktivitas ringan • Nyeri sendi dan tulang, terutama di punggung dan lutut • Sering mendengkur • Susah tidur • Kulit lembap dan iritasi di lipatan			
--	---	--	--	--

3. Section 3

Penulis kemudian mengenalkan responden mengenai definisi *fast food* secara umum di dalam *caption* bagian tiga link *google forms*. Penulis menanyakan pengetahuan remaja mengenai *fast food* yang dilanjut dengan identifikasi tiga jenis *fast food* yang biasa mereka konsumsi.

Tabel 3.3 Kuesioner Section 3

Section 3 Pengenalan <i>fast food</i>		Goal Identifikasi pengetahuan remaja terhadap <i>fast food</i> dan jenis <i>fast food</i> apa yang sering di konsumsi		
No.	Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban	Jenis
1	Apa kamu tau makanan <i>fast food</i> ?	<i>Multiple choice (Single answer)</i>	• Tidak pernah mendengar sama sekali • Pernah mendengar, tetapi tidak tahu artinya • Pernah mendengar dan sedikit memahami artinya • Sering mendengar dan cukup memahami artinya • Sangat sering mendengar dan sangat memahami artinya	<i>Close-ended</i>
2	Jenis <i>fast food</i> apa saja yang biasa kamu konsumsi?	<i>Multiple choice (Multiple answers, max.3)</i>	• 1. Produk restoran Cepat saji (Pizza, Burger, Sandwich, Pizza, Hot dog, dll.) • 2. Camilan goreng (Onion rings, Mashed Potatoes, French Fries dll.) • 3. Produk Beku (Nugget, Sosis, Bakso, Spicy Wings, dll.)	<i>Close-ended</i>

			• 4. Produk makanan Instan (Mie, Bubur, Nasi Instan, dll.) • 5. Minuman manis dan Dessert (Soda, Milkshake, Bubble tea, Es krim, Donat, dll.) • 6. Camilan Kering (Snack, Cracker, Biskuit, dll.)	
--	--	--	---	--

4. *Section 4*

Mengikuti cara menjawab di *section 3*, penulis mengajukan pertanyaan kepada responden terkait alasan memilih konsumsi *fast food* dibanding dengan makanan rumahan.

Tabel 3.4 Kuesioner *Section 4*

<i>Section 4</i> Perilaku konsumsi <i>fast food</i>		<i>Goal</i> Identifikasi perilaku remaja terhadap konsumsi <i>fast food</i>		
No.	Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban	Jenis
1	Apa alasan utama kamu memilih <i>fast food</i> daripada makanan rumahan??	<i>Multiple choice (Multiple answers, max.3)</i>	• 1. Lebih praktis dan cepat • 2. Rasanya lebih enak • 3. Harga lebih terjangkau atau ada promo • 4. Terpengaruh oleh teman atau tren • 5. Tidak ada pilihan makanan lain saat di luar rumah • 6. Jarang makan <i>fast food</i>, lebih memilih makanan rumahan	<i>Close-ended</i>

5. *Section 5*

Dalam bagian ini, penulis mengidentifikasi *awareness* responden terhadap dampak yang ditimbulkan dari konsumsi *fast food* yang berlebihan.

Tabel 3.5 Kuesioner *Section 5*

Section 5 Kesadaran terhadap Dampak konsumsi <i>fast food</i>		Goal Identifikasi tingkat kesadaran remaja terhadap dampak konsumsi <i>fast food</i>		
No.	Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban	Jenis
1	Apa kamu menyadari dampak kesehatan dari konsumsi <i>fast food</i> yang berlebihan??	<i>Multiple choice (Single answer)</i>	• Tidak menyadari sama sekali • Menyadari sedikit dan masih mengonsumsi • Menyadari dengan cukup baik tetapi masih mengonsumsi • Sangat menyadari dan berusaha menghindari konsumsi <i>fast food</i> berlebihan	<i>Close-ended</i>
2	Apa kamu pernah baca/dengar informasi mengenai <i>fast food</i> ?	<i>Multiple choice (Single answer)</i>	• Tidak pernah sama sekali • Pernah melihat sekilas, tetapi tidak terlalu memperhatikan • Pernah membaca, tetapi hanya sedikit informasi • Sering membaca dan cukup memahami informasi yang didapat • Sangat sering membaca dan memahami dengan baik	<i>Close-ended</i>
3	Kalau kamu pernah baca atau dengar info tentang <i>fast food</i> , biasanya dari mana, nih?	<i>Multiple choice (Single answer)</i>	• Media sosial (Instagram, TikTok, YouTube, dll.) • Televisi atau radio • Artikel atau berita online • Buku atau jurnal ilmiah • Sekolah atau pendidikan formal • Dari orang tua atau teman	<i>Close-ended</i>

4	Menurut kamu apa <i>fast food</i> mempengaruhi berat badan atau kesehatan kamu??	<i>Multiple choice (Single answer)</i>	• Tidak berpengaruh sama sekali • Cukup berpengaruh, tapi belum terlalu mengkhawatirkan • Sangat berpengaruh, dan mulai terasa dampaknya • Sangat berpengaruh, dan aku sudah berusaha mengurangi konsumsi <i>fast food</i>	<i>Close-ended</i>
---	--	--	---	--------------------

6. Section 6

Penulis kemudian mengajukan pertanyaan kepada responden tentang reaksi mereka terhadap dampak konsumsi *fast food* dan langkah-langkah yang telah mereka ambil dalam mengatur pola konsumsi mereka.

Tabel 3.6 Kuesioner Section 5

Section 6 Reaksi terhadap konsumsi <i>fast food</i>		Goal Identifikasi reaksi yang dilakukan remaja terhadap pola konsumsi <i>fast food</i> yang dijalankan		
No.	Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban	Jenis
1	Seberapa sering kamu berolahraga atau melakukan aktivitas fisik??	<i>Multiple choice (Single answer)</i>	• Setiap hari • 4-6 kali seminggu • 2-3 kali seminggu • Jarang, kurang dari sekali seminggu • Tidak pernah	<i>Close-ended</i>
2	Pernahkah kamu mencoba mengurangi konsumsi <i>fast food</i> ?	<i>Multiple choice (Single answer)</i>	• Tidak pernah sama sekali • Pernah terpikir, tapi belum mencoba • Pernah mencoba, tapi sulit konsisten • Sedang berusaha mengurangi sekarang • Sudah berhasil mengurangi atau berhenti	<i>Close-ended</i>
3	Kalau iya, apa sih tantangan terbesar yang kamu rasain waktu mencoba mengurangi konsumsi <i>fast food</i> ?	<i>Multiple choice (Single answer)</i>	• Tidak ada, aku bisa nahan diri kapan aja • Sulit menahan keinginan atau kebiasaan • <i>Fast food</i> lebih praktis dan mudah didapat	<i>Close-ended</i>

			• Tekanan dari teman atau lingkungan sekitar • Kurangnya alternatif makanan sehat yang menarik • Harga makanan sehat lebih mahal • Kurangnya waktu atau keterampilan untuk memasak sendiri	
--	--	--	---	--

7. Section 7

Dalam bagian ini, penulis juga menanyakan responden mengenai bagaimana faktor eksternal seperti teman dan orangtua, dalam mempengaruhi pola makan sehari-hari mereka.

Tabel 3.7 Kuesioner *Section 7*

<i>Section 7</i> Faktor Eksternal terhadap konsumsi <i>fast food</i>		<i>Goal</i> Identifikasi faktor eksternal yang mempengaruhi pola konsumsi <i>fast food</i> pada remaja		
No.	Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban	Jenis
1	Bagaimana keluarga dan teman mempengaruhi pilihan makanan kamu??	<i>Multiple choice (Single answer)</i>	• Keluarga dan teman sangat mempengaruhi, saya sering mengikuti kebiasaan makan mereka. • Keluarga lebih berpengaruh, karena mereka yang menyiapkan atau menyediakan makanan. • Teman lebih berpengaruh, saya sering memilih makanan yang sama dengan mereka saat bersama. • Tidak terlalu berpengaruh, saya memilih makanan berdasarkan keinginan sendiri.	<i>Close-ended</i>

8. Section 8

Menutup tahapan kuesioner, penulis mengidentifikasi pandangan responden terhadap informasi yang ingin diketahui responden apabila terdapat pelaksanaan skenario kampanye dengan topik *fast food*/

Tabel 3.8 Kuesioner Section 8

Section 8 Pandangan terhadap pelaksanaan skenario Kampanye		Goal Identifikasi Pandangan terhadap pelaksanaan skenario Kampanye		
No.	Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban	Jenis
1	Jika ada kampanye mengenai pengurangan konsumsi <i>fast food</i> , informasi apa saja yang ingin kamu ketahui?	<i>Multiple choice (Single answer)</i>	- Dampak kesehatan dari <i>fast food</i> (obesitas, diabetes, dll.) - Alternatif makanan sehat dan caramengganti <i>fast food</i> - Kandungan gizi dan bahan tambahandalam <i>fast food</i>	<i>Close-ended</i>

3.3.4 Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting dari studi yang sudah ada dengan topik sejenis yang mengangkat topik dampak dari konsumsi *fast food*. Dengan menganalisis kelebihan, kekurangan, peluang, dan tantangan (SWOT) dari penyampaian pesan studi sebelumnya dapat membantu penulis dalam menyusun strategi kampanye yang efektif dengan pendekatan berbeda dari kampanye sejenis yang sudah ada. Tahap ini bertujuan untuk memahami cara pendekatan studi yang telah diterapkan, mengevaluasi efektivitasnya, dan mengidentifikasi bagian kelebihan media yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Penulis menggunakan berbagai studi kampanye digital seperti kampanye #KERENDIMAKAN dan kampanye *Junk Food Nikmat Belum Tentu Sehat* sebagai studi eksisting. Hasil analisis yang diperoleh dari tahap ini akan menjadi dasar bagi perancangan kampanye

selanjutnya yang lebih efektif, inovatif, dan sesuai dengan karakteristik target audiens.

3.3.5 Studi Referensi

Dalam tahap ini, penulis meneliti berbagai studi terdahulu dari beberapa media serupa berupa kampanye berbasis digital atau media *microsite* yang sudah ada dalam menginformasikan desain media utama kampanye berupa *microsite* yang berkaitan dengan tema kampanye. Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi variasi gaya visual, elemen desain dan pendekatan komunikasi yang dapat digunakan sebagai landasan untuk pengembangan kampanye yang lebih efektif sesuai dengan karakteristik target. Penulis mereferensikan beberapa media interaktif seperti infografis SuaraSurabaya dan *website NiceandSerious* untuk acuan elemen visual dan kampanye *TheNOTHINGWASTED Project* untuk penerapan strategi efektif yang digunakan dalam perancangan hasil akhir. Hasil penelitian studi digunakan sebagai pedoman referensi selama proses perancangan desain yang mencakup pemilihan referensi media yang relevan, penggambaran gaya visual yang digunakan, *user interface* dan *user experience*, pilihan warna, dan pemilihan tipografi.