

## **BAB III**

### **METODOLOGI PERANCANGAN**

#### **3.1 Subjek Perancangan**

Di bawah ini merupakan subjek perancangan untuk perancangan kampanye hiperkolesterolemia:

##### **1. Demografis:**

- a. Jenis Kelamin: Perempuan dan laki-laki
- b. Usia: 18 – 24 tahun

Pemilihan generasi Z berusia 18-24 didasarkan data dari Survei Kesehatan Indonesia (SKI), yang menunjukkan bahwa prevalensi kadar kolesterol tinggi pada anak muda awalnya hanya 2,8% pada usia 15-24 tahun, lalu meningkat hampir 3 kali lipat menjadi 7,8% pada usia 25-34 tahun dan melonjak menjadi 21% pada usia 55-64 tahun. Hal ini mengartikan bahwa meskipun prevalensi pada usia muda tergolong rendah, risiko terkena hiperkolesterolemia akan meningkat seiring bertambahnya usia. Ditambah lagi ternyata kelompok usia 15-19 tahun tidak pernah melakukan pemeriksaan kadar kolesterol. Angka ini hanya sedikit membaik pada kelompok usia 20-24 tahun (80,5% tidak pernah) dan usia 25-29 tahun (72,5% tidak pernah). Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda memiliki kesadaran yang rendah terhadap pentingnya memeriksa dan menjaga kadar kolesterol. Ditambah lagi menurut Kemenkes (2024), generasi Z cenderung memiliki pola hidup tidak sehat seperti minim aktivitas fisik dan sering mengkonsumsi makanan tidak sehat yang tinggi akan lemak dan gula. Pemilihan generasi Z berusia 18-24 tahun juga sebagai bentuk upaya pencegahan dini terhadap hiperkolesterolemia sebelum terjadinya komplikasi serius.

Menurut hasil riset Status Literasi Digital di Indonesia 2021 yang dipublikasikan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) bekerja sama dengan Katadata Insight Center (KIC) dan diterbitkan oleh DATABOKS, status ekonomi sosial (SES) dapat dibagi menjadi 4 kelompok yaitu SES A memiliki pengeluaran Rp. 6.000.000, SES B memiliki pengeluaran Rp4.000.000-Rp6.000.000, SES C memiliki pengeluaran Rp2.000.001-Rp4.000.000 dan SES D-E memiliki pengeluaran Rp2.000.000.

- c. Pendidikan: minimal SMA
- d. SES: A-B

Penelitian ini berfokus pada kelompok sosial ekonomi A dan B. Hal ini dikarenakan menurut Surya et al. (2021), seseorang dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung untuk berinvestasi pada kesehatannya yang mengartikan bahwa masyarakat dengan SES A-B, memiliki akses terhadap kesehatan yang lebih baik. Walaupun begitu, ternyata hal itu belum cukup untuk mendorong mereka memiliki gaya hidup dan kesehatan yang baik.

## 2. Geografis

DKI Jakarta dipilih dikarenakan Jakarta merupakan perkotaan besar dengan persaingan hidup tinggi yang memiliki pola hidup yang kurang baik untuk kesehatan seperti kebiasaan makan yang tidak sehat dan minimnya kegiatan fisik (Ekaningrum et al., 2021). Selain itu DKI Jakarta juga tercatat sebagai provinsi dengan angka penyakit jantung tertinggi di Indonesia, serta menempati peringkat kedua untuk kasus stroke (SKI, 2023).

## 3. Psikografis:

- a. Dewasa muda yang aktif dalam sosial media.

- b. Dewasa muda dengan pola hidup tidak sehat seperti mengonsumsi makanan dengan kadar lemak yang tinggi dan minim aktivitas fisik.
- c. Dewasa muda yang jarang atau tidak pernah memeriksa kadar kolesterol.
- d. Dewasa muda yang tidak atau kurang memiliki kesadaran terhadap kesehatan.

Berdasarkan penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa subjek perancangan kampanye hiperkolesterolemia difokuskan pada generasi Z usia 18–24 tahun, perempuan dan laki-laki, berpendidikan minimal SMA, dengan status sosial ekonomi A–B, dan berdomisili di DKI Jakarta, yang secara psikografis aktif menggunakan media sosial, memiliki kecenderungan pola hidup tidak sehat, rendah kesadaran terhadap pentingnya pemeriksaan kolesterol, sehingga memerlukan upaya pencegahan dini untuk menekan risiko hiperkolesterolemia di masa mendatang.

### **3.2 Metode dan Prosedur Perancangan**

Metode yang dipilih untuk dimanfaatkan dalam perancangan ini adalah *Design Thinking*. *Design Thinking* adalah metode yang berfokus pada kebutuhan pengguna dan mendapatkan solusi dengan cara yang kreatif. Robin Landa (2018) dalam bukunya “*Graphic Design Solutions 6th Edition*” menjelaskan bahwa terdapat 5 tahapan dalam metode *design thinking*, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

#### **3.2.1 *Empathize***

Pada tahap *empathize* akan berfokus untuk memahami pengguna dengan cara mengamati, berinteraksi, dan terlibat dalam pengalaman yang dirasakan pengguna. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh pengguna. Pada tahap *Empatize*, penulis akan mengumpulkan data melalui wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD), kuesioner, studi eksisting serta studi referensi.

### **3.2.2 Define**

Setelah mengumpulkan data pada tahap sebelumnya, pada tahap kedua yaitu *define*. Pada tahap ini data yang telah didapatkan akan dianalisa untuk dapat merumuskan masalah utama yang tepat dan jelas sehingga dapat menentukan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan pengguna.

### **3.2.3 Ideate**

Tahap *ideate* berfokus pada pencarian ide kreatif dan kritis agar dapat memberikan solusi yang efektif dalam menyelesaikan masalah pengguna. Pada tahap ini, penulis akan membuat *mind map* untuk menentukan ide dan konsep mengenai hiperkolesterolemia di kalangan anak muda dan juga strategi menarik untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Selanjutnya akan menentukan pemilihan kata kunci yang sesuai agar pesan dari kampanye tepat pada sasaran, kemudian akan menentukan *big idea* untuk merangkum isi pesan yang akan disampaikan, terakhir penulis akan membuat *moodboard* yang berisi warna, tipografi dan gambar untuk memberikan gambaran visual yang menarik dan juga konsisten yang sesuai dengan *big idea* dan konsep yang sudah ditentukan.

### **3.2.4 Prototype**

Pada tahap *prototype*, ide dan solusi desain yang sudah ditetapkan pada tahap sebelumnya akan dikembangkan menjadi sebuah desain visual. Penulis akan membuat sketsa dan juga desain awal berdasarkan *moodboard* yang telah dibuat pada tahap sebelumnya. Tahap ini dilakukan untuk memastikan bahwa desain visual sudah sesuai dengan ide dan konsep yang sudah ditetapkan sebelumnya.

### **3.2.5 Test**

Pada tahap *test*, hasil desain akan diuji oleh pengguna. Penulis akan menguji keefektifan dari kampanye dan pesan yang ingin disampaikan untuk menentukan apakah desain sudah sesuai dan tepat. Setelah diuji,

penulis akan mendapatkan umpan balik, dan akan melakukan revisi sehingga kampanye akan lebih efektif.

Melalui penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah design thinking dengan yang terdiri dari *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*, yang bertujuan untuk memahami audiens, merumuskan permasalahan secara tepat, mengembangkan ide, merealisasikannya, serta menguji dan menyempurnakan kampanye agar pesan yang disampaikan efektif dan sesuai dengan kebutuhan audiens.

### **3.3 Market Validation**

*Market validation* dilakukan untuk memastikan bahwa solusi atau kampanye yang dibuat sudah tepat dan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Tahap ini dilakukan dengan mengumpulkan data dan *feedback* dari target perancangan. Perancang akan melakukan wawancara dan kuesioner yang ditujukan kepada kelompok yang sesuai dengan target perancangan.

### **3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan**

Pada perancangan ini akan menggunakan teknik perancangan berupa wawancara, FGD, dan kuesioner agar dapat memahami lebih dalam sudut pandang dari target perancangan mengenai hiperkolesterolemia pada generasi Z. Hiperkolesterolemia merupakan suatu kondisi ketika seseorang memiliki kadar kolesterol yang tinggi di tubuh mereka (Majid et al., 2025). Hiperkolesterolemia adalah kondisi kesehatan yang berbahaya karena penumpukan kolesterol (plak) dapat menyumbat aliran darah yang akan meningkatkan risiko berbagai penyakit seperti stroke dan jantung koroner (Wahyuni et al., 2022). Tujuan utama dalam teknik pengumpulan data ini adalah untuk mendapatkan wawasan yang mendalam mengenai hiperkolesterolemia dari sumber yang terpercaya dan sudut pandang target perancangan yaitu generasi Z berusia 18-24 tahun mengenai wawasannya dan kesadarannya terhadap hiperkolesterolemia serta media yang tepat untuk memberikan informasi mengenai hiperkolesterolemia agar tepat tertuju pada target perancangan sesuai dengan tujuan kampanye.

### **3.3.1 Wawancara Dengan Dokter**

Penulis akan mewawancarai seorang dokter spesialis penyakit dalam dengan subspesialis jantung dan pembuluh darah yaitu Dr. Simon Salim, Sp.PD-KKV, M.Kes, AIFO, FINASIM, FACP, FICA, FACC, FHRS, KKV. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memperoleh wawasan yang lebih luas mengenai hiperkolesterolemia dari sumber yang terpercaya. Berikut merupakan pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber.

1. Apa itu hiperkolesterolemia, dan mengapa kondisi ini sangat berbahaya bagi kesehatan, terutama pada usia muda?
2. Siapa saja yang dapat mengalami hiperkolesterolemia?
3. Apakah anak muda saat ini rentan mengalami hiperkolesterolemia? Jika iya, mengapa?
4. Apakah perlu meningkatkan kesadaran hiperkolesterolemia di kalangan anak muda?
5. Faktor-faktor apa saja yang paling berpengaruh terhadap tingginya kadar kolesterol pada anak muda saat ini?
6. Berapa kali batas aman mengonsumsi makanan cepat saji dalam seminggu?
7. Berapa kali anjuran untuk berolahraga dalam seminggu?
8. Di mana saja, secara umum, kasus hiperkolesterolemia pada usia muda ini paling sering ditemukan? Apakah ada korelasi dengan area geografis, misalnya daerah perkotaan?
9. Apakah ada gejala awal yang sering tidak disadari oleh masyarakat, khususnya anak muda?
10. Apakah hiperkolesterolemia di usia muda dapat langsung menyebabkan penyakit di usia muda juga? Berapa lama seseorang dapat merasakan dampaknya?

11. Apa saja risiko kesehatan jangka pendek dan jangka panjang yang dapat muncul akibat kolesterol tinggi pada usia muda?
12. Mengapa anak muda kurang peduli terhadap hiperkolesterolemia?
13. Apa saja hambatan yang Anda temui saat mengedukasi pasien berusia 18–24 tahun mengenai pentingnya pemeriksaan dan pengelolaan kolesterol?
14. Kapan seseorang sebaiknya mulai melakukan pemeriksaan kolesterol rutin, dan seberapa sering pemeriksaan ini dianjurkan?
15. Bagaimana pencegahan paling efektif yang dapat dilakukan oleh anak muda untuk menjaga kadar kolesterol mereka tetap stabil?
16. Bagaimana cara paling efektif untuk mengubah kebiasaan buruk yang mempengaruhi hiperkolesterolemia?
17. Apakah boleh meminum obat kolesterol secara tidak rutin, seperti hanya mengkonsumsi ketika makan jorok saja?
18. Apa pendapat dokter mengenai orang dengan pemikiran bebas makan jorok karena nanti tingga minum obat kolesterol aja?
19. Apa saran anda untuk anak muda agar terhindar dari hiperkolesterolemia?

Wawancara dengan dokter spesialis ini dilakukan untuk mendapatkan penjelasan yang jelas dan tepercaya mengenai hiperkolesterolemia, khususnya pada anak muda generasi Z. Pertanyaan yang diajukan membahas seputar hiperkolesterolemia seperti, penyebab, pola hidup, gejala, pencegahan dan juga dampak. Hasil wawancara diharapkan dapat menjadi dasar dalam menyusun kampanye mengenai bahaya kolesterol bagi generasi muda.

### **3.3.2 Wanwancara Dengan Generasi Z Pengidap Hiperkolesterolemia**

Penulis akan mewawancarai seorang pengidap hiperkolesterolemia untuk memperoleh sudut pandang secara langsung terkait hiperkolesterolemia. Sebelum melakukan wawancara penulis meminta narasumber untuk melakukan pemeriksaan kadar kolesterol untuk menjadi data pendukung dalam penelitian. Dengan melakukan wawancara ini, penulis dapat mendapatkan data terkait pengalaman, tantangan, serta gaya hidup kesehariannya. Berikut merupakan pertanyaan wawancara yang akan diajukan.

1. Sebelum mulai wawancara apakah anda bisa mengenalkan diri terlebih dahulu dan apa kesibukanmu sehari-hari?
2. Apakah kamu familiar dengan istilah kolesterol?
3. Apakah anda pernah terkena kolesterol? Jika iya kapan pertama kalinya?
4. Apa reaksi anda ketika melihat hasil bahwa anda memiliki kolesterol tinggi?
5. Apakah anda sekarang menjalani pengobatan atau hanya menerapkan pola hidup sehat?
6. Apakah anda rutin memeriksa kolesterol? Jika iya berapa rutin sekali anda memeriksa kolesterol?
7. Bagaimana pola makan anda sebelum terdiagnosis kolesterol tinggi?
8. Apakah anda suka atau sering mengonsumsi makanan cepat saji, gorengan atau makanan tinggi lemak?
9. Apakah anda aktif dalam melakukan aktivitas fisik/ berolahraga?  
Jika iya, berapa sering anda olahraga?
10. Setelah terkena kolesterol apakah anda merubah gaya hidup anda?
11. Apakah ada tantangan dalam menjaga pola hidup yang sehat?
12. Menurut anda, apakah kolesterol berbahaya? (kalo iya, kenapa?)
13. Menurut anda apakah kolesterol tinggi berdampak buruk kepada kesehatan orang?
14. Menurut anda siapa yang rentan terkena kolesterol?

15. Menurut anda mengapa seseorang bisa mengidap hiperkolesterolemia?
16. Menurutmu bagaimana mengatasi kolesterol yang tinggi?
17. Dimana anda biasanya menemukan informasi soal kesehatan?
18. Menurut kamu, apakah penting dilakukannya kampanye yang membahas mengenai kolesterol?

Perancangan wawancara yang akan dilakukan dengan pengidap hiperkolesterolemia bertujuan untuk memperoleh sudut pandang secara langsung mengenai pemahaman, pengalaman, serta gaya hidup terkait hiperkolesterolemia. Pertanyaan yang diajukan mencakup aspek pengetahuan, kebiasaan sehari-hari, perubahan gaya hidup, tantangan yang dihadapi, hingga pandangan narasumber mengenai pentingnya menjaga kesehatan. Data yang diperoleh dari wawancara ini diharapkan dapat menjadi data pendukung dalam penelitian yang dapat membantu penulis dalam memahami permasalahan hiperkolesterolemia dari sisi pengalaman individu secara lebih mendalam.

### **3.3.3 Wawancara Dengan *Ex* Pengidap Hiperkolesterolemia**

Penulis akan mewawancarai orang dewasa yang pernah atau sedang mengalami hiperkolesterolemia. Dengan kriteria orang dewasa di atas 30 tahun dan berdomisili di Jakarta. Wawancara akan dilakukan via Zoom. Berikut merupakan pertanyaan untuk wawancara :

1. Halo, terima kasih sudah meluangkan waktu untuk bersedia melakukan wawancara. Sebelum mulai, apakah anda bisa mengenalkan diri terlebih dahulu dan apa kesibukan sehari-hari?
2. Apakah kamu familiar dengan istilah kolesterol?
3. Apakah anda pernah terkena kolesterol? Jika iya, kapan pertama kalinya?
4. Apa reaksi anda ketika mengetahui hasil bahwa anda memiliki kolesterol tinggi?

5. Bagaimana pola makan anda sebelum terdiagnosis kolesterol tinggi?
6. Apakah anda suka atau sering mengonsumsi makanan cepat saji, gorengan, atau makanan tinggi lemak?
7. Apakah anda aktif dalam melakukan aktivitas fisik/berolahraga?  
Jika iya, berapa sering?
8. Setelah terkena kolesterol, apakah anda merubah gaya hidup anda?
9. Jika bisa kembali ke masa lalu, apakah anda ingin merubah pola hidup anda agar lebih sehat supaya terhindar dari kolesterol?
10. Apakah anda sekarang menjalani pengobatan atau hanya menerapkan pola hidup sehat?
11. Apakah anda rutin memeriksa kolesterol? Jika iya, seberapa sering?
12. Apakah ada tantangan dalam menjaga pola hidup yang sehat?
13. Menurut anda, kolesterol itu bahaya tidak? Jika iya, kenapa?
14. Menurut anda, siapa yang paling rentan terkena kolesterol?
15. Menurut anda, mengapa seseorang bisa terkena kolesterol?
16. Menurut anda, bagaimana cara mengatasi kolesterol yang tinggi?
17. Menurut anda, penting tidak dilakukan kampanye tentang kolesterol?

Wawancara ini dilakukan untuk memahami pengalaman orang dewasa yang pernah atau sedang mengalami hiperkolesterolemia. Pertanyaan wawancara berfokus pada pengetahuan dan pengalaman narasumber tentang kolesterol, kebiasaan makan dan aktivitas fisik sebelum dan sesudah terdiagnosis, perubahan gaya hidup, serta tantangan dalam menjaga pola hidup sehat. Selain itu, wawancara ini juga menggali pandangan responden mengenai bahaya kolesterol, kelompok yang rentan terkena kolesterol, serta pentingnya kampanye kesadaran kolesterol. Hasil wawancara diharapkan

dapat memberikan gambaran nyata dari pengalaman langsung pengidap hiperkolesterolemia sebagai data pendukung dalam penelitian.

### 3.3.4 Wawancara Dengan Ahli Desain

Penulis akan mewawancarai seorang ahli desain yang sudah berpengalaman dalam merancang sebuah kampanye sosial dan *brand*.

1. Menurut anda, apa faktor utama yang membuat sebuah kampanye sosial dapat benar-benar mengubah perilaku masyarakat?
2. Apa tantangan yang biasanya dihadapi saat merencanakan strategi media dalam kampanye sosial, dan bagaimana cara mengatasinya?
3. Menurut anda, durasi kampanye yang ideal berapa lama agar pesan dapat tersampaikan dengan efektif?
4. Bagaimana cara menyusun *key message* agar tetap sederhana namun bisa tersampaikan dengan kuat dan jelas?
5. Bagaimana cara merancang pesan kampanye yang relevan dan menarik bagi target generasi Z?
6. Bagaimana cara menyeimbangkan antara desain yang menarik dan pesan edukatif agar tidak terkesan menggurui?
7. Elemen visual apa yang paling efektif dalam menarik perhatian generasi muda? (misalnya warna, tipografi, ilustrasi, atau *layout*)
8. Bagaimana cara anda memastikan visual kampanye bisa tetap menarik perhatian namun tetap menyampaikan pesan dengan jelas?
9. Bagaimana cara menentukan jenis konten yang paling sesuai untuk menarik perhatian target audiens?
10. Menurut anda, apakah media cetak seperti poster atau *billboard* masih efektif untuk menjangkau generasi muda? Mengapa?
11. Seberapa penting peran elemen interaktif seperti *quiz*, *challenge*, atau *filter* media sosial dalam kampanye sosial untuk gen Z?
12. Untuk kampanye yang dilakukan di media sosial, seperti Instagram, bagaimana sebaiknya pembagian *timeline*-nya? Misalnya, apa yang sebaiknya dilakukan di minggu pertama, kedua, dan seterusnya?

Wawancara dengan ahli desain bertujuan untuk mendapatkan wawasan mengenai perancangan kampanye sosial yang efektif dalam menyusun strategi pesan dan juga visual yang dapat menjangkau generasi muda. Pertanyaan wawancara membahas faktor keberhasilan kampanye dalam mengubah perilaku, tantangan dalam perencanaan media, penyusunan *key message*, serta pemilihan elemen visual dan jenis konten yang relevan bagi generasi Z. Hasil wawancara diharapkan dapat menjadi acuan dalam merancang kampanye sosial yang efisien dan tepat sasaran.

### **3.3.5 Focus Group Discussion (FGD)**

Penulis akan melakukan *Focus Group Discussion* kepada 5 target perancangan guna memahami lebih dalam pandangan target terhadap hiperkolesterolemia. Subjeknya adalah seseorang baik laki-laki ataupun perempuan dengan rentan usia 18-24 tahun yang berdomisili di Jakarta. FGD akan dilakukan secara *online* via Zoom. Berikut adalah pertanyaan FGD untuk target perancangan:

1. Apakah kalian pernah mendengar istilah “hiperkolesterolemia”?
2. Siapa saja yang biasanya berisiko punya kolesterol tinggi?
3. Apakah menurut kalian penting untuk mencegah kolesterol sejak dini?
4. Pada usia berapa seseorang perlu mulai memeriksa dan menjaga kadar kolesterolnya?
5. Apakah kalian pernah memeriksa kadar kolesterol? Jika ya, kapan terakhir kali?
6. Apakah kalian memeriksanya secara rutin? Jika tidak, mengapa?
7. Bagaimana hasil dari pemeriksaan kolesterol tersebut?
8. Apakah kalian sudah memiliki gaya hidup yang ideal? (makan, olahraga, begadang, stres)
9. Berapa kali kalian mengkonsumsi junk food dan berolahraga dalam satu minggu?
10. Apa alasan kalian jarang berolahraga?

11. Kapan kalian merasa perlu menjaga pola makan dan memiliki gaya hidup yang lebih sehat?
12. Bagaimana kalian memotivasi diri sendiri untuk mengubah dan memiliki gaya hidup yang lebih sehat?
13. Apa tantangan terbesar kalian dalam menjalani pola hidup sehat, seperti mengonsumsi makanan sehat dan berolahraga?
14. Menurut kalian, mengapa anak muda kurang peduli dengan pemeriksaan kolesterol atau gaya hidup sehat?
15. Media apa yang sering kalian gunakan untuk mencari informasi?

*Focus Group Discussion* (FGD) ini dilakukan untuk memahami pandangan, pengetahuan, serta kebiasaan anak muda usia 18–24 tahun yang berdomisili di Jakarta terkait hiperkolesterolemia. Pertanyaan FGD membahas tingkat pemahaman peserta mengenai kolesterol, kebiasaan gaya hidup sehari-hari, kesadaran terhadap pemeriksaan kolesterol, motivasi untuk hidup sehat, serta berbagai tantangan yang dihadapi dalam menerapkan pola hidup sehat. Selain itu, FGD ini juga membahas mengenai alasan rendahnya kepedulian anak muda terhadap pencegahan kolesterol sejak dini. Hasil FGD diharapkan dapat menjadi dasar dalam memahami kebutuhan dan karakter target perancangan sehingga kampanye yang dirancang dapat lebih relevan dan efektif.

### 3.3.5 Kuesioner 1

Tujuan diadakannya kuesioner adalah untuk mengetahui pandangan target mengenai hiperkolesterolemia pada generasi Z dengan usia 18-24 tahun secara luas. Kuesioner akan dibuat secara digital menggunakan Google Form dan disebar secara daring. Target responden kuesioner adalah 100 responden. Kriteria responden merupakan perempuan dan laki-laki, dengan usia 18-24 tahun dan berdomisili di Jakarta. Berikut merupakan pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner.

Tabel 3. 1 Pertanyaan Kuesioner 1

<b>PERTANYAAN</b>	<b>MODEL OPSI JAWABAN</b>	<b>JAWABAN</b>
1. Nama	<i>Short Answer</i>	Nama Responden
2. Jenis Kelamin	<i>Short Answer</i>	- Laki Laki - Perempuan
3. Umur	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	- 18-20 tahun - 21-22 tahun - 23-24 tahun
4. Domisili	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	- Jakarta Utara - Jakarta Selatan - Jakarta Barat - Jakarta Timur - Jakarta Pusat
5. Pengeluaran Per Bulan	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	- <Rp. 2.000.000 - Rp. 2.000.000-Rp. 4.000.000 - Rp. 4.000.000-Rp. 6.000.000 - > Rp. 6.000.000
6. Kesibukan Saat Ini	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	- Mahasiswa - Pekerja - Lainnya
7. Apakah anda pernah mendengar mengenai istilah hiperkolesterolemia?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	- Ya - Tidak
8. Jika iya, dari mana anda mendengar istilah tersebut?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	- Sosial Media - Teman - Keluarga

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berita/artikel</li> <li>- Sekolah/Kuliah</li> <li>- Tidak Pernah Mendengar</li> </ul>
9. Seberapa anda paham mengenai hiperkolesterolemia?	<i>Likert</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Mengerti</li> <li>- Mengerti</li> <li>- Kurang Mengerti</li> <li>- Tidak Mengerti</li> </ul>
10. Seberapa bahaya menurutmu kadar kolesterol yang tinggi?	<i>Likert</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Bahaya</li> <li>- Lumayan Bahaya</li> <li>- Sedikit Bahaya</li> <li>- Tidak Bahaya</li> </ul>
11. Siapa yang menurutmu paling rentan mengalami hiperkolesterolemia?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anak Kecil 0-12 Tahun</li> <li>- Remaja 13-17 Tahun</li> <li>- Dewasa Muda 18-25 Tahun</li> <li>- Dewasa 26-59 Tahun</li> <li>- Lansia di Atas 60 Tahun</li> </ul>
12. Apakah menurutmu penting untuk mencegah kadar kolesterol sejak dini?	<i>Likert</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sangat Penting</li> <li>- Penting</li> <li>- Kurang Penting</li> <li>- Tidak Penting</li> </ul>
13. Seberapa sering kalian mengkonsumsi makanan cepat saji?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Setiap Hari</li> <li>- 3-4 kali Seminggu</li> <li>- 1-2 kali Seminggu</li> <li>- Tidak Sama Sekali</li> </ul>

14. Apakah kalian pernah memeriksa kadar kolesterol?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pernah, Saya Rutin Memeriksa</li> <li>- Pernah, Tapi Tidak Rutin</li> <li>- -Tidak Pernah</li> </ul>
15. Apa alasan kalian tidak rutin memeriksa kolesterol? (boleh pilih lebih dari satu)	<i>Multiple Choice (Multiple Answers Allowed)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak Kepikiran</li> <li>- Merasa Tidak Penting</li> <li>- Mahal</li> <li>- Tidak Ada Waktu</li> <li>- Takut Hasilnya</li> <li>- (Lainnya)</li> </ul>
16. Faktor apa yang paling memotivasi kalian untuk mulai peduli kesehatan?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keluarga</li> <li>- Teman/Lingkungan</li> <li>- FOMO</li> <li>- Penampilan/Tubuh Ideal</li> <li>- Takut Menyesal</li> </ul>
17. Apa jenis media yang paling sering anda gunakan untuk mencari informasi?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instagram</li> <li>- Tiktok</li> <li>- Website</li> <li>- Buku</li> <li>- Televisi</li> </ul>
18. Apakah anda bersedia untuk melakukan FGD?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ya</li> <li>- Tidak</li> <li>- Mungkin</li> </ul>

Dari perancangan kuesioner tersebut, dapat disimpulkan bahwa kuesioner ini dirancang untuk menggali tingkat pengetahuan, sikap, serta perilaku target audiens terhadap hiperkolesterolemia secara menyeluruh.

Pertanyaan yang diajukan mencakup tingkat pemahaman responden mengenai hiperkolesterolemia, persepsi terhadap tingkat bahayanya, kebiasaan gaya hidup, serta kesadaran dan upaya pencegahan sejak dini.

### 3.3.5 Kuesioner 2

Tujuan diadakannya kuesioner kedua adalah untuk mengetahui keseharian dan pola hidup dari generasi Z yang relevan terhadap hiperkolesterolemia seperti pola makan ada aktivitas fisik. Kuesioner ini juga untuk mengetahui preferensi target terhadap gaya bayasa, desain dan jenis media kampanye. Kriteria responden merupakan perempuan dan laki-laki, dengan usia 18-24 tahun dan berdomisili di Jakarta. Berikut merupakan pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner.

Tabel 3. 2 Pertanyaan Kuesioner 2

PERTANYAAN	MODEL OPSI JAWABAN	JAWABAN
1. Nama	<i>Short Answer</i>	Nama Responden
2. Jenis Kelamin	<i>Short Answer</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Laki Laki</li> <li>- Perempuan</li> </ul>
3. Umur	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 18-20 tahun</li> <li>- 21-22 tahun</li> <li>- 23-24 tahun</li> </ul>
4. Domisili	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jakarta Utara</li> <li>- Jakarta Selatan</li> <li>- Jakarta Barat</li> <li>- Jakarta Timur</li> <li>- Jakarta Pusat</li> </ul>
5. Pengeluaran Per Bulan	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- &lt;Rp. 2.000.000</li> <li>- Rp. 2.000.000-Rp. 4.000.000</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rp. 4.000.000-Rp. 6.000.000</li> <li>- &gt; Rp. 6.000.000</li> </ul>
6. Berapa lama kamu menggunakan Instagram dalam satu hari?	<i>Likert</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurang Dari 1 Jam</li> <li>- 1-3 Jam</li> <li>- 4-5 Jam</li> <li>- Lebih Dari 5 Jam</li> </ul>
7. Format konten seperti apa yang kamu sukai?	<i>Multiple Choice (Multiple Answers Allowed)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Reels</i></li> <li>- <i>Single Post</i></li> <li>- <i>Carousel</i></li> <li>- <i>Story</i></li> </ul>
8. Gaya penyampaian konten seperti apa yang paling kamu sukai?	<i>Multiple Choice (Multiple Answers Allowed)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Story Telling/Relatable</i></li> <li>- Formal</li> <li>- Casual</li> <li>- Lucu/Memes/Jokes</li> <li>- Konten Interaktif (QnA, Games, Polling, Edukatif)</li> </ul>
9. Apabila ada konten terkait kesehatan ,gaya visual konten apa yang kamu sukai dan membuat tertarik melihatnya lebih lanjut?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain <i>Colorful</i></li> <li>- Desain <i>Clean Minimalis</i></li> <li>- Ilustrasi Karakter Lucu</li> <li>- Tipografi</li> <li>- Mencolok</li> <li>- <i>Doodle</i></li> <li>- Konten Dengan Teks Saja</li> </ul>
10. Seberapa sering kamu	<i>Likert</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak Pernah</li> <li>- 1-3 Kali</li> </ul>

mengkonsumsi makanan goreng dalam seminggu?		- 4-6 Kali - Lebih Dari 6 Kali
11. Seberapa sering kamu mengkonsumsi makanan/minuman manis dalam seminggu? (minuman manis, dessert, es krim , kue, kopi manis, coklat, dll)	<i>Likert</i>	- Tidak Pernah - 1-3 Kali - 4-6 Kali - Lebih Dari 6 Kali
12. Apakah kamu tahu asupan gula dapat berkontribusi terhadap kadar kolesterol?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	- Ya - Tidak
13. Saat membeli makanan, apa yang paling kamu perhatikan?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	- Rasa - Harga - Porsi - Gizi/Kesehatan - Viral/Trend
14. Seberapa sering kamu berolahraga (minimal 30 menit) dalam seminggu?	<i>Likert</i>	- Tidak Pernah - 1-3 Kali - 4-6 Kali - Lebih Dari 6 Kali

15. Jenis aktivitas fisik apa yang kamu lakukan?	<i>Multiple Choice (Multiple Answers Allowed)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jalan Kaki/Jogging/Lari</li> <li>- Pilates</li> <li>- Yoga</li> <li>- Calisthenic/Workout</li> <li>- Gym</li> <li>- Tennis</li> <li>- Padel</li> <li>- Badminton</li> <li>- Sepak Bola</li> <li>- Basket</li> <li>- Tidak Beraktivitas Fisik</li> <li>- Lainnya</li> </ul>
16. Apa alasanmu berolahraga?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agar Sehat</li> <li>- Hobi</li> <li>- Berat Badan Ideal</li> <li>- Diajak</li> <li>- Trend</li> <li>- Tidak Berolahraga</li> </ul>

Melalui penjabaran di atas, dapat disimpulkan kuesioner kedua dirancang untuk memperoleh gambaran mengenai keseharian dan pola hidup generasi Z usia 18–24 tahun di Jakarta yang berkaitan dengan risiko hiperkolesterolemia, khususnya dari aspek pola makan, konsumsi makanan tinggi lemak dan gula, serta aktivitas fisik. Selain itu, kuesioner ini juga bertujuan untuk mengetahui kebiasaan penggunaan media sosial serta preferensi target audiens terhadap format konten, gaya penyampaian, dan gaya visual dalam kampanye kesehatan.

### **3.3.6 Studi Eksisting**

Menurut Hulley et al. (2013, h.192), studi eksisting adalah metode pengumpulan data yang memanfaatkan data yang sudah ada sebelumnya. Studi eksisting dilakukan dengan mengamati kampanye yang sudah ada mengenai kolesterol. Penulis akan menganalisa dan mempelajari kampanye dari Kementerian Kesehatan yang berjudul GERMAS atau disebut juga Gerakan Masyarakat Hidup Sehat.

### **3.3.7 Studi Referensi**

Studi referensi dilakukan dengan cara mencari dan mengumpulkan data yang sudah ada untuk dijadikan referensi dalam desain untuk digunakan dalam merancang suatu perancangan. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan ide dan mempertahankan desain yang konsisten selama perancangan.

