

## **BAB III**

### **METODOLOGI PERANCANGAN**

#### **3.1 Subjek Perancangan**

Dalam metodologi perancangan sebuah kampanye, terdapat subjek perancangan yang memuat *target audience* yang dituju. Berikut merupakan subjek atau target perancangan dari kampanye:

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

*Target audience* dari perancangan kampanye terkait preeklamsia ini adalah ibu hamil dengan rentang usia 35-45 tahun atau generasi milenial. Hal ini dikarenakan Ibu hamil berusia di atas 35 tahun keatas memiliki risiko 2-4 kali lebih besar terkena komplikasi pasca kehamilan, seperti preeklamsia. Kemudian berasal dari kelas sosial ekonomi menengah atau SES B dikarenakan pasien preeklamsia di Indonesia didominasi oleh status sosial-ekonomi menengah (Ng et al., 2018). Ibu hamil dengan kelas sosial ekonomi tersebut juga lebih mudah untuk menerima informasi kesehatan, maupun terpersuasi untuk mengetahui dampak ataupun risiko dari menunda pemeriksaan kesehatan terhadap kesehatan mereka di masa kehamilan (A. D. Laksono et al., 2020, h.9). Dengan pengeluaran bulanan sekitar Rp3.000.000 - Rp.5.000.000 per bulan. Dengan profesi rata-rata pegawai negeri atau swasta serta ibu rumah tangga.

##### **2. Geografis**

Penulis memilih daerah Jabodetabek sebagai subjek geografis dikarenakan berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan dokter *obgyn* atau spesialis ginekologi, angka kejadian ibu hamil yang terkena preeklamsia di daerah Jabodetabek memiliki jumlah yang lebih besar dibanding daerah lainnya. Hal sesuai dengan survey yang dilakukan di RS Citra Medika Depok pada Tahun 2020 tercatat kasus preeklampsia sebanyak 94 orang (9,2%) (Tiara Putri et al., 2024, h.37).

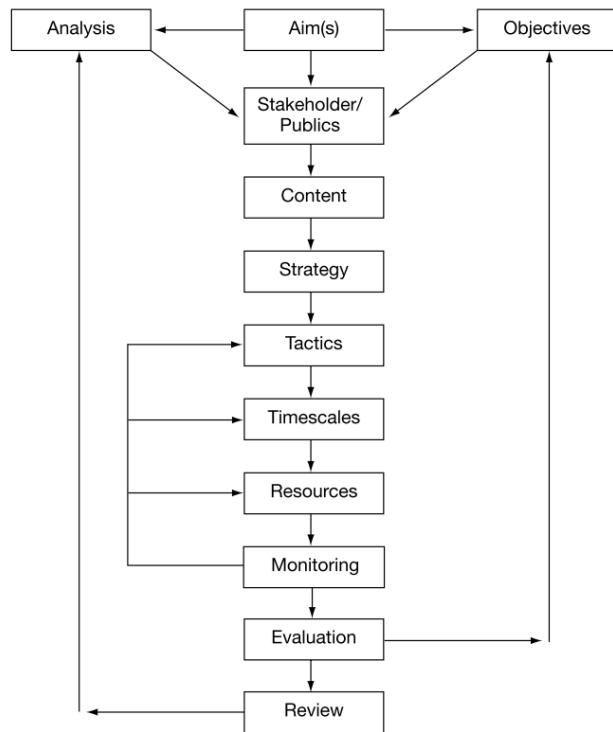
Kemudian di tahun yang sama di Jakarta pusat, sebanyak 256 wanita hamil di Jakarta Pusat yang menderita preeklampsia berdasarkan Profil Kesehatan DKI Jakarta (Yanuarti & Kunci, 2020, h.743). Kemudian, 39 pasien rawat inap karena pre eklamsi di RS swasta Bekasi Timur di tahun 2021 (Pardede et al., 2021, h.79). Lalu di tahun 2023, tepatnya di Puskesmas Pakuhaji Kabupaten Tangerang, preeklampsia terjadi pada 31 ibu hamil yang berusia di atas 35 tahun (Arstykhania & Mariyani, 2025, h.1.898).

### 3. Psikografis

Perancangan kampanye ini ditujukan bagi ibu hamil yang sering menggunakan media sosial untuk mengakses informasi mengenai preeklampsia. Beberapa gaya hidup atau *lifestyle target audience* yang ditetapkan adalah ibu hamil yang memiliki mindset berupa menganggap kehamilan tidak memerlukan perhatian khusus, terutama dengan penanganan medis, karena dianggap sebagai peristiwa alami, kecuali merasa kondisi tubuh mereka memburuk (Escañuela Sánchez et al., 2022). Kemudian, aktif menggunakan media sosial serta sering mencari info terkait kehamilan pada media tertentu. Hal ini dikarenakan ibu hamil cenderung menggunakan internet ataupun *social media* sebagai sumber informasi, yaitu sebanyak 10 kali selama masa kehamilan (Rahmawati et al., 2021, h.3861). Oleh karena itu, kampanye juga ditujukan kepada ibu hamil yang menginginkan hal yang instan atau serba cepat karena mereka sering menggunakan *social media*.

## 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode serta prosedur perancangan yang digunakan adalah *The 12 Stage of Planning* yang dirancang oleh Anne Gregory (Gregory, 2010, h.41-44). Alasan mengapa penulis memilih metode perancangan tersebut dibanding milik Dentsu adalah karena fokus utama dalam perancangan yang dibuat merupakan kampanye kesehatan dan bukan isu sosial maupun komersil yang menjadi fokus utama metode Dentsu.



Gambar 3.1 *The 12 Stage of Planning*

Sumber: Gregory (2010)

*The 12 Stage of Planning* lebih sesuai dengan perancangan kampanye terkait preeklamsia, karena selain metode ini sering muncul di beberapa jurnal kesehatan, latar belakang Gregory sebagai perancang metode ini juga lebih condong kepada *public and population health* yang menjadikan alasan kuat mengapa penulis memilih metode ini dibanding milik Dentsu. 12 Tahapan dalam *The 12 Stage of Planning* oleh Anne Gregory kemudian dijabarkan sebagai berikut:

### 3.2.1 *Analysis*

Merupakan tahap *formative research* atau tahapan penelitian untuk mengumpulkan informasi atau data untuk mengidentifikasi isu atau peluang kampanye yang akan dibuat atau dilakukan metode 5W+1H (Who, Where, When, Why, dan How) sehingga lebih memahami isu atau permasalahan yang menjadi topik kampanye. Dilakukan analisis pada latar belakang permasalahan atau *target audience* yang dituju (ibu hamil), yaitu mengenai preeklamsia di wilayah Jabodetabek dengan melakukan studi literatur pada jurnal kesehatan dengan topik terkait preeklamsia, serta melalui buku-buku terbitan Kemenkes yang membahas terkait persiapan kehamilan serta mengapa preeklamsia dapat

terjadi. Kemudian mengamati media persuasi apa saja yang biasanya dipakai di rumah sakit atau melakukan studi eksisting (poster, banner, buku KIA) dan mengamati media sosial Kemenkes yang jarang menyoroti isu kehamilan seperti preeklamsia yang spesifik. Serta mengamati kasus preeklamsia di luar negeri, seperti atlet Tori Bowie yang meninggal karena preeklamsia.

### **3.2.2 *Aims***

Menentukan tujuan dari kampanye, yaitu meningkatkan kesadaran ibu hamil yang memiliki perekonomian menengah hingga rendah dengan rentang usia 35-45 tahun di Jabodetabek agar rutin melakukan *screening* kesehatan *ataupun medical check up* di rumah sakit selama masa kehamilan guna mencegah preeklamsia secara dini.

### **3.2.3 *Objectives***

Penulis mulai menentukan tujuan spesifik dari perancangan, yaitu dengan meningkatkan kesadaran ibu hamil melakukan *screening* kesehatan melalui konten edukatif di *sosial media* yang berupa kampanye dengan visualisasi *flat design* dan isi konten informatif dan langsung *to the point* agar pesan tersampaikan dengan baik.

### **3.2.4 *Stakeholders and Publics***

Melibatkan tenaga kesehatan seperti dokter obgyn yang berasal dari rumah sakit dan juga bidan yang berasal dari puskesmas di Jabodetabek. Serta melibatkan *target audience* yang merupakan ibu hamil SES B serta keluarga mereka untuk memberi dukungan secara emosional agar ibu hamil rutin melakukan pemeriksaan kandungan.

### **3.2.5 *Content***

Konten yang akan dibuat dalam kampanye media sosial akan meliputi definisi umum, gejala awal, dampak, cara pencegahan, serta bridging kepada pentingnya *screening* kesehatan di rumah sakit atau puskesmas sebagai pencegahan preeklamsia sejak dini dan untuk mencegah terjadinya preeklamsia berat yang berdampak kepada kejang dan pendarahan hebat selama persalinan

yang akan membuat ibu hamil maupun calon bayi kehilangan nyawa mereka. Penulis juga akan menambahkan fakta dan mitos atau miskonsepsi terkait preeklamsia dengan bahasa yang mudah dipahami.

### 3.2.6 *Strategy*

Merupakan salah satu *programme research* atau memiliki tujuan untuk memastikan kampanye berjalan dengan baik berdasarkan riset yang telah dilakukan sebelumnya di tahap *analysis*, Menggunakan metode marketing AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, dan Share*) karena memiliki output utama berupa media sosial untuk memperkuat strategi kampanye, sehingga lebih relevan dengan perilaku target sasaran desain yang dituju. Hal ini juga bertujuan untuk mengamati *behaviour* penggunaan *social media* dari target sasaran desain (Sugiyama & Andree, 2011, h.112-113). Sehingga desain kampanye yang dihasilkan dapat menyampaikan pesan secara tepat kepada ibu hamil SES B berusia 35-45 tahun yang berdomisili di Jabodetabek.

### 3.2.7 *Tactics*

Pada tahapan *Attention*, penulis akan membuat ilustrasi mengenai preeklamsia dengan *copywriting* menyanyakan ulang kepada *audience* apakah mereka mengetahui penyakit yang divisualisasikan tersebut. Selanjutnya pada tahapan *Interest*, akan dibuat *Instagram carousel* yang memuat definisi umum preeklamsia serta gejala awalnya, dampak yang akan disertai cara pencegahan, serta *bridging* kepada pentingnya *screening* dengan menampilkan *reels* terkait preeklamsia dalam perspektif kedokteran atau keadaan nyata preeklamsia di lapangan. Selanjutnya dalam tahapan *Search*, penulis akan membuat hastag yang berkaitan dengan kampanye serta *Instagram story* berisi *QnA* seputar mitos dan juga fakta preeklamsia. Pada tahapan *Action*, penulis akan membuat template *story* Instagram terkait sudahkah mereka *screening* kesehatan dengan *copywriting* persuasif. Terakhir, dalam tahapan *Share*, *target audience* akan membagikan *checklist* mereka terkait *screening* kesehatan.

### **3.2.8 *Timescales***

Merupakan *monitoring research* atau fokus memastikan bahwa kampanye berjalan sesuai dengan rencana, Penulis akan mengatur *timeline* perancangan dalam aplikasi Excel yang nantinya akan dipadatkan dalam bentuk *template project roadmap* kampanye pencegahan preeklamsia dari tahap awal penyusunan konten hingga *launching* dengan *target audience* yang sebelumnya telah ditentukan.

### **3.2.9 *Resources***

Termasuk ke dalam *monitoring research* bersama dengan tahap *timescales*, atau tahap di mana dilakukan pemantauan kegiataan kampanye. Terdiri dari melakukan perincian dari sumber daya apa saja yang dibutuhkan, misalnya seperti menggunakan *software* desain Adobe Photoshop untuk pembuatan aset dan *layouting* konten *social media*. Figma juga akan digunakan untuk merancang website yang akan berisi informasi mengenai preeklamsia secara lebih deskriptif. Kemudian, penulis juga menggunakan Google Form sebagai *tools* untuk melakukan kuesioner atau survey kepada *target audience*.

### **3.2.10 *Monitoring***

Melakukan pengecekan rutin terhadap engagement *social media* yang berupa *Instagram for Business* dari kampanye yang dirancang, meliputi jumlah *views*, *likes*, *comment*, dan *share*.

### **3.2.11 *Evaluation***

Termasuk ke dalam tahap *evaluative research* atau menganalisis apakah kampanye mencapai target yang telah ditetapkan. Dalam tahapan ini, penulis akan mengevaluasi hasil kampanye dengan menganalisis apakah *target audience* mulai menyadari pentingnya melakukan *screening* kesehatan dan membandingkannya dengan kuesioner dan wawancara pasca kampanye selesai dilakukan.

### **3.2.12 *Review***

Melakukan analisis terkait keberhasilan dari perancangan serta tantangan yang dihadapi dalam perancangan kampanye social media bagi target sasaran desain yang merupakan ibu hamil SES B yang berdomisili di Jabodetabek.

## **3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan**

Didefinisikan sebagai sebuah rangkaian kegiatan untuk mendapatkan fakta pada penelitian yang diawali dengan merumuskan masalah sehingga didapatkan hipotesis awal serta dikuatkan oleh penelitian terdahulu yang kemudian akan membentuk satu kesimpulan (Sahir, 2022, h.1). Metode penelitian memiliki tujuan untuk mengumpulkan data yang lebih komprehensif serta objektif dengan strategi tertentu. Sementara teknik penelitian pada perancangan ini akan menggunakan wawancara serta kuesioner guna mendapatkan data primer dari target sasaran desain terkait preeklamsia serta kehamilan. Teknik penelitian ini memiliki tujuan utama untuk mengetahui seberapa tinggi pengetahuan ibu hamil mengenai preeklamsia serta mendapatkan data yang lebih akurat mengenai pengalaman nyata terkait preeklamsia pada ibu hamil dari pandangan medis maupun pasien, sehingga kampanye yang dirancang lebih relevan dengan *target audience*.

### **3.3.1 Wawancara**

Wawancara akan dilakukan dengan dokter obstetri dan ginekologi (*obgyn*) dengan tujuan memvalidasi hasil studi literatur mengenai preeklamsia serta hubungannya dengan kondisi ekonomi ibu hamil. Wawancara juga dilakukan dengan ex-pasien preeklamsia untuk mengetahui lebih dalam terkait pengalam mereka serta *treatment* pasca persalinan apakah yang mereka dapat dari dokter *obgyn*. Wawancara juga berfungsi guna mengetahui apa saja yang dibutuhkan penulis untuk membuat konten kampanye terkait preeklamsia. Sementara peralatan yang akan digunakan selama wawancara adalah *recorder (Handphone)*, kamera *handphone* untuk dokumentasi wawancara, dan laptop untuk mencatat hasil wawancara. Berikut merupakan detail dari pertanyaan serta narasumber wawancara:

## 1. Wawancara dengan dokter Spesialis Obgyn

Wawancara *expert* dilakukan dengan dr. Mario Krisna, Sp.Og sebagai dokter spesialis obsteri dan ginekologi. Hal ini dilakukan agar penulis mendapat data primer mengenai preeklamsia pada ibu hamil, perawatan yang dilakukan pada pasien, serta mitos dan fakta yang beredar di masyarakat terkait preeklamsia dengan daftar pertanyaan sebagai berikut:

- a. Apa saja gejala umum dari preeklamsia pada ibu hamil serta apakah gejala tersebut dapat ditemukan dengan *self diagnose* atau tanpa adanya bantuan medis dalam identifikasinya?
- b. Berdasarkan jurnal The American College of Obstetricians and Gynecologist (ACOG) terkait kehamilan pada usia 35 tahun ke atas, preeklamsia memiliki risiko lebih tinggi terkena komplikasi kehamilan seperti preeklamsia pada usia tersebut, yaitu 2-4 kali lebih besar, apakah terdapat faktor predisposisi yang menyebabkan hal ini dapat terjadi?
- c. Apakah terdapat deteksi dini yang dilakukan untuk mengetahui tanda serta gejala dari preeklamsia pada ibu hamil?
- d. Apakah preeklamsia dapat dicegah secara total? Jika tidak, maka sejauh apa tindakan pencegahan atau deteksi dini dapat mempengaruhi proses kehamilan serta pasca melahirkan seperti menurunkan angka mortalitas atau kematian pada ibu hamil dengan preeklamsi?
- e. Jika ibu hamil yang mengalami preeklamsia, apakah pasca melahirkan terdapat pemantauan tekanan darah secara rutin, obat-obatan yang harus dikonsumsi, dan dalam jangka berapa lamakah perawatan tersebut berlangsung?
- f. Kapankah waktu yang tepat bagi ibu hamil untuk memeriksakan kandungannya atau melakukan *screening* kesehatan ke rumah sakit? Serta untuk ibu hamil tua (usia 35-

- 45 tahun) apakah memiliki perbedaan dalam frekuensi pemeriksaan kesehatan dengan ibu hamil dengan usia yang lebih muda?
- g. Apakah terdapat dampak jangka pendek ataupun panjang dari preeklamsia baik bagi ibu hamil maupun calon bayi jika tidak dilakukan pemeriksaan rutin? Misalnya seperti komplikasi organ dalam (hati, jantung, ginjal) dan jika calon ibu mengalami preeklamsia ringan di trimester akhir kehamilan dan tidak mengalami keguguran, apakah preeklamsia memengaruhi proses tumbuh kembang anak tersebut kedepannya?
  - h. Adakah kelompok usia ataupun kondisi tertentu yang berpotensi mengalami preeklamsia lebih besar?
  - i. Apakah preeklampsia dengan kelompok usia 35-45 tahun memiliki kejadian yang lebih besar dikarenakan faktor lain, seperti tingkat kesuburan, penyempitan pembuluh darah, ataupun faktor biologis lainnya?
  - j. Mengapa faktor sosial ekonomi seperti gizi buruk, stres, atau kurangnya akses pemeriksaan kehamilan rutin dapat berkontribusi terhadap risiko preeklamsia?
  - k. Apakah faktor psikologis berpengaruh terdapat kondisi kesehatan dan fisik ibu hamil?
  - l. Kebanyakan ibu hamil, terutama dengan tingkat pendidikan serta perekonomian yang rendah, seringkali enggan atau tidak rutin memeriksakan kehamilannya ke dokter dikarenakan kendala biaya atau pengetahuan yang kurang selama proses kehamilan (Hamsah & Budiman, 2024, h.3.396). Apa saja hal yang dapat dilakukan untuk mengurangi hal tersebut?
  - m. Jika terjadi kasus preeklamsia berat selama kehamilan, bagaimana proses penanganan medis yang biasanya dilakukan atau SOP (*Standard Operating Procedure*) yang dilakukan?

- n. Apakah dukungan keluarga/suami pada ibu hamil dengan preeklamsi menjadi hal yang sangat penting?
- o. Menurut pengalaman Anda selama menjadi dokter kandungan yang telah menangani berbagai pasien dengan komplikasi kehamilan, khususnya pada preeklamsia. Apa tantangan terbesar dalam mengedukasi masyarakat terkait bahaya dari preeklamsia, terutama pada ibu hamil muda dengan pendidikan serta perekonomian yang rendah?
- p. Menurut Anda berdasarkan perkembangan zaman di era digitalisasi saat ini, adakah media berupa edukasi kesehatan yang dapat mempersuasi para ibu hamil untuk pencegahan dan perawatan ibu hamil dengan preeklamsia?

## 2. Wawancara dengan pasien preeklamsia

Selain dokter spesialis, penulis juga mewawancarai pasien yang sebelumnya menderita preeklamsia untuk mengetahui gejala apa saja yang mereka alami, pola makan, serta riwayat kesehatan baik diri mereka sendiri maupun keluarga dengan daftar pertanyaan wawancara sebagai berikut:

- a. Apakah Anda memiliki penyakit keturunan berdasarkan riwayat kesehatan keluarga seperti penyakit jantung ataupun diabetes? Atau terdapat anggota keluarga yang menderita preeklamsia sebelumnya?
- b. Kemudian, apakah Anda sendiri memiliki riwayat penyakit seperti darah tinggi atau hipertensi sebelum dokter mendiagnosa Anda terkena preeklamsia?
- c. Apa yang membuat Anda tahu ataupun menyadari bahwa Anda menderita preeklamsia? Misalnya setelah kontrol kesehatan dengan dokter obgyn atau kandungan, atau dikarenakan gejala lain?

- d. Pada masa awal kehamilan, atau saat kontrol kandungan pertama kali di rumah sakit, terutama saat cek tensi darah, apakah tekanan darah Anda normal atau tinggi?
- e. Selama masa kehamilan Anda terhitung dari trimester pertama hingga ketiga, apa terdapat situasi di mana Anda merasa pusing terus menerus atau mengalami *black out* pada masa kehamilan? Serta bagaimana pola makan Anda sebelum hal tersebut terjadi?
- f. Apakah sebelumnya anda mengetahui tentang penyakit ini? Atau pernah mendengar sekilas terkait preeklamsia melalui keluarga atau teman terdekat Anda?
- g. Setelah terdiagnosa dengan preeklamsia, apakah dokter memberi penjelasan mengenai preeklamsia?
- h. Penanganan seperti apa yang dilakukan dokter setelah Anda dinyatakan menderita preeklamsia? Misalnya seperti memberi suplemen magnesium maupun obat penurun tekanan darah untuk menurunkan risiko komplikasi lanjut?
- i. Apakah dokter kemudian memutuskan untuk mempercepat proses persalinan atau mengeluarkan bayi karena terdapat komplikasi?
- j. Media apa saja yang paling sering membahas mengenai preeklamsia atau penyakit serupa yang paling sering Anda temui sebelumnya?
- k. Media apa yang paling sering Anda gunakan untuk mendapatkan informasi seputar kehamilan

### 3.3.2 Kuesioner

Kuesioner digunakan dengan tujuan untuk menggali preferensi media dari *target audience* dan mengukur seberapa jauh mereka memahami topik preeklamsia dan kesadaran mereka dalam melakukan *screening* kesehatan. Kuesioner akan disebarluaskan kepada target sasaran desain melalui

Google Form dengan struktur pertanyaan kuesioner yang akan dibagi kedalam tiga *section* sebagai berikut:

- A. Informasi responden
  - a. Usia (35-45 tahun)
  - b. Pendidikan Terakhir (SD/SMP/SMA/S1/S2/S3)
  - c. Domisili: Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)
  - d. Pekerjaan (Ibu rumah tangga, pegawai swasta/negeri, guru/dosen, *influencer*...)
  - e. Pemasukan/bulan (<Rp1.000.000, Rp1.500.000 – Rp2.499.999, Rp2.500.000 – Rp3.999.999, Rp4.000.000 – Rp5.999.999, Rp6.000.000)
  - f. Usia Kehamilan (Trimester 1 (0–13 minggu) hingga Trimester 3 (29–40 minggu)
  - g. Apakah ini merupakan kehamilan pertama Anda? (Ya/Tidak)
- B. Topik Tugas Akhir
  - a. Apakah Anda pernah mendengar terkait penyakit Preeklamsia? (Ya / Tidak)
  - b. Jika pernah, darimana Anda mengetahui informasi tersebut? (*Multiple choice*: internet, tenaga kesehatan, keluarga, teman)
  - c. Seberapa tahu Anda terkait penyakit preeklamsia pada ibu hamil? (skala likert 1-5: sangat tidak tahu, tidak tahu, netral, tahu, sangat tahu)
  - d. Pernahkah Anda menerima informasi ataupun edukasi langsung dari tenaga kesehatan terkait dampak atau risiko preeklamsia terhadap kehamilan? (Ya / Tidak)
  - e. Jika pernah, apakah informasi atau edukasi yang disampaikan membantu Anda dalam memahami faktor-faktor yang memicu preeklamsia? (skala likert 1-5: sangat tidak membantu, tidak membantu, netral, membantu, sangat membantu)

- f. Menurut Anda, apakah preeklamsia dapat berbahaya bagi ibu hamil serta calon bayi (Ya/Tidak)
- g. Apakah Anda rutin memeriksakan kehamilan? (Ya/Tidak)
- h. Faktor apakah yang menjadi pertimbangan Anda untuk melakukan pemeriksaan kehamilan rutin? (*Multiple choice*: kondisi tubuh, biaya, jarak fasilitas kesehatan yang jauh, kurangnya pengetahuan terkait kehamilan)
- i. Apakah Anda tahu terkait resiko kehamilan di atas usia 35 tahun? (Ya/Tidak)
- j. Faktor/alasan apakah yang membuat Anda memutuskan untuk hamil di usia lebih dari 35 tahun? (*Multiple choice*: baru menikah, menginginkan gender yang berbeda dari anak sebelumnya, memiliki mindset “banyak anak banyak rezeki”, kehamilan pertama (baru memiliki anak di usia tersebut), tidak menggunakan alat kontrasepsi.

### C. Preferensi Media

- a. Media apa saja yang paling sering menyampaikan informasi terkait kehamilan yang anda temui? (*Multiple choice*: Instagram, Tiktok, Youtube, brosur kesehatan rumah sakit...)
- b. Media apa saja yang paling sering Anda gunakan untuk memperoleh informasi terkait kehamilan? (*Multiple choice*: Instagram, Tiktok, Youtube, brosur kesehatan rumah sakit...)
- c. Berapa lamakah durasi Anda menggunakan media tersebut? (<1 jam, 1-2 jam, 3-4 jam, >4 jam)
- d. Faktor apa saja yang menjadi pertimbangan Anda dalam memilih media untuk mendapatkan informasi terkait kehamilan? (*Multiple choice*: visual yang menarik, bahasa yang lugas dan mudah dimengerti, kemudahan dalam mengakses informasi,...)
- e. Menurut Anda, seberapa penting informasi terkait komplikasi yang dapat dialami ibu hamil selama masa kehamilan (contohnya preeklamsia) yang disampaikan melalui media yang sering anda

- gunakan sehari-hari? (skala likert 1-5: sangat tidak penting, tidak penting, netral, penting, sangat penting)
- f. Apakah Anda merasa media tersebut mempersuasi Anda untuk melakukan *screening* kesehatan atau upaya lain dalam menjaga diri Anda selama masa kehamilan dari penyakit seperti preeklamsia? (skala likert 1-5: sangat tidak mempersuasi, tidak mempersuasi, netral, mempersuasi, sangat mempersuasi)
  - g. Seberapa besar rasa percaya Anda terhadap informasi terkait kehamilan dalam media tersebut? (skala likert 1-5: sangat tidak percaya, tidak percaya, netral, percaya, sangat percaya)

### **3.3.3 Studi Eksisting**

Studi eksisting memiliki tujuan utama berupa menjadi acuan awal dalam menentukan arah perancangan media kampanye. Serta, digunakan sebagai acuan agar penulis dapat memahami pendekatan komunikasi yang biasanya digunakan kepada ibu hamil agar informasi yang terdapat dalam kampanye lebih relevan. Studi eksisting yang dipilih adalah beberapa buku yang merupakan media informasi untuk ibu hamil, maupun kampanye yang merupakan media persuasi yang sebelumnya telah dilakukan Kemenkes. Yaitu Buku KIA (Kesehatan Ibu dan Anak) yang diterbitkan pada tahun 2024, serta Kampanye Penyuluhan Preeklamsia yang diposting oleh Dinkes Kab. Grobogan yang bekerjasama dengan Kemenkes pada media sosial mereka. Sementara, aspek yang direncanakan untuk diamati berupa jenis komunikasi, visual, gaya bahasa, serta *readability* sebagai pertimbangan awal dalam tahapan keputusan desain kampanye.

### **3.3.4 Studi Referensi**

Studi referensi berfungsi untuk mempermudah penulis dalam menentukan gaya visual serta strategi *marketing* yang akan digunakan saat kampanye, sesuai dengan target audience yang ditentukan. Sehingga arah perancangan dari media kampanye lebih efektif. Dipilih 3 kampanye yang sebelumnya telah pernah dibuat dengan *target audience* serupa, yaitu ibu

hamil, berupa Hear Her Campaign (2022), Every Mother Counts (2010), serta Cegah Stunting, itu Penting! (2024). Aspek yang direncanakan untuk diamati berupa media online dan cetak kampanye atau konten secara garis besar, visual, warna, serta *typography*. Studi ini juga bertujuan sebagai inspirasi dan pertimbangan arah desain dalam proses perancangan kampanye.

