

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Dalam riset tugas akhir ini, data dikumpulkan menggunakan *mixed method* yaitu, dengan menggabungkan pendekatan kuantitatif sebagai data yang dapat diukur atau dihitung dan metode kualitatif atau data yang memiliki sifat deskriptif dalam bentuk gambar dan kalimat (Creswell, 2014). Berikut adalah pemaparan dari metode pengumpulan data dalam perancangan ini :

##### 3.1.1 Metode Kualitatif

Metode pengumpulan kualitatif sebagai data yang dianalisis dalam bentuk deskripsi (Creswell, 2014). Metode kualitatif yang digunakan dalam perancangan ini meliputi wawancara dengan pendiri Rumah Kucing Parung, Dita Prisiati Agusta, kemudian melakukan *focus group discussion* (FGD) bersama beberapa responden pencinta hewan, observasi non-partisipatif pada Rumah Kucing Parung, dan observasi media informasi organisasi non-profit lainnya yang bergerak dibidang serupa melalui studi eksisting.

##### 3.1.1.1 Wawancara dengan Dita Prisiati Agusta



Gambar 3.1. Dokumentasi Wawancara

Wawancara dilaksanakan pada tanggal 20 Februari 2022 dengan Dita Prisiati Agusta atau Ibu Dita, sebagai pendiri Rumah Kucing Parung. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan

informasi mengenai jenis-jenis media informasi mengenai Rumah Kucing Parung (RKP) begitu pula media informasi dimiliki dan aktif digunakan oleh RKP.

### **1) Latar Belakang Berdirinya Rumah Kucing Parung (RKP)**

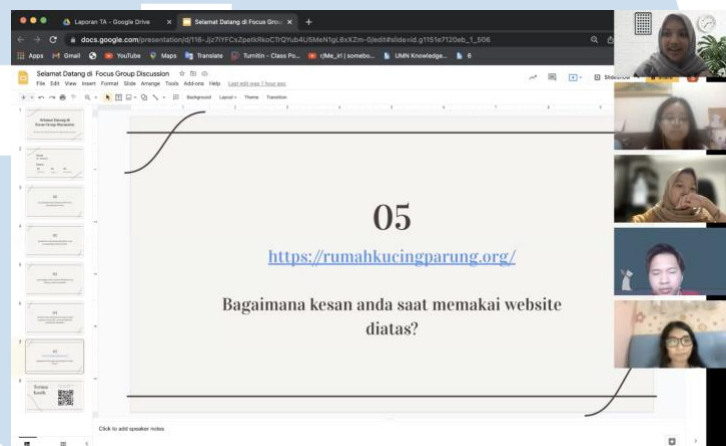
Dalam wawancara Ibu Dita menjelaskan pada awalnya RKP dibangun untuk kucing-kucing *rescue* pribadi beliau namun, setelah selesai dibangun beliau merasa bahwa masih banyak kucing-kucing jalanan yang membutuhkan dan juga tempat tinggal, sampai akhirnya dengan kesepakatan keluarga beliau mendirikan Rumah Kucing Parung yang mulai dikenal masyarakat pada tahun 2015. Beliau juga mengatakan bahwa tempat seperti penampungan hewan masih diperlukan karena memang kesejahteraan hewan liar masih sangat kurang. Selama mengurus kucing di penampungan beliau sering menemukan kucing yang diterlantarkan, dianiaya, malnutrisi dan juga mengalami penyakit-penyakit lainnya. Sehingga selain mengelola penampungan, beliau juga memiliki visi misi untuk mengedukasi masyarakat mengenai kesejahteraan hewan, dan berharap akan lebih banyak yang menyadari bahwa hidup hewan-hewan tersebut juga layak hidup sejahtera.

### **2) Latar Belakang Berdirinya Rumah Kucing Parung (RKP)**

Selain diundang dalam *event-event* untuk menjadi pembicara, tujuan mengedukasi masyarakat luas juga diwujudkan dengan adanya media informasi seperti sosial media seperti Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter dan Youtube yang diisi dengan konten kegiatan-kegiatan dalam RKP dan juga *website* resmi yang di-*launching* pada tahun 2020 ini, beliau menjelaskan bahwa tidak berinteraksi langsung dengan sosial media dan *website* karena memiliki *admin* tersendiri dan mendapatkan laporan berkala sebulan sekali karena admin dari sosial media itu sendiri juga memiliki pekerjaan lainnya. Akan tetapi beliau juga sangat

terbuka jika dapat mengembangkan media informasi salah satunya *website* dari RKP agar selalu berguna bagi masyarakat dengan memberikan edukasi kesejahteraan hewan dan kedepannya juga ingin lebih aktif mengisi *website* tersebut dengan konten-konten yang berhubungan dengan Rumah Kucing Parung.

### 3.1.1.2 *Focus Group Discussion Usability Testing*



Gambar 3.2. Dokumentasi *Focus Group Discussion*

Penulis melaksanakan *focus group discussion* (FGD) pada tanggal 15 Februari 2021, melalui media komunikasi Zoom, bersama dengan 7 responden dengan spesifikasi kriteria, berusia 17-35 tahun, tinggal di daerah Jabodetabek, memiliki ketertarikan dengan topik *animal rescue*, penampungan hewan dan/atau kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan hewan. FGD dilakukan untuk mengetahui dan mendalami media informasi yang dibutuhkan organisasi non-profit seperti penampungan hewan serta, pengalaman pengguna saat memakai *website* yang dimiliki Rumah Kucing Parung.

#### 1) **Mengenai Penampungan**

Semua responden setuju bahwa keberadaan penampungan hewan yang dikelola dengan baik, masih dibutuhkan dapat melindungi hewan yang terlantar supaya bisa tetap bertahan hidup. Namun responden juga mengatakan bahwa kurang adanya publikasi atau eksposur mengenai penampungan tersebut sehingga masyarakat kurang mengetahui keberadaan penampungan hewan tersebut dan

secara tidak langsung berdampak kepada penampungan tersebut contohnya, adalah ketika ada hewan yang sehat dan siap adopsi dan kemungkinan sponsor yang ingin membantu. Dalam diskusi para responden juga menspekulasi bahwa hal ini terjadi karena Kurangnya tenaga kerja yang lebih difokuskan untuk mengurus hewan-hewan dalam penampungan dan para responden juga setuju kualitas seperti kebersihan dan *skill* dalam mengurus hewan-hewan tersebut adalah prioritas sehingga.

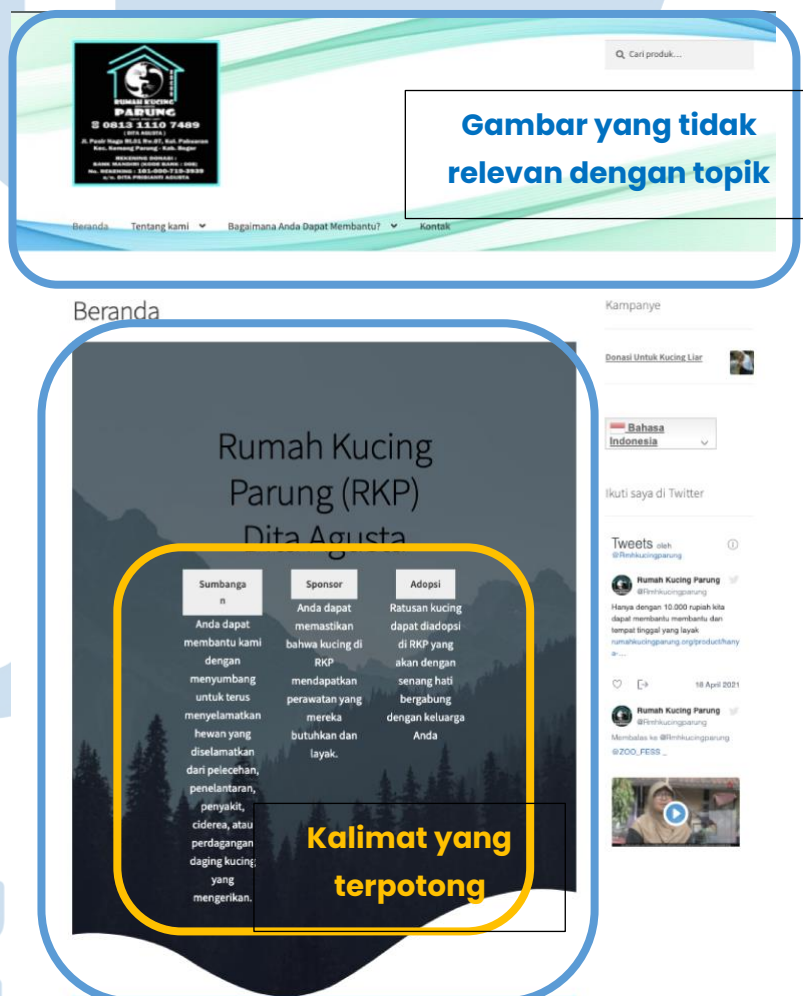
## 2) **Mengenai Media Informasi Organisasi Non-Profit**

Berdasar dari FGD, para responden mengungkapkan bahwa media informasi yang dapat menjadi nilai tambah bagi sebuah organisasi non-profit, salah satunya adalah *website* karena dapat memberikan dianggap dapat menambah nilai legitimasi dari sebuah organisasi non-profit seperti penampungan hewan. Responden juga menjelaskan penting memiliki media informasi yang dapat memberikan transparansi informasi yang dimiliki oleh sebuah organisasi contohnya seperti sertifikasi, dana donasi dan lain sebagainya untuk menambah kesan legitimasi penampungan hewan tersebut sebagai sebuah organisasi. Dilanjutkan juga dengan menarik audiens dengan isi konten dalam media informasi tersebut seperti *update* yang berkala mengenai kondisi penampungan dan hewan-hewan yang ada di dalamnya. Fitur kontak yang responsif juga dapat menjadi hal penting dalam sebuah media informasi seperti website karena dapat membuka kesempatan untuk mendapatkan sponsor begitu pula volunteer yang ingin membantu penampungan hewan tersebut.

## 3) **Mengenai Website Rumah Kucing Parung**

Setelah menggunakan *website* Rumah Kucing Parung, secara keseluruhan dari sisi kelengkapan konten yang disajikan dalam bentuk teks para responden merasa cukup lengkap tetapi merasa

tidak nyaman saat dibaca, responden menjelaskan bahwa *copy writing* yang kurang baik spesifiknya pada pembagian atau pemotongan kalimat diantaranya adalah teks yang terlalu panjang sehingga membuat tidak menarik untuk membaca informasi atau terlalu pendek sehingga menginterupsi saat membaca kalimat tersebut. Responden juga mengatakan bahwa konten dalam *website* kurang menggambarkan Rumah Kucing Parung sebagai penampungan karena kurang adanya foto, video, atau gambar mengenai kondisi penampungan serta kucing-kucing dalam penampungan itu sendiri. Berikut merupakan tampilan beranda *website* RKP dalam Desktop.



Gambar 3.3. Dokumentasi Beranda *Website* Rumah Kucing Parung

Dalam sisi tampilan visual *website* memiliki beberapa aspek yang cukup jelas yaitu memiliki teks judul (*header*) yang lebih besar dan diikuti dengan konten (*bodytext*) sehingga pengguna mengerti saat berada pada halaman tertentu. Namun, responden memiliki beberapa keluhan untuk visual seperti warna identitas yang terlalu luas variasinya sehingga kurang terlihat konsisten, warna pada *website* juga cukup berbeda dengan warna yang dominan dipakai pada Instagram sebagai sosial media yang paling aktif. Hal ini juga berlaku pada variasi *font* yang dipakai dalam *website* karena dianggap terlalu bervariasi dan membuat tidak nyaman saat dibaca.



Gambar 3.4. Palet Warna Rumah Kucing Parung

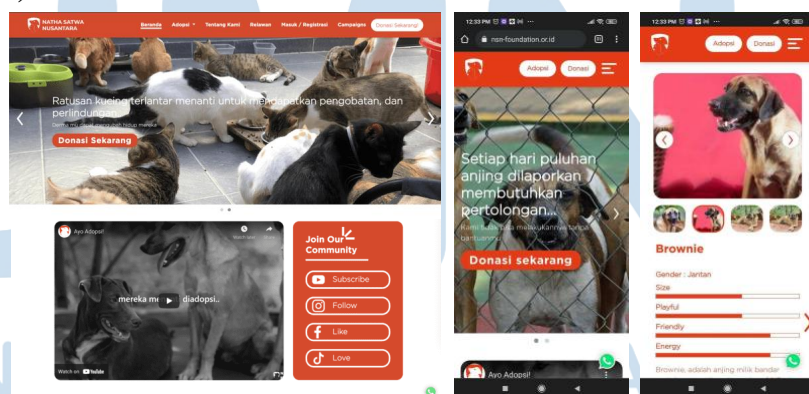
Dari sisi pengalaman menggunakan *website* terdapat fitur yang cukup baik dan responsif yaitu kontak yang dapat dihubungi dan

juga *link* menuju sosial media lainnya. Namun banyak *fitur* yang menurut responden kurang nyaman seperti bahasa default yang keluar saat membuka *website* dan *fitur* untuk mengubah bahasa yang tidak langsung terlihat sehingga responden berpendapat hal tersebut dapat menurunkan minat untuk melanjutkan membaca konten *website*. Responden juga mengatakan bahwa ada beberapa *fitur* seperti *search bar* yang tidak responsif karena tidak menyambungkan kata kunci ke konten. Para responden juga berpendapat bahwa menu pada *website* terlihat terlalu banyak, responden menyugestikan untuk mengurangi beberapa halaman yang tertera dalam menu agar lebih simpel dan efektif saat menggunakan.

### 3.1.1.3 Studi Eksisting

Dalam penelitian ini studi eksisting dilakukan dengan menganalisis organisasi yang bergerak di bidang serupa yang nantinya akan menjadi bahan perbandingan dalam perancangan media informasi website. Alisa dilakukan pada dua *website* dengan menggunakan

#### 1) Website Natha Satwa Nusantara



Gambar 3.5 Website Natha Satwa Nusantara

Natha Satwa Nusantara (NSN) merupakan sebuah Yayasan yang dibentuk dengan tujuan untuk memperjuangkan pemenuhan kesejahteraan hewan domestik melakukan yang

diwujudkan dengan edukasi mengenai pentingnya memenuhi kesejahteraan hewan domestik yang memiliki pemilik maupun tidak. selain itu juga Natha Satwa Nusantara Melaksanakan dan memberikan subsidi sterilisasi dan vaksinasi hewan domestik untuk menekan overpopulasi dan penyakit menular pada hewan domestik (NSN Foundation, N/A). NSN memiliki beberapa media informasi salah satunya *website*, berikut analisis SWOT yang dilakukan pada *website* NSN :

**1. Strength:**

- Format *website* yang dapat menyesuaikan dengan beberapa media elektronik dua di antaranya adalah *smartphone* dan laptop/PC
- Tampilan awal *website* yang menggambarkan tema dari *website* kepada audiens
- Identitas visual seperti warna konsisten dan jelas
- Navigasi *website* yang mudah dipahami, jika ingin adopsi langsung masuk ke profil hewan yang siap adopsi sama halnya dengan donasi
- *User* langsung diarahkan ketika mencari nama Yayasan di browser

**2. Weakness :**

- Tidak ada pilihan bahasa hanya dikemas dengan bahasa Indonesia
- Tampilan utama teks di atas gambar sehingga tidak terlalu terbaca saat pertama kali melihat

**3. Opportunities :**

- Kontak yang disediakan cukup lengkap dan spesifik sehingga pengguna bisa langsung menghubungi dengan kontak-kontak yang ada di *website*

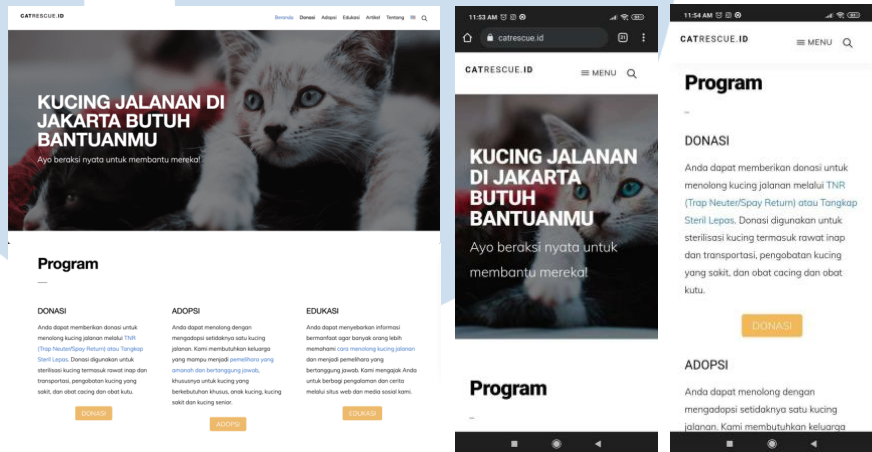


- Dapat lebih menarik pengguna untuk mengadopsi karena adanya foto-foto hewan yang siap adopsi begitu pula dengan deskripsi dari kepribadian hewannya masing-masing

#### 4. Threat :

- Tidak banyak unsur kampanye, atau informasi lainnya sehingga pengguna hanya menggunakan *website* hanya sebatas perantara untuk melihat profil hewan yang siap untuk diadopsi dan berdonas

### 2) Website Catrescue.id



Gambar 3.6 Website Catrescue.id

Catrescue.id merupakan komunitas yang bertujuan untuk menolong kucing jalanan dengan program sterilisasi. Namun, karena adanya keterbatasan tenaga kerja komunitas ini hanya berfokus pada beberapa koloni kucing yang dipantau di antaranya adalah di lokasi Depok, Menteng, dan Tanjung Barat. Dalam *website* Catrescue.id banyak membawakan konten edukasi berupa artikel serta membuka donasi dan adopsi bagi kucing yang sangat membutuhkan rumah. Berikut analisis SWOT yang dilakukan pada *website* catrescue.id:

### 1. *Strength* :

- Format *website* yang dapat menyesuaikan dengan beberapa media elektronik dua di antaranya adalah *smartphone* dan laptop/PC
- Dapat mengubah bahasa dengan tombol bahasa pada posisi yang terlihat yaitu di atas halaman *website*
- Disambut dengan gambar yang bertemakan hewan, serta teks besar yang membahas tentang isu kucing jalanan, menarik perhatian audiens sekaligus memberikan gambaran tema dari *website*
- *Layout* yang simpel dan mudah dipahami
- Konten yang lengkap mulai dari program-program kesejahteraan hewan, alamat lokasi, hingga artikel-artikel

### 2. *Weakness* :

Kurangnya identitas logo, dalam *website* hanya berbentuk *logotype* tetapi

#### 3.1.1.4 Kesimpulan

Bagian akan kesimpulan akan dikelompokkan menjadi tiga yang nantinya akan dikembangkan dalam proses perancangan yang pertama adalah interaktivitas dan konten informasi, visual atau user interface, serta flow dari website atau user experience.

##### 1) **Interaktivitas dan Konten**

- Dari wawancara, Ibu Dita sebagai pendiri RKP menginginkan konten website di isi dengan banyak informasi mengenai topik kesejahteraan hewan dan keadaan RKP juga.

- Berdasar dari *usability test website* RKP masih kurang interaktif dan kurang memberikan konten yang berhubungan dengan kucing, maupun *animal shelter* dan pemotongan kalimat dalam konten informasi yang kurang baik
- Mengutamakan konten informasi yang berhubungan dengan adopsi, donasi, dan program dan *event*

## 2) *User Interface*

- Berdasar dari *usability test*. variasi warna yang kurang konsisten.
- Tidak memiliki warna identitas yang spesifik tetapi logo dan halaman *website* banyak menggunakan warna biru.
- Dari studi eksisting warna yang konsisten dengan desain yang simpel. Seperti menggunakan *background* warna putih, menggunakan *button* yang simpel dan menggunakan *font sans serif*
- Memperbanyak foto-foto dan gambar kucing dalam *website*

## 3) *User Experience*

- Berdasarkan studi eksisting, *website* memiliki *flow* yang *straightforward*, linear dan mudah diikuti. Navigasi yang mudah.

### 3.1.2 Metode Kuantitatif

Data kuantitatif sebagai data yang dapat diukur dengan angka maupun diperhitungkan secara statistik (Creswell, 2014). Pada penelitian ini data kuantitatif didapatkan melalui kuesioner berbentuk *google form* akan disebar melalui media sosial dan media pesan digital kepada masyarakat secara acak, dengan target utama yang berdomisili di Jabodetabek dalam kelompok usia 20-34 tahun.

### 3.1.2.2 Kuesioner

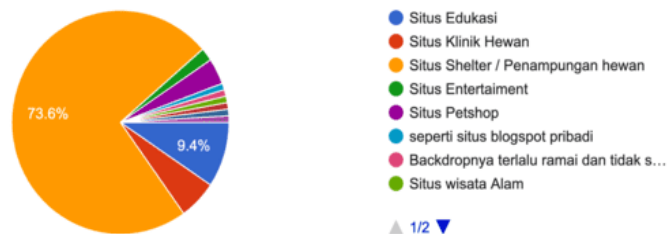
Metode pengumpulan data berbentuk formulir pertanyaan yang diajukan/disebarkan kepada individu maupun kelompok untuk mendapatkan jawaban, tanggapan, atau informasi tertentu yang diperlukan oleh peneliti (Mardalis, 2008). Berdasar penggabungan data BPS kabupaten dan kota dalam wilayah Jabodetabek didapatkan total populasi sebanyak 29,737,383 jiwa, sampel diambil dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Dengan derajat ketelitian 10% maka perhitungan perhitungan besaran sampel adalah sebagai berikut:

$$S = \frac{29.737.383}{1 + 29.737.383 (0.10)^2} = 100$$

Dari hasil perhitungan yang dibulatkan, sampel yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah 100 responden, dengan ketentuan respons yang tidak masuk dalam lingkup demografis penelitian akan diabaikan, serta kuesioner akan ditutup ketika jumlah telah memenuhi ketentuan.

#### 1) *Website* Rumah Kucing Parung

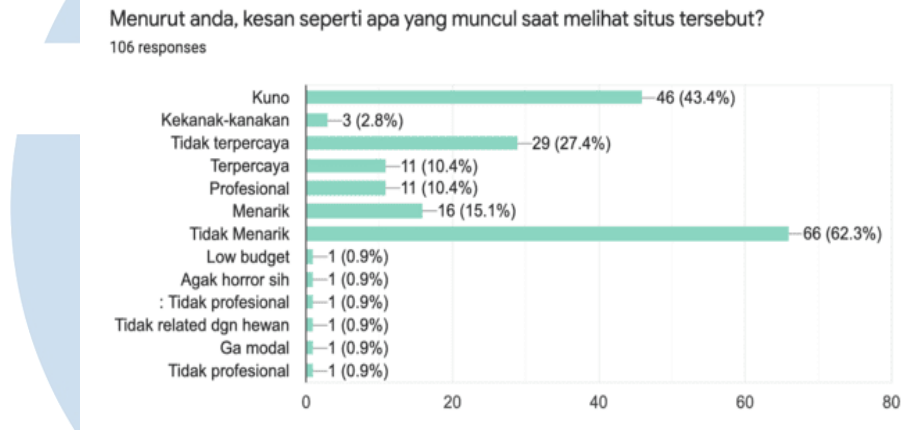
Dari tampilan visual menurut anda, situs dari lembaga/organisasi apakah ini?  
106 responses



Gambar 3.7 Jawaban responden visual *website* Rumah Kucing Parung

Ketika ditunjukkan tampilan halaman beranda *website* Rumah Kucing Parung tiga jawaban terbanyak adalah

pertama dan paling dominan sebanyak 73,6% (78 responden) menjawab Situs *Shelter*/Penampungan Hewan, 9,4% (10 responden) menjawab situs edukasi, diikuti dengan 5.7% (6 responden) yang menjawab situs klinik hewan.

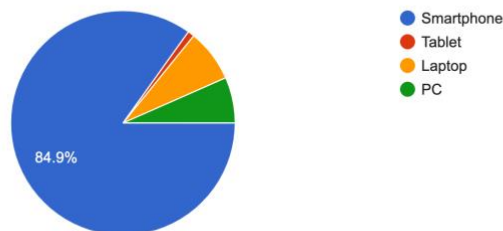


Gambar 3.8 Jawaban responden kesan yang muncul saat melihat situs Rumah Kucing Parung

Namun, tiga kesan yang utama yang dirasakan pengguna saat melihat tampilan halaman beranda *website* adalah, 62.7% (66 responden) menjawab tidak menarik, 43.4% (46 responden) merasa tampilan dari *website* terlihat kuno dan 27.4% (29 responden) merasa dilihat dari tampilan *website* memberikan kesan yang tidak terpercaya.

## 2) Media Informasi

Alat elektronik apa yang sering anda gunakan untuk mencari informasi?  
106 responses



Gambar 3.9 Jawaban responden mengenai alat elektronik yang digunakan untuk mencari informasi

Bedasar dari kuesioner 84.9 % (90 responden) menjawab menggunakan *smartphone* untuk mencari informasi, 7.5% (8 responden) menggunakan laptop, diikuti dengan 6.6% (7 responden) yang menjawab menggunakan PC dan sisanya sebanyak 0.9% (1 responden) menggunakan tablet.



Gambar 3.10 Jawaban responden mengenai media yang disukai untuk mencari informasi

Dilanjutkan dengan media yang disukai untuk mencari informasi kuesioner 85.5 % (91 responden) menjawab menggunakan *website* untuk mencari informasi, 12.3% (13 responden) menggunakan aplikasi, diikuti dengan 1.9% (2 responden) yang menjawab lewat media *game*

### 3.2 Metodologi Perancangan

Dalam perancangan website penulis menggunakan lima fase proses *design thinking* menurut Interaction Design Foundation. Berikut merupakan detail fase-fase perancangan:

#### 3.2.1 *Emphatize*

Tahap *emphatize* dilakukan untuk mengamati dan memahami target pengguna dalam perancangan solusi desain. Dalam tahap ini penulis dapat berempati dengan apa yang pengguna lakukan, bagaimana interaksinya dengan lingkungan serta memberi petunjuk tentang apa yang dipikirkan dan dirasakan pengguna. Sehingga dalam perancangan media informasi seperti

website, penulis perlu mengumpulkan data yang dapat membantu mengidentifikasi masalah dan menentukan target *audience*

### **3.2.2 Define**

Tahap define merupakan proses desain yang memberikan kejelasan dan fokus dalam perancangan. Tujuan dari tahap ini adalah untuk membuat pernyataan masalah yang dilakukan dengan menganalisis data-data yang didapatkan dari tahap sebelumnya, dan setelah dianalisa penulis dapat melakukan perancangan strategi dengan membuat alur scenario saat pengguna menggunakan media desain yang dirancang spesifiknya *website*

### **3.2.3 Ideate**

Tahap ideate adalah proses yang berfokus pada pembuatan dan pengumpulan ide untuk merancang solusi desain. Pada awal perancangan ideation dapat mendorong kemungkinan ide-ide, tidak hanya menemukan satu solusi terbaik. Ide-ide tersebut kemudian di olah berdasarkan analisis data yang telah dikumpulakn sebelumnya sehingga, dapat merealisasikan solusi desain terbaik bagi pengguna.

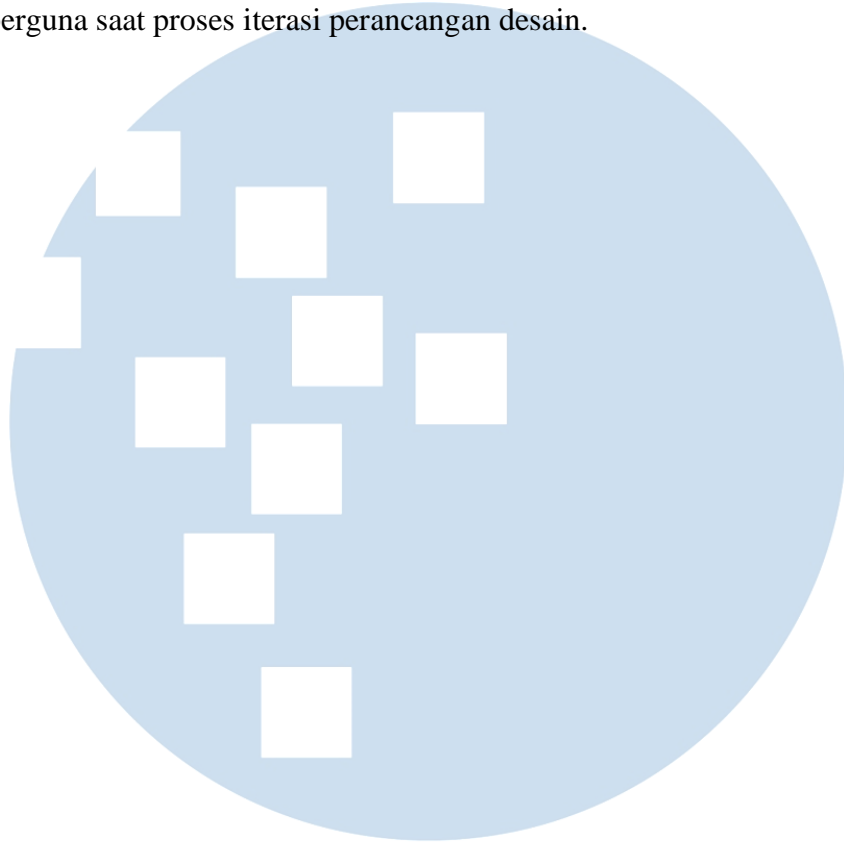
### **3.2.4 Prototype**

Dalam tahap prototype, penulis membuat media desain yang dapat berinteraksi dengan pengguna. Prototype dapat berupa apapun yang dapat berinteraksi dengan pengguna seperti, papan berisikan *post it*, *role playing*, hingga *storyboard*. Dalam perancangan media digital seperti website, prototype dapat dibuat dengan program tertentu seperti Adobe XD, Figma, dsb. Dalam tahap ini hal yang terpenting adalah untuk menjawab pertanyaan atau permasalahan tertentu yang ditemukan pada tahap-tahap sebelumnya karena prototype sendiri dibangun dengan mempertimbangkan kepuasan pengguna.

### **3.2.5 Test**

Inti dari tahap ini adalah untuk mendapatkan feedback dari target pengguna mengenai kekurangan dan kelebihan dari prototype website yang

telah dibuat. Feedback atau masukan dari pengguna tersebut kemudian akan berguna saat proses iterasi perancangan desain.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA