

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Dalam perancangan *interactive digital wayfinding* untuk pengguna transportasi umum di Jakarta ini, penulis melakukan pengumpulan data secara *hybrid* yaitu melalui kuesioner, studi literatur, studi eksisting, dan *interview* dengan narasumber yang berkaitan dengan proyek perancangan ini.

3.1.1 Metode Kualitatif

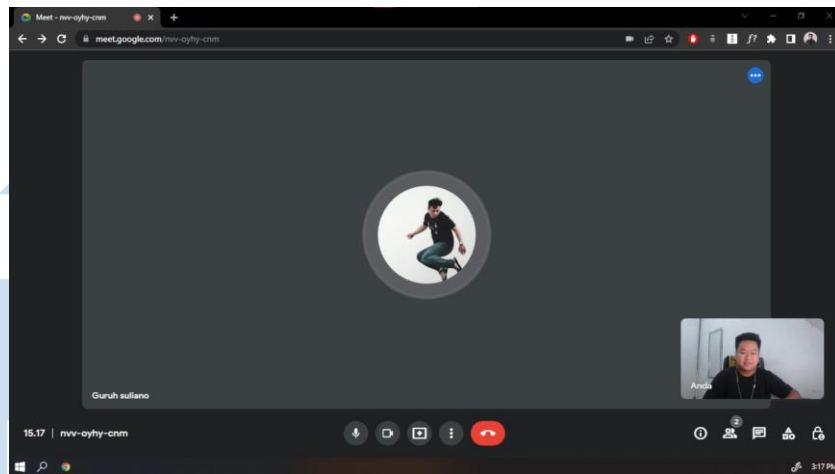
Pada pengumpulan data dengan metode kualitatif penulis melakukan *in-depth interview* dengan beberapa narasumber dengan kepentingan berbeda sehingga data yang terkumpul merupakan data yang valid dan dapat dipercaya.

3.1.1.1 Interview

Penulis melakukan *interview* ke tiga narasumber berbeda yaitu ahli tata kota, *internal* PT MRT Jakarta, dan pengguna transportasi umum Jakarta untuk mendapatkan *insight* yang berbeda mengenai transportasi umum yang ada di Jakarta.

1) Interview kepada Guruh Suliano Putra

Penulis melakukan *interview* yang pertama dengan Guruh Suliano Putra pada tanggal 26 September 2022 pukul 15:00. Guruh Suliano Putra bekerja sebagai *Content and Corporate Branding Specialist* yang merupakan bagian dari divisi *Corporate Communication* PT MRT Jakarta. Dalam PT MRT Jakarta Guruh bertanggung jawab atas keseluruhan komunikasi perusahaan dan *branding* perusahaan. Selain bertanggung jawab atas hal tersebut, Guruh juga bertanggung jawab untuk mengelola sosial media, *website*, hingga media luar ruangan seperti *videotron* yang digunakan untuk promosi dan publikasi dari PT MRT Jakarta.



11 Gambar 3.1 Dokumentasi interview dengan Guruh Suliano Putra

Dalam *interview* ini, penulis menanyakan beberapa hal terkait transportasi publik yang dimiliki Jakarta khususnya MRT. Pertanyaan dimulai dari seberapa besar pengaruh transportasi umum untuk masyarakat khususnya dari PT MRT Jakarta itu sendiri. Menurut Guruh, pengaruh dari transportasi umum khususnya MRT Jakarta adalah efisiensi mobilitas. Efisiensi yang dijelaskan oleh Guruh adalah terkait pemangkasan waktu misalnya rute dari Lebak Bulus ke Bundaran HI dapat ditempuh dalam waktu sekitar 30 menit jika menggunakan MRT namun dapat memakan waktu 2 jam jika menggunakan kendaraan pribadi. Selain pengaruh mobilitas, Guruh juga menjelaskan dengan adanya MRT juga berpengaruh untuk ekonomi sekitar. Dalam hal ini, ekonomi yang dimaksud Guruh adalah meningkatnya *value* dari properti dan usaha/UMKM yang berada di sekitar rute MRT.

Setelah mengetahui pengaruh dan dampak dari transportasi umum, penulis melanjutkan pertanyaan tentang apa saja yang sudah dilakukan PT MRT Jakarta untuk mengajak masyarakat pindah ke transportasi umum. Guruh menjelaskan MRT sejak awal hadir di Jakarta sudah menggaungkan kampanye yang dinamakan #UbahJakarta yang membawa beberapa nilai di

dalamnya. Kampanye #UbahJakarta ini ditujukan salah satunya adalah mengajak masyarakat menggunakan transportasi umum bukan hanya untuk kebutuhan mobilitas namun juga menjadi gaya hidup. Kampanye #UbahJakarta ini sudah disebarakan melalui berbagai media mulai dari sosial media, website, hingga media luar ruang seperti *videotron* dan juga *event* yang diadakan secara *offline*. Selain kampanye, Guruh menjelaskan bahwa PT MRT Jakarta sudah melakukan berbagai macam hal untuk mengajak pindah ke transportasi umum seperti adanya berbagai macam fasilitas di stasiun, revitalisasi trotoar untuk pejalan kaki di sekitar stasiun, hingga adanya promo atau diskon yang bekerja sama dengan transportasi online seperti Grab dan Gojek. Namun, Guruh juga menyebutkan bahwa *goals* dari kampanye PT MRT Jakarta tersebut masih banyak yang belum tercapai karena cakupannya sangat luas.

Selanjutnya penulis beralih ke pertanyaan tentang kenyamanan dan integrasi. Dalam pertanyaan ini sebelumnya penulis menjelaskan bahwa penulis sudah menyebarkan kuesioner yang diisi oleh 100 orang responden sesuai *target audience* penulis dan bertanya tentang alasan mengapa tidak menggunakan transportasi umum. Penulis kemudian menjelaskan berdasarkan hasil kuesioner, jawaban terbanyak dalam kuesioner tersebut adalah karena alasan keamanan seperti takut ada pencurian, takut adanya pelecehan seksual di transportasi umum dan juga tidak tahu informasi tentang transportasi umum secara *general*. Dalam hal ini, penulis bertanya apa yang sudah dilakukan PT MRT Jakarta untuk menanggulangi hal tersebut. Guruh menyatakan bahwa masyarakat tidak perlu khawatir akan hal tersebut karena MRT Jakarta sangat memprioritaskan keamanan dan kenyamanan para penggunanya dengan cara memasang *CCTV* di semua gerbong kereta dan juga stasiun.

Selain itu juga ada *security* yang ada di setiap gerbong dan selalu keliling sehingga tingkat kriminalitas dapat ditekan. Guruh juga menyatakan bahwa terkait informasi jadwal dan informasi rute dapat diakses melalui *website* dan *mobile apps* mereka.

2) **Interview kepada Angela Natalia**

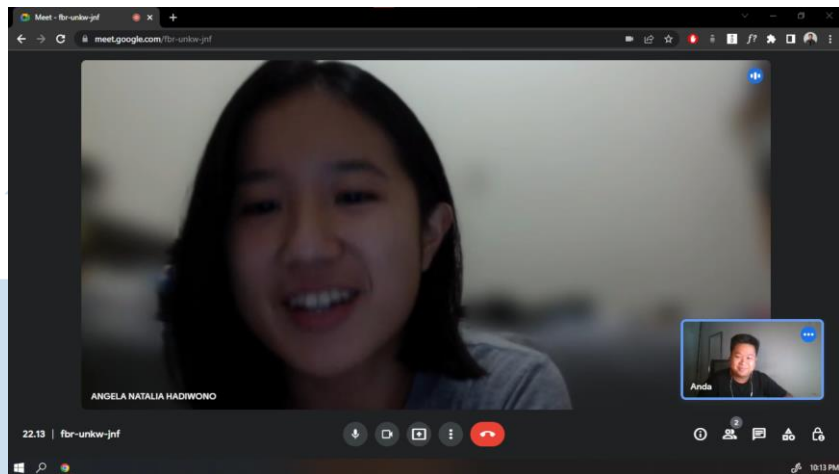
Angela Natalia adalah seorang mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara yang beberapa kali menggunakan transportasi umum untuk berbagai macam keperluan. Beberapa bulan belakangan ini Angela sedang mengikuti program magang secara independen di salah satu perusahaan swasta yang terletak di daerah Sudirman, Jakarta Selatan. Karena kesibukan magang tersebut, membuat Angela harus sesekali pergi ke perusahaan tersebut untuk WFO (*work from office*). Dalam perjalanan dari tempat tinggalnya yang terletak di Gading Serpong, Kab. Tangerang sampai ke kantornya yang berada di Sudirman, Jakarta Selatan Angela menggunakan kendaraan umum sebagai kendaraan utama.

Angela menjelaskan alasan ia menggunakan transportasi umum adalah karena dengan menggunakan transportasi umum ia dapat mengerjakan pekerjaan lain selama perjalanan, selain itu dengan menggunakan transportasi umum Angela mengaku dapat jauh lebih hemat dibanding menggunakan layanan transportasi online. Angela berpendapat transportasi umum yang biasa digunakan sudah cukup memadai, lebih lanjut Angela menjelaskan jika menggunakan MRT Angela merasa nyaman karena kereta dan stasiun MRT dingin dan juga bersih. Namun, Angela mengeluhkan jika menggunakan KRL sangat sumpek dan juga sesak karena kelebihan penumpang. Moda transportasi umum yang biasa digunakan oleh Angela antara lain adalah BRT (*bus rapid transit*), MRT, KRL (*commuterline*).

Selanjutnya, penulis bertanya tentang bagaimana biasanya Angela mendapatkan informasi tentang rute perjalanan yang akan ditempuh jika ia perlu pergi ke Jakarta. Angela menjawab jika akan menggunakan *Bus Shuttle* yang ada di sekitaran tempat tinggalnya, Angela mencari informasi menggunakan grup Telegram yang berisi informasi tentang keberadaan *Bus Shuttle* yang melayani rute dari Scientia Digital Center – MRT Lebak Bulus. Dalam grup tersebut *driver* masing-masing bus mengirimkan lokasi (*share-location*). Namun, untuk mencari informasi lain seperti rute MRT dan KRL Angela menggunakan aplikasi Google Maps dan Moovit.

Angela juga menyatakan bahwa ia sempat beberapa kali bingung dan sulit memahami tentang cara transit antar moda. Selain itu Angela juga mengeluhkan bahwa jadwal yang tertera pada kedua aplikasi tersebut biasanya tidak *terupdate* secara *realtime* (jadwal fix/perkiraan jadwal keberangkatan) sehingga menyebabkan Angela beberapa kali perlu menunggu lama hingga transportasi yang ditunggu sampai ke halte/stasiun tersebut. Lebih lanjut Angela menjelaskan sering mengalami kebingungan ketika menggunakan KRL dan harus transit, Angela merasa tidak adanya informasi mengenai harus pindah ke peron berapa atau kemana jalan yang harus ditempuh untuk dapat transit dengan moda transportasi yang lainnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



12 Gambar 3.2 Dokumentasi *interview* dengan Angela Natalia

Pertanyaan terakhir ditutup dengan validasi masalah keamanan dan kenyamanan yang dikeluhkan oleh pengguna kendaraan pribadi berdasarkan kuesioner yang penulis sebar. Dalam kuesioner tersebut, responden yang biasa menggunakan kendaraan pribadi menyatakan tidak menggunakan transportasi umum karena takut adanya pencurian dan juga pelecehan seksual. Kemudian dari situ, penulis menanyakan ke Angela untuk mengkonfirmasi apakah asumsi responden benar atau salah.

Angela menjawab selama ia menggunakan transportasi umum Jakarta yang sudah lebih dari 2 tahun belakangan ini, ia beberapa kali mengalami kecemasan atas pencurian dan pelecehan seksual jika moda transportasi umum tersebut sangat penuh dan berdesak-desakan. Angela menjelaskan jika ia menggunakan tas ransel dan kereta yang ia gunakan sedang dalam keadaan sangat penuh, maka ia menggunakan tas ransel di bagian depan agar menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Namun, lanjut Angela menjelaskan jika transportasi umum tersebut sedang dalam keadaan renggang atau sepi tidak perlu merasa khawatir akan hal tersebut karena lingkungan dari transportasi umum tersebut juga sudah dipantau oleh CCTV dan *security*.

3.1.1.2 Kesimpulan

Dari data yang sudah dikumpulkan melalui metode kualitatif, penulis memiliki analisa bahwa pemerintah melalui moda transportasi umum masing-masing sudah berusaha mengajak masyarakat untuk pindah ke transportasi umum dengan cara yang berbeda-beda. Dalam hal ini, Guruh Suliano Putra selaku *Content and Corporate Branding Specialist* PT MRT Jakarta menjelaskan bahwa PT MRT sudah memiliki kampanye yang Bernama #UbahJakarta. Dengan kampanye tersebut, PT MRT Jakarta ingin mengajak masyarakat berubah dari kebiasaan menggunakan kendaraan pribadi ke transportasi umum. Namun, PT MRT Jakarta melalui Guruh Suliano Putra mengatakan hal tersebut masih jauh dari kata berhasil karena membutuhkan *support* dari banyak sisi salah satunya adalah masyarakat itu sendiri. Selanjutnya beralih ke *interview* dengan Angela yang merupakan mahasiswi dengan kesibukan magang di daerah Jakarta yang mengaku lebih nyaman menggunakan transportasi umum karena keamanan dan hemat biaya. Angela mengaku membutuhkan media informasi interaktif yang bisa menyediakan semua informasi yang ia butuhkan ketika menggunakan transportasi umum mulai dari jadwal keberangkatan, informasi rute, biaya, dan hal-hal lainnya.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Pada metode pengumpulan data secara kuantitatif, penulis menggunakan kuesioner yang dibuat secara *online* melalui Google Forms. Penulis menyebarkan kuesioner tersebut melalui berbagai *platform* media sosial seperti Instagram, Telegram, Whatsapp, dan juga Twitter. Dalam penyebaran kuesioner tersebut, penulis memberi informasi bahwa kuesioner ini ditujukan untuk target audiens seperti yang sudah dibahas pada bab 1.3 batasan masalah.

Dalam pengumpulan data melalui metode kuantitatif ini, penulis menggunakan rumus *slovin* untuk menentukan besaran sampel.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ukuran jumlah responden = x

N = Ukuran populasi = 10.562.088

e^2 = Presentasi ketelitian = 10%

$$n = \frac{10562088}{1 + 10562088 \times 10\%}$$

$$n = \frac{52810440}{5281049}$$

$$n = 9 \frac{52810440}{5281049}$$

$$n = 99,9999 \text{ (100 responden)}$$

3.1.2.1 Kuesioner

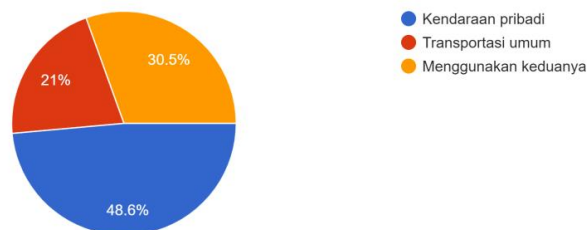
Dalam perancangan media informasi interaktif ini, penulis menggunakan metode penyebaran kuesioner dengan responden sebanyak 105 orang yang dimulai pada tanggal 16 September 2022 sampai 21 September 2022. Penulis menyebarkan kuesioner ini melalui berbagai *platform* media sosial seperti Instagram, Twitter, Whatsapp, dan Telegram dengan target audiens seperti yang sudah dinyatakan dalam batasan masalah pada Bab 1.3.

Pada awal kuesioner penulis menanyakan demografi responden agar dapat terfokus. Demografi tersebut meliputi nama, umur, domisili, pekerjaan, serta uang saku atau penghasilan perbulan. Dari data tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa responden dari kuesioner ini paling banyak adalah remaja akhir dengan rentang umur 17-25 tahun dengan jumlah 87 orang (82.9%) dan diatas 35 tahun dengan jumlah 12 responden (11.4%) dengan domisili paling banyak di Tangerang yaitu 41 responden (39%) dan Jakarta 37 orang (35.2%).

Selanjutnya, pada pertanyaan pekerjaan kuesioner ini paling banyak diisi oleh responden mahasiswa dengan jumlah 80 orang (76.2%) disusul oleh wiraswasta pada 10 responden (9.5%) dan PNS 7 orang (6.7). Pada pertanyaan uang saku atau pengasilan perbulan responden paling banyak adalah direntang Rp 600.000 sampai Rp 1.000.000 dengan jumlah responden sebanyak 44 orang (41.9%) disusul oleh responden dengan pengeluaran perbulan Rp 1.000.000 hingga Rp 1.800.000 sebanyak 17 orang (16.2%).

Setelah pertanyaan tentang demografi, penulis melanjutkan kuesioner dengan pertanyaan transportasi yang biasa digunakan. Dalam kuesioner ini responden paling banyak adalah yang menjawab menggunakan kendaraan pribadi dengan jumlah 51 orang (48.6%) kemudian responden paling banyak kedua adalah menggunakan keduanya (transportasi umum dan kendaraan pribadi) dengan jumlah 32 orang (30.5%). Selanjutnya, setelah pertanyaan ini alur kuesioner dibagi dua yaitu untuk responden yang memilih jawaban menggunakan transportasi umum dan menggunakan keduanya serta responden yang memilih jawaban menggunakan kendaraan pribadi sehingga pertanyaan berikutnya dapat lebih relevan bagi responden.

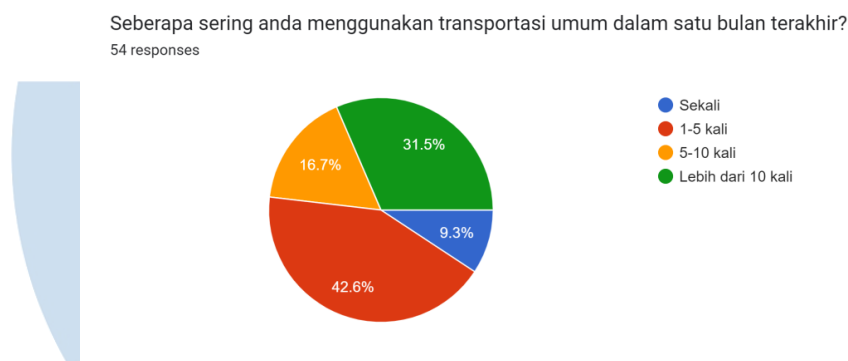
Transportasi yang biasa digunakan
105 responses



Gambar 3.3 Transportasi yang biasa digunakan

Sampai pertanyaan transportasi yang biasa digunakan, penulis dapat menyimpulkan bahwa responden dari kuesioner yang

penulis buat lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi atau memilih menggunakan keduanya (transportasi umum dan kendaraan pribadi). Sehingga pertanyaan berikutnya tentang perancangan media informasi interaktif yang diharapkan dapat membantu meningkatkan pengguna transportasi umum adalah valid.



14 Gambar 3.4 Interval penggunaan transportasi umum

Pada pertanyaan dibawah ini, penulis berfokus pada kuesioner untuk pengguna transportasi umum terlebih dahulu. Pertanyaan dimulai dari seberapa sering anda menggunakan transportasi umum dalam satu bulan terakhir. Responden paling banyak dalam pertanyaan ini adalah 1 sampai 5 kali dengan jumlah responden sebanyak 23 orang (42.6%). Transportasi umum yang paling banyak digunakan oleh responden adalah KRL (*commuterline*) dengan jumlah 43 orang (79.6%) dan Transjakarta dengan jumlah 26 orang (48.1%). Tujuan dari responden menggunakan transportasi umum paling banyak adalah untuk berangkat sekolah/kuliah dengan 29 responden (53.7%), jalan-jalan/rekreasi dengan jumlah 28 responden (51.9%), dan berangkat kerja dengan jumlah 17 orang (31.5%). Hal ini juga berkaitan dengan mayoritas responden adalah mahasiswa atau pelajar dengan umur 17 – 25 tahun.

Kemudian pada pertanyaan berikutnya penulis menanyakan apa alasan responden memilih menggunakan transportasi umum

dibandingkan kendaraan pribadi. Jawaban dari pertanyaan ini sangat beragam mulai dari alasan menghemat sebanyak 46 responden (85.2%), menghindari macet (59,2%), hingga alasan lainnya seperti alasan keamanan, mengurangi polusi udara, bisa melakukan aktivitas lain selama perjalanan, dan untuk alternatif kendaraan pribadi karena ganjil-genap.

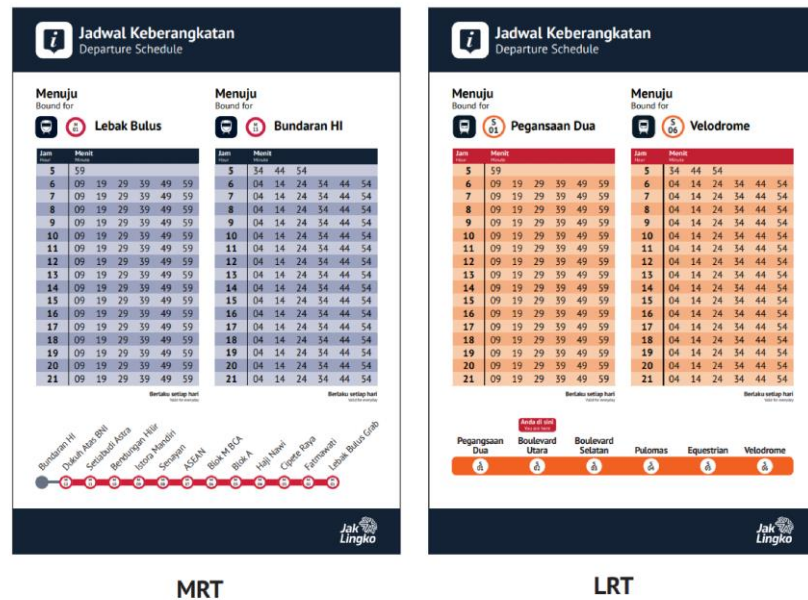
Beralih ke topik selanjutnya, penulis melanjutkan pertanyaan mengenai pemahaman responden mengenai transit yang berhubungan dengan *signage* dan *wayfinding* yang difasilitasi oleh moda transportasi umum masing-masing. Dalam hal ini, penulis ingin mengetahui tingkat keefektifan ikonografi dan *wayfinding* yang dimiliki oleh moda transportasi umum Jakarta. Pertanyaan dimulai dari apakah anda pernah mengalami kebingungan untuk transit antar moda transportasi? Jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 68.5% dari responden (37 orang) menjawab “Ya”. Hal tersebut mengindikasikan bahwa system *wayfinding* pada transportasi umum di Jakarta perlu dibantu oleh media lain yang memudahkan pengguna untuk memahami transit antar moda.



Gambar 3.5 Kebingungan pengguna transportasi umum

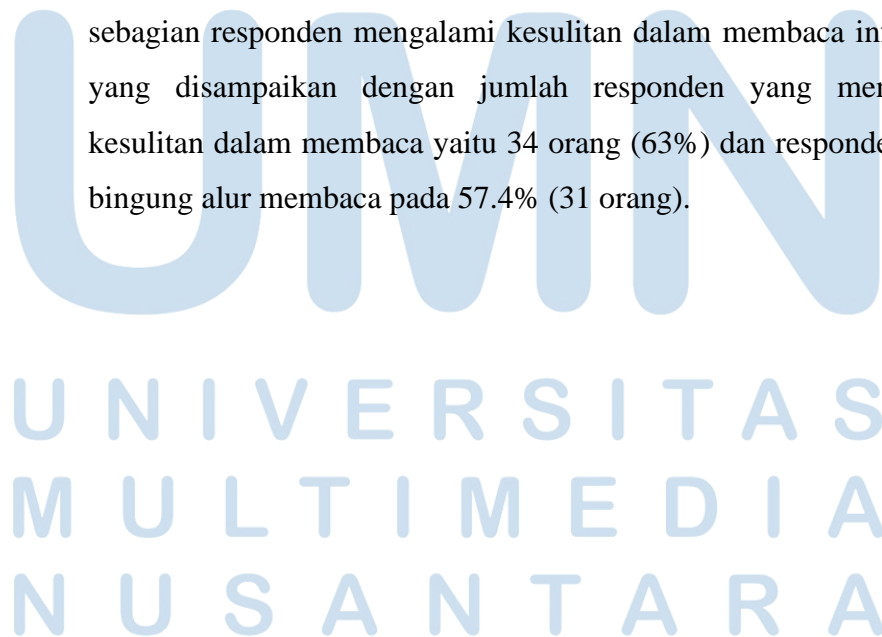
Pertanyaan selanjutnya dalam topik ini adalah apakah papan informasi yang ada pada halte/stasiun sudah memiliki tingkat kejelasan yang tinggi? Pada pertanyaan ini responden paling banyak

menjawab “Ya, saya dapat dengan mudah memahami informasi yang disampaikan.” dengan jumlah 33 responden (61.1%).



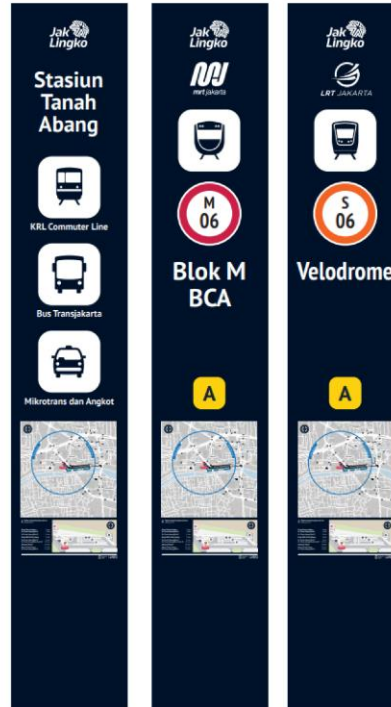
Gambar 3.6 Lampiran tingkat clarity informasi dalam transportasi umum

Namun pada dua pertanyaan selanjutnya yang membahas tentang *readability* (Gambar 3.6) dan *visual hierarchy* (Gambar 3.7), sebagian responden mengalami kesulitan dalam membaca informasi yang disampaikan dengan jumlah responden yang mengalami kesulitan dalam membaca yaitu 34 orang (63%) dan responden yang bingung alur membaca pada 57.4% (31 orang).



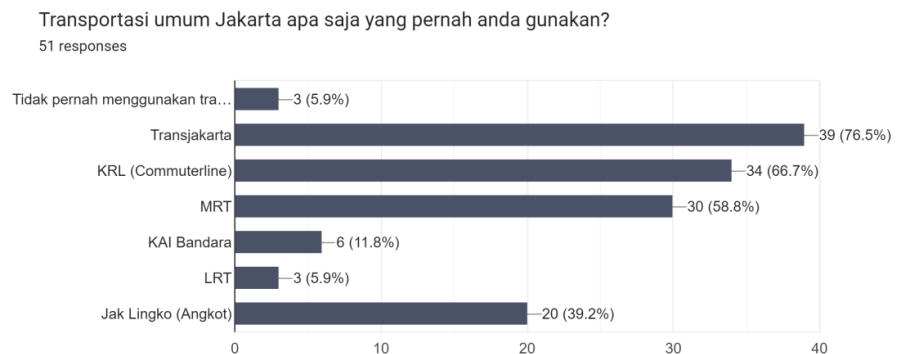


17 Gambar 3.7 Lampiran *readability* dalam transportasi umum



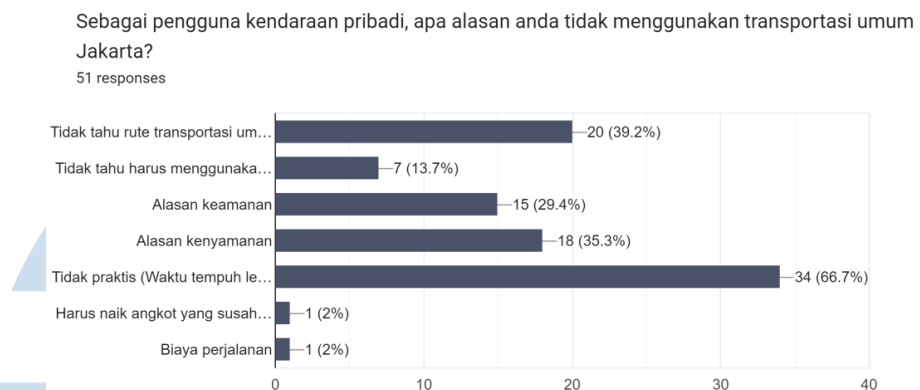
Gambar 3.8 Lampiran *hierarchy* dalam transportasi umum

Beralih ke responden lain yaitu responden yang memilih menggunakan kendaraan pribadi pada awal kuesioner, penulis menanyakan beberapa hal yang berkaitan dengan alasan mereka tidak menggunakan transportasi umum. Namun, pada awal *section* pertanyaan ini penulis terlebih dahulu memberikan pertanyaan tentang “Apakah anda pernah menggunakan transportasi umum Jakarta?” untuk mengetahui tingkat pengetahuan responden terkait dengan transportasi umum Jakarta. Jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 96.1% (49 orang) dari responden pernah menggunakan transportasi umum dan transportasi umum paling banyak yang pernah digunakan oleh responden adalah Transjakarta dengan jumlah 76.5% (39 orang) disusul oleh KRL (*commuterline*) pada 66.7% dan MRT pada 58.8%.



19 Gambar 3.9 Pertanyaan untuk pengguna kendaraan pribadi

Setelah mengetahui tingkat pengetahuan responden tentang transportasi umum dan moda yang paling populer digunakan, penulis menanyakan apa alasan responden tidak menggunakan transportasi umum sebagai moda transportasi utama. Jawaban dari pertanyaan ini pun beragam mulai dari tidak praktis/waktu tempuh yang lebih lama dengan responden 66.7% (34 orang) dan tidak tahu rute transportasi umum dengan responden sebanyak 39.2% (20 orang).



20 Gambar 3.10 Alasan tidak menggunakan transportasi umum

Selain pertanyaan tentang alasan tidak menggunakan transportasi umum, penulis melanjutkan pertanyaan tentang *image* transportasi umum Jakarta di mata pengguna kendaraan pribadi. Dalam pertanyaan tersebut, penulis sengaja membuat jawaban seimbang antara jawaban yang positif dan jawaban yang negative. Dari sini penulis juga dapat mengetahui dan memperkuat alasan kenapa masih banyak yang menggunakan kendaraan pribadi.

Hasil dari pertanyaan tersebut adalah mayoritas pengguna kendaraan pribadi berasumsi bahwa transportasi umum memakan banyak waktu di jalan dengan responden sebanyak 28 orang (54.9%), sesak dan bejубel dengan responden sebanyak 18 orang (35.3%), kotor (11.8% responden), dan berisik (9.8% responden). Namun, disisi lain responden juga menjawab transportasi umum lebih irit uang dengan responden 27 orang (52.9%), lebih santai karena tidak perlu menyetir sendiri dengan responden sebanyak 21 orang (41.2%), dan dapat menghindari kemacetan dengan responden 18 orang (35.3%).

Selanjutnya pada akhir *section* kuesioner untuk pengguna kendaraan pribadi, penulis menanyakan “Jika terdapat suatu media informasi interaktif yang dapat memudahkan anda dalam menggunakan transportasi umum, apakah anda akan

mempertimbangkan untuk beralih ke transportasi umum?”. Jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 52.9% responden menjawab “Ya” dan 39.2% dari responden menjawab “Mungkin”. Hal ini semakin menguatkan bahwa masyarakat yang dalam hal ini adalah sampel populasi/responden membutuhkan suatu *platform* media informasi yang dapat memenuhi kebutuhan mereka terkait penggunaan transportasi umum.



Gambar 3.11 Kuesioner media informasi interaktif

Setelah selesai dengan pertanyaan yang dipisah menjadi dua *section* yaitu kuesioner untuk pengguna transportasi umum dan kuesioner pengguna kendaraan pribadi, penulis mengerahkan responden kedalam satu *section* yang sama lagi untuk menjawab pertanyaan tentang media informasi.

Pada awal kuesioner, penulis menanyakan tentang “Apakah anda membutuhkan media informasi interaktif yang dapat memberikan informasi terkait layanan antar moda transportasi?”.

Jawaban dari kuesioner tersebut adalah 81.9% dari responden (86 orang) membutuhkan media informasi interaktif tersebut, dan 14.3% responden (15 orang) menjawab “Mungkin”, dan 3.8% lainnya menjawab “Tidak”.

Selanjutnya, untuk membantu penulis dalam perancangan media informasi interaktif ini penulis menanyakan informasi apa saja yang dibutuhkan dalam media tersebut. Dari pertanyaan tersebut, 83.8% responden (88 orang) menjawab membutuhkan informasi rute, jadwal keberangkatan 79% responden (83 orang), informasi mengenai integrasi moda 79% responden (83 orang), informasi perjalanan (keterlambatan, waktu operasional, jumlah kendaraan yang beroperasi secara *realtime*) dengan jumlah 78.1% dari responden (82 orang), sementara sisanya menjawab membutuhkan rencana perjalanan, biaya, *surrounding stations maps* (stasiun/halte terdekat), dan data jumlah penumpang pada suatu moda.

Setelah mengetahui kebutuhan responden, penulis mengajukan pertanyaan tentang bagaimana informasi tersebut dapat dengan nyaman responden terima. Jawaban dari pertanyaan ini adalah 89.5% responden (94 orang) menyatakan bahwa mereka lebih nyaman menerima informasi dengan bantuan visual, dan 60% dari responden (63 orang) membutuhkan informasi yang bersifat interaktif.



Gambar 3.12 Lampiran jenis media informasi interaktif

Pertanyaan terakhir dari keseluruhan kuesioner ini adalah tentang media informasi interaktif apa yang menurut responden paling nyaman digunakan untuk mendapatkan informasi tentang transportasi umum. 92,4% responden (97 orang) setuju bahwa *mobile apps* adalah media yang paling nyaman mereka gunakan dan 7.6% lainnya menjawab *interactive kiosks*.

Maka, kesimpulan dari kuesioner ini adalah pengguna yang paling membutuhkan media informasi interaktif yang dapat memberi informasi mengenai kebutuhan transportasi umum adalah remaja akhir dengan rentang umur 17 – 25 tahun dengan kesibukan sebagai mahasiswa yang menggunakan transportasi umum untuk berangkat kuliah serta keperluan rekreasi. Informasi yang paling mereka butuhkan antara lain adalah informasi rute mendetail, informasi integrasi moda yang satu dengan yang lainnya, posisi *realtime* moda transportasi, dan juga informasi biaya. Informasi tersebut perlu ditampilkan dengan bantuan visual dan bersifat interaktif sehingga mereka dapat nyaman menerima informasi tersebut melalui *mobile apps* mereka.

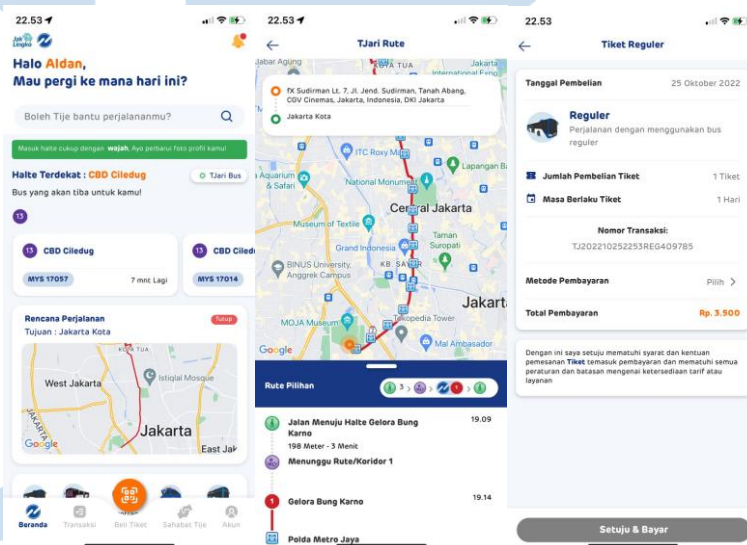
3.1.3 Studi Eksisting

1) Tije

Tije adalah sebuah aplikasi layanan transportasi umum yang dimiliki oleh PT. Transportasi Jakarta atau TransJakarta. Dalam aplikasi Tije milik TransJakarta, penulis menganalisa bahwa dari sisi tampilan UI sudah tertata secara dengan baik mulai dari hirarki visual, *clarity*, dan juga *proximity*. Pada hirarki visual, penulis dapat langsung tertuju pada *searchbox* yang membantu pengguna mendapatkan informasi mengenai rute apa saja yang perlu dilewati dan estimasi waktu bus sampai pada halte. Selanjutnya penulis juga dapat dengan mudah membaca dan memahami teks dan icon

yang ada pada aplikasi Tije ini karena dalam aplikasi ini proximity atau pengelompokan tiap informasi dapat terlihat secara jelas.

Namun, dalam aplikasi Tije ini informasi yang tersedia terbatas antaralain adalah halte terdekat, estimasi bus sampai, rencana perjalanan, sahabat Tije, dan akun. Dalam aplikasi ini, penulis tidak dapat mengetahui bus sudah ada di mana, dan juga tidak dapat mengetahui bagaimana penulis dapat berpindah ke moda transportasi umum lainnya. Selain itu, jika sedang menggunakan aplikasi ini untuk bermobilitas menggunakan TransJakarta kita tidak dapat mengetahui kita sudah sampai dimana. Analisa penulis juga didukung oleh banyaknya komentar negatif dari pengguna yang ada pada halaman App Store aplikas Tije ini yang mengeluhkan bahwa aplikasi ini kurang berguna karena hanya dapat melihat rute secara statis.



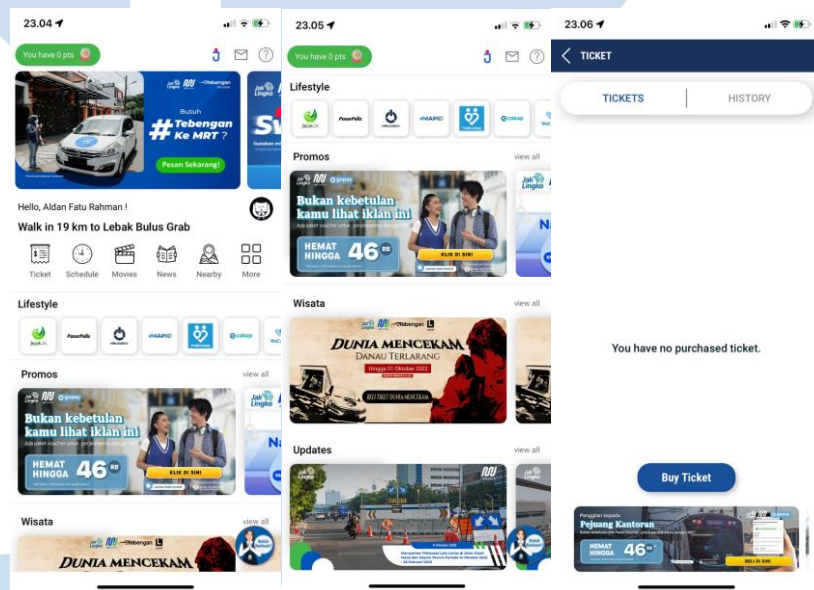
Gambar 3.13 Tampilan halaman Tije

2) MRT Jakarta

Serupa dengan Tije, MRT Jakarta adalah aplikasi layanan transportasi umum yang dimiliki oleh PT. MRT Jakarta. Dalam aplikasi ini, penulis merasakan adanya pendekatan atau tujuan berbeda dengan aplikasi Tije yang hanya sebagai sarana

wayfinding untuk transportasi TransJakarta. Aplikasi MRT Jakarta ini terlihat memiliki lebih banyak fitur mulai dari *banner* promo, *news*, *movies*, wisata dan juga kategori *lifestyle*.

Aplikasi ini tidak langsung membuat pengguna fokus pada *wayfinding* karena tidak memiliki *searchbox* pada *homepage* mereka, namun aplikasi ini ingin mengajak pengguna untuk *explore* apa saja yang ada di dalam aplikasi tersebut. Namun, berbeda dengan aplikasi Tije besutan TransJakarta UI pada aplikasi MRT Jakarta ini terlihat lebih penuh dan tidak banyak memiliki *negative space* sehingga membuat semua informasi yang ada terlihat seperti berteriak dan hirarki visual kurang jelas. Selain itu, terdapat beberapa *page* yang terlihat sangat kosong dan kurang informatif.

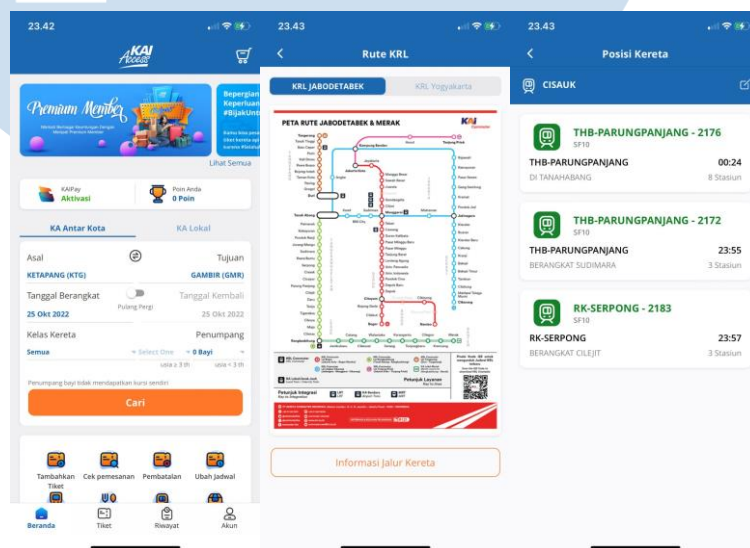


Gambar 3.14 Tampilan halaman MRT Jakarta

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3) KAI Access

KAI Access adalah aplikasi milik PT. Kereta Api Indonesia yang ditujukan untuk membeli tiket KA Antar Kota maupun KA lokal, namun dalam aplikasi ini juga terdapat informasi mengenai KRL (*commuterline*) yang merupakan salah satu layanan yang dikelola PT. Kereta Api Indonesia juga. Pada *page* informasi KRL, KAI Access menyediakan beberapa fitur seperti posisi kereta, jadwal kereta, rute kereta, jalur kereta, dan juga tarif kereta. Namun, peta dan posisi kereta hanya dalam bentuk statis dan tidak dapat diketahui kereta tersebut sudah sampai stasiun mana. Selain itu, kita juga tidak dapat melakukan *wayfinding* atau mencari rute secara otomatis.

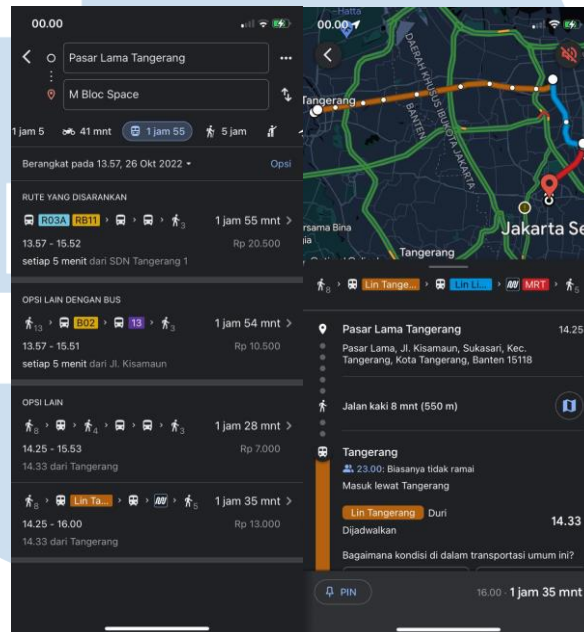


Gambar 3.15 Tampilan halaman KAI Access

4) Fitur transportasi umum pada Google Maps

Sebagai salah satu aplikasi navigasi atau *wayfinding* terpopuler di Indonesia, Google Maps tentunya memiliki fitur transportasi umum yang memudahkan pengguna untuk mendapatkan informasi tentang *wayfinding* pada transportasi umum. Google Maps memiliki beberapa fitur unggulan yang tidak dimiliki aplikasi seru seperti pilihan berbagai rute dengan kombinasi

transportasi yang berbeda, integrasi dengan berbagai transportasi lainnya yang meliputi KRL, MRT, TransJakarta, angkot, hingga ojek online. Selain itu, Google Maps juga dapat digunakan untuk mengetahui estimasi berapa lama perjalanan ditempuh dan berapa estimasi biaya yang dikeluarkan dalam perjalanan tersebut.

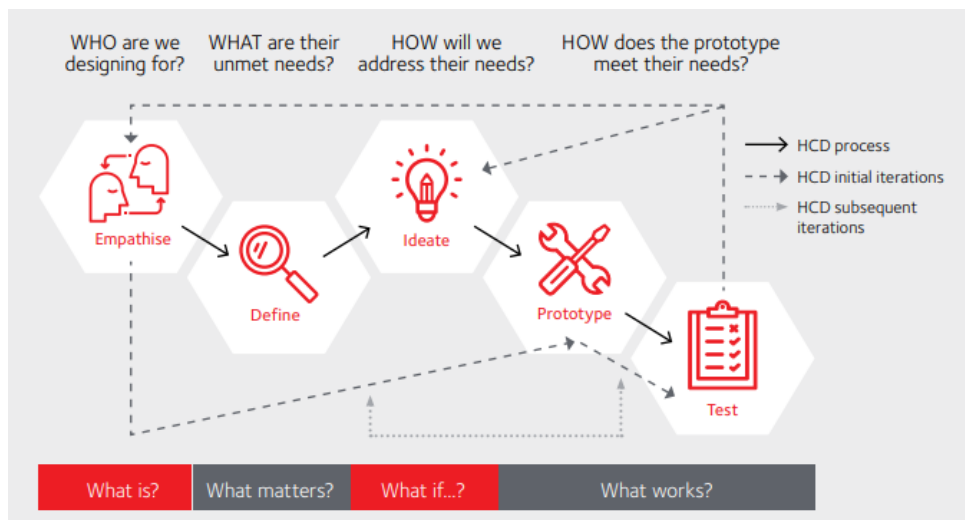


Gambar 3.16 Tampilan halaman Google Maps

3.2 Metodologi Perancangan

Dalam perancangan media informasi interaktif ini, penulis menggunakan metodologi perancangan *Change by Design: The 5-step Human-Centered Design Process* yang merupakan hasil simplifikasi Dr Taylor Willmott dari Griffith University terhadap *Human Centered Design* yang di populerkan oleh IDEO. Dalam perancangan yang menggunakan metodologi ini, Taylor membagi proses ke 5 tahapan besar antara lain adalah *emphatize*, *define*, *ideate*, *design* dan *test*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



27 Gambar 3.17 Human-Centered Design

Sumber: Taylor (2019)

1) *Empathise*

Pada tahapan awal yang disebut *emphatize* ini, sebagai desainer perlu berempati atau merasakan apa yang dirasakan oleh target pengguna. Dalam arti, sebagai desainer perlu untuk membangun rasa empati dan pemahaman mendalam tentang pengguna agar desain yang dibuat dapat bermanfaat dan tepat sasaran. Hal ini penting dilakukan, karena menurut Taylor (2019) cara terbaik untuk memahami konteks dan kesulitan mereka adalah berempati atau menempatkan diri sebagai target pengguna. Maka dari itu, pada tahapan awal ini sebagai desainer perlu turun ke lapangan dan berkomunikasi secara langsung kepada calon target pengguna.

2) *Define*

Setelah berempati dan merasakan apa yang target pengguna rasakan pada tahapan *emphatize*, desainer perlu mencari masalah yang berpotensi dialami oleh pengguna. Dalam hal ini desainer perlu menentukan *goals*, *problem*, *competitive analysis*, dan juga mencari tahu apa *pain points* dari target pengguna. Pada tahapan ini, biasanya desainer membuat *user persona* yang menggambarkan target atau calon pengguna.

3) *Ideate*

Pada tahapan ini, masalah dan *pain point* sudah ditemukan pada tahapan sebelumnya sehingga sebagai desainer kita dapat melanjutkan *brainstorming* untuk mencari solusi dari permasalahan tersebut.

4) *Design*

Dalam tahapan ini, desainer sudah mulai mendesain menggunakan *tools* masing-masing sesuai keperluan mereka. Untuk kasus perancangan media informasi interaktif untuk pengguna transportasi umum di Jakarta ini penulis akan menggunakan Figma karena dalam aplikasi tersebut tersedia kebutuhan yang penulis butuhkan. Figma cocok digunakan untuk membuat UI/UX karena memiliki berbagai macam fitur seperti *auto layout*, *prototyping*, hingga beberapa template yang bisa digunakan untuk keperluan *ideation*.

5) *Test*

Setelah membuat produk kedalam bentuk *prototype* yang sudah bisa digunakan oleh pengguna secara terbatas untuk keperluan *development*, desainer tetap perlu melakukan *test* secara berkala menggunakan perangkat berbeda. Dari hal tersebut, desainer dapat mengetahui bagaimana produk yang dibuat ditampilkan dari berbagai macam perangkat.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA