BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Menurut Creswell dan Cresswell di dalam bukunya yang berjudul Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, metodologi penelitian dikategorikan menjadi tiga jenis yaitu metode kuantitatif, kualitatif, dan hybrid atau campuran. Metode kuantitatif adalah metode yang menguji hipotesis atau teori dengan cara membandingkan satu variabel dengan variabel lainnya sedangkan metode kualitatif adalah metode mengumpulkan data melalui pemaknaan pendapat seorang individu atau kelompok terhadap permasalahan yang diangkat. Gabungan dari penggunaan metode kualitatif dan kuantitatif disebut dengan metode hybrid atau campuran (Creswell & Cresswell, 2018).

Dalam perancangan tugas akhir, penulis menggunakan metodologi penelitian *hybrid* atau campuran. Penulis memilih metode tersebut dengan tujuan mendapatkan hasil analisa yang lebih lengkap dan menyeluruh dibandingkan dengan hanya menggunakan satu jenis metode (Leavy, 2017). Untuk pengumpulan data kuantitatif, penulis menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data sampel populasi sedangkan untuk pengambilan data kualitatif, penulis melakukan wawancara dengan dua ahli hewan eksotis, satu distributor, dan satu dokter hewan. Selain itu, penulis juga mengadakan FGD atau *Focused Group Discussion* dengan duabelas orang untuk mendapatkan informasi yang lebih detail dan mendalam dibandingkan denga kuesioner.

Wawancara dengan dua ahli yaitu Hartono Tan selaku pemilik Kuma Reptiles dan David Suarez selaku pemilik David Suarez Reptiles dilaksanakan secara tatap muka dan di dokumentasi dengan foto pada akhir wawancara. Penulis juga melakukan wawancara secara tatap muka dan dokumentasi berupa foto bersama dengan Teddy Saputra selaku distributor Reptiles Inc. Narasumber keempat penulis, Drh. Ani Karmila, memiliki jadwal yang sangat padat sehingga tidak memungkinkan untuk diwawancarai secara tatap muka. Maka dari itu,

penulis mengadakan pertemuan menggunakan media Zoom dan melakukan dokumentasi dalam bentuk rekaman video wawancara serta *screenshot* foto.

Selain wawancara dengan Drh. Ani Karmila, penulis juga mengadakan FGD atau *Focused Group Discussion* bersama duabelas orang lainnya menggunakan media Zoom untuk menjaga ketertiban dan efisiensi waktu. Pertemuan direkam dari awal hingga akhir dan ada sesi foto berupa *screenshot* sebagai dokumentasi pelengkap.

3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif bergantung pada pemaknaan pendapat narasumber atau responden. Dalam perancangan tugas akhir ini, metode kualitatif yang penulis gunakan adalah wawancara dan juga FGD atau *Focused Group Discussion*. Wawancara dilakukan dengan dua orang *breeder* hewan eksotis, satu distributor hewan eksotis, dan satu dokter hewan. Tujuan dari dilakukannya wawancara adalah untuk mendapatkan jawaban dan sudut pandang yang lebih detail dari para ahli sedangkan FGD dilakukan untuk membandingkan pengalaman masing-masing responden sekaligus mendapatkan *insight* yang lebih luas dan bervariatif.

3.1.1.1 Interview

Interview dilakukan terhadap Hartono Tan selaku pemilik Kuma Reptiles yang berlokasi di Alam Sutera. Penulis memutuskan untuk mewawancarai narasumber lantaran narasumber menjual berbagai rangkaian hewan eksotis mulai dari ular pemula seperti kenyan sand boa dan ball python, bunglon, leopard gecko, bearded dragon, dan juga mamalia seperti African grey parrot.

Toko Kuma Reptiles tidak hanya menjual hewan eksotis namun juga menjual perlengkapan yang dibutuhkan hewan-hewan tersebut. Selain itu, narasumber juga membuat aplikasi pembelian hewan dengan nama FaunaGo dan pernah menjadi pembicara di seminar edukasi hewan eksotis yang diadakan di Mall Kuningan City pada tanggal 4 September 2022.

Penulis mewawancarai narasumber dengan tujuan mendapatkan data mengenai edukasi apa saja yang diberikan kepada calon pembeli dan apakah beliau memberikan peringatan kepada calon pembeli yang ingin memelihara hewan eksotis dengan golongan berbahaya. Selain itu, penulis juga ingin mendapatkan data terkait apakah ada hewan yang dijual kembali atau dikembalikan kepada pihak Kuma Reptiles dan mengapa hal tersebut bisa terjadi. Penulis mewawancarai narasumber secara langsung di toko Kuma Reptiles yang berlokasi di Ruko Imperial Walk, Alam Sutera pada tanggal 5 September 2022.



Selain Bapak Hartono, penulis juga mewawancarai Bapak Teddy Saputra selaku penjaga toko Reptiles Inc yang merupakan distributor hewan eksotis. Reptiles Inc juga menjual berbagai jenis hewan seperti *sugar glider*, sulcata, monitor, *blue tongue skink*, buaya, bunglon, kura-kura, dan *leopard gecko*. Penulis mewawancarai Bapak Teddy dengan tujuan mengetahui jangkauan umur pembeli terbanyak, apakah ada perbedaan antara informasi yang diberikan kepada pembeli dari pemilik toko seperti Bapak

Hartono dan pekerja yang bukan merupakan pemilik toko. Pertanyaan yang disampaikan kepada beliau sama dengan yang disampaikan kepada Bapak Hartono. Wawancara dilaksanakan secara tatap muka pada tanggal 6 September di Ruko Sorrento Place, Gading Serpong.

Narasumber ketiga penulis adalah Bapak David Suarez selaku pemilik David Suarez Reptiles yang tidak hanya menjual hewan eksotis namun juga menjual perlengkapan konvensional dan non-konvensional. Beliau adalah spesialis breeder ular jenis ball python dan sudah memiliki cabang yang berlokasi di Thailand dengan pihak Sexy Ball Python sebagai distributor utama. Selain itu, beliau juga berhasil menciptakan beberapa morph atau pola baru yang belum pernah ada di dunia dan memenangkan beberapa kontes ball python dengan title grand champion. Tujuan dari wawancara dengan Bapak David Suarez adalah untuk mendapatkan data mengenai peningkatan minat masyarakat, jangkauan umur pembeli, edukasi yang diberikan, apakah penjualan ular bersifat eksklusif, dan apakah ada ular yang dijual kembali atau dikembalikan serta mengapa hal tersebut bisa terjadi. Wawancara dilakukan secara tatap muka di toko David Suarez Reptiles yang berlokasi di Paramount Boulevard, Gading Serpong pada tanggal 12 September 2022.

Selanjutnya, penulis mewawancarai Drh. Ani Karmila yang beroperasi di daerah Jakarta Selatan. Beliau tidak hanya menangani pengobatan hewan konvensional, namun juga hewan eksotis seperti landak mini, sugar glider, dan lain-lain. Penulis mewawancarai beliau dengan tujuan mendapatkan data mengenai apa saja yang krusial untuk diketahui calon pemilik, risiko apa yang dihadapi pemilik saat memelihara hewan eksotis, mengetahui apa saja kesalahan fatal yang seringkali dilakukan oleh pemilik baru, dan langkah apa yang sebaiknya dilakukan terlebih dahulu. Penulis

mewawancarai Drh. Ani Karmila menggunakan aplikasi Zoom pada tanggal 15 September 2022.

1) Interview kepada Hartono Tan

Keberhasilan memelihara hewan eksotis bergantung pada inisiatif calon pemilik untuk mempelajari hewan tersebut terlebih dahulu dan jenis hewan yang dipelihara (kecuali hewan buas). Selain itu, dibutuhkan juga komitmen yang kuat. Pemilik juga harus memahami sifat dasar hewan yang dipelihara. Sebagai contoh, hewan seperti laba-laba sejatinya tidak sulit untuk dipelihara. Meskipun begitu, keinginan pemilik untuk memegang dapat membuat stress hewan peliharaanya dan membahayakan pemilik.

Hewan eksotis berkategori reptil yang direkomendasikan oleh beliau adalah *Leopard Gecko*. Dari skala satu hingga lima dengan satu sebagai paling mudah dan lima sebagai paling sulit, *Leopard Gecko* berada pada spektrum dua lantaran tidak membutuhkan ruang yang besar dan makanan yang mudah. Kesulitan yang mungkin dihadapi oleh pemilik reptil tersebut tidak jauh dari pencarian serangga untuk pakan sehari-harinya.

Berbeda dengan *Leopard Gecko*, narasumber menempatkan ular berbisa seperti ular kobra pada tingkat kesulitan paling tinggi sehingga tidak disarankan untuk memelihara. Skala yang diberikan untuk ular yang tidak berbisa namun berukuran besar tidak jauh dari ular berbisa, yaitu skala empat. Meskipun begitu, ular kecil yang tidak berbisa ada pada tingkat kesulitan tiga. Perbedaan skala pada ukuran ular tidak berbisa disebabkan oleh risiko yang ada dimana ular yang besar dapat berpotensi menyakiti bahkan menghilangkan nyawa dengan melilit manusia. Menurut narasumber, terlepas dari bahaya yang ada, memelihara ular cukup mudah lantaran hanya perlu diberi makan seminggu sekali dan tidak memakan banyak tempat.

Narasumber menempatkan laba-laba pada skala dua. Skala tersebut dinobatkan lantaran laba-laba berukuran kecil dan tidak menghasilkan kotoran yang banyak. Selain itu, proses memberikan makan juga cukup mudah. Namun, jika pemilik menginginkan interaksi dengan laba-laba maka tingkat kesulitannya meningkat menjadi empat. Hal tersebut bergantung pada keinginan pemilik untuk menjadikan laba-laba miliknya sebagai display pet atau peliharaan yang dapat diajak berinteraksi.

Sebanyak 85% hewan yang ada di toko milik beliau dapat dibeli oleh siapa saja tanpa terkecuali. 15% lainnya merupakan hewan-hewan dengan risiko tinggi seperti ular besar dan ular dengan watak galak atau temperamental yang tidak boleh dibeli oleh anak-anak.

Berdasarkan pengalaman narasumber selama menjadi breeder, golongan umur yang paling banyak membeli hewan di toko Kuma Reptiles adalah usia dua puluh tahun keatas. Biasanya, saat proses pembelian informasi yang diberikan adalah jadwal makan, kemungkinan penyakit, pantangan, dan tempat pemeliharaan. Sebagai contoh, ular yang baru berganti kulit atau habis makan tidak boleh dipegang.

Sejauh ini, narasumber belum pernah bertemu dengan pembeli yang belum mempelajari hewan eksotis sebelum membeli. Biasanya, pertanyaan yang ditanyakan pembeli berkaitan dengan kebiasaan hewan tersebut selama masih dipelihara di Kuma Reptiles. Apabila pembeli tidak melakukan riset terlebih dahulu, maka hewan dijamin akan mati. Jika hewan tidak sesuai dengan ekspektasi pembeli, ada dua kemungkinan yang mungkin terjadi. Kemungkinan pertama adalah hewan tersebut akan dijual kembali sedangkan kemungkinan kedua adalah hewan tersebut akan mati lantaran tidak terawat.

Semasa karirnya, beliau jarang menemukan kasus dimana pembeli melepaskan hewan sembarangan (satu dari seratus). Menurut Bapak Hartono, hal tersebut disebabkan oleh rasa takut pemilik apabila hewan tersebut terlepas ke sembarang tempat.

Beberapa kesalahan yang umum dilakukan oleh pemilik hewan eksotis adalah terlalu terpengaruh saat melihat orang lain membagikan indahnya pengalaman memelihara hewan tersebut tanpa mengetahui risiko dan konsekuensi yang lebih dalam. Hewan eksotis yang bukan hewan mamalia hanya memiliki insting makan, kabur, dan mempertahankan atau membela diri. Insting tersebut menjadikan hewan eksotis cukup defensif jika terlalu sering dipegang. Saat sedang defensif, hewan eksotis dapat menggigit, *stress*, atau berusaha kabur dari pemiliknya.

Narasumber tidak melakukan *check-up* secara berkala dengan pembeli lantaran jumlah yang terlalu banyak, namun apabila pembeli memiliki pertanyaan maka narasumber selalu siap menjawab dan membantu. Oleh karena itu, beliau bermaksud merancang sebuah aplikasi bernama Faunago yang dapat melacak sejarah pembelian dan mencatat jadwal makan, ganti kulit, dan sebagainya. Narasumber berpendapat bahwa orang Indonesia yang memelihara hewan eksotis hanya terdiri dari dua golongan yaitu golongan orang yang mengikuti orang lain dan orang yang mencari uang. Kelompok orang yang benarbenar hobi sangat kecil persentasenya.

Ular yang dibeli di Kuma Reptiles cukup sering dikembalikan atau dijual kembali. Alasan utama ular dijual kembali adalah pemilik terlalu sibuk, dilarang orang sekitar seperti keluarga atau orang tua, dan tidak sanggup atau tertarik lagi.

Jika pembeli ingin menjual kembali ular, maka narasumber akan mempertimbangkan kondisi ular dan kondisi keuangan saat

itu. Meskipun begitu, skenario terburuk adalah narasumber akan menganjurkan untuk menitipkan hewan tersebut agar bisa dijual kembali. Beliau akan mengambil keuntungan 20% dari hasil jual tadi.



Gambar 3. 1 Bukti wawancara dengan Hartono Tan selaku pemilik Kuma Reptiles

Tujuan dari perancangan aplikasi Faunago adalah menggantikan proses manual pendataan agar lebih efisien. Selain itu, beliau juga bertujuan menjadikan FaunaGo sebagai pusat informasi dan pemeliharaan hewan sehingga Indonesia dapat lebih dihormati di dunia internasional. Hartono juga seringkali menjadi narasumber edukasi ular dengan tujuan meluruskan miskonsepsi masyarakat bahwa ular adalah hewan yang jahat. Meskipun begitu, edukasi yang diberikan tebatas pada kategori reptil yang diperjual belikan oleh narasumer dan tidak membahas kategori lainnya seperti mamalia.

1) Interview kepada Teddy Saputra

Hewan eksotis dapat dipelihara oleh semua orang, meskipun begitu diperlukan ketelatenan. Saat proses pembelian pihak Reptiles Inc biasanya menginfokan pengetahuan dan keperluan dasar hewan tersebut. Selain itu, semua orang dapat membeli hewan yang tersedia di Reptiles Inc. Dalam kata lain, pembelian sepenuhnya ada di tangan pembeli. Sama dengan Kuma Reptiles, golongan umur yang paling banyak membeli hewan eksotis di Reptiles Inc adalah umur dua puluh tahun keatas.



Gambar 3. 2 Bukti wawancara dengan Teddy Saputra selaku distributor Reptiles Inc

Tidak semua hewan yang dijual di Reptiles Inc adalah hewan yang jinak dan ramah pada manusia. Untuk hewan seperti buaya tentunya ada risiko yang perlu diketahui. Sebagai contoh, pemilik tidak boleh menempatkan tangan di hadapan wajah buaya dan harus sering diajak berinteraksi (minimal lima menit setiap harinya). Menurut narasumber, aspek paling sulit saat memelihara hewan eksotis adalah menjaga agar suhu habitat sesuai.

2) Interview kepada David Suarez

Narasumber sempat memelihara ular berjenis *corn snake* dan *colubrid* sebelum akhirnya memutuskan untuk fokus memelihara *ball python*. Saat narasumber mulai memelihara *ball python*, tepatnya pada tahun 2004, beliau terpaksa menjual ularular lain miliknya lantaran pada saat itu harga *ball python* cukup mahal (lima belas juta).

Menurut narasumber, memelihara hewan eksotis seperti ular bergantung pada pemiliknya. Jenis ular yang disarankan untuk orang yang baru memelihara ular adalah *ball python* sedangkan untuk reptil secara umum, yang disarankan adalah *Leopard Gecko*. Dari skala satu hingga lima, kesulitan memelihara *ball python* dan *corn snake* adalah satu sedangkan ular besar seperti boa adalah tiga. Terkait dengan ular berbisa seperti ular pohon, tingkat kesulitan adalah lima. Kesulitan utama memelihara ular tersebut adalah membutuhkan kelembaban yang cukup dan waktu untuk menjemur.

Seluruh *ball python* yang dijual oleh narasumber bisa dibeli oleh semua orang. Jangkauan umur pembeli yang membeli *ball python* adalah umur 25 tahun keatas lantaran harga *ball python* yang berada di kisaran jutaan (delapan juta ke atas) yang dinilai cukup mahal untuk orang yang bukan orang dewasa. Dalam beberapa tahun terakhir, narasumber menyatakan bahwa ada peningkatan minat masyarakat terhadap *ball python* setiap tahunnya.

Sebelum membeli hewan eksotis, sangat penting untuk melakukan riset agar mengetahui resiko memelihara hewan tersebut dalam jangka panjang. Menurut narasumber, ada sebuah teknik dalam proses pembelian. Calon pembeli perlu mengetahui genetik hewan tersebut, lebih baik memelihara jantan atau betina, dan lain-lain. Jika calon pemilik tidak melakukan riset terlebih

dahulu, maka tentunya akan membahayakan diri sendiri dan orang lain terlebih lagi jika hewan yang dibeli adalah hewan eksotis.



Gambar 3. 3 Bukti wawancara dengan David Suarez selaku pemilik David Suarez Reptiles

Kesalahan yang cukup umum ditemukan pada pembeli baru adalah kesalahan media di dalam habitat ular yang bisa berdampak pada nafsu makan. Selain itu, kesalahan lain yang sering ditemukan adalah pemilik yang terlalu khawatir saat ular miliknya tidak mau makan. Padahal, ular memang bisa tidak makan atau puasa untuk waktu yang cukup lama walaupun tidak sakit. Hal tersebut adalah alasan utama pembeli beliau mengembalikan ular yang telah dibeli. Pembeli narasumber biasanya menghubungi beliau menggunakan aplikasi Whatsapp.

3) Interview kepada Drh. Ani Karmila

Ada peningkatan dalam minat masyarakat Indonesia terkait dengan pemeliharaan hewan eksotis berdasarkan pengamatan atau

jumlah pasien yang berkunjung ke klinik. Beberapa hewan yang mulai sering dibawa ke dokter hewan adalah *sugar glider*, musang, dan landak mini. Menurut Drh. Karmila, peningkatan minat tersebut menambah variasi hewan domestic yang dapat dipelihara. Namun, pemeliharaan hewan eksotis lebih sulit dibandingkan dengan hewan konvensional seperti anjing dan kucing. Selain itu, juga ada penyakit yang mungkin dibawa oleh hewan eksotis dan tidak diketahui oleh manusia.

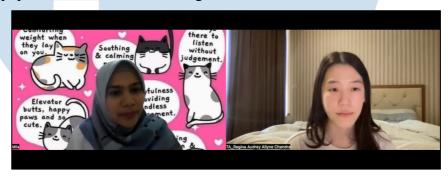
Pemeliharaan hewan eksotis juga dapat berujung pada peningkatan minat memelihara hewan buas seperti harimau. Beliau berpendapat bahwa memelihara hewan buas berlebihan dan tidak seharusnya dilakukan. Hal tersebut didasari oleh alasan bahwa hewan eksotis seperti harimau bisa membahayakan manusia.

Perbedaan yang mungkin dirasakan saat memelihara hewan eksotis jika dibandingkan dengan hewan konvensional adalah diperlukan penelitian yang lebih mendalam untuk mempelajari dampak dari membawa hewan tersebut ke dalam lingkungan manusia. Maka dari itu, pemilik harus bisa menyesuaikan habitat dan pola makan. Dari segi biaya, pengobatan hewan eksotis juga jauh lebih mahal dibandingkan dengan hewan konvensional.

Risiko-risiko yang berpotensi dihadapi oleh pemilik setelah masa adopsi adalah hewan yang *stress* setelah pindah ke tempat baru yang berbeda dengan habitat aslinya. *Stress* pada hewan eksotis dapat memicu penyakit tertentu. Sebagai contoh, *sugar glider* bisa memutilasi bagian tubuhnya sendiri. Bagi pemilik, hewan eksotis dapat menularkan penyakit *zoonosis* dan sebaliknya.

Hewan eksotis yang tidak disarankan untuk dipelihara oleh beliau adalah hewan-hewan yang dilindungi dan satwa liar seperti harimau yang seharusnya dibiarkan berkembang di alam. Hewan tersebut pasti masih membawa sifat alamiahnya dan bisa menyerang manusia. Biaya perawatan hewan eksotis yang lebih mahal, tentunya pemilik berpotensi tidak sanggup lagi menyediakan perawatan dan perlengkapan yang dibutuhkan sehingga kemungkinan hewan tersebut terlantar lebih tinggi.

Jika hewan eksotis yang berukuran kecil seperti sugar glider kabur ke sembarang tempat, maka risiko lebih berpusat pada hewan tersebut. Namun, jika hewan yang kabur adalah hewan seperti ular kobra maka tentunya akan membahayakan lingkungan sekitar. Dalam masa praktiknya, Dokter Karmila seringkali menemukan kesalahan pada pemberian pakan. Kesalahan yang umum ditemukan adalah habitat yang terlalu kecil, pemberian pakan yang salah, dan populasi di dalam satu kandang.



Gambar 3. 4 Bukti wawancara dengan Drh. Ani Karmila

Menurut beliau, lebih baik memprioritaskan prevensi dalam bentuk edukasi terhadap masyarakat terkait dengan pemeliharaan hewan eksotis. Golongan usia yang perlu diedukasi mengenai riset sebelum memelihara hewan eksotis adalah golongan remaja hingga dewasa. Bagi orang-orang yang terlanjur memelihara hewan eksotis dan sudah tidak sanggup lagi, maka dapat dilakukan *open adopt* atau menghubungi BKSDA setempat. Hal-hal yang perlu dilakukan agar masyarakat mengetahui pentingnya riset sebelum membeli hewan adalah mengadakan gathering atau menyuarakan kelebihan dan kekurangan memelihara hewan eksotis. Hal tersebut ditujukan agar calon pemilik mengerti apa saja kesulitan yang dapat dihadapi sebelum memelihara hewan tersebut.

5) Interview dengan Ryan

Sugar glider dan bearded dragon mengalami peningkatan minat selama beberapa tahun terakhir lantaran tergolong sebagai hewan eksotis. Selain itu, makanan sugar glider juga mirip dengan bahan makanan manusia. Golongan usia yang banyak membeli sugar glider adalah remaja dan orang dewasa.



Gambar 3. 5 Bukti wawancara dengan Ryan perwakilan Glidertopia

Pada saat proses pembelian *sugar glider*, edukasi yang biasanya diberikan adalah edukasi seputar waktu yang diperlukan untuk merawat *sugar glider* tersebut, makanan yang wajib diberikan, dan cara perawatan. Di pasar hewan, masih beredar banyak misinformasi terkait makanan yang boleh dikonsumsi oleh *sugar glider*. *Sugar glider* tidak diberikan protein atau ayam yang diperlukan. Hal tersebut berdampak pada kesehatan *sugar glider* dimana bubur bayi dapat menyebabkan karang gigi yang fatal dan dapat berujung pada kematian.

Pihak Glidertopia memiliki grup di media sosial Telegram yang berisi pembeli-pembeli *sugar glider*. Di dalam grup tersebut, anggota bebas bertanya atau bercerita mengenai pengalaman saat memelihara *sugar glider* yang telah dibeli. Bagian yang paling sulit

saat memelihara *sugar glider* adalah miskonsepsi terkait waktu dan komitmen yang perlu disediakan untuk *sugar glider* tersebut, makanan yang perlu diberikan, dan cara *handle*.

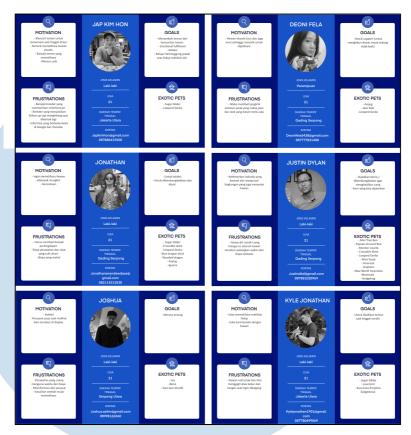
Pada tahun 2022, ada seorang pembeli yang mengembalikan sugar glider yang telah dibeli dan dirawat selama sebulan dalam kondisi kurus. Padahal, hal tersebut disebabkan oleh misinformasi yang beredar dimana sugar glider bisa bertahan hanya dengan bubur sun. Glidertopia kemudian mengadopsi kembali sugar glider.

Pihak Glidertopia seringkali mengadakan kelas seminar tidak berbayar dengan tujuan mengedukasi masyarakat dan berkembang bersama sebagai sebuah komunitas. Selain itu, pihak Glidertopia juga ingin meluruskan miskonsepsi yang beredar di masyarakat. Dari skala satu hingga lima, tingkat kesulitan memelihara *sugar glider* adalah 2.

3.1.1.2 Focus Group Discussion

FGD dilakukan terhadap Jap Kim Hon, Ivan Johan, Katharina Deoni Fela, Amelia Ivanka, Kyle Jonathan, Nanta, Ivan Adi Nugroho, Tan Jonathan Ananda Wijaya, Richard Sebastian, Vincent Alexander, Joshua Salim, dan Justin untuk mendapatkan data mengenai pengalaman membeli dan memelihara berbagai hewan eksotis.

Diskusi dilaksanakan menggunakan aplikasi Zoom pada tanggal 16 September 2022 dan terbagi menjadi tiga sesi yang masing-masing berdurasi 45 menit lantaran terbatasnya durasi akun Zoom yang penulis miliki. Berikut adalah persona profil untuk anggota *Focused Group Discussion* yang berusia 21 tahun dan terdiri dari enam orang:



Gambar 3. 6 Persona Peserta Focused Group Discusion

Dilanjutkan dengan anggota Focused Group Discussion yang berusia 19 hingga 20 tahun yang terdiri dari tiga orang:



Gambar 3. 7 Persona Peserta Focused Group Discusion

Berikut adalah persona profil untuk anggota *Focused Group Discussion* yang berusia 22 hingga 24 tahun dan terdiri dari tiga orang:



Gambar 3. 8 Persona Peserta Focused Group Discusion

Hewan-hewan eksotis yang dipelihara oleh responden adalah ular, leopard gecko, ikan laut, bearded dragon, crocodile skink, iguana, blue tongue skink, corn snake, kumbang tanduk, salamander, pacman frog, burung lovebird, kura-kura sideneck, scorpion, tarantula, ikan chana, hiu, belut moray, bintang laut, tang fish, dan sugar glider. Alasan partisipan tertarik memelihara hewan eksotis adalah menyukai motif dan sensasi memegang, terbawa teman, ada toko reptil di dekat rumah, keinginan mengoleksi hewan eksotis, diberikan oleh orang lain, bentuk yang tidak umum, menginginkan interaksi, ingin menghasilkan uang, dan diturunkan oleh orang tua.

Ivan Johan dan Vincent Alexander berpendapat bahwa tingkat kesulitan memelihara ular *ball python* dan *leopard gecko* ada pada skala satu dari lima. Kesulitan yang dihadapi saat memelihara kedua hewan tersebut terletak pada pencarian pakan dan kerentanan

terhadap penyakit. Ivan menempatkan kesulitan memelihara ikan laut pada skala keempat lantaran kesulitan menjaga ekosistem agar tetap baik bagi isi tangki akuarium. Sama dengan Ivan, Jonathan juga berpendapat bahwa kesulitan memelihara hewan eksotis terletak pada pencarian serangga seperti jangkrik.

Fela menempatkan kesulitan memelihara *leopard gecko* pada tingkat 2,5 dari lima lantaran belum terbiasa dengan kebiasaan makan *gecko* tersebut. Selain itu, Fela juga mengeluhkan bahwa pakan *leopard gecko* (jangkrik) tidak dapat bertahan hidup lama sehingga harus sering pergi untuk membeli jangkrik.

Ivan Adi menempatkan kumbang tanduk pada skala satu lantaran tidak memakan tempat dan mobilitas yang sangat rendah. Pada skala dua, Ivan menempatkan golongan laba-laba dan kelabang atas dasar makanan dan perawatan yang tidak terlalu sulit untuk ditemukan. Untuk reptil (kecuali *leopard gecko* dan *ball python*) dan ikan predator, Ivan memberikan skala empat lantaran biaya yang diperlukan untuk pakan dan habitat cukup besar terutama untuk reptil yang sudah berukuran besar. Skala kelima dinobatkan kepada golongan amfibi yang memerlukan kebersihan dan perawatan ekstra.

Tingkat kesulitan memelihara kura-kura *sideneck* ditempatkan Kyle pada skala satu karena perawatan yang mudah sedangkan burung *lovebird* diberikan skala dua lantaran memerlukan usaha lebih agar burung tetap jinak. Menurut Nanta, skala kesulitan pemeliharaan ikan chana ada pada skala 4 lantaran pemeliharaan yang tidak terlalu mudah namun pertumbuhan ikan chana yang cukup lama.

Menurut Justin, memelihara hewan eksotis dengan kategori mamalia paling sulit lantaran memerlukan interaksi yang banyak dengan pemilik. Selain itu, mamalia perlu diberi makan dan minum setiap harinya. Skala empat diberikan kepada ikan dan amfibi lantaran memerlukan *maintenance* habitat yang baik dan cukup

mahal. Reptil seperti biawak dan kura-kura ditempatkan pada skala ketiga lantaran perawatan yang lebih mahal dan harus sering diberi makan. Skala dua diberikan pada leopard gecko dan laba-laba karena menurut Justin kedua hewan tersebut tidak terlalu sulit dipelihara. Sama dengan Justin, Richard beranggapan bahwa serangga seperti scorpion dan tarantula tidak terlalu sulit dipelihara.

Selama memelihara *sugar glider*, Amelia Ivanka kesulitan saat proses *bonding* pada masa awal pemeliharaan. Selain itu, sifat sugar glider milik Amelia yang pemilih terhadap makanan dan buahbuahan juga cukup membingungkan. Untuk kura-kura red slider, Amelia merasa bahwa skala kesulitan yang pantas diberikan adalah skala tiga lantaran rentan terkena penyakit pada usia muda dan memerlukan komitmen waktu serta biaya yang banyak untuk menjaga suhu dan kebersihan.

Joshua berpendapat bahwa tingkat kesulitan memelihara ekosistem ikan laut ada pada tingkat lima lantaran kurangnya informasi yang diberikan oleh penjual dan komitmen serta waktu yang diperlukan untuk menjaga kondisi habitat agar tetap stabil.

Saat proses pembelian, banyak responden yang menemukan adanya misinformasi, kekurangan informasi, dan bahkan tidak diberikan informasi. Responden yang merasa demikian adalah Ivan Johan, Jonathan, Justin, Jap Kim Hon, Amelia. Meskipun begitu, Ivan Johan selaku *breeder* dan penjual mengatakan bahwa saat proses menjual hewan, terkadang ada pertanyaan yang memang tidak terjawab. Maka dari itu, Ivan, Justin, dan kebanyakan responden berharap bahwa calon pemilik hewan berinisiatif melakukan riset terlebih dahulu.

Kebanyakan responden membeli hewan dari supplier, breeder, toko reptil, media sosial seperti Facebook, *pet expo*, dan pameran hewan atau diberikan oleh teman. Informasi yang biasanya diberikan oleh penjual adalah makanan, kebiasaan, dan cara

perawatan dasar. Menurut Ivan, dari sudut pandang penjual jika pembeli diberikan terlalu banyak informasi maka pembeli berkemungkinan takut dan merasa *overwhelmed* dengan banyaknya informasi yang ada. Maka dari itu, ada baiknya penjual menyediakan media informasi dimana pembeli dapat belajar secara otodidak.

Beberapa contoh misinformasi adalah Vincent yang diberitahu bahwa ular tidak membutuhkan *hiding cave* untuk bersembunyi, kendang yang tidak besar, dan lain-lain. Selain itu, Amelia yang diberitahu bahwa *sugar glider* hanya perlu mengonsumsi susu bayi padahal *sugar glider* memerlukan rangkaian makanan yang bervariasi untuk memenuhi kebutuhan gizinya.

Saat membeli kalajengking, Ivan Adi tidak diperingatkan mengenai risiko racun. Namun, saat membeli kelabang Ivan diperingatkan terlebih dahulu mengenai risiko kelabang yang dapat menggigit. Menurutnya, ada penjual yang memberitahu risiko dan ada juga yang tidak. Sama dengan Ivan, saat memelihara ular kobra jawa dan viper, pembeli tidak memberitahu risiko pemeliharaan kepada Justin.

Terkait dengan dokter hewan, Amelia, Justin, dan Vincent mengaku bahwa sulit mencari dokter hewan yang dapat secara spesifik menangani hewan eksotis. Saat menyadari adanya tandatanda hewan peliharaan sakit, responden biasanya menanyakan kondisi tersebut pada supplier atau mencari informasi di Google, YouTube, dan media informasi lainnya.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 3. 9 Bukti Focused Group Discussion

3.1.1.3 Kesimpulan

Penulis menyimpulkan bahwa golongan usia yang paling banyak membeli hewan eksotis adalah usia dua puluh tahun keatas. Hal tersebut dikarenakan harga hewan eksotis cukup mahal dan biasanya hanya bisa dibeli oleh orang dewasa yang sudah berpenghasilan. Selain hal tersebut, penulis juga menemukan bahwa seluruh hewan yang dijual di toko hewan eksotis yang penulis wawancarai memperbolehkan siapapun untuk membeli hewan tersebut (kecuali anak-anak). Artinya, hewan eksotis seperti buaya muara yang sangat agresif bisa dibeli oleh siapapun.

Berdasarkan hasil wawancara dan juga Focused Group Discussion, penulis juga menyimpulkan bahwa adanya kecenderungan misinformasi atau kekurangan informasi yang diberikan kepada pembeli pada saat pembelian. Selain itu, pembeli juga harus bertanya terlebih dahulu kepada breeder jika menginginkan informasi lebih. Oleh karena itu, calon pembeli harus berinisiatif melakukan riset terlebih dahulu sebelum dan setelah memelihara hewan. Pembeli juga harus mengumpulkan data sebanyak mungkin untuk menentukan metode perawatan dan juga

pakan apa yang paling baik diberikan kepada hewan tersebut. Melalui pengumpulan data tersebut, penulis menyimpulkan bahwa mayoritas edukasi dan riset bergantung pada calon pemilik.

Selain misinformasi, banyak penjual yang mengatakan bahwa memelihara hewan eksotis tidak sulit. Padahal, memelihara hewan eksotis memakan lebih banyak biaya dibandingkan dengan hewan konvensional dan tidak mudah mereplikasi habitat hewan tersebut agar kebutuhan hidupnya terpenuhi. Melalui *focused group discussion*, penulis juga mendapatkan data bahwa adanya kesulitan pencarian dokter hewan yang bisa menangani hewan eksotis dan juga pakan hidup seperti jangkrik, tikus, dan ulat jerman.

Seluruh responden wawancara mengakui adanya peningkatan minat masyarakat terhadap hewan eksotis. Peningkatan minat tersebut dapat membawa dampak buruk seperti membawa penyakit zoonosis dan pemeliharaan hewan buas yang tidak sepantasnya seperti harimau. Apabila hewan-hewan yang bisa membahayakan manusia kabur, maka tentunya bisa merugikan masyarakat setempat.

Jika pemilik sudah tidak bisa merawat hewan eksotis miliknya lagi, maka bisa dilakukan open adopsi atau menghubungi BKSDA. Untuk menghindari hal tersebut, penting bagi calon pemilik untuk mempelajari dan mengetahui potensi ukuran, kesulitan, dan bahaya sebuah hewan sebelum membeli. Dengan begitu, maka kesejahteraan hewan dan pemilik dapat lebih terjaga dibandingkan dengan tidak mendapatkan edukasi mengenai hewan eksotis yang dipelihara.

3.1.2. Metode Kuantitatif

Menurut Leavy, di dalam ilmu sosial, metode pencarian data kuantitatif yang seringkali digunakan adalah survei yang berisikan pertanyaan standar. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Survei terbagi menjadi dua jenis yaitu survey cross sectional dan longitudinal Pada survey cross sectional, pengumpulan data dilakukan pada satu waktu sedangkan untuk survei longitudinal, pengumpulan data dilakukan lebih dari sekali untuk melihat perbedaan yang muncul seiring dengan berjalannya waktu.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode survey *cross* sectional dan membagikan kuesioner secara online menggunakan *Google* form. Dari populasi sebanyak 29.116.662 jiwa di wilayah Jabodetabek pada tahun 2021, penulis menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$S = \frac{n}{1 + N \cdot e^2} \qquad S = \frac{29.116.662}{1 + 29.116.662 \cdot 0.1^2} \qquad S = 99.982$$

Keterangan:

N : Jumlah Populasi n : Jumlah Sampel e : Derajat Ketelitian

3.1.2.1 Hasil Kuesioner

Penulis memulai pembuatan dan penyebaran kuesioner secara *online* mulai dari tanggal 8 September 2022 hingga tanggal 11 September 2022 dengan total responden 103 orang. Penulis menyebarkan kuesioner dengan tujuan mendapatkan *insight* mengenai pengalaman general responden saat proses membeli dan merawat hewan eksotis, media yang paling banyak digunakan, dan faktor pendorong pembelian.

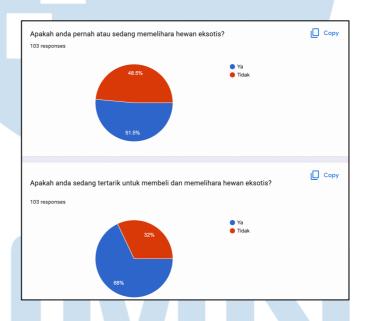
Sebanyak 58.3% responden paling banyak menggunakan aplikasi disusul dengan 32% responden yang menggunakan website. Peringkat ketiga diduduki oleh film dan *video game* dengan persentase masing-masing sebesar 3.9%. Selain itu, sebanyak 2% persen responden menggunakan media buku dan televisi dengan perbandingan rata (1 orang).

NUSANTARA



Gambar 3. 10 Hasil kuesioner mengenai media informasi yang paling banyak digunakan oleh responden

Dari keseluruhan responden, sebanyak 51.5% sedang memelihara hewan eksotis dan sebanyak 68% tertarik untuk membeli dan memelihara hewan eksotis.

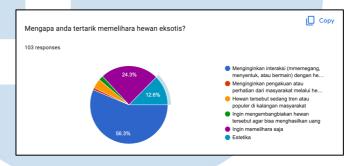


Gambar 3. 11 Hasil kuesioner mengenai apakah responden memelihara atau sedang tertarik memelihara hewan eksotis

Alasan-alasan utama mengapa responden tertarik memelihara hewan eksotis adalah lantaran menginginkan interaksi seperti memegang, menyentuh, atau bermain (56.3%) diikuti dengan hanya ingin memelihara (24.3%). Selanjutnya, alasan mengapa 12.6% responden tertarik memelihara hewan eksotis adalah estetika dari hewan tersebut diikuti dengan 3.9% yang ingin memelihara atas dasar hewan tersebut sedang digemari di kalangan masyarakat.

Selain itu, juga ada 1.9% yang ingin mengembangbiakan hewan tersebut untuk menghasilkan pemasukan dan 1% responden yang menginginkan pengakuan dari masyarakat.

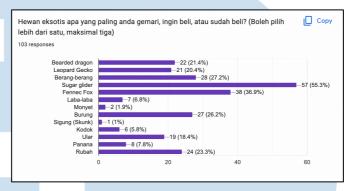
Melalui data jawaban-jawaban yang terkumpul, penulis dapat menyimpulkan bahwa masih banyak responden yang belum mengetahui bahwa tidak semua hewan eksotis menyukai interaksi dengan manusia. Selain itu, masih ada juga responden yang hanya ingin membeli hewan eksotis untuk mendapatkan pengakuan dari masyarakat.



Gambar 3. 12 Hasil kuesioner mengenai alasan ketertarikan responden dalam memelihara hewan eksotis

Dalam pertanyaan mengenai hewan eksotis apa yang paling digemari oleh responden, sebanyak 55.3% responden tertarik memelihara *sugar glider* disusul dengan 36.9% yang tertarik memelihara *fennec fox*. Pada peringkat ketiga sebanyak 27.2% responden memiliki berang-berang dengan selisih 1% pada burung (26.2%). Posisi kelima diduduki oleh rubah (23.3%), *bearded dragon* dengan persentase sebesar 21.4%, dan leopard gecko (20.4%). Setelah *leopard gecko*, sebanyak 18.4% responden tertarik memelihara ular disusul oleh panana dengan persentase 7.8%. Kodok, monyet, dan sigung menempati tiga posisi terendah secara berurutan dengan persentase 5.8%, 1.9%, dan 1%.

Penulis menyimpulkan bahwa tingkat ketertarikan terhadap hewan eksotis dengan golongan mamalia lebih besar dibandingkan dengan golongan reptil, amfibi, dan *arachnid*.



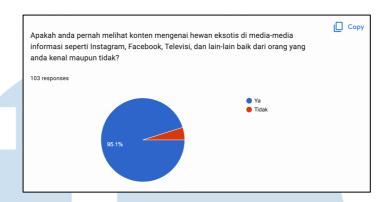
Gambar 3. 13 Hasil kuesioner mengenai hewan eksotis yang menarik atau ingin dipelihara oleh responden

Sebanyak 68.9% responden tinggal disekitar orang yang memelihara hewan eksotis. Melalui data tersebut, penulis menyimpulkan bahwa persebaran orang yang memelihara hewan eksotis cukup banyak.



Gambar 3. 14 Hasil kuesioner mengenai orang yang berada disekitar responden

Sedangkan sebanyak 95.1% responden mengaku pernah melihat konten hewan eksotis yang beredar di media sosial. Persentase tersebut sangat besar dan membuktikan pernyataan bahwa eksposur dan minat masyarakat terhadap hewan eksotis sangat besar.



Gambar 3. 15 Hasil kuesioner mengenai eksposur konten hewan eksotis yang dialami oleh responden

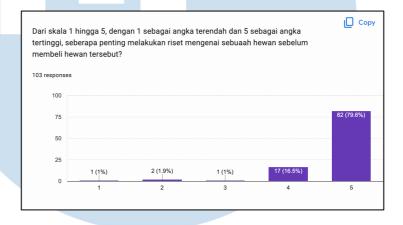
Setelah melihat konten hewan eksotis di media sosial, mayoritas responden (53.4%) menjadi penasaran terhadap hewan tersebut. Selain menimbulkan rasa penasaran, tidak sedikit juga responden yang jadi ingin mencoba memelihara hewan tersebut (24.3%). Meskipun begitu, tidak menutup kemungkinan responden merasa bahwa tidak ada dampak yang ditimbulkan dari konten tersebut (15.5%).

Data tersebut sejalan dengan informasi yang dipaparkan penulis pada bab 1 dimana tertera bahwa bahwa ketua kelompok spesialis berang-berang di *International Union for Conservation of Nature*, Nicole Duplaix, menyatakan bahwa unggahan foto yang viral di media sosial dapat meningkatkan minat pengguna untuk memiliki hewan eksotis tersebut.



Gambar 3. 16 Hasil kuesioner mengenai dampak eksposur konten hewan eksotis di media sosial terhadap responden

Beberapa responden (3.9%) yang berpikir bahwa melakukan riset terlebih dahulu sebelum membeli hewan adalah sesuatu yang tidak penting (skala satu hingga tiga). Hal tersebut tidak sejalan dengan pernyataan Drh. Ani Karmila dan *breeder-breeder* yang diwawancarai oleh penulis bahwa penting bagi calon pemilik untuk melakukan riset terlebih dahulu sebelum membeli atau mengadopsi hewan eksotis.



Gambar 3. 17 Hasil kuesioner mengenai pendapat responden terkait pentingnya riset sebelum membeli

Terkait dengan pertanyaan media apa yang digunakan oleh responden untuk melakukan riset sebelum membeli hewan dimana responden lebih memiliki lebih dari satu jawaban, sebanyak 84.5% mencari informasi menggunakan website. Peringkat kedua diduduki oleh video dengan persentase 60.2% dan aplikasi dengan persentase sebesar 57.3%. Selain itu, ada buku dengan persentase sebesar 22.3% dan film dengan 11.7%. Tiga posisi terendah diduduki oleh televisi, majalah, dan koran dengan persentase 5.8%, 3.9%, dan 1.9% secara berurutan.

Melalui data tersebut, penulis menarik kesimpulan bahwa media informasi digital seperti Youtube, aplikasi, dan website lebih banyak digunakan oleh sampel dibandingkan dengan media-media lainnya.



Gambar 3. 18 Hasil kuesioner mengenai media riset responden

Saat membeli hewan eksotis, sebanyak 26.2% responden membeli hewan tersebut di pameran hewan disusul dengan toko hewan (21.4%). Selanjutnya, breeder hewan menduduki posisi ketiga dengan persentase sebesar 20.4% dan *advertisement* media sosial sebesar 11.7%. Tiga peringkat selanjutya adalah teman (8.7%), komunitas (7.8%), dan pasar hewan (2.9%).



Gambar 3. 19 Hasil kuesioner mengenai tempat responden membeli hewan eksotis

Saat membeli hewan, informasi terbanyak yang diberikan oleh penjual adalah mengenai keperluan hewan (72.8%), makanan (71.8%), dan kebiasaan hewan tersebut selama masih berada di tangan penjual (67%). Selanjutnya, penjual juga memberikan 90

informasi terkait dengan habitat hewan (54.4%) dan risiko memelihara (50.5%). Informasi yang paling jarang diberikan adalah mengenai kontra memelihara hewan tersebut (25.2%). Sebanyak 52.4% responden mengatakan bahwa informasi tersebut harus ditanyakan terlebih dahulu sedangkan jawaban sisa responden terbagi menjadi dua.



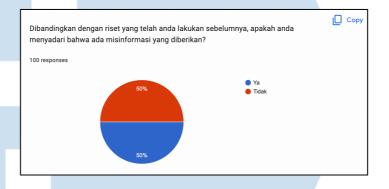
Gambar 3. 20 Hasil kuesioner mengenai edukasi yang diberikan saat proses membeli hewan

Selain harus ditanyakan terlebih dahulu, sebanyak 20.4% mengatakan bahwa penjual memberikan informasi secara sukarela dan 27.2% lainnya memberikan media informasi seperti pamphlet, brosur, dan lain-lain yang memuat cara perawatan hewan tersebut.



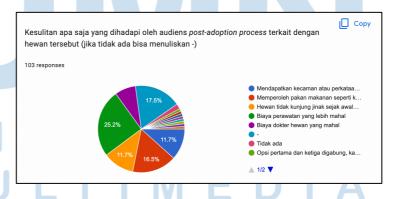
Gambar 3. 21 Hasil kuesioner mengenai ketersediaan informasi yang diberikan oleh penjual

Di antara informasi-informasi yang diberikan, sebanyak 50% responden merasakan adanya misinformasi yang diberikan. Data yang didapatkan mendukung hasil *Focused Group Discussion* yang menyatakan bahwa rawan terjadi misinformasi saat proses pembelian.



Gambar 3. 22 Hasil kuesioner mengenai misinformasi saat pembelian

Setelah proses pembelian hewan, 25.2% responden menyatakan bahwa kesulitan utama yang dihadapi adalah biaya perawatan yang lebih mahal diikuti dengan mencari pakan untuk hewan tersebut (16.5%). Kesulitan berikutnya adalah mendapatkan kecaman oleh lingkungan sekitar dan hewan yang tidak kunjung jinak sejak awal pembelian dengan persentase masing-masing sebesar 11.7%.



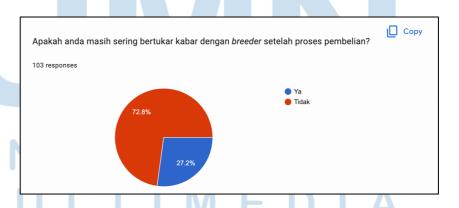
Gambar 3. 23 Hasil kuesioner mengenai kesulitan yang dihadapi saat memelihara hewan eksotis bagian 1

Selain itu, ada juga responden yang mengeluh kesulitan membayar biaya dokter hewan yang lebih mahal (7.8%). Terlepas dari pilihan jawaban yang ada, beberapa responden mengatakan bahwa kesulitan terletak pada minimnya tempat perawatan hewan eksotis, membiasakan diri merawat hewan tersebut, dan rasa malas. Meskipun begitu, sebanyak 16.5% responden tidak mengalami kesulitan setelah membeli hewan eksotis.



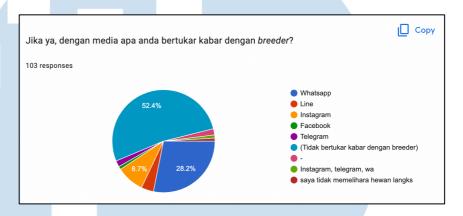
Gambar 3. 24 Hasil kuesioner mengenai kesulitan yang dihadapi saat memelihara hewan eksotis bagian 2

Sebanyak 72.8% sudah tidak berhubungan dengan *breeder* sedangkan 27.2% orang masih bertukar kabar dengan *breeder*. Hal tersebut menunjukan bahwa setelah proses pembelian, banyak pembeli yang sudah tidak lagi bergantung pada *breeder*.



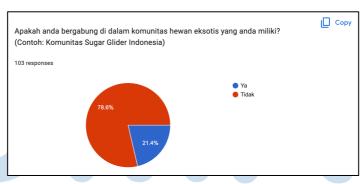
Gambar 3. 25 Hasil kuesioner mengenai hubungan responden dengan breeder

Dari persentase responden yang masih bertukar kabar dengan breeder, 28.2% bertukar kabar menggunakan Whatsapp sedangkan 8.7% bertukar kabar menggunakan Instagram. Responden lainnya bertukar kabar menggunakan Line, Telegram, dan Facebook.



Gambar 3. 26 Hasil kuesioner mengenai media bertukar kabar dengan breeder

Dari keseluruhan responden, hanya 21.4% yang bergabung ke dalam komunitas hewan eksotis. Hal tersebut menunjukan bahwa lebih banyak pemilik hewan eksotis yang tidak bergabung ke dalam sebuah komunitas.



Gambar 3. 27 Hasil kuesioner mengenai responden yang bergabung di dalam komunitas hewan eksotis

Orang-orang di dalam komunitas tersebut bertukar kabar menggunakan Whatsapp (11.7%), Instagram (8.7%), Facebook (6.8%), dan Telegram (5.8%).



Gambar 3. 28 Hasil kuesioner mengenai media yang digunakan untuk menghubungi komunitas

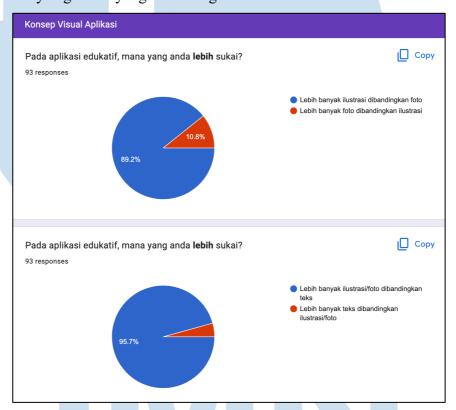
Jika sedang kesulitan, mayoritas responden lebih memilih untuk mencari di internet (47.6%) atau bertanya kepada teman yang juga memelihara hewan eksotis (26.2%). Selain itu, ada juga responden yang bertanya kepada komunitas (13.6%) atau berkunjung ke dokter hewan (12.6%).



Gambar 3. 29 Hasil kuesioner mengenai cara responden menangani kesulitan

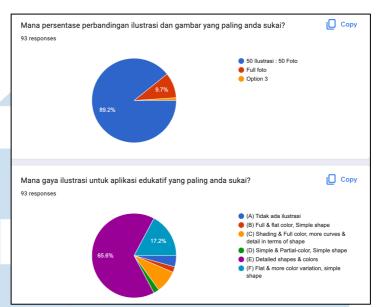
Penulis memulai pembuatan dan penyebaran kuesioner kedua secara *online* mulai dari tanggal 2 November 2022 hingga tanggal 4 November 2022 dengan total responden 93 orang. Penulis menyebarkan kuesioner dengan tujuan mendapatkan *insight* mengenai selera gaya visual yang paling digemari oleh responden.

Sebanyak 82,2% responden menyukai lebih banyak ilustrasi dibandingkan dengan foto untuk aplikasi edukatif dan sebanyak 95.7% responden menyukai perbandingan ilustrasi atau foto yang lebih banyak dibandingkan dengan teks. Meskipun begitu, hasil responden kedua akan dijadikan dasar pertimbangan saja dimana penulis akan berusaha untuk menyertakan lebih banyak gambar yang relevan agar edukasi tidak terasa monoton.



Gambar 3. 30 Hasil kuesioner perbandingan teks, ilustrasi, dan foto

Sebanyak 80,2% responden memilih perbandingan ilustrasi dan foto 50:50 sedangkan gaya ilustrasi yang paling digemari adalah gaya ilustrasi dengan bentuk dan warna yang detail. Penulis memutuskan untuk menjadikan preferensi perbandingan ilustrasi dan teks tersebut sebagai landasan untuk perencanaan konten pada aplikasi yang penulis rancang.



Gambar 3. 31 Kuesioner pemilihan gaya ilustrasi

Sebanyak 59,1% responden merasa bahwa penggabungan dari kedua gaya visual dibawah adalah gaya visual yang selaras dan cocok jika digabungkan menjadi sebuah gaya visual. Penulis memutuskan untuk menerapkan hal tersebut pada ilustrasi utama.



Gambar 3. 32 Kuesioner penggabungan gaya visual

Setelah menyebarluaskan kuesioner dan mendapatkan pendapat dari responden, penulis berhasil mendapatkan gambaran

mengenai preferensi gaya visual responden untuk kemudian dijadikan dasar perancangan ilustrasi aplikasi. Gaya visual yang terpilih adalah penggabungan antara gaya visual dengan warna dan bentuk yang detail dengan gaya visual *flat color* dan shading. Penulis memutuskan untuk menggabungkan kedua gaya visual tersebut menjadi gaya visual *detailed shapes* dan *flat color*.

3.2 Studi Referensi

Agar bisa mendapatkan gambaran mengenai konten atau jenis media yang akan dirancang, penulis melakukan beberapa studi referensi yang memiliki kesamaan antara konten atau media.

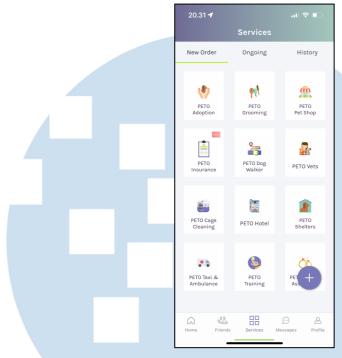
3.2.1 **PETO**

PETO adalah aplikasi yang bertujuan mempermudah pemilik hewan untuk mencari jasa *grooming*, mengadopsi hewan secara gratis, memesan jasa *pet walker*, dokter, *pet transport* dan lain-lain. Selain itu, di dalam aplikasi ini, user juga dapat menemukan teman bermain untuk hewan yang dipelihara. PETO juga menyediakan berbagai kebutuhan hewan seperti makanan, sabun mandi, mainan, dan lain-lain.

Pada halaman utama, terpampang tiga fitur utama aplikasi PETO yaitu grooming, adopsi, dan juga PETOdate dimana pemilik hewan dapat menemukan teman bermain untuk peliharaanya. Selain itu, ada juga menu more yang mengarah pada asuransi PETO, *dog walker*, dokter hewan, jasa pembersihan kendang, hotel khusus peliharaan, penampungan hewan, ambulans untuk hewan, dan juga jasa pelatihan.

Meskipun begitu, pada bagian halaman *more icon* berbentuk tambah menutupi menu terakhir sehingga tidak dapat ditekan. Pada tombol tambah tersebut, *user* dapat membuat pesanan, mengirim pesan, mendaftarkan jasa, mendaftarkan hewan untuk adopsi, dan juga membuat daftar.

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



Gambar 3. 33 Fitur-fitur di dalam aplikasi PETO

Artikel yang ada pada halaman utama kurang tersusun dengan rapi dan hanya memuat hewan seperti anjing dan kucing. Tidak ada ilustrasi hewan lain seperti golongan reptil, amfibi, dan lain-lain.

Halaman adopsi dibagi menjadi dua, yaitu gratis dan berbayar. Namun, pada halaman adopsi banyak orang yang justru menjadikan halaman tersebut sebagai lapak untuk mencari hewan tertentu. Selain itu, pada opsi *filter* pilihan jenis hewan hanya terbatas pada anjing, kucing, kelinci, dan "others". Hal tersebut cukup menyulitkan bagi user saat ingin mencari hewan khusus yang berada diluar tiga kategori tersebut. Jenis hewan di luar hewan konvensional juga jarang ditemukan. Selain itu, informasi terkait hewan yang ingin dilepas adopsi bergantung sepenuhnya pada pemilik sehingga tidak banyak hewan yang kurang jelas informasinya. Informasi mengenai apabila hewan tersebut sudah atau belum diadopsi juga tidak terpampang dengan jelas.

NUSANTARA



Gambar 3. 34 Contoh penyalahgunaan fitur free adoption aplikasi PETO

Informasi fitur dokter hewan, *pet hotel, shelter* hewan, ambulans, *training*, dan jasa pembersih kandang juga terbatas pada vendor yang ingin bekerjasama. Dari aspek visual, seluruh elemen di dalam halaman aplikasi terlihat selaras dan berkesinambungan.

3.2.2 Akun Instagram Jessycha pemilik Glidertopia

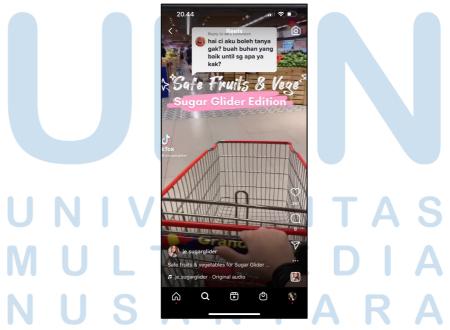
Jessycha adalah pemilik Glidertopia, sebuah perusahaan kecil yang menjual sugar glider dan berbagai perlengkapan keperluan *sugar glider*. Pada *story* Instagram miliknya, beliau seringkali membagikan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan saat memelihara *sugar glider*. Jessycha juga sering mengadakan sesi tanya jawab dengan pengikutnya terkait dengan pemeliharaan *sugar glider*. Selain itu, narasumber juga mengadakan perkumpulan komunitas dan pameran di berbagai tempat berbelanja seperti Mall of Indonesia, Living World, Central Park, ICE BSD, dan masih banyak lagi.

NUSANIARA



Gambar 3. 35 Pertemuan Komunitas di Living World

Dikarenakan oleh edukasi yang bergantung pada *story* Instagram, informasi yang diberikan lebih didominasi oleh teks dan minim ilustrasi. Meskipun begitu, biasanya Jessycha mencantumkan video asli pada *background* sebagai media pendukung. Topik yang seringkali diangkat adalah mengenai pantangan makan, meluruskan miskonsepsi, dan juga apa yang baik bagi perawatan *sugar glider*. Selain itu, karena banyaknya *highlight story* yang ada, informasi yang disediakan jadi sulit untuk diterima dan dicari. Secara kesimpulan, konten yang disediakan lengkap namun tidak terstruktur dan sulit untuk ditemukan ditengah banyaknya unggahan konten edukasi *sugar glider* lainnya.



Gambar 3. 36 Contoh konten edukasi oleh Jessycha pada story Instagram

3.3 Studi Eksisting

Di Indonesia, aplikasi yang paling mendekati media informasi yang hendak penulis rancang adalah aplikasi FaunaGo yang didirikan oleh Hartono Tan.

3.3.1 FaunaGo

FaunaGo adalah aplikasi yang dapat digunakan oleh *user* untuk melacak atau mengontrol hewan peliharaan. Aplikasi ini didirikan oleh Hartono Tan dengan tujuan mempermudah pemilik hewan dalam mengatur keperluan serta perawatan hewan eksotis miliknya. Fitur-fitur utama yang ada di dalam aplikasi adalah bagian dimana pengguna dapat mencatat informasi mengenai hewan eksotis miliknya, menemukan informasi dokter hewan terdekat, toko hewan eksotis, serta supplier makan.

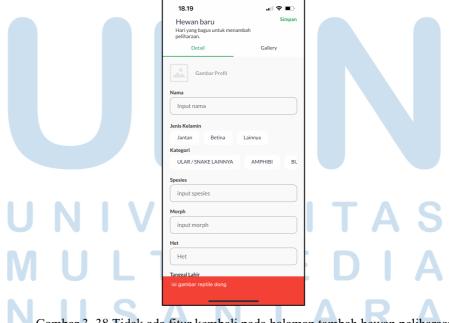
Salah satu fitur yang paling berguna menurut penulis adalah fitur tugas dimana *user* dapat mengatur jadwal pemberian makan, pembersihan kendang, dan lain-lain. Selain itu, salah satu fitur yang mungkin akan sangat berguna bagi *breeder* hewan adalah fitur pendataan hewan dimana *user* bisa mencatat tanggal lahir, *morph*, harga beli, berat, dan data-data lain. Fitur dokter hewan juga sangat membantu terutama mengingat saat *Focused Group Discussion*, beberapa responden mengatakan bahwa sulit menemukan dokter hewan yang bisa menangani hewan eksotis.



Di dalam aplikasi, pergantian halaman saat memilih bagian tertentu seperti kategori ular sangat lama dan bahkan ada beberapa yang tidak bisa dibuka sehingga harus merestart aplikasi. Selain itu, bagian artikel juga cukup sulit dibuka dan memerlukan waktu yang lama untuk loading padahal menggunakan versi terakhir. Meskipun begitu, sudah informasi pemeliharaan masing-masing hewan cukup lengkap. Informasi tersebut tidak terkategori dan juga tidak terstruktur sehingga terasa overwhelming.

Pada bagian tengah bagian bawah aplikasi, ada fitur scan yang tidak dijelaskan untuk apa fungsinya sehingga penulis cukup kebingungan mengenai tujuan dari fitur tersebut. Selain itu, pada bagian penambahan hewan baru tidak ada opsi kembali ke halaman sebelumnya sehingga jika user salah menekan tombol tambah, user harus memuat kembali aplikasi.

Saat fitur *upgrade account* ditekan, *user* diarahkan ke halaman Instagram yang tidak ada hubungannya dengan upgrade account. Secara keseluruhan, transisi antar halaman cukup lag. Ilustrasi yang digunakan juga banyak yang buram dan terlalu beragam sehingga terkesan tidak ada kesatuan antara masing-masing elemen di dalam aplikasi. Secara garis besar, konten yang disediakan tidak didukung oleh ilustrasi yang baik.



Gambar 3. 38 Tidak ada fitur kembali pada halaman tambah hewan peliharaan

3.4 Metodologi Perancangan

Metodologi perancangan yang digunakan oleh penulis mengacu pada penggabungan antara metode *Human Centered Design* oleh IDEO (2015) dan metode perancangan aplikasi Tim Invonto (2021). Metode HCD adalah metode yang berpusat pada pendekatan *human-centered* dan didasari oleh cara berpikir seorang desainer. Dengan begitu, terciptalah hasil yang tidak hanya menarik dari sudut pandang manusia, namun juga memungkinkan secara teknologi dan ekonomi. Penulis memilih untuk menggabungkan kedua metode tersebut lantaran banyaknya pilihan metode yang dapat diterapkan sesuai dengan kebutuhan.

3.4.1 Human Centered Design (IDEO, 2015)

Tahapan metode *Human Centered Design* IDEO terdiri dari tiga tahap yaitu *inspiration, ideation*, dan juga *implementation*. Penjabaran mengenai masing-masing tahap metode *Human Centered Design* tersebut yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

1) Inspiration

Pada tahap ini, penulis akan melakukan riset untuk lebih memahami permasalahan di dalam topik yang diangkat. Selain verifikasi masalah, penulis juga bisa mendapatkan dan mengumpulkan *insight* baru yang dapat digunakan dalam pembuatan media informasi nantinya. Pada tahap inspiration, terdapat enam tahap yang penulis gunakan yaitu *secondary research, interview, expert interview, Focused Group Discussion, define your audience*, dan *frame your design challenge*. Penjelasan dari masingmasing tahap *inspiration* tersebut adalah:

A) Secondary Research

Pada tahap ini, penulis akan melakukan riset menggunakan jurnal, buku, situs, atau berita yang telah ada dan mencatat data tersebut sebagai penguat data. Setelah melakukan riset sekunder, penulis menemukan bahwa banyak kasus dimana hewan eksotis dilepasliarkan,

ditelantarkan, atau kabur dan membahayakan warga lantaran pemilik meremehkan potensi bahaya dari hewan tersebut.

B) Interview

Melalui *interview*, penulis bisa mendapatkan *insight* dan juga diskusi yang lebih terbuka dengan target audiens. Penulis melakukan *interview* untuk mengetahui pengalaman masing-masing responden selama menjadi *breeder* hewan dan opini terkait dengan masalah yang ada.

C) Expert Interview

Melalui *expert interview*, penulis bisa mendapatkan *insight* dan juga diskusi yang lebih terbuka dengan target audiens yang memang merupakan ahli di dalam bidangnya. Penulis melakukan *interview* dengan dokter hewan eksotis untuk mengetahui pengalaman praktik beliau selama menjadi dokter hewan dan opini terkait dengan masalah yang ada.

D) Focused Group Discussion (FGD)

Pada tahap ini, penulis melakukan diskusi secara terbuka bersama dengan 12 orang lainnya selama dua jam. Partisipan berasal dari latar belakang serta pengalaman yang berbeda. Meskipun begitu, seluruh partisipan masih tergolong ke dalam batasan masalah yang telah penulis tentukan sebelumnya. FGD penulis lakukan untuk mendapatkan sudut pandang pembeli saat hendak mengadopsi hewan dan juga pengalaman para partisipan saat memelihara hewan tersebut.

E) Define Your Audience

Agar bisa merancang media informasi yang tepat sasaran, penulis harus menentukan audiens terlebih dahulu. Target audiens yang telah penulis tentukan terbagi menjadi empat kategori yaitu orang yang ingin belajar mengenai hewan eksotis, penjual, pembeli, dan juga orang yang ingin mengadopsi hewan eksotis.

F) Frame Your Design Challenge

Pada tahap *Frame Your Design Challenge*, penulis membuat dan menjawab beberapa pertanyaan agar bisa melihat masalah secara garis besar sekaligus menentukan solusi yang memungkinkan untuk menyelesaikan masalah tersebut.

2) Ideation

Di tahap ini, penulis akan menganalisais data-data yang telah dikumpulkan pada tahap berikutnya dan memulai proses visualisasi ide. Proses *ideation* didasari oleh ide dan konsep yang akan ditentukan nanti. Rincian dari tahapan-tahapan proses *ideation* adalah sebagai berikut:

A) Brainstorming

Penulis melakukan metode *brainstorming* untuk menemukan ide dalam jumlah sebanyak mungkin yang dirasa bisa menjawab permasalahan yang dihadapi. Pada tahap ini, penulis menuliskan data apapun yang terlintas tanpa terkecuali agar kumpulan ide yang didapatkan memiliki variasi yang luas dan kreatif. Meskipun begitu, penulis tetap menyaring ide yang dirasa tidak mungkin untuk dilakukan atau kurang cocok untuk memecahkan masalah.

B) Journey Map

Setelah penulis mengumpulkan ide melalui tahap *brainstorming*, maka tahap yang perlu dilakukan selanjutnya adalah membuat *User Journey Map*. Daftar tersebut kemudian akan digunakan sebagai dasar dari aplikasi yang akan dirancang. Dengan begitu, fitur-fitur dalam aplikasi tidak akan melenceng dari kebutuhan dan *pain point user*.

C) Create A Concept

Dengan terkumpulnya ide serta kebutuhan *user*, penulis bisa mulai merancang konsep media informasi yang akan dijadikan landasan selama perancangan. Konsep tersebut masih bersifat umum dan akan direalisasikan pada tahap berikutya.

D) Get Visual

Setelah menentukan konsep media informasi yang diinginkan, maka langkah selanjutnya adalah memvisualisasikan konsep tersebut secara bertahap. Dalam tahap ini, penting bagi desainer untuk mengingat target audiens agar visual yang dirancang bisa benar-benar sesuai dengan penguna.

E) Build and Run Prototypes

Tahap *prototype* adalah tahap dimana ide-ide yang sudah dikumpulkan diimplementasikan menjadi sebuah produk yang nantinya akan diuji coba. Hasil dari tahap ini adalah produk nyata yang dapat dicoba oleh pengguna. Setelah melalui tahap *prototyping*, produk yang telah dibuat akan diujikan kepada pengguna. Setelah mendapatkan *feedback* dari pengguna, desainer kemudian dapat melakukan perbaikan yang dirasa diperlukan

F) Integrate Feedback and Iterate

Pada tahap ini, pendapat mengenai *prototype* yang telah didapatkan dan dikumpulkan sebelumnya akan diterapkan ke media yang telah dirancang. Penulis akan terus mengumpulkan *feedback* dan memperbaiki media yang dirancang untuk mencapai hasil yang paling sesuai bagi *user*. Dengan melakukan perbaikan dari hasil pengumpulan *feefback*, hasil akhir media adalah versi terbaik yang dapat dihasilkan.

IUSANTARA

3) Implementation

Tahap *implementation* adalah tahap dimana media yang telah dirancang oleh penulis akan diluncurkan ke lapangan untuk digunakan oleh user. Tahap *implementation* tidak tertutup pada feedback dan bersifat terbuka pada perubahan. Tahap ini terdiri dari dua metode, yaitu *defining indicators* dan *keep iterating*. Penjelasan dari kedua tahap tersebut adalah:

A) Define Your Indicators

Pada tahap ini, penulis menentukan indikator apa saja yang menandakan kesuksesan dari solusi desain yang telah dirancang. Hal tersebut ditujukan untuk mengukur tingkat keberhasilan media. Indikator akan diberlakukan pada proses *alpha* dan *beta testing*.

B) Keep Iterating

Setelah mendapatkan lebih banyak *feedback* dari *user*, penulis akan tetap melakukan perubahan dan perbaikan pada media yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan pertimbangan dampak perubahan tersebut bagi *user*.

3.4.2 Tim invonto (2021)

Metode perancangan aplikasi Tim Invonto terdiri dari empat tahap yaitu *strategy*, *planning and analysis*, *UI/UX design*, dan *testing*. Rincian dari masing-masing tahap perancangan tersebut adalah sebagai berikut:

1) Strategy

Pada tahap ini, penulis akan menentukan strategi yang dirasa tepat untk mengembangkan ide dan konsep menjadi aplikasi yang bisa menjawab masalah. Sebelum menentukan solusi, penulis harus mengidentidikasi masalah terlebih dahulu. Setelah itu, penulis harus melakukan riset lanjutan untuk bisa menentukan solusi yang tepat. Tahap ini terbagi menjadi beberapa metode (IDEO, 2015) yaitu secondary research, interview, expert interview, focused group discussion, frame your design challenge, dan define your audience.

2) Analysis and Planning

Setelah penulis memahami keperluan pengguna dan menyusun strategi, maka tahap yang perlu dilakukan selanjutnya adalah menyusun analisis terkait dengan landasan aplikasi yang telah ditentukan dan memulai pengerjaan. Analisis tersebut kemudian akan digunakan sebagai dasar dari penentuan fitur aplikasi yang akan dirancang. Tahap ini meliputi nama, fitur, serta teknologi yang akan digunakan. Dengan begitu, fitur-fitur dalam aplikasi tidak akan melenceng dari kebutuhan *user*.

3) UI/UX Design

Perancangan UI/UX dibagi menjadi perancangan UI dan perancangan UX. Meskipun begitu, dalam perancangannya UI dan UX saling berhubungan dan berpengaruh satu dengan lainnya. Perancangan tersebut didasarkan pada data yang penulis kumpulkan pada proses *strategy, analysis*, dan juga *planning*.

4) App Development

Pada tahap *app development*, penulis akan mengembangkan prototype dari aplikasi yang telah dirancang berdasarkan konsep perancangan yang telah ditentukan melalui tahapan-tahapan perancangan sebelumnya.

5) Testing

Setelah mengembangkan aplikasi, penulis akan melakukan *alpha testing* yang melibatkan desainer lain dan *beta testing* yang melibatkan target audiens. Kedua tahap tersebut akan membantu penulis dalam mengumpulkan *feedback* perbaikan aplikasi.