

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah *hybrid* agar dapat terpenuhinya keperluan data dalam penelitian materi yang diteliti serta dirancang. Metode penelitian *hybrid* adalah metode penelitian yang menggunakan kedua metode penelitian dasar yaitu kualitatif dan kuantitatif.

3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif merupakan metode yang berfokus kepada pengamatan yang lebih mendalam. Metode kualitatif merupakan metode yang bersifat dinamis yang bersifat dapat adanya perubahan, penambahan, serta penggantian ketika proses analisis sedang berjalan (Srivastava, A. dan Thomson S.B., 2009). Pada proses metode kualitatif ini, penulis akan mewawancarai CEO *startup* Archlive, arsitektur profesional, serta *UI/UX designer professional* agar mendapatkan *insight* lebih dalam mengenai materi yang penulis gunakan.

3.1.1.1 Interview

Interview atau wawancara adalah teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin meneliti permasalahan topik secara lebih mendalam (Sugiyono, 2015). Wawancara ini penulis lakukan untuk memvalidasi serta membantu menopang data laporan tugas akhir.

1) Interview kepada Arsitektur Profesional

Interview yang telah dilakukan pada 07 September 2022 pukul 21.47 WIB melewati aplikasi *meeting online* Zoom bersama seorang arsitektur, Muhammad Hero Renaldi berusia 26 tahun yang sekarang bekerja di kantor Kementerian PUPR serta pernah bekerja pada kantor swasta Ong&Ong pte.ltd.

Interview ini dilakukan terkait dengan validasi data pentingnya *website* dalam informasi jasa arsitek Archlive.



Gambar 3.14 Interview bersama Muhammad Reno Renaldi melewati Zoom Meeting

Dari proses wawancara yang dilakukan, penulis mendapat penjelasan bahwa sebuah *website* merupakan elemen penting dalam memberikan informasi jasa terhadap masyarakat luas. Dari tempat kerja yang beliau pernah tempati dan sedang menempati, kedua kantor tersebut menggunakan *website* sebagai media utama dalam memberikan informasi terhadap calon *client*. Hal tersebut dikarenakan dengannya menggunakan *website*, sebuah jasa arsitek dapat memberikal *feel* yang professional serta dapat memberikan informasi yang komplit terhalap calon *client*. Calon *client* biasa menilai jasa arsitek dengan melihat portofolio serta sertifikat *award* pada laman *website*.

Kesimpulan yang didapatkan penulis dari hasil wawancara ini adalah *website* dapat membantu jasa arsitek dalam mengembangkan nama *brand*-nya, memikat calon *client*, serta memberikan informasi-informasi penting mengenai jasa arsiteknya sendiri.

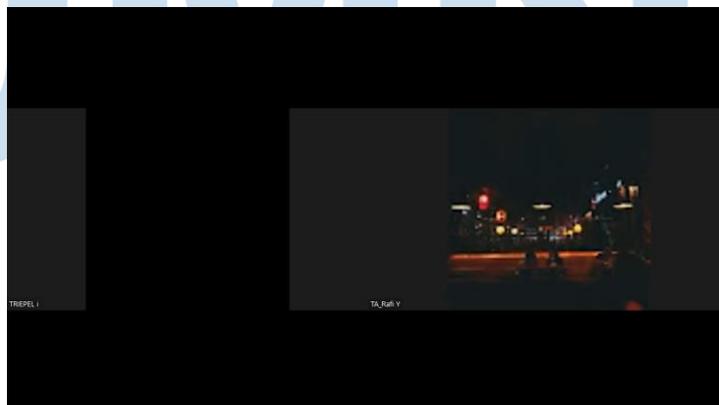
2) *Interview* kepada *UI/UX Website Designer*

Interview dilakukan pada 28 September 2022 pukul 13.00 WIB melewati aplikasi *meeting online* Zoom bersama Rifkli Pangestu seorang *UI/UX Website Designer*. Beliau

telah bekerja sebagai seorang *freelance* professional dalam bidang *UI/UX* selama empat tahun. Pekerjaan tersebut dilakukan dengan Rifkli membuka sebuah bisnis jasa desain *UI/UX* bersama temannya yang bernama Keola Studio.

Rifkli menyebutkan bahwa *UI/UX* dalam sebuah website membantu mengarahkan sebuah pengguna *website* dalam navigasi sebuah laman. Dalam sebuah *website* yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai jasa yang diberikan, pentingnya untuk mengidentifikasi *target audience* utama agar desain *UI/UX*-nya dapat berfungsi sesuai tujuan dan tetap memiliki nilai estetis. Menurut Rifkli, sebuah penggunaan elemen *UI/UX* seperti ikon dan tipografi perlu dipertimbangkan sesuai dengan tujuan fungsi utama website tersebut.

Kesimpulan yang didapatkan oleh penulis dari hasil wawancara ini adalah peran *UI/UX* merupakan aspek penting dalam perancangan sebuah desain website mulai dari nilai estetis sendiri serta nilai fungsionalitas, namun perlunya pertimbangan dalam perancangan pengimplementasian elemen *UI/UX* yang ingin digunakan dengan *target audience* utama pengguna *website* nantinya.

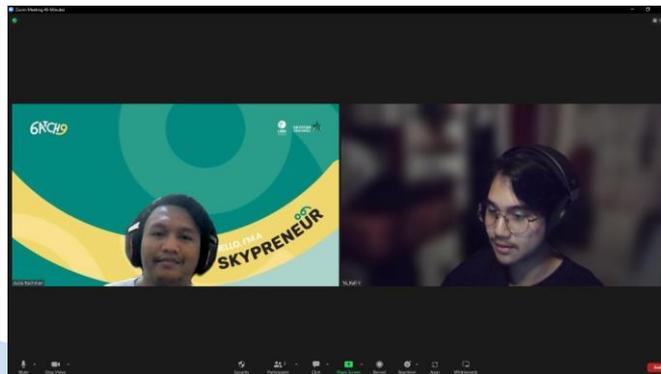


Gambar 3.15 Interview bersama Rifkli Pangestu melewati Zoom Meeting

3) **Interview kepada CEO Startup Archlive**

Interview dilakukan pada 19 September 2022 pukul 21.15 WIB melewati aplikasi *meeting online* Zoom bersama CEO *Startup Archlive*, Aulia Rachman dan dilakukan untuk memvalidasi data terkait *startup Archlive* dengan kebutuhan menggunakan media *website*.

Beliau menyebutkan bahwa Archlive merupakan *startup* yang bergerak pada bidang marketplace arsitek. Tujuan dibuatnya *startup Archlive* adalah untuk memberi lapangan kerja bagi *freelance* arsitek. Sistem bisnis *Archlive* sekarang ini menggunakan sistem *contact person* pada media Instagram yang nantinya ketika ada *client* yang sedang mencari jasa arsitek maka akan diberikan *list* serta diperlihatkan portofolio arsitektur yang telah bekerja sama dengan Archlive. Menurut beliau sebuah *tampak website* dapat membantu bisnisnya karena dapat mencangkup seluruh informasi yang dibutuhkan bagi *client*.



Gambar 3.16 Interview bersama Aulia Rachman melewati Zoom Meeting

Kesimpulan yang penulis dapatkan dari hasil wawancara ini adalah walaupun telah berjalannya bisnis *startup Archlive* dengan menggunakan media Instagram, tetap diperlukannya media informasi yang lebih besar agar dapat mencangkup

informasi-informasi yang dibutuhkan oleh calon *client* Archlive dalam melihat-lihat jasa arsitek yang disediakan.

3.1.1.2 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan oleh penulis setelah meng-*interview* terhadap narasumber-narasumber yang penulis telah temui adalah sebuah peran *UI/UX* dan *website* dalam bisnis arsitektur merupakan hal yang esensial untuk digunakan agar bertambahnya *engagement client* atau *user* dalam mencari informasi-informasi jasa arsitek. Perlunya diperhatikan dalam penggunaan konten seperti portofolio arsitek pada sebuah *website* seperti agar dapat meng-*convince* calon *client* dalam menggunakan jasa arsitek serta perlu diperhatikannya penggunaan elemen *UI/UX* dengan disesuaikan pada *target audience* agar tampilan *UI/UX* dapat berfungsi dalam tujuan utama dibuatnya serta dapat mempertahankan nilai estetis desain.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Metode Kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti masalah dengan menggunakan pengambilan data (Creswell, 2017). Tujuan dari metode kuantitatif adalah untuk membantu penulis dalam mengambil garis kesimpulan atau generalisasi teori. Dalam metode ini, penulis membuat sebuah kuesioner mengenai penggunaan media informasi terhadap jasa arsitek.

3.1.2.1 Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis terhadap responden untuk menjawab (Sugiyono, 2015). Pengumpulan data ditujukan utama terhadap masyarakat berusia 25-35 tahun, mengenai masyarakat yang tertarik dalam penggunaan serta

pencarian jasa arsitek melewati *website*. Penulis menggunakan cara pengumpulan data kuesioner *random sampling* dengan ketelitian data sebesar 10% serta dibantu dan ditentukan oleh rumus slovin. Penulis menggunakan metode ini agar subjek penelitian mudah didapatkan. Populasi masyarakat Indonesia berusia 25-35 tahun adalah 44,355.8 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2021). Berikut merupakan perhitungan menggunakan rumus slovin:

$$S = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

S = Ukuran Sampel

N/n = Ukuran populasi

E = derajat ketelitian

$$S = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$S = \frac{44,355.8}{1 + 44,355.8 \times 0.1^2}$$

$$S = \frac{44,355.8}{1 + 44,355.8 \times 0.01}$$

$$S = \frac{44,355.8}{1 + 443.558}$$

$$S = \frac{44,355.8}{444.558}$$

$$S = 99.78$$

$$S \approx 100$$

Dari hasil perhitungan yang penulis telah lakukan dengan menggunakan rumus *slovin*, sampel yang digunakan berjumlah 100 responden dalam penelitian kuantitatif ini.

1) Analisis Kuesioner

Kuesioner dibagi menjadi tiga bagian, untuk bagian pertama ini merupakan pertanyaan mengenai data diri

responden. Hasil responden kuesioner yang didapatkan oleh penulis adalah 144 orang dengan *ratio* 51.9% responden berjenis kelamin wanita dan 48.1% berjenis kelamin pria. Usia pengisi responden bermulai dari usia 18-24 tahun sebanyak 65 orang (48.15%), usia 25-35 tahun sebanyak 67 orang (49.63%), dan usia 36- 56 tahun sebanyak 12 orang (5.22%).

Tabel 3.1 Data Diri Responden

No	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Usia	18-24 Tahun	65	48.15%
		25-35 Tahun	67	49.63%
		36-56 Tahun	12	5.22%
2	Pekerjaan	Mahasiswa	7	4.9%
		Swasta	17	11.8%
		BUMN	19	13.2%
		Freelance	8	5.6%
		Wirausaha	12	8.3%
		Others	77	53.5%
3	Status Sosial Ekonomi	Ses A	16	11.1%
		Ses B	27	18.8%
		Ses C	101	70.1%
4	Status Nikah	Ya	34	23.6%
		Tidak	110	76.4%
5	Gender	Pria	68	47.2%
		Wanita	76	52.8%
6	Domisili	Jabodetabek	29	20.1%

	Luar Jabodetabek	115	79.9%
--	------------------	-----	-------

Pada bagan kedua kuesioner, penulis mengumpulkan data mengenai penggunaan media informasi serta kontennya terhadap jasa arsitek.

Tabel 3.2 Penggunaan Media Informasi terhadap Jasa Arsitek

No	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Kesulitan dalam Mencari Jasa Arsitek	Ya	95	66%
		Tidak	49	34%
2	Menggunakan Jasa Arsitek	Ya	75	52.1%
		Tidak	69	47.9%
3	Tipe Jasa yang Digunakan	Blueprint	26	18.1%
		3D Design	68	47.2%
		Proyek	50	34.7%
4	Media Pencarian Jasa	Website	59	41%
		Koran	-	-
		Majalah	1	0.7%
		Media Sosial (Contact Person)	63	43.8%
		Ear to Ear	21	14.6%
5	Aspek Informasi	Lokasi	30	20.8%
		Pengalaman	100	69.4%
		Porto	71	49.3%
		Biaya	79	54.9%

		other	3	2.1%
6	Penggunaan Website	Ya	113	80.6%
		Mungkin	31	19.4%
		Tidak	-	-

Berdasarkan hasil data yang didapatkan pada bagan kedua kuesioner ini, sekitar 66% responden merasa kesulitan dalam mencari jasa arsitek dan 34% sisanya merasa tidak kesulitan. Dari 144 responden, terdapat 63 responden (43.8%) yang biasa menggunakan media sosial (contact person) dalam pencarian jasa arsitek serta 59 responden (41%) biasa menggunakan media *website* dalam pencarian jasa arsitek.

Pada hasil kuesioner, diketahui sebanyak 100 orang mengutamakan aspek informasi pengalaman arsitektur dalam mencari jasa arsitek, 79 orang mengutamakan aspek informasi biaya jasa arsitek, 71 orang mengutamakan aspek informasi portofolio jasa arsitek, dan 30 orang mengutamakan aspek informasi lokasi jasa arsitek.

Bagan ketiga kuesioner yang penulis berikan bertujuan untuk mengumpulkan mengenai urgensi dalam pembuatan *website* terhadap jasa arsitek Archlive. Kuesioner yang diberikan berupa pertanyaan seputar *knowledge* masyarakat umum terhadap jasa *brand* Archlive.

Tabel 3.3 Exposure Jasa Arsitek Archlive

No	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Exposure Brand	Mengetahui	28	19.4%
		Tidak	116	80.6%

2	Mengapa	Kurang Informasi	87	60.4%
		Exposure Brand	51	35.4%
		others	6	4.2%

Pada kuesioner bagian tiga, terdapat 116 orang (80.6%) tidak mengetahui jasa *brand* Archlive dan hanya 28 orang (19.4%) mengetahui brand tersebut. Menurut para responden hal tersebut terjadi karena kurangnya informasi terhadap brand dengan pengisian dari 87 responden (60.4%) serta kurangnya *exposure brand* dengan pengisian dari 51 responden (35.4%).

2) Kesimpulan Kuesioner

Kesimpulan yang didapatkan oleh penulis dalam pengumpulan data melewati sistem kuesioner adalah walaupun banyaknya media informasi yang digunakan oleh jasa arsitek, masih banyaknya masyarakat yang merasa kesulitan dalam mencari jasa arsitek karena kurang atau minimnya mengenai informasi jasa arsitek yang dituju. Informasi tersebut dapat berupa jenis jasa serta aspek informasi jasa seperti portofolio jasa arsitektur.

3.2 Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan untuk memberikan penulis sebuah acuan dan tolak ukur dalam perancangan *UI/UX website* agar mendapatkan hasil akhir yang lebih baik. Studi eksisting ini dilakukan terhadap *website* Bikinrumah.co.id dengan tujuan mempelajari struktur konten *website*-nya.

1. Bikinrumah.co.id

Bikinrumah.co.id merupakan *agency* arsitek yang berfokus terhadap jasa desain interior, kontraktor, serta desain dan

build. Bikinrumah.co.id diciptakan oleh Aryana Cipta Properti dalam tujuan meningkatkan standar konstruksi menjadi lebih aman, nyaman, dan transparan lewat teknologi. Berikut merupakan analisis *SWOT* Bikinrumah.co.id.

Tabel 3.4 SWOT Bikinrumah.co.id

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Memberi platform bagi orang yang ingin mencari jasa arsitek • Memberikan step kinerja jasa yang diberikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Menu navigasi yang membingungkan • Pemaparan informasi mengenai <i>agency</i> arsitektur yang minim pada laman pencarian • Minimnya portofolio yang diberikan terhadap calon <i>client</i>
<i>Oppertunities</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Jasa yang murah dibanding kompetitor lainnya 	<ul style="list-style-type: none"> • Bertambahnya kompetitor jasa <i>website</i> arsitek dengan desain <i>web</i> yang lebih estesis serta memiliki fungsionalitas tinggi

Konten pada *website* bikinrumah.co.id terfokus langsung terhadap rincian jasa yang ditawarkan, mulai dari jenis jasa, rincian biaya serta paket yang tersedia, sistem kerja jasa, dan juga review atau kerjasama dengan kontraktor besar agar dapat meng-*convince* client dalam menggunakan jasa bikinrumah.co.id.

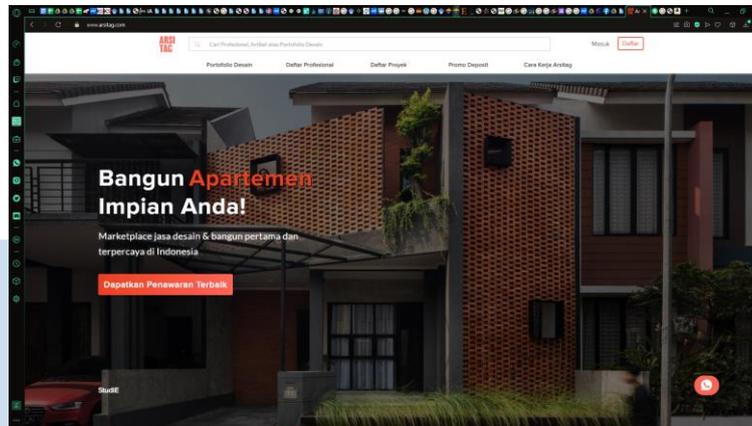


Gambar 3.17 Website bikinrumah.co.id

Kesimpulan yang didapatkan oleh penulis dalam studi eksisting ini adalah dalam penggunaan media informasi *website* terhadap jasa arsitek, konten utama yang diberikan mengenai seputaran rincian jasa arsiteknya sendiri seperti biaya, cara kerja, portfolio agar dapat meng-*convince* calon *client* dalam menggunakan jasa arsitek yang ditawarkan. Namun ketimbang dari fungsi utama serta tujuan utama tersebut, diperlukan juga sebuah tampilan desain *website* yang baik secara estetis serta berfungsi secara fungsionalitas (*layouting, UI/UX, menu navigasi, dst.*).

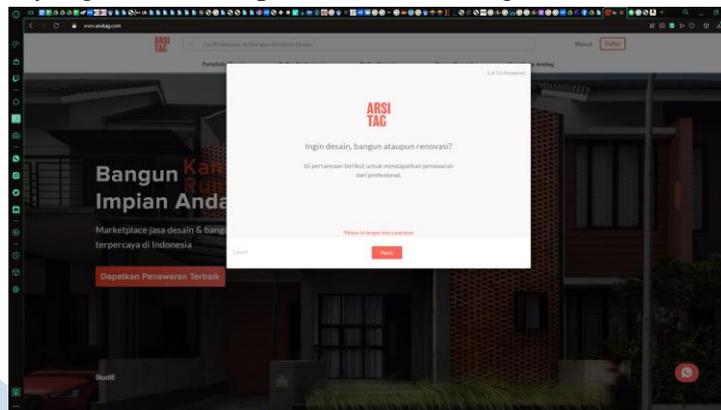
3.3 Studi Refensi

Studi referensi ini dilakukan agar mendapatkan referensi mengenai desain *website*, dimana menjadi acuan penulis dalam hal yang dapat diterapkan dan perlu dihindari ketika perancangan desain *UI/UX website* nantinya. Penulis memilih *website* Arsitag.com yang dibuat oleh PT. Tritama Gemilang Sukses sebagai acuan desain *website* yang penulis ingin buat karena memiliki kesamaan fungsi dasar utama, yaitu sebagai wabah informasi jasa arsitek.



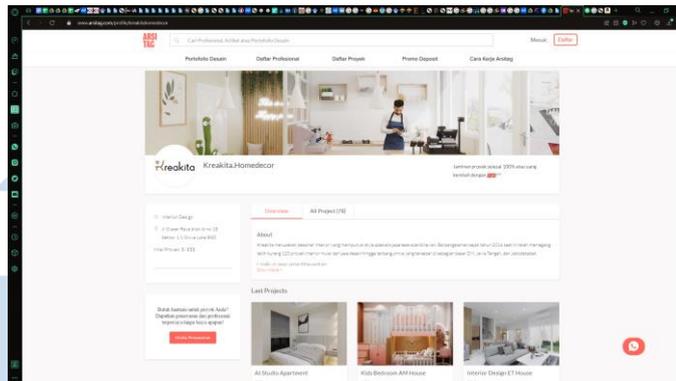
Gambar 3.18 Website Arsitag.com

Website ini terfokuskan terhadap *UI/UX experience* para *user* yang mengunjungi arsitag.com. Dengan ukuran *layout* laman awal website yang Panjang kebawah, *website* ini memberikan informasi-informasi utama terhadap *user* yang berpotensi menjadi *client* seperti biaya pembangunan, testimoni *client*, serta cara kerja jasa Arsitag. Ketika awal masuk *website*, *user* disambut dengan sistem yang dapat mempermudah *user* dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan pada *website* arsitag.com.



Gambar 3.19 Sistem eksklusif website Arsitag.com

Selain itu, website ini menggunakan gabungan warna yang sederhana tetapi memiliki kontras yang memikat mata terhadap informasi yang penting. Penggunaan serta *layout* tipografi yang *basic* namun mempermudah dalam penalaran informasi *user* juga digunakan dengan menggunakan perbedaan ukuran teks. Keharmonisan penggunaan elemen desain-pun terlihat ketika membuka laman lainnya.



Gambar 3.20 Laman informasi jasa arsitek pada *website* arsitag.com

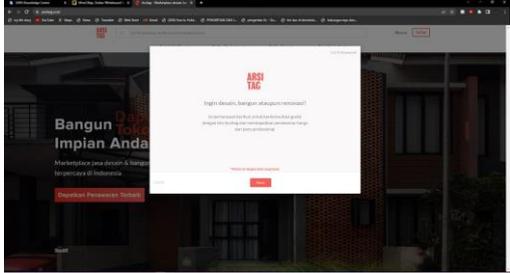
Kesimpulan yang didapatkan oleh penulis dari studi referensi ini adalah *website* yang utamanya untuk memberikan informasi jasa arsitek cenderung memiliki sifat rasa formal atau korporat pada desain dasar *websitenya*. Penggunaan suatu elemen desain pun juga perlu diperhatikan agar adanya keharmonisan dalam antar elemen desain. Penggunaan elemen foto serta teks yang disatukan agar mendukung penyampaian pesan antar sesama lain serta agar dapat membentuk elemen desain yang seimbang. Dalam perancangan desain *website* juga diperlukan konsistensi desain antar sesama laman.

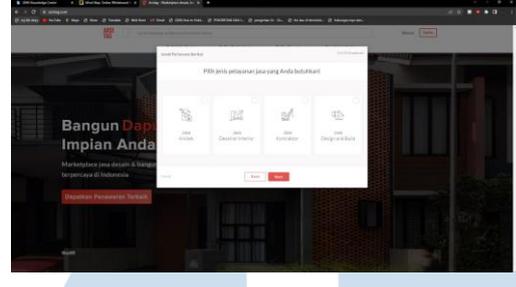
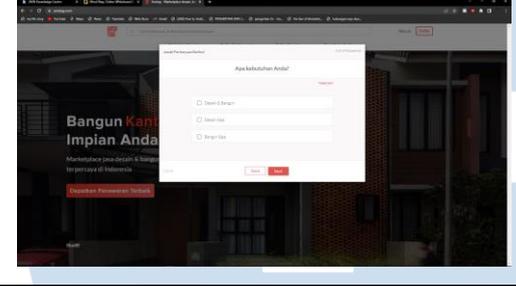
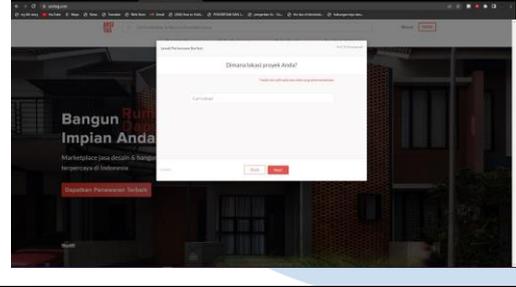
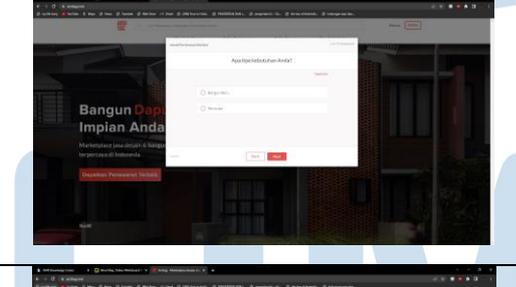
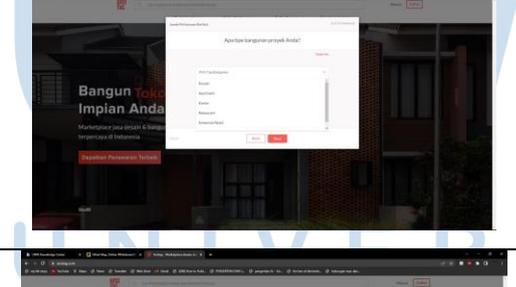
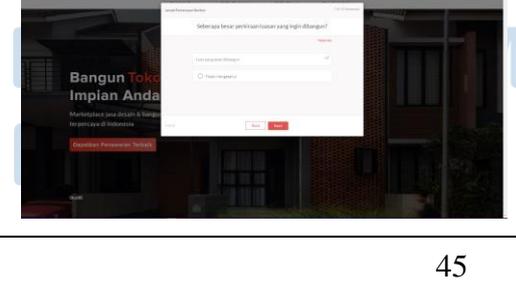
Tabel 3.5 Analisis Elemen UI *Website* Arsitag

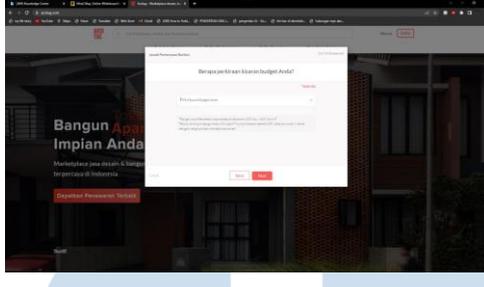
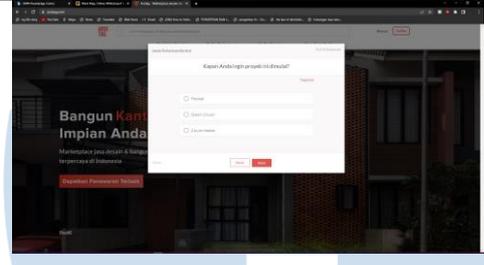
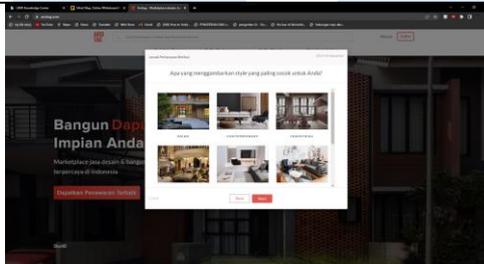
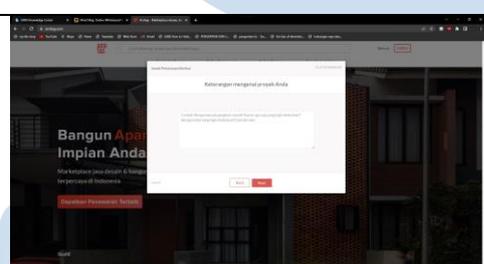
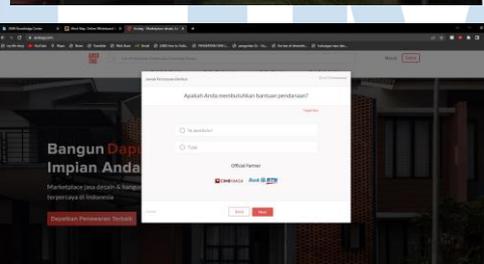
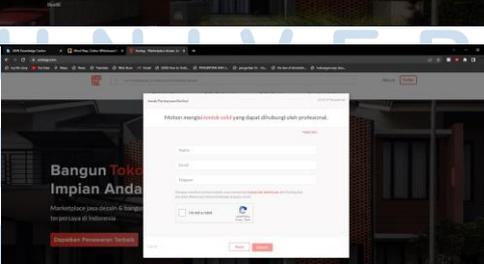
<i>User Interface</i>	
Isi	Analisa
<i>Layout</i>	Laman utama menggunakan desain sederhana. Pada lawan awal, teks menggunakan layout Allign Left dan Center serta posisi menu berada di kanan atas.
Warna	Komposisi warna yang digunakan merupakan warna putih, hitam dan oranye. Background utama menggunakan warna putih serta teks menggunakan warna hitam. Untuk highlight ikon serta kata penting menggunakan warna oranye untuk memudahkan user dalam highlight fitur dan informasi penting pada laman.

<i>Style</i>	Style yang digunakan pada <i>website</i> Arsitag merupakan simple dan sederhana, hal tersebut dapat bisa dilihat dari desain ikon yang digunakan. Laman dihiasi oleh konten foto bangunan arsitek
<i>Font</i>	Font utama yang digunakan merupakan font sans-serif lato. Menggunakan sistem bold pada highlight text dan judul awal.
Informasi dan Flow	Informasi-informasi mengenai profil jasa ditampilkan pada halaman awal <i>website</i> . Menu awal menyediakan dalam navigasi terhadap informasi jasa-jasa arsitek yang ditawarkan. Informasi seperti kontak berada pada footer
Animasi	Animasi yang digunakan pada laman <i>website</i> arsitag tertera pada highlighted main header text yang merupakan animasi auto scroll dengan adanya animasi tambahan pada media partner yang menggunakan animasi slide right.

Tabel 3.6 Analisis Elemen UX *Website* Arsitag

<i>User Experience</i>	
Isi	Analisa
	User experience yang diberikan pada <i>website</i> Archive merupakan alat bantu dalam mem-filter atau mencari jasa arsitek yang tepat untuk para user, mulai dari tipe sampai dengan pricing.

	<p>Pada tahapan awal user memilih jenis jasa arsitek yang ingin digunakan seperti interior dan exterior.</p>
	<p>Lalu setelah pemilihan jenis jasa arsitek, user diberikan opsi dalam memilih tipe jasa. Apakah berupa jasa desain saja atau bangun atau keduanya.</p>
	<p>User lalu ditanya lokasi tempat tinggal</p>
	<p>Lalu user ditanyakan apakah pembangunan baru atau renovasi.</p>
	<p>Tipe bangunan dipertanyakan dengan opsi yang variative sesuai tujuan user, apakah mendesain rumah, restoran, atau kantor.</p>
	<p>User dipertanyakan dalam perkiraan ukuran pembangunan gedung yang ingin dibuat.</p>

	<p>Budget ditanyakan untuk kesesuaian ekonomi user.</p>
	<p>Waktu estimasi mulai pembangunan dipertanyakan untuk filterisasi ketersediaan jasa pada renggang waktu tersebut.</p>
	<p>Pada tahap ini user memilih jenis gaya desain arsitek yang diincar</p>
	<p>Keterangan tambahan dapat diberikan untuk dapat lebih membantu dalam mendapatkan jasa yang dibutuhkan lebih tepat.</p>
	<p>Ditanyakan mengenai apakah membutuhkan dana bantuan atau tidak.</p>
	<p>Mengisi kontak agar dapat dihubungi ketika bantuan filter telah usai dibantu oleh admin.</p>

3.4 Metodologi Perancangan

Metodologi perancangan yang akan digunakan oleh penulis dalam merancang UI/UX adalah metode perancangan UCD (User Centered Design). Metode ini penulis gunakan agar tercapainya solusi desain dengan masalah yang diangkat. Berikut merupakan tahapan yang dilewati dalam metode perancangan *User Centered Design (UCD)*.

1) Understand Context of Use

Tahap pertama dalam penelitian ini adalah untuk memahami konteks kegunaan dari sistem yang nantinya akan dibangun seperti, untuk apa web tersebut digunakan, siapa yang akan menggunakan web tersebut, serta untuk apa web tersebut digunakan.

2) Specify User Requirement

Tahap kedua ini adalah berfungsi untuk *me-research* apa yang dibutuhkan user pada laman website agar tujuan bisnis jasa web tersebut dapat tercapai.

3) Design Solution

Pada tahapan ketiga ini penulis akan membuat tampak design dari perancangan solusi yang telah didapatkan pada tahap sebelumnya. Tahapan ini akan melewati beberapa fase mulai dari konsep dasar, prototype, hingga desain lengkap.

4) Evaluation Against Requirement

Tahapan terakhir ini akan melibatkan user dalam menggunakan website untuk melakukan proses user testing agar design ui/ux lebih matang.