

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sebagai metodologi penelitiannya, dimana penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis fenomenanya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian ini nantinya juga akan bertujuan untuk memahami situasi dari objek terkait tersebut sehingga penulis dapat mengetahui serta mendalami situasinya secara jelas dan langsung mendapatkan sekumpulan data dari sumber yang telah terverifikasi.

Dengan bersamaan pada studi fenomenologi, maka akan diuraikan menggunakan kata-kata berdasarkan responden, bersifat apa adanya sesuai dengan pertanyaan penelitian, setelah itu dianalisis menggunakan perilaku yang sesuai dengan kata-kata yang melatarbelakangi bagaimana responden berperilaku (bertindak, berpikir, dan berperasaan), direduksi, triangulasi, diberikan makna oleh peneliti, serta diverifikasi. Di dalam penelitian kualitatif minimal memiliki 3 hal yang bisa digambarkan, seperti keistimewaan perilaku, peristiwa yang terjadi selama penelitian berjalan, serta bagaimana kondisi lingkungan selama penelitian dijalankan.

3.2 Penentuan Informan

Purposive sampling adalah teknik yang digunakan di dalam penelitian ini untuk penentuan informan/partisipan. Menurut Dana P. Turner (2020) teknik purposive sampling adalah teknik ketika seorang peneliti berkeinginan untuk menargetkan seorang individu di dalam sebuah penelitian yang ia lakukan. Hal ini mengartikan bahwa nantinya akan ada mengidentifikasi informan dengan pertimbangan tertentu, mengidentifikasi informan yang bersangkutan tentunya relevan dengan topik penelitian karena ia memegang informasi yang diperlukan untuk penelitian.

3.3 Metodologi Perancangan

Menurut Pressman (2010), perancangan merupakan upaya awal dalam mengembangkan sebuah produk atau sebuah sistem. Perancangan juga

didefinisikan sebagai cara untuk menerapkan berbagai teknik dan prinsip yang bertujuan untuk mendefinisikan sebuah peralatan, satu proses atau satu sistem secara detail yang membolehkan dilakukan realisasi fisik. Dalam kata lain metodologi perancangan adalah sebuah tahapan dimana sebelum sebuah rancangan benar-benar direalisasikan akan ada proses dimana kita menemukan metode-metode untuk mengembangkan ide perancangan tersebut. Maka penulis akan menggunakan metode perancangan kampanye yang dikemukakan oleh Landa (2010) yang terdiri dari:

3.3.1 Overview

Overview adalah tahapan pertama dari perancangan kampanye menurut Landa. Masa ini adalah masa dimana penulis akan mengumpulkan data serta informasi terkait perancangan kampanye. Maka pada tahap ini penulis melakukan serangkaian survei dan identifikasi dari target audiens yang diinginkan serta melakukan wawancara dengan ahli psikologi sehingga bisa mendapatkan informasi terkait perancangan media informasi paling efektif dan efisien dalam meningkatkan *awareness* tentang kepedulian mereka terhadap efek tawuran pada remaja psikologi sehingga bisa mendapatkan informasi terkait perancangan media informasi paling efektif dan efisien dalam meningkatkan *awareness* dan pola pikir pada remaja.

3.3.2 Strategy

Strategy adalah tahapan kedua setelah *overview* dimana tahap strategi akan menjadi landasan bagaimana kampanye ini mau dijalankan. Pada tahap ini penulis akan membuat serangkaian strategi terkait bagaimana Perancangan Kampanye Sosial Untuk Menanggulangi Tawuran Diantara Pelajar Di Tangerang Selatan.

3.3.3 Ideas

Ideas adalah tahapan dimana kita menentukan bagaimana pesan atau informasi yang ingin kita sampaikan bisa dikomunikasikan dengan baik dan bisa tepat sampai kepada target audiens. Maka di tahap ini penulis akan meneliti dan menganalisis dengan cara melakukan *brainstorming* dan membuat *mind mapping*. Dari serangkaian hal yang dilewati tersebut hasil

desain yang diharapkan tidak hanya sekedar menarik secara visual namun konten yang dibuat harus bisa menginterpretasikan makna yang ingin disampaikan kepada audiens.

3.3.4 Design

Design adalah tahapan dimana ide-ide yang telah disusun sebelumnya kemudian diimplementasikan secara visual. Di tahap ini penulis akan membuat desain melalui sketsa dan *mood board* untuk menentukan desain konten dan aset secara detail. Sketsa dan *mood board* yang dibuat bisa mendorong penulis untuk berpikir dan mengeksplorasi kemungkinan-kemungkinan akan desain-desain yang lain.

3.3.5 Production

Production adalah tahap dimana akhirnya desain yang sudah dibuat akan direalisasikan dan di produksi. Pada tahap ini maka penulis akan merealisasikan desainnya setelah melewati tahap pencarian desain yang paling pas di tahap desain sebelumnya sehingga dipastikan sudah mendapatkan desain yang sesuai dengan apa yang diinginkan.

3.3.6 Implementation

Implementation adalah tahap terakhir dimana solusi yang hadir dari adanya kampanye bisa diterapkan. Tahap ini penulis juga akan melakukan evaluasi dan ulasan untuk kembali melihat apakah strategi yang dijalankan sudah efektif atau belum sehingga nanti akan ada terus perkembangan sehingga tercapai tujuan kampanye dengan baik.

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

3.4 Timeline Perancangan

Timeline perancangan akan membantu penulis dalam menentukan linimasa perancangan kampanye sosial. Berikut merupakan tabel perancangan yang sudah dibuat penulis.

Tabel 3.1 Tabel *Timeline* Perancangan

Kegiatan		I				II				III				IV			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Overview</i>	Melakukan Riset																
	Melakukan Wawancara																
<i>Strategy</i>	Membuat Strategi																
	Menentukan Media Informasi																
<i>Ideas</i>	Menentukan Cara Penyampaian Pesan																
	<i>Brainstorming</i>																
	Membuat Mind Mapping																
<i>Design</i>	Membuat Mood Board																
	Membuat Sketsa																
	Merancang Desain Aset																
<i>Production</i>	Membuat Visualisasi Konten																
<i>Implementation</i>	Penerapan Kampanye																
	Review dan Evaluasi																

3.5 Skematika Perancangan

Skematika perancangan berfungsi untuk memudahkan penulis dalam membuat perancangan kampanye sosial. Berikut merupakan tabel skematika perancangan kampanye sosial untuk menanggulangi tawuran antar pelajar di Tangerang Selatan dengan menggunakan metode Landa (2014).

Tabel 3.2 Tabel Skematika Perancangan

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MENANGGULANGI TAWURAN DIANTARA PELAJAR DI TANGERANG SELATAN
Identifikasi Masalah
Bagaimana cara untuk remaja di Tangerang Selatan bisa lebih peduli dengan konsekuensi terhadap tindakan tawuran yang mereka lakukan dan bisa meminimalisir serta mengontrol untuk tidak ikut tawuran lewat kampanye sosial?
Penentuan Target Audiens
Demografis : Remaja, Laki-laki Geografis : Tangerang Selatan Psikografis : Siswa SMP - SMA

Metode Penelitian	
Kualitatif <i>Wawancara</i>	<p>Observasi :</p> <p>Melakukan riset terhadap media informasi, upaya penyampaian pesan secara persuasif, Untuk upaya merubah pola pikir remaja Tangerang Selatan terhadap tawuran</p>
Overview	
<p><i>Overview</i> adalah tahapan pertama dari perancangan kampanye menurut Landa. Masa ini adalah masa dimana penulis akan mengumpulkan data serta informasi terkait perancangan kampanye. Maka pada tahap ini penulis melakukan serangkaian survei dan identifikasi dari target audiens yang diinginkan serta melakukan wawancara dengan ahli psikologi sehingga bisa mendapatkan informasi terkait perancangan media informasi paling efektif dan efisien dalam meningkatkan <i>awareness</i> tentang kepedulian mereka terhadap efek tawuran pada remaja psikologi sehingga bisa mendapatkan informasi terkait perancangan media informasi paling efektif dan efisien dalam meningkatkan <i>awareness</i> dan pola pikir pada remaja</p>	
Strategy	
<p><i>Strategy</i> adalah tahapan kedua setelah <i>overview</i> dimana tahap strategi akan menjadi landasan bagaimana kampanye ini mau dijalankan. Pada tahap ini penulis akan membuat serangkaian strategi terkait bagaimana PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MENANGGULANGI TAWURAN DIANTARA PELAJAR DI TANGERANG SELATAN</p>	

Ideas
<p>Ideas adalah tahapan dimana kita menentukan bagaimana pesan atau informasi yang ingin kita sampaikan bisa dikomunikasikan dengan baik dan bisa tepat sampai kepada target audiens. Maka di tahap ini penulis akan meneliti dan menganalisis dengan cara melakukan brainstorming dan membuat mind mapping. Dari serangkaian hal yang dilewati tersebut hasil desain yang diharapkan tidak hanya sekedar menarik secara visual namun konten yang dibuat harus bisa menginterpretasikan makna yang ingin disampaikan kepada audiens.</p>
Design
<p>Design adalah tahapan dimana ide-ide yang telah disusun sebelumnya kemudian diimplementasikan secara visual. Di tahap ini penulis akan membuat desain melalui sketsa dan mood board untuk menentukan desain konten dan aset secara detail. Sketsa dan mood board yang dibuat bisa mendorong penulis untuk berpikir dan mengeksplorasi kemungkinan-kemungkinan akan desain-desain yang lain.</p>
Production
<p>Production adalah tahap dimana akhirnya desain yang sudah dibuat akan di realisasikan dan di produksi. Pada tahap ini maka penulis akan merealisasikan desainnya setelah melewati tahap pencarian desain yang paling pas di tahap design sebelumnya sehingga dipastikan sudah mendapatkan desain yang sesuai dengan apa yang diinginkan.</p>

Implementation

Implementation adalah tahap terakhir dimana solusi yang hadir dari adanya kampanye bisa diterapkan. Tahap ini penulis juga akan melakukan evaluasi dan review untuk Kembali melihat apakah strategi yang dijalankan sudah efektif atau belum sehingga nanti akan ada terus perkembangan sehingga tercapai tujuan kampanye dengan baik.

3.6 Wawancara

Pengumpulan Data dengan Wawancara (Interview) Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2019), wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

3.6.1 Pelaksanaan Wawancara

Dalam pelaksanaan ini penulis melakukan penelitian wawancara dengan bertemu langsung dengan para narasumber dan mereka diwawancarai pada Maret 2023. Dalam hal ini wawancara dilakukan secara pribadi penulis dan narasumber secara langsung.

3.6.2.1 Hasil Wawancara WD

Setelah penulis melakukan wawancara Bersama WD sebagai siswa yang pernah mengikuti tawuran, WD mengaku bahwa tawuran yang kerap ia lakukan bersama teman-temannya sudah ada turun temurun dari kakak kelas sebelumnya. Perdebatan dan kericuhan tawuran biasanya diakari dengan permusuhan antar sekolah dan gengsi kedua belah pihak. WD juga mengaku bahwa tawuran kerap menjadi hiburan bagi mereka walau mereka tahu bahwa tawuran bisa menyebabkan kematian bagi teman atau pihak lawan tapi itu semua Kembali ke tanggung jawab dari masing-masing pihak. WD juga sempat ditanya terkait media seperti apa sih yang biasanya mereka

gunakan dan ia menjawab bahwa Instagram menjadi media social yang paling sering ia dan teman-temannya gunakan saat ini .

3.6.2.1 Hasil Wawancara BS

Penulis melakukan wawancara pada narasumber kedua berinisial BS yang merupakan seorang siswa SMA berusia 17 tahun di Pamulang. BS mengaku bahwa tawuran hanya sekedar bentuk anak muda berekspresi lewat emosinya. BS juga mengaku bahwa selama ia mengikuti tawuran ada perasaan seru, panik, dan kadang lucu. BS mengatakan bahwa setelah memenangkan tawuran ada rasa bangga karena namanya di kenal namun juga takut karena bisa menambah musuh dan bisa diserang dimana saja. Dirinya sempat ada di masa takut keluar rumah dan merasa tidak aman namun disatu sisi ia merasa lebih solid dan mendapatkan respect dari teman-temannya setelah melakukan tawuran. BS mengaku juga bahwa ia dan teman-temannya menganggap bahwa hal semacam tawuran hal yang mendapatkan adrenalin dan kadang juga BS dan teman-temannya menikmati sebagai ajang ingin menghajar dan meluapkan emosi saja. BS mengatakan bahwa jika memang ada platform edukasi terkait tawuran mungkin media social seperti Instagram yang paling efektif karena masih sering ia dan teman-teman seusianya gunakan saat ini.

3.6.2.1 Hasil Wawancara Bagas

Wawancara selanjutnya adalah wawancara penulis dengan Bagas selaku siswa yang belum pernah ikut tawuran. Bagas memandang anak-anak tawuran di sekolahnya memang mengikuti tawuran karena memang gengsi dan budaya saja. Disatu sisi Bagas kerap mendengar bahwa tawuran memang dilakukan ‘mereka’ hanya untuk bersenang-senang dan menunjukkan bahwa diri mereka keren dan kuat. Menurut Bagas dampak tawuran yang biasanya ia liat adalah luka-luka hasil tawuran dan perihal nama baik sekolah atau bahkan pelaku sering kali masuk penjara.

3.6.2.1 Hasil Wawancara Pak Rudi

Pak Rudi adalah seorang guru dari salah satu sekolah menengah atas di Pamulang, Tangerang Selatan. Sebagai guru yang mengajar mata pelajaran PKN Pak Rudi menganggap bahwa sebenarnya tawuran yang diketahui sekolah ya sebatas antar kelas yang selek. Dan ia mengaku bahwa menurutnya hal tersebut masih bisa di tangani oleh sekolah. Dipanggil pihak-pihak yang bermasalah dan diselesaikan secara bersama-sama. Namun Pak Rudi juga mengaku bahwa memang tawuran ini sudah ada dari masa ke masa dan memang senioritas yang mengawalinya. Terkadang setiap adanya Angkatan baru yang masuk kakak kelas sering menggembelng adik kelas seperti melihat siapa yang menjadi jagoan dan dipilih sebagai jagoan angkatan karena dianggap menonjol dari yang lain, maka dari itu sering terjadinya gengsi antar pelajar dan mau dianggap keren.



Gambar 3.1. Wawancara dengan Pak Rudi

3.6.2.1 Hasil Wawancara Ibu Yuni

Setelah penulis melakukan wawancara bersama dengan pihak Polres Tangerang Selatan, mereka merasa bahwa sudah melakukan banyak upaya untuk memberikan edukasi terkait tawuran ke berbagai

sekolah di Tangerang Selatan namun hal ini masih tidak bisa dihindari karena nyatanya tidak hanya anak SMA saja yang ikut dalam aksi tawuran melainkan juga anak SMP. Rentan umur pelaku bisa dimulai dari umur 13 tahun sampai dengan 17 tahun. Setiap tahun ajaran baru juga mereka memberikan penyuluhan ke sekolah-sekolah swasta dan negeri di Tangerang Selatan yang memang beresiko tinggi untuk melakukan tawuran, namun upaya mereka masih belum cukup untuk mengedukasi hingga menghilangkan kasus tersebut. Beberapa kasus tawuran juga mengakibatkan mereka diadili dengan pasal yang sudah ada terkait pengeroyokan. Kasus-kasus tawuran pelajar tersebut juga beberapa kali mengakibatkan pihak luar atau pejalan seperti ibu-ibu menjadi korban. Pihak Polres Tangerang Selatan juga mengatakan bahwa edukasi yang efektif kini adalah edukasi yang memang ada di media sosial karena relevan dengan anak-anak remaja.



Gambar 3.2. Wawancara dengan Ibu Yuni

3.6.3 Kesimpulan Wawancara

Dari wawancara keempat subyek tersebut dapat disimpulkan bahwa memang pelaku tawuran di masa sekarang kebanyakan dimulai karena gengsi dan balas dendam antar angkatan maupun antar sekolah. Tantangan-tantangan yang biasanya mereka mulai dari media sosial membuat kini mereka menjadi lebih mudah untuk saling menyampaikan pesan-pesan negatif untuk saling menantang pihak lawan. Mereka juga menganggap bahwa tawuran akan menjadi sesuatu yang bisa dibanggakan di kalangan mereka karena dianggap keren. Sebagian besar juga sadar bahwa memang akan membawa dampak sampai dengan ke meregang nyawa namun mereka merasa itu sudah menjadi konsekuensi pihak yang ikut dalam tawuran dan kelompok masing-masing.

Informasi yang didapatkan dari keempat narasumber tersebut menunjukkan benang merah yang dimana para pelaku tawuran kini menganggap hal tersebut sebagai ajang “keren-kerenan” dan sebagai ajang menjadi pemimpin angkatan sekolah mereka. Seperti yang sudah penulis jelaskan sebelumnya kepada mereka bahwa memang penulis berkeinginan untuk membuat kampanye di media sosial maka dari para narasumber juga yang mengatakan bahwa media sosial paling tepat adalah media sosial Instagram karena memang banyak dari siswa-siswi sekarang yang masih sangat aktif di Instagram dan memang tantangan-tantangan tersebut biasanya mereka dapatkan dari sekedar *live Instagram* dan komentar maupun *direct message*.

U M W I N
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