

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode hybrid. Mixed methods mampu menghasilkan data yang lebih sesuai dikarenakan masing-masing metode kualitatif dan kuantitatif memiliki kekurangannya tersendiri. Kedua metode ini dapat membantu penulis untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Penelitian kualitatif dengan wawancara dan studi referensi, Penelitian kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner.

3.1.1 Metode Kualitatif

Penelitian kualitatif memfokuskan pada pengamatan. Data yang didapatkan adalah data non numerik dan biasanya berisi Analisa suatu kondisi. Penulis melakukan wawancara, studi eksisting, dan studi referensi.

3.1.1.1 Wawancara

Wawancara dilakukan dengan Sulistyio Ridho selaku manager program dari Yayasan Yasmin.

1) Wawancara dengan Sulistyio Ridho

Wawancara dilakukan melalui *Google Meet* yang dilakukan pada hari Jumat, 15 Desember 2023. Berdasarkan dari hasil wawancara, organisasi ini masih membutuhkan banyak donasi pakaian. Dikatakan bahwa penjualan terbilang lebih mudah daripada untuk mendapatkan bantuan donasi yang mereka butuhkan. Bapak Sulistyio juga mengatakan dengan platform sosial media dan website saja tidak cukup karena mereka masih selalu kekurangan mendapatkan donasi. Untuk menambahkan donasi, mereka berkolaborasi dengan berbagai macam perusahaan dan organisasi lain untuk mendapatkan donasi tapi mereka menurut mereka

kolaborasi saja tidak cukup. Mereka juga menggunakan iklan dengan spanduk tetapi masih sulit untuk mendapatkan donatur.



Gambar 3.1 Wawancara via Google Meet

3.1.1.2 Studi Eksisting

Studi eksisting bertujuan menganalisa satu atau beberapa media yang serupa yang sudah ada. Metode ini memiliki tujuan untuk menjadikan acuan dalam proses merancang desain.



Gambar 3.2 Aplikasi Dompot Dhuafa

Sumber: <https://www.rancahpost.com/wp-content/uploads/2022/10/Sedekah-Online-Dompot-Dhuafa.jpg>

Aplikasi yang penulis gunakan untuk studi eksisting adalah aplikasi dompet dhuafa. Dompet Dhuafa memberikan layanan untuk berdonasi, zakat, dan untuk pembayaran listrik atau bisa juga untuk melakukan top-up. Aplikasi ini berfokus untuk memberikan donasi berupa uang, salah satu fitur yang menarik adalah fitur ibadah dimana pengguna juga bisa untuk melihat jadwal sholat dan Al-Qur'an.

Kekurangan aplikasi ini adalah hanya bisa berdonasi dalam bentuk uang saja.

Tabel 1 SWOT Aplikasi Dompet Dhuafa

Strength	Weakness
<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan metode pembayaran yang beragam 2. Menjadikan salah satu aplikasi yang mudah untuk berbuat amal 3. Memiliki fitur untuk top-up dan bayar keperluan lain 4. Aplikasi donasi yang digunakan banyak orang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak memperlihatkan review hasil donasi 3. Goals yang terlalu tinggi dengan sedikitnya waktu untuk pemberian sedekah
Opportunities	Threats
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fitur yang hanya dapat dilihat apabila login 2. Dikhususkan untuk yang ingin berdonasi atau beramal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak adanya transparansi akan donatur dan yang mendapatkan donasi 2. Persaingan dengan aplikasi crowdfunding lain

3.1.1.3 Kesimpulan

Sudah ada aplikasi untuk berdonasi tapi hanya menerima donasi berupa uang. Dari hasil wawancara, dikatakan bahwa organisasi tersebut tidak bisa terus bergantung untuk menyebarluaskan hanya melalui sosial media atau spanduk saja. Maka dari itu saat ini penulis hanya memfokuskan untuk membuat media interaktif berbasis aplikasi yang berfokus pada donasi pakaian saja.

Penulis ingin memberikan transparansi dari lembaga donasi dan donator agar semakin banyak orang percaya dan mau berdonasi melalui aplikasi yang penulis rancang.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Penelitian kuantitatif menggunakan pemikiran kelompok ekstensif untuk memperoleh data numerik dan dapat dihitung. Data kuantitatif seperti statistik dan angka lebih dapat diandalkan karena sumber jawabannya lebih banyak. Contoh teknik pengumpulan data kuantitatif antara lain survei dan eksperimen. Dalam perancangan ini, penulis menggunakan teknik survei online untuk memperoleh data.

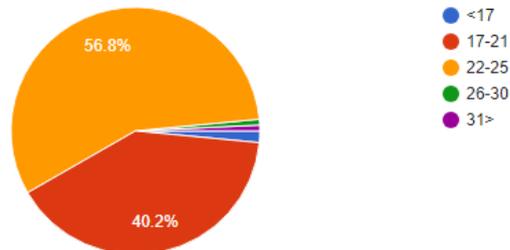
3.1.2.1 Kuesioner

Teknik pengumpulan data kuantitatif yang dilakukan adalah kuesioner. Kuesioner dilakukan dengan Rumus Slovin. Survei memanfaatkan fitur Google Form yang dapat disebar secara online kepada target audiens dewasa muda khususnya 18—25 tahun yang berdomisili di Jabodetabek. Survei bertujuan mengumpulkan data tentang seberapa banyak membeli pakaian dan pernah berdonasi atau tidak.

Usia

132 responses

 Copy



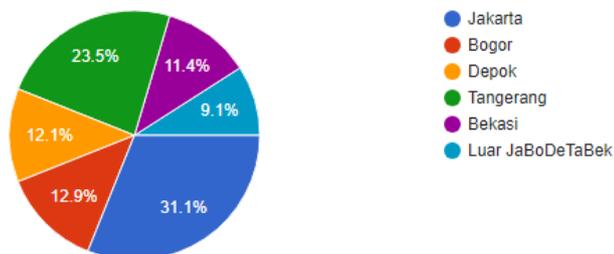
Gambar 3.3 Data Usia

Menurut data di atas, sebanyak 56,8% responden berusia 22-25 tahun dan 40,2% berusia 17-21 tahun. Data ini sesuai dengan target yang ingin dicapai oleh penulis.

Domisili

132 responses

 Copy



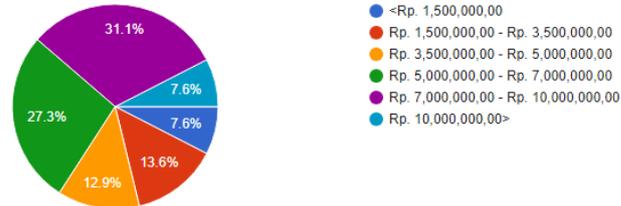
Gambar 3.4 Data Domisili

Berdasarkan data di atas, hanya sedikit yang berada di luar Jabodetabek yaitu 9,1% dan data yang didapatkan sudah sesuai dengan batasan masalah dan membantu penulis mengerucutkan desain perancangan.

Pengeluaran selama 6 bulan terakhir

132 responses

[Copy](#)



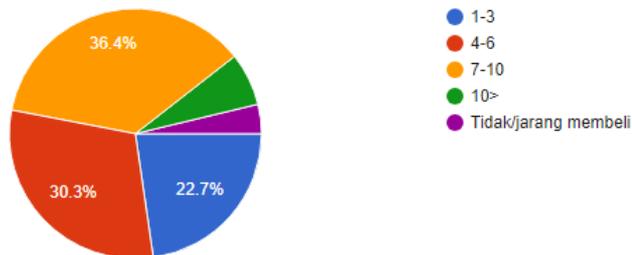
Gambar 3.5 Data Pengeluaran

Dari data di atas, sebanyak 31,1% responden mengeluarkan tujuh hingga sepuluh juta rupiah dalam enam bulan terakhir.

Jumlah pakaian yang dibeli dalam 6 bulan terakhir

132 responses

[Copy](#)



Gambar 3.6 Data Pembelian Pakaian 6 Bulan Terakhir

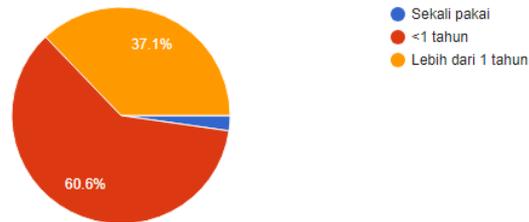
Berdasarkan data di atas, sebanyak 36,4% responden membeli 7-10 pakaian dalam kurun waktu 6 bulan terakhir.

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

Berapa lama sebuah pakaian digunakan?

 Copy

132 responses



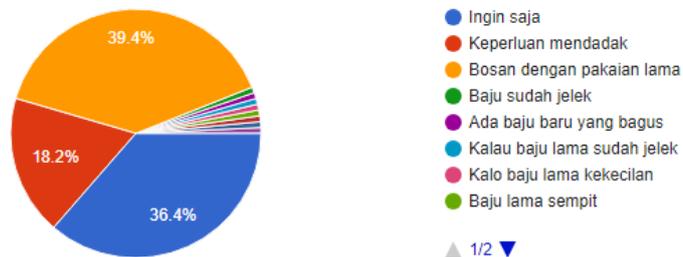
Gambar 3.7 Data Berapa Lama Pakaian Digunakan

Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa banyak yang menggunakan pakaian kurang dari satu tahun. Padahal baju yang dibeli bisa digunakan lebih dari 2-3 tahun.

Alasan membeli pakaian baru

 Copy

132 responses



Gambar 3.8 Data Alasan Pembelian Pakaian Baru

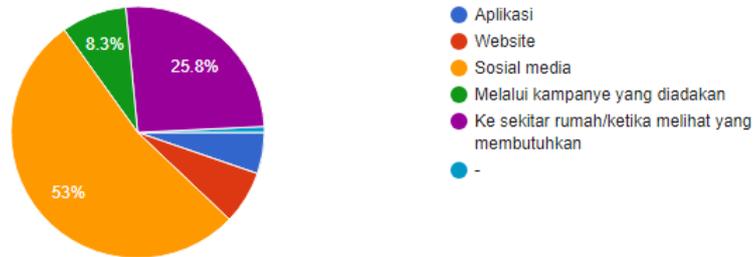
Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa banyak yang bosan dengan pakaian lama dan banyak juga yang hanya ingin membeli saja.

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Donasi pakaian yang dilakukan melalui apa?

Copy

132 responses



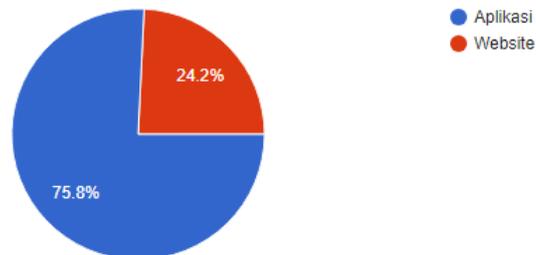
Gambar 3.9 Data Wadah Donasi Melalui Apa

Data di atas menyatakan bahwa 53% responden berdonasi pakaian melalui sosial media. Tapi dari hasil wawancara yang penulis lakukan masih sedikit yang berinteraksi dengan organisasi Sedekah Barang Berkualitas untuk melakukan donasi pakaian.

Apabila anda melakukan donasi, lebih baik menggunakan media apa?

Copy

132 responses



Gambar 3.10 Data Prefrensi Media Donasi

Berdasarkan data di atas, sebanyak 75,8% responden memilih untuk menggunakan aplikasi. Maka dari itu penulis membuat media interaktif berbasis aplikasi.

3.2 Metodologi Perancangan

Metode Perancangan yang akan penulis gunakan untuk merancang media interaktif donasi pakaian adalah Design Thinking dari buku *The Basics of User Experience Design*. Dalam buku tersebut dikatakan terdapat 5 tahap, *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan yang terakhir adalah *test*.

1) *Emphatise*

Menurut teori *deign thinking*, proses ini adalah memahami secara lebih permasalahan yang mencari penyelesaian. Maka dari itu penulis melakukan wawancara dengan lembaga organisasi yang menyediakan wadah untuk melakukan donasi.

2) *Define*

Pada tahap ini penulis melakukan, *define your audience*, *mindmapping*, *moodboard*. Pada tahap ini penulis sudah memiliki batas target, penyesuaian *color palette* melalui *moodboard*.

3) *Ideate*

Dalam tahap ini, penulis memikirkan ide, konsep, dan solusi yang memungkinkan untuk tercapainya penyelesaian dari masalah yang dihadapi. Dalam tahap ini penulis melakukan *brainstorming*, membuat *site map*. Penulis juga merancang *logo*, *asset*, *low fidelity*, dan *high fidelity* dengan menggunakan aplikasi *figma*.

4) *Prototype*

Melanjutkan tahap sebelumnya menjadi proyek nyata yang akan di uji coba dengan desainer lain atau yang pernah melakukan donasi melalui aplikasi. Dari proses ini penulis terus memperbaiki *prototype* dengan melakukan *rapid prototyping*. Proses dilakukan dengan menggunakan aplikasi *figma*

5) *Test*

Tahap terakhir adalah melakukan *test* dan melakukan *live prototyping*. Penulis juga melakukan *keep getting feedback*, dimana penulis melakukan *alpha* dan *beta test* serta *revisi desain*.