

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode campuran atau *hybrid*. Menurut Sugiyono (2018:213) metode kualitatif adalah metode yang didasari oleh filosofi yang memiliki tujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan sebuah fenomena atau objek penelitian yang sedang diteliti. Data kualitatif didapatkan melalui wawancara. Menurut Kriyantono (2018, p. 291) wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data secara mendalam melalui tatap muka dengan narasumber yang berkaitan dengan topik yang diangkat.

Menurut Sugiyono (2018:13) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang memerlukan data kongkrit. Data yang dikumpulkan berupa angka-angka yang kemudian diukur menggunakan statistik. Data yang didapat dijadikan tolak ukur sebuah pernyataan. Metode kuantitatif dapat dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner *google form* kepada *audience* yang dituju dalam penelitian yang dilakukan.

##### 3.1.1 Metode Kualitatif

Dalam mencari data berupa teori dari fenomena dan objek yang bersangkutan, penulis telah membuat janji dengan narasumber untuk melakukan wawancara dengan tujuan mencari data berupa teori dan permasalahan yang terjadi. Penulis melakukan wawancara dengan manager dari Duratect itu sendiri serta dengan costumer dari Duratect. Wawancara yang dilakukan dengan manager memiliki tujuan untuk mengenali lebih dalam mengenai apa itu Duratect beserta dengan produk-produk yang dijualnya. Kemudian permasalahan yang terjadi apakah sesuai dengan solusi yang ingin diajukan. Serta penggunaan media apa yang cocok dalam rangka mempromosikan produk dari Duratect itu sendiri.

### 3.1.1.1 Wawancara dengan Michael

Wawancara dilakukan dengan *costumer* Duratect, Michael. Michael merupakan pengusaha muda yang melanjutkan usaha ayahnya. Michael tahun ini berumur 26 tahun. Sejak kecil, Michael sudah mulai menyukai hal-hal yang berkaitan dengan *automotive*. Michael suka mengoleksi figur mobil mewah di kamarnya. Wawancara dilakukan pada hari selasa tanggal 26 Maret 2024. Tujuan dari adanya wawancara ini adalah untuk mencari *insight* dari *costumer* terhadap *website* dari Duratect serta pelayanan yang diberikan oleh Duratect itu sendiri.

Wawancara dimulai dengan perkenalan diri terlebih dahulu. Kemudian Michael mulai menceritakan hobinya dalam mengoleksi mobil-mobil mewah sejak kecil yang kemudian dipajang di setiap sudut kamarnya. Mobil-mobil tersebut menjadi motivasi untuk Michael dalam menentukan jalan hidupnya.



Gambar 3. 1 Wawancara dengan Michael

Michael dibesarkan oleh kedua orang tua yang sangat berkecukupan. Michael diberikan kesempatan untuk membantu perusahaan ayahnya. Michael memiliki beberapa mobil mewah salah satunya adalah BMW X7. BMW X7 tersebut merupakan kendaraan milik keluarga yang sangat berharga. Oleh karena itu Michael memilih untuk melapisi cat mobil dengan PPF.

Pada awalnya, Michael melihat iklan yang muncul di sosial medianya berisikan PPF dari Duratect. Kemudian Michael berkunjung ke akun Instagram milik Duratect. Dan dari sanalah Michael memutuskan untuk memasang PPF di Duratect. Michael tahu akan pentingnya memasang PPF di cat mobil agar terhindar dari hal-hal buruk yang terjadi selama mobil digunakan untuk berjalan. Hal ini juga dikarenakan Michael tidak mau mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk memperbaiki cat mobil yang rusak di setiap waktunya.

Pemasangan PPF Duratect hanya memakan waktu maksimal seminggu dengan garansi 5 tahun. Michael puas dengan hasil pemasangan PPF di kendaraan keluarganya. Michael juga berkata jika pegawai yang memasang PPF sangat ramah dan mau menjelaskan.

Michael mengatakan jika ia tidak melihat iklan di media sosial, ia tidak akan tahu bahwa ada PPF yang bernama Duratect. Juga tidak ada review yang dipercaya. Website Duratect juga memberikan informasi yang sedikit dan tidak memiliki daya tarik lebih pada saat mengaksesnya. Serta tidak ditemukannya informasi tentang harga atau semacamnya. Hal ini membuat Michael merasa ragu saat ingin memasang PPF di Duratect. Karena menurut Michael, media informasi haruslah jelas dalam mendeskripsikan sebuah produk yang dipasarkan agar produk tersebut memiliki daya tarik lebih. Dan pengunjung juga mendapatkan gambaran besar terhadap apa itu PPF dan bagaimana fungsinya terhadap kendaraan. Michael juga mengatakan masih banyak orang yang belum mengetahui pentingnya PPF di kendaraan oleh karena itu perancangan website harus mampu membangun *awareness* pengunjung terhadap PPF yang dipasarkan.

### 3.1.1.2 Wawancara dengan Manager

Wawancara dilakukan pada 4 Maret 2024 di kantor PT. Jaya Kreasi Indonesia. Wawancara dilakukan dengan singkat dan mendalam mengenai brand dan produk dari Duratect itu sendiri. Wawancara dilakukan dengan Arvin Nathanael selaku manager dari brand Duratect. Saat ini Arvin berumur 33 tahun.



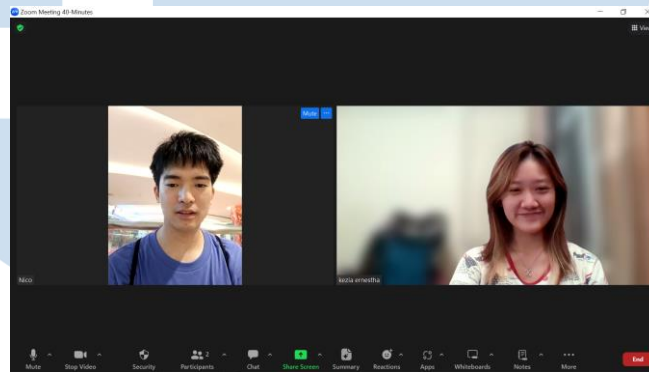
Gambar 3. 2 Wawancara dengan manager

Duratect sudah berdiri selama 7 tahun lamanya dengan memasarkan produk berupa paint protection yang berfungsi untuk melapisi dan melindungi cat kendaraan dari berbagai macam goresan dan cat kusam serta sebagai bentuk investasi aset untuk masa yang akan mendatang. Arvin mengatakan bahwa jika mobil tidak dilapisi PPF akan terkena paparan sinar UV yang dapat membuat cat menjadi pudar, mudah rusak terkena goresan di sepanjang perjalanan, sehingga dapat menurunkan kualitas dan harga jual sebuah kendaraan. PPF Duratect menggunakan bahan TPU yang bersifat elastis sehingga mudah diaplikasikan diseluruh bagian kendaraan dengan maksimal. Menurut Arvin, pelanggan Duratect selalu merasa puas dengan hasil pemasangan dari Duratect karena berkesan rapi dan profesional.

Menurut Arvin, Duratect mengalami masalah penjualan sejak awal tahun 2024. Hal ini dikarenakan turunnya penjualan mobil dan kurangnya media promosi dari Duratect itu sendiri.

### 3.1.1.3 Wawancara dengan costumer 2

Wawancara pertama dilakukan dengan Nico Mursid pada tanggal 11 Mei 2024. Wawancara diawali dengan pengenalan nama dan pekerjaan. Nico saat ini berumur 25 tahun. Nico merupakan seorang karyawan swasta yang telah menjadi costumer dari Duratect. Berhubung dengan mobilnya yang baru saja Nico cat ulang, Nico ingin melindungi cat mobilnya dengan *paint protection film*.



Gambar 3. 3 Wawancara dengan costumer 2

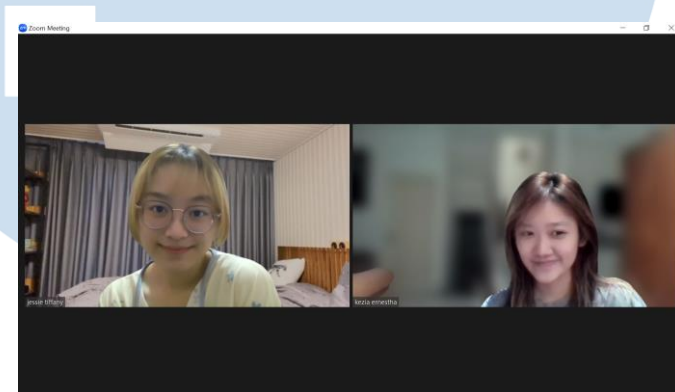
Nico kemudian mencoba untuk mencari brand-brand *paint protection film* melalui internet. Namun tidak ada satupun *website* yang menunjukkan tentang adanya brand merk Duratect. Nico berkata bahwa ketika ia mencari brand Duratect di *website* yang muncul bukanlah brand Duratect melainkan brand lain asal luar negeri. Kemudian setelah mencoba untuk mencari di platform lain, Nico menemukan brand Duratect dari Instagram. Karena Instagram milik Duratect masih sering berjalan dengan konten-konten seputar informasi mengenai *paint protection film*.

Sebagai salah satu *customer* Duratect, Nico sangat puas dengan hasil pemasangan yang ia dapatkan. Pemasangan dilakukan hanya memakan waktu satu hari. Menurutnya pemasangan *paint*

protection film sangatlah rapi dan tepat waktu. Nico berkata bahwa mobilnya merupakan aset dan tidak ingin mengalami penurunan harga jika cat mobil rusak nantinya.

#### 3.1.1.4 Wawancara dengan costumer 3

Wawancara dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 12 Mei 2024. Jessie tiffany yang tahun ini berumur 26 tahun baru saja mendapatkan mobil dari ayahnya. Mobil tersebut merupakan mobil sport yang mahal harganya yaitu BMW M4. Karena rasa cintanya terhadap kendaraan yang ayahnya berikan, Jessie memutuskan untuk melapisi kendaraannya menggunakan PPF di Duratect.



Gambar 3. 4 Wawancara dengan costumer 3

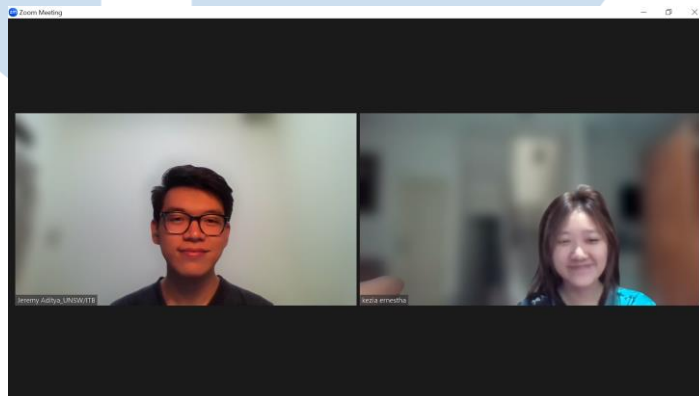
Pemasangan paint protection film baisanya membutuhkan waktu sekitar satu minggu. Mobil boleh dititipkan di tempat pemasangan. Setelah selesai dipasang, Jessie merasa sangat puas dengan hasilnya yang rapi dan terlihat profesional. Menurut Jessie *paint protection film* harus dipasangkan di kendaraan yang bernilai mahal. Seperti mobil sport. Hal ini menjadikan paint protection film menjadi salah satu cara untuk berinvestasi di masa yang akan datang. Karena kendaraan merupakan aset yang berharga.



Jessie memiliki kenalan yang juga bekerja di kantor Duratect. Jadi ia dapat dengan mudah mendapatkan informasi terkait adanya brand Duratect ini. Jessie juga mengatakan bahwa ia sempat mencari-cari informasi tentang *website* paint protection film lain di internet. Namun nama Duratect jarang sekali terlihat di internet. Oleh karena itu Jessie merasa media promosi dari Duratect juga sangatlah kurang. Dan jika dilihat dari Instagram, Duratect sama sekali tidak pernah memberikan promo atau diskon.

#### 3.1.1.5 Wawancara dengan costumer 4

Wawancara berikutnya dilakukan dengan *costumer* Duratect lainnya bernama Jeremy. Jeremy merupakan seorang dewasa muda berumur 26 tahun berdomisili di Tangerang. Semejak SMA Jeremy sudah menyukai dunia *automotive*.



Gambar 3. 5 Wawancara dengan costumer 4

Jeremy merupakan salah satu *costumer* dari Duratect. Menurutnya mobil harus diberikan perlindungan dari paint protection film agar lebih terjaga keawetan dan keaslian cat sebuah kendaraan. Namun, balik lagi kepada pribadi setiap orang karena tidak semua orang menganggap *paint protection film* merupakan hal yang harus untuk digunakan. Selain itu *paint protection film* juga melindungi kendaraan dari luka gores atau pemudaran cat.

Jeremy merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan. Mulai dari pemasangan yang rapi dan profesional. Waktu yang dibutuhkan untuk menunggu pemasangan juga tidak memakan waktu yang lama. Sebelumnya Jeremy tidak pernah mendengar merk Duratect. Namun setelah mendengar rekomendasi dari teman-temannya, Jeremy jadi mengetahui brand Duratect serta produk yang dijualnya. Berhubung produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan Jeremy, ia langsung datang ke kantor Duratect untuk melakukan pemasangan *paint protection film*. Menurut Jeremy, media promosi Duratect sangatlah kurang. Karena dibandingkan dengan brand lainnya, Duratect lebih susah untuk ditemukan dan tidak banyak diketahui oleh orang banyak.

#### **3.1.1.5 Studi Eksisting**

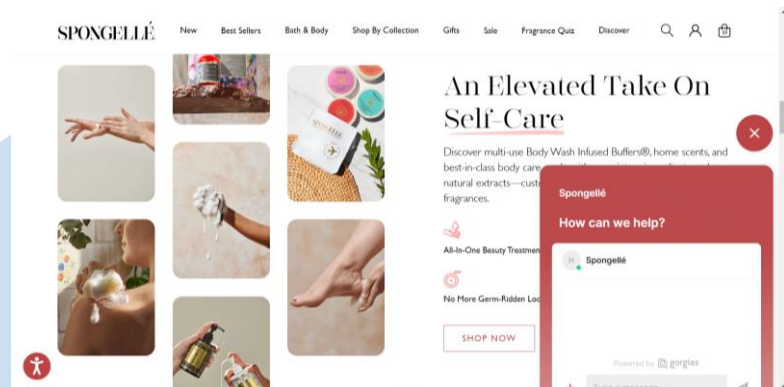
Studi eksisting merupakan salah satu metode pengumpulan data yang menggunakan data yang sudah ada sebelumnya. Studi eksisting digunakan bagi penulis sebagai tolak ukur dalam pembuatan *user interface* dan *user experience*. Berikut merupakan beberapa fitur yang penulis gunakan untuk perancangan ulang website Duratect.

##### **b. Spongelle.com**

Penulis melakukan studi eksisting dari *website* milik Spongelle. Penulis menganalisa kelebihan dan kekurangan dari *website* ini. Tujuan dari menganalisis adalah untuk membuat fitur perancangan yang serupa dengan *website* tersebut.

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

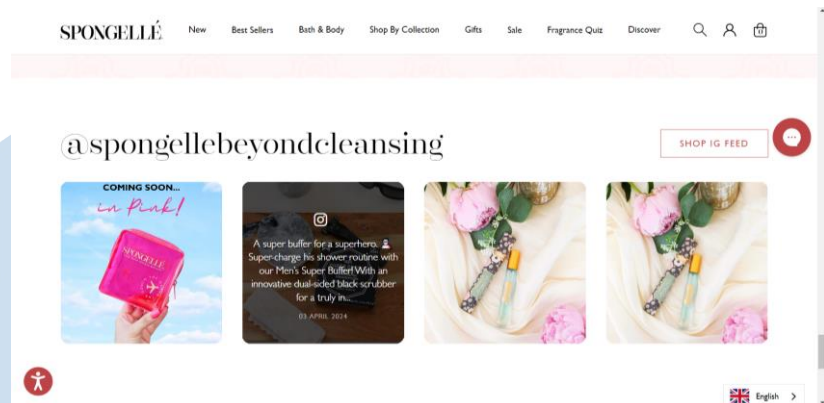




Gambar 3. 6 Website Spongelle.com

Sumber: <https://www.spongelle.com>

Website ini menggunakan warna panas yaitu kemerah-merahan. Warna merah sangat cocok untuk digunakan sebagai warna dasar dari produk kecantikan. Menurut kamus KBBI, warna merah memiliki sifat kuat dan terlihat mencolok sehingga sangat mudah untuk menarik perhatian. Tampilan yang dilihat di halaman awal sangatlah menarik. Yaitu dengan menampilkan banyak gambar memiliki fitur chat sebagai alat komunikasi online antara penjual dan pembeli. Dengan adanya fitur ini, pengunjung dapat mendapatkan informasi yang lebih detail untuk setiap produk yang dijualnya. Kemudian setiap button terlihat jelas ditambah dengan adanya tulisan yang memperjelas kegunaan setiap button yang terdapat di dalam website tersebut. Navigation yang ditemukan pada setiap button dan halaman juga sangat jelas. Selain itu *website* spongelle juga mempromosikan instagram miliknya sebagai salah satu bentuk promosi. Pengunjung juga dapat melihat berbagai macam fotografi dari produk sebagai nilai jual produk.



Gambar 3. 7 Isi website Spongelle

Sumber: <https://www.spongelle.com>

Isi dari dalam *website* ini sangatlah menarik karena semua informasi dilampirkan bersama dengan foto mengenai produk yang dijual. Mata manusia akan lebih merasa tertarik terhadap gambar dibandingkan dengan tulisan. Layout yang digunakan juga sangat mudah untuk diakses dan dimengerti oleh pengguna. Berikut adalah analisi SWOT mengenai *website* Spongelle.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Tabel 3.1 Analisis SWOT website spongelle

<b><i>Strength</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tampilan UI menarik</li> <li>- Tampilan UI terlihat moderen</li> <li>- Kemudahan dalam mengakses melalui perangan laptop ataupun gadget</li> <li>- Tampilan UI mudah dimengerti</li> <li>- Semua ikon dapat dimengerti</li> <li>- Penggunaan warna sesuai dan nyaman dilihat</li> </ul>
<b><i>Weakness</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurang interaktif karena tidak ada pop up promo</li> </ul>
<b><i>Opportunity</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tampilan UI yang menarik menjadikan <i>website</i> ini memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan <i>website</i> lainnya</li> <li>- <i>Website</i> dapat diakses secara gratis</li> <li>- Tidak perlu melakukan login ketika ingin berkunjung ke dalam <i>website</i></li> <li>- Brand terkenal</li> <li>- Terdapat pilihan bahasa inggris dan indonesia</li> </ul>
<b><i>Threat</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Banyak <i>website</i> lain yang menyediakan jasa antar kirim</li> <li>- Banyak kompetitor yang lebih interaktif dengan memunculkan pop up promo</li> </ul>

### c. Uppf

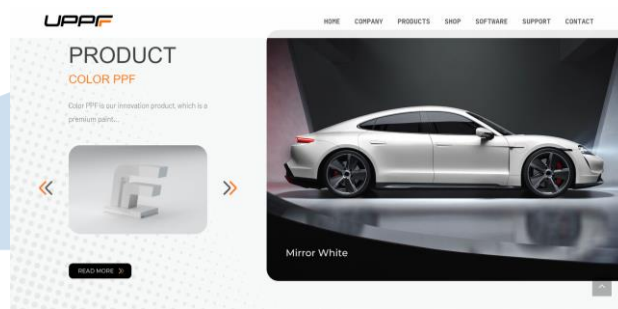
Studi eksisting berikutnya diambil dari website milik Uppf. Uppf merupakan brand paint protection film yang sudah sangat dikenal oleh masyarakat luas. Karena gayanya yang sudah Internasional serta produk dan pelayanannya yang sangat bagus. Bahkan Uppf menyediakan ruang tunggu yang nyaman dan memberikan minuman gratis bagi pelanggan yang berkunjung.



Gambar 3. 8 Homepage website Uppf

Sumber: <https://www.uppf.com/>

Penulis menjadikan Uppf sebagai studi eksisting karena desainnya yang terlihat simpel tetapi anggun dan mewah. Uppf menggunakan warna hitam yang memiliki kesan elegan. Dalam dunia automotive, warna dasar seperti hitam dan putih sering kali digunakan dalam pembuatan website. Kemudian dengan adanya warna orange membuat kesan mewah menjadikan kesan bahwa produk yang dijual bukan produk asal-asalan tetapi produk yang memiliki banyak keunggulan. Website Uppf tidak menampilkan informasi yang bertele-tele. Dalam menjelaskan produknya, Uppf selalu menampilkan gambar yang berhubungan dengan apa yang ingin disampaikan.



Gambar 3. 9 Isi *website* Uppf

Sumber: <https://www.uppf.com/>

Salah satu fitur dari website Uppf yang menarik yaitu pada bagian produk. Pada halaman ini, Uppf menampilkan variasi produknya yang dapat berganti warna. Dengan menambahkan gambar mobil dan jika tanda panah di klik ke arah kiri atau kanan, maka akan berubah variasi warnanya. Hal ini menjadi salah satu fitur yang menarik bagi penulis dalam mempromosikan variasi produk yang dijual di dalam web yang akan dibuat. Fitur ini tidak terlihat monoton dan lebih interaktif.

# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Tabel 3.2 Analisis SWOT UPPF

<b>Strength</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tampilan UI menarik</li> <li>- Tidak menggunakan banyak variasi warna</li> <li>- Warna sesuai untuk dilihat</li> <li>- Layout yang menarik mata</li> <li>- Penggunaan bahasa yang mudah dipahami</li> <li>- Informasi yang disampaikan tidak bertele-tele</li> <li>- Semua ikon dapat dimengerti</li> <li>- Semua halaman dapat diakses</li> <li>- Sempel dan elegan</li> </ul>
<b>Weakness</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurang menampilkan kelebihan melalui produk yang ditampilkan.</li> <li>- Kurang banyak informasi</li> </ul>
<b>Opportunity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merk Internasional</li> <li>- Mudah ditemukan</li> </ul>
<b>Threat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Banyak kompetitor</li> </ul>

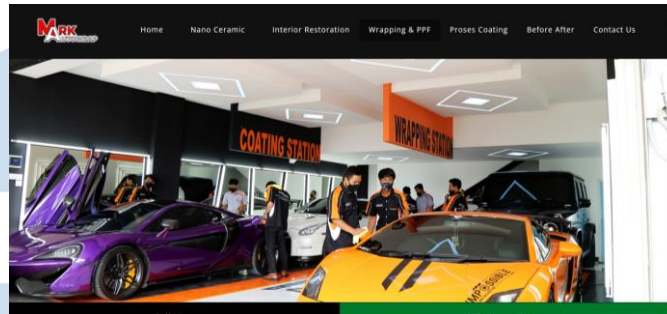
### 3.1.1.6 Studi Referensi

Studi referensi dilakukan untuk mencari referensi yang dapat di contoh dalam perancangan *website* yang dibuat. Dengan cara mengambil beberapa fitur dari aplikasi maupun *website* yang sekiranya berguna untuk perancangan yang sedang penulis lakukan. Referensi digunakan hanya sebagai contoh dan tidak harus diikuti dengan sama. Studi referensi yang dilakukan melalui:

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



a. Stein PPF



Gambar 3. 10 Stein PPF

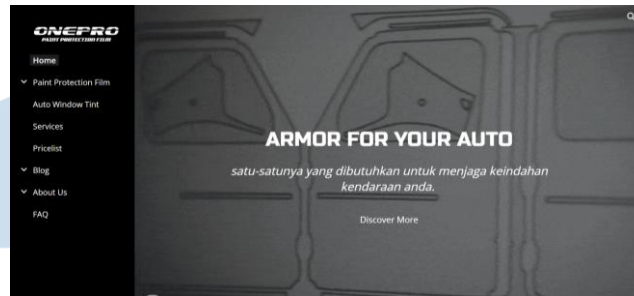
Sumber: <https://stein-guard.com/ppf/>

Penulis menjadikan stein ppf sebagai referensi dikarenakan isi dari *website* tersebut tidak bertele-tele dan terlalu banyak informasi. Dalam memasarkan produknya, website promosi harus berisikan dengan gambar gambar yang berkaitan dengan produk yang dipromosikan. Semua gambar dan informasi harus saling terhubung satu dengan yang lain. Penggunaan warna juga sudah sangat simple dan elegan. Tidak terlalu banyak warna dan terlihat nyaman untuk dilihat. Cara menyampaikan pesan juga sangat mudah dimengerti mulai dari penggunaan Bahasa, layout, serta penggunaan font yang cocok dengan konsep dari *website* itu sendiri.

b. Onepro PPF

Studi referensi yang penulis gunakan berikutnya adalah berasal dari Onepro PPF. Onepro ppf menyediakan jasa *paint protection film*.

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



Gambar 3. 11 Onepro PPF

Penulis menggunakan Onepro PPF sebagai studi referensi berikutnya dikarenakan desain dari websitenya sendiri terlihat Anggun dan rapi. Dengan homepage dan semuja fitur serta informasi yang lengkap. Penggunaan warna juga sangat cocok dengan produk yang ingin dipasarkan. Semua informasi disertakan dengan gambar sehingga pengujung dapat lebih mudah mengerti apa yang disampaikan.

### 3.1.1.5 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan dari hasil wawancara adalah Duratect merupakan salah satu brand *paint protection film* yang mampu melindungi permukaan cat mobil dari luka gores, baret ataupun pemudaran cat. Duratect menawarkan produk yang disukai oleh banyak costumernya. Tak hanya itu, Duratect juga memberikan jaminan 10 tahun untuk produk *paint protection film*nya. Duratect dalam menjaga costumernya memberikan *free service* Ketika ada masalah setelah pemasangan selesai dilakukan. Duratect memberikan pelayanan terbaiknya dengan hasil yang rapi dan professional. Selain itu Duratect juga dapat dijadikan sebagai salah satu bentuk investasi di masa yang akan datang. Mobil yang tidak dilindungi dengan *paint protection film* akan mudah terkena baret, luka gores, dan pemudaran cat. Hal ini tentu dapat mengurangi harga jual sebuah kendaraan.

Kebanyakan *costumer* merasa bahwa kendaraan merupakan salah satu aset bentuk investasi di tahun-tahun yang akan datang sehingga harus dijaga dengan baik dan sempurna.

Namun sangat disayangkan, Duratect dirasa kurang dikenal oleh Masyarakat luas. Duratect saat ini sedang mengalami penurunan penjualan. Faktor lainnya dapat dilihat dari penjualan mobil yang sedang menurun. Duratect sudah bekerja sama dengan banyak dealer-dealer mobil. Jadi hal ini lumayan dapat berpengaruh untuk penjualan produk dari Duratect itu sendiri. Hal lainnya adalah kurangnya promosi untuk produk dari Duratect. Selama ini Duratect tidak pernah memberikan promo-promo yang dapat menarik *costumer* untuk menggunakan produk dari Duratect. Hal ini juga cukup berpengaruh dengan tingkat penjualan.

### **3.2 Metodologi Perancangan**

Metode perancangan yang digunakan adalah metode *Design Thinking*. *Design thinking* merupakan pendekatan kreatif dalam memecahkan sebuah masalah dengan menekankan kepada pemahaman mendalam terhadap pengguna demi menciptakan solusi yang dapat memenuhi semua kebutuhan dan menyelesaikan masalah dengan baik.

#### **1) *Emphathize***

Melalui tahap ini penulis mencari data yang berhubungan dengan topik penelitian yang dibahas. Tujuannya adalah untuk mencari permasalahan yang benar-benar terjadi. Selain itu *insight* juga sangat diperlukan dalam pengumpulan data agar penulis tahu apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh target. Tahap empati juga dapat dilakukan melalui wawancara. Data-data yang sudah dikumpulkan kemudian diolah menjadi sebuah data yang valid dan dapat dipakai selama proses penelitian berlangsung.

## 2) *Define*

Setelah selesai mendapatkan data-data valid dari tahap empati, langkah selanjutnya adalah dengan merumuskan pemahaman yang jelas tentang masalah yang terjadi. Tahap ini bertujuan untuk mendapatkan solusi yang dapat memecahkan masalah yang terjadi. Kemudian menyesuaikannya dengan lingkungan, apakah sudah relevan atau belum.

## 3) *Ideate*

Di tahap ini penulis mulai merelasasikan semua pemikiran dan ide-ide yang bermunculan dengan sebanyak-banyaknya. Tahap ini juga merupakan tahapan *brainstorming* dimana penulis harus mencari titik permasalahan dan menyesuaikannya dengan solusi yang sudah dibuat. Brainstorming dapat dilakukan dengan membuat sketsa dan *mind map*.

## 4) *Prototype*

Setelah melakukan teknik pengumpulan ide, langkah berikutnya adalah tahap eksekusi. Ide-ide yang sudah terkumpul sebelumnya kemudian di jadikan menjadi nyata dengan menggunakan kreativitas dibantu dengan teknologi sebagai pendukungnya.

## 5) *Test*

Pada tahapan ini penulis melakukan uji coba terhadap *prototype* yang sudah dibuat. Hal ini dilakukan untuk mencari tahu seberapa efisien dan bergunanya *prototype* tersebut dalam menyelesaikan masalah yang terjadi.

U M M 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