

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data adalah metode campuran. Metode campuran merupakan penggabungan antara metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kualitatif (Sugiyono, 2018). Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara, studi eksisting, studi referensi, dan kuesioner.

3.1.1 Metode Kualitatif

Menurut Sugiyono (2018), wawancara adalah Teknik pengumpulan data yang digunakan Ketika peneliti akan melaksanakan pembelajaran pendahuluan untuk menemukan masalah yang akan diteliti, serta untuk mengetahui hal-hal dari responden supaya bisa lebih mengetahui lebih dalam tentang masalah dari jumlah responden yang lebih sedikit.

3.1.1.1 Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap Vina Sallyana, seorang mahasiswa yang merupakan konten creator asal Bali yang sering membuat beberapa ilustrasi menarik untuk sampul buku dan menggunakan Kebaya Bali sebagai sebuah referensi untuk mendapatkan data tentang pembuatan konten menarik terkait Kebaya Bali. Wawancara dilakukan pada tanggal 2 Oktober 2023, di Jakarta Utara lewat media *discord*.

1) Wawancara kepada Vinna Sallyana

Vinna Sallyana atau lebih dikenal sebagai vinxin merupakan seorang freelance illustrator yang biasa mengunggah karyanya di Instagram. Melalui sosial media Instagram, Vinna sering mengunggah karya-karyanya dan kerap kali menggunakan kebudayaan dari daerah asalnya yaitu Bali sebagai referensi di

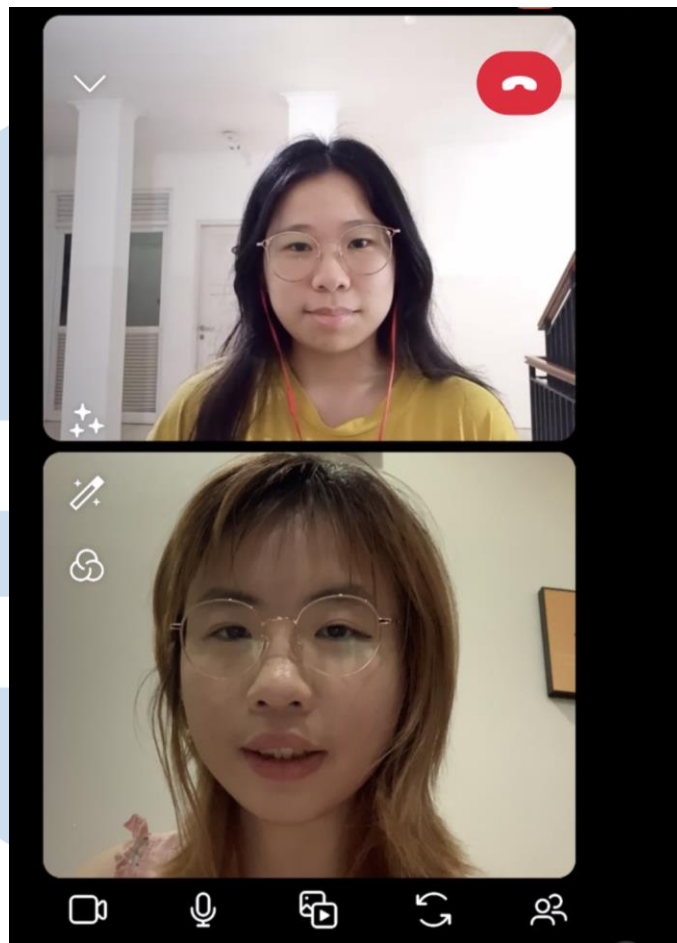
beberapa karyanya. Pada tanggal 26 September 2023, penulis menghubungi Vinna lewat media sosial Instagram, dan melalui kesepakatan maka diadakan wawancara Bersama Vinna pada tanggal 1 Oktober 2023 pada waktu 20:00 WIB. Wawancara dilakukan lewat media discord. Wawancara berlangsung selama kurang lebih 25 menit.

Wawancara dimulai setelah Vinna masuk ke discord call, dan dibuka dengan saya memperkenalkan diri sebagai mahasiswa DKV Angkatan 2020 di UMN yang sedang menjalani proyek tugas akhir dengan topik kebaya Bali, kemudian Vinna memperkenalkan diri juga. Pertanyaan pertama mengenai sosial media Vinna, Vinna memiliki beberapa akun sosial media untuk mengunggah karya-karyanya yang memiliki gaya gambar manga atau karikatur Jepang. Vinna sudah menyukai membuat ilustrasi semenjak dirinya kecil dan senang sekali karena di daerah Bali, selain suasana yang indah, kebudayaannya juga sangat menarik sehingga Vinna bisa terinspirasi untuk berkarya banyak. Setelah itu dilanjutkan dengan pertanyaan apakah Vinna pernah mengimplementasikan Kebaya Bali kepada karya-karyanya. Vinna menjawab kalau ketika ada kesempatan dia sangat suka mengimplementasikan Kebaya Bali kedalam ilustrasinya, akan tetapi ada banyak tantangan, seperti brukat kebaya bali yang sangat rumit digambar, dan memang khas sehingga harus digambar tanpa menggunakan asset ilustrasi. Menurut Vinna Kebaya Bali bagi dirinya merupakan unsur kebudayaan yang sangat penting di daerah Bali, dan ia juga ingin Kebaya Bali untuk semakin dikenal dengan orang-orang lain ke depannya, karena sebagai seseorang remaja perempuan di Bali, memakai kebaya Bali sudah menjadi peraturan yang tetap disana setiap minggunya dan Vinna tidak menganggap hal itu sekedar kewajiban, tetapi

sudah menjadi tradisi. Ia suka melihat perempuan Bali memakai kebaya Bali karena menurut dirinya itu sangat indah dan juga dengan senang hati dia melihat orang dari luar Bali juga mencoba memakai kebaya Bali.

Setelah itu di pertanyaan berikutnya, terkait soal apakah di Bali banyak yang merasa kalau memakai Kebaya Bali itu kuno. Vinna menjawab kalau untuk remaja perempuan, mulai ada beberapa yang tidak terlalu suka atau malas menggunakan kebaya karena lebih menyukai fesyen modern dan merasa kalau memakai kebaya itu ribet sehingga mereka menganggap memakai kebaya itu memang sekedar peraturan saja. Vinna merasa hal ini memang tidak bisa dihindari karena seiring zaman berubah, memang pastinya selera remaja ikut berubah. Setelah itu dilanjutkan juga dengan bagaimana reaksi audiens di konten Instagram Vinna terkait dengan ilustrasi Vinna yang memiliki unsur kebaya Bali. Vinna mengungkapkan kalau banyak sekali orang baik dari Bali maupun luar Bali yang sangat menyukai ilustrasi-ilustrasinya yang memiliki unsur kebudayaan Bali, karena menunjukkan keindahan dari kebudayaan Bali.

Dilanjutkan dengan pertanyaan berikutnya, apakah ada reaksi negatif dari audiens Vinna ketika Vinna mengunggah karya yang menggunakan unsur kebudayaan Bali. Vinna bercerita kalau biasanya komen yang memiliki tujuan negatif lebih ke menyindir ke arah unsur kebudayaan Bali yang dibawa dengan gaya gambar karikatur Jepang, tetapi reaksi dari audiens Vinna sangat positif untuk Sebagian besar komentarnya. Hingga saat ini Vinna juga tetap ingin lebih banyak mengimplementasikan Kebaya Bali ke dalam karyanya untuk lebih melestarikan kebudayaan dari Bali juga.



Gambar 3.1 Tangkapan Layar Wawancara

Selanjutnya dilanjutkan dengan pertanyaan bagaimana tanggapan Vinna apabila ada lebih banyak orang yang membuat konten terkait Kebaya Bali, dan Vinna dengan sangat senang akan merasa bangga dan juga kagum apabila lebih banyak ilustrator Indonesia yang membuat konten dengan unsur kebaya Bali. Dia sangat berharap Kebaya Bali bisa semakin dikenal di Indonesia. Menjelang sesi akhir dari wawancara, Vinna ditanya soal apakah Vinna mau membuat konten ilustrasi terkait Kebaya Bali lagi untuk ke depannya. Vinna sangat tertarik untuk membuat konten terkait kebaya Bali kembali dan ingin banyak remaja perempuan di Bali selalu bangga dengan memakai kebaya Bali. Tetapi Vinna juga beranggapan kalau ia ingin lebih banyak orang yang mengetahui makna kebaya Balinya dan juga variasi konten yang

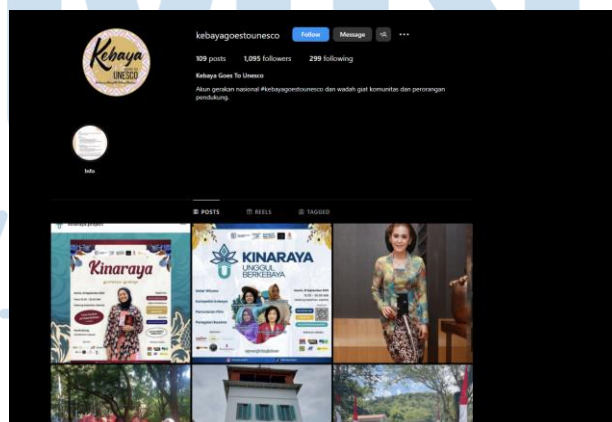
menarik, tidak hanya ilustrasi saja tetapi macam-macam. Lalu wawancara ditutup dan penulis meminta izin kepada Vinna untuk menggunakan data dari wawancara ini sebagai studi kasus dalam membuat konten yang akan dibuat ke depannya. Vinna setuju dan berharap proses pembuatan konten tersebut akan berjalan dengan lancar.

3.1.1.2 Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan dengan tujuan mencari kelebihan dan kekurangan dari media interaktif yang sudah ada tentang Kebaya Bali. Penulis mencari website dan juga sosial media yang memberikan informasi serta mengajak masyarakat mengetahui lebih banyak soal Kebaya Bali. Tujuan dari studi eksisting ini merupakan supaya tidak terjadinya kesalahan pada desain yang akan dihasilkan oleh penulis pada kedepannya. Terdapat beberapa bahan yang dijadikan bahan untuk studi eksisting.

1.) Kampanye *Kebaya Goes To UNESCO*

Kebaya Goes to UNESCO adalah kampanye nasional yang bertujuan agar pemerintah RI mendaftarkan kebaya sebagai warisan budaya nasional. Kampanye ini memiliki acara langsung dan sosial media di Instagram.



Gambar 3.2 Media Sosial Kebayagoestounesco

Kampanye ini memiliki beberapa kegiatan dimana mereka mengunggah ulang postingan orang-orang yang mengikuti kampanye lewat hashtag #kebayagoestounesco, dan juga mendesain ulang postingan tersebut di feeds mereka.



Gambar 3.3 Twibbon KebayagoestoUnesco

Tampilan postingannya dan *layout* dari akun media sosialnya sudah tertata dengan rapi, tetapi *layout* twibbonnya memiliki masalah dalam segi desain, dimana terlalu banyak jenis font yang digunakan, dan juga nama akun yang memiliki latar belakang hitam blok mengurangi estetika gambarnya.

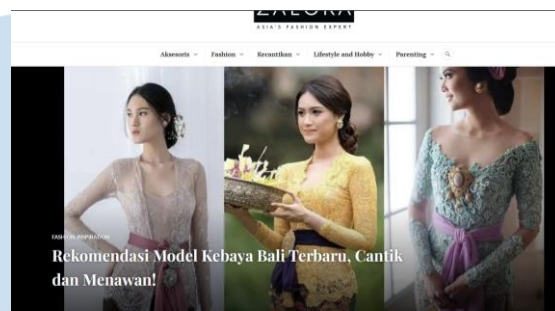
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.4 Postingan Instagram KebayagoestoUnesco
 Selain itu juga, Sebagian besar informasinya dijelaskan lewat teks saja, tujuan dan maksud dari kampanye tidak terlalu dijelaskan secara visual tetapi hanya menggunakan teks.

2.) Zalora

Zalora merupakan toko online khusus fesyen di Indonesia yang sangat besar dan menyediakan berbagai macam fesyen dari brand local maupun brand internasional, Zalora membuat artikel tentang Kebaya Bali sebagai berikut.



Gambar 3.5 Tampilan Artikel Kebaya Bali

Zalora, sebuah toko online fesyen yang sangat besar di Indonesia membuat artikel khusus untuk Kebaya Bali, artikelnya sendiri terdiri dari informasi tentang apa itu

Kebaya Bali, dan juga jenis-jenis terbarunya yang terlihat modis di perempuan. Dicantumkan juga foto-foto di artikel tersebut. Namun artikel ini masih terbatas hanya berupa teks dan informasi yang diiringi gambar saja.

3.) Analisis Studi Eksisting

Melalui analisis dari kedua media yang telah dianalisis dan dijadikan studi eksisting, maka dilakukan analisis SWOT sebagai berikut

Strength	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi kebaya Bali dicantumkan dengan sederhana 2. Memiliki informasi yang mudah dicerna
Weakness	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi tidak dicantumkan secara lengkap 2. Layout masih disusun kurang menarik
Opportunity	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan kampanye secara offline untuk mengajak para perempuan 2. Memberikan hashtag agar semua orang bisa berpartisipasi

Threat	<p>1.Konten tidak disusun secara rapi dan memaki prinsip desain</p> <p>2.Tidak memakai ilustrasi atau visual menarik</p> <p>3.Tidak ada bentuk lain selain twibbon dan repost</p>
--------	---

Tabl 3.1 Tabel Analisis SWOT Studi Eksisting

3.1.1.3 Studi Referensi

1.) Krisanti Comics

Devita Krisanti merupakan ilustrator yang berasal dari Bali dan sering memberikan referensi Kebaya Bali di karya – karya buatannya. Sejauh ini Krisanti sering sekali membuat karya-karya perempuan memakai kebaya Bali dengan menggunakan karakter-karakter fiksional. Karakter-karakter yang ada di ilustrasi memakai kebaya Bali dan sebagai seseorang dari Bali. Krisanti juga sering membagikan kepada audiens-audiensnya kalau dia merupakan perempuan Bali dan sangat bangga untuk melestarikan Kebaya Bali.

Ilustrasi yang dibuat Krisanti menggunakan warna yang sangat menarik dengan gaya gambar manga. Pose yang digunakan disesuaikan dengan karakter-karakter yang digambar, dan kebaya yang digunakan juga didesain sendiri oleh Krisanti. Meski Kebaya didesain sendiri oleh Krisanti, tetapi tetap ada unsur dari kebudayaan Bali yang diberikan didalam kebayanya agar tetap dikenali sebagai Kebaya Bali. Selain menggambar karakter-karakter fiksional yang

memang sudah ada, Krisanti juga sering membuat karya kebaya Bali dari barang-barang yang dijadikan manusia juga.



Gambar 3.6 karya Krisanticomics

Salah satu contohnya adalah Krisanti pernah membuat ilustrasi tentang series karakter-karakter yang dibuat dari coklat.

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 3.7 Karya Krisanticomics

3.1.1.4 Kesimpulan

Berdasarkan hasil *interview* dengan Vina Sallyana, konten Kebaya Bali yang ada memang sangat sedikit dan kurang variatif. Sebagian besar konten kebaya Bali yang ada di media social berupa foto-foto saja dan juga ilustrasi, tetapi kurang informatif sehingga sedikit yang bisa membedakan ataupun mengetahui makna sesungguhnya dari kebaya Bali tersendiri. Dibutuhkan variasi konten yang bisa menceritakan tentang fungsi kebaya Bali secara lebih mendalam sehingga banyak yang lebih tahu soal makna dari Kebaya Bali dan apa yang membedakannya dari kebaya-kebaya lainnya. Gaya visual yang dipilih juga harus gaya visual yang sesuai dengan selera remaja perempuan supaya konten bisa menarik target audiens yang tepat.

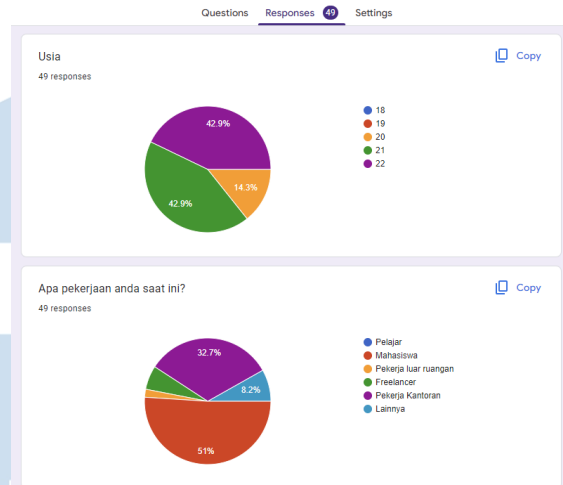
Berdasarkan studi eksisting, informasi Kebaya Bali hanya terbatas secara kampanye social media dengan menggunakan twibbon dan website. Akan tetapi informasi juga hanya berupa teks dan belum bisa ditata

dengan visual yang menarik. Informasi yang ada terkait kebaya Bali sangat minim dan perlu diperbanyak.

Dari studi referensi yang telah dilakukan, ilustrasi kebaya Bali di perempuan menarik dibuat dengan menggunakan banyak warna cerah dan vibran sehingga terkesan modis dan anggun seperti konsep kebaya Bali. Sehingga remaja perempuan pun merasa kebaya Bali merupakan pakaian modis yang indah.

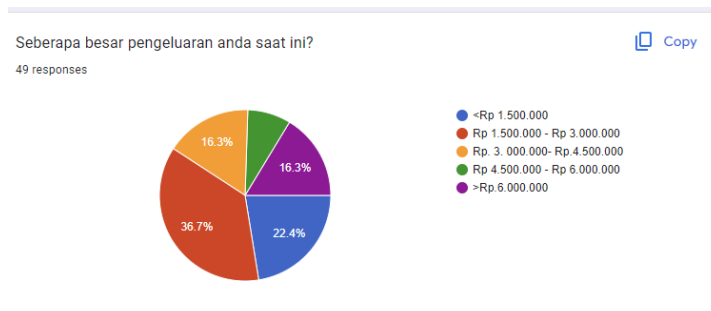
3.1.4 Metode Kuantitatif

Kuesioner merupakan cara pengambilan data dengan menjabarkan pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018). Kuesioner akan terdiri dari pertanyaan-pertanyaan kuantitatif dan kualitatif tentang minat remaja perempuan berusia 17-22 tahun di Jabodetabek tentang Kebaya Bali ini bertujuan untuk mengetahui seberapa tertariknya remaja akhir perempuan di wilayah Jabodetabek terhadap Kebaya Bali, dan preferensi visual mereka untuk menentukan desain perancangan media interaktif tentang Kebaya Bali ini. Jumlah sampel akan ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin berdasarkan populasi jumlah remaja perempuan berusia 17-22 tahun di Bali. Berdasarkan rumus Slovin, maka dibutuhkan 100 responden. Pada kuesioner dicantumkan 25 pertanyaan bermacam-macam dengan tipe pertanyaan pilihan dan pertanyaan skala yang memiliki skala dari 1-4. Pertanyaan dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu demografis, psikografis, pengetahuan responden tentang Kebaya Bali dan media yang digunakan oleh responden beragam pertanyaan.



Gambar 3.8 Hasil Kuesioner Bagian Pertama

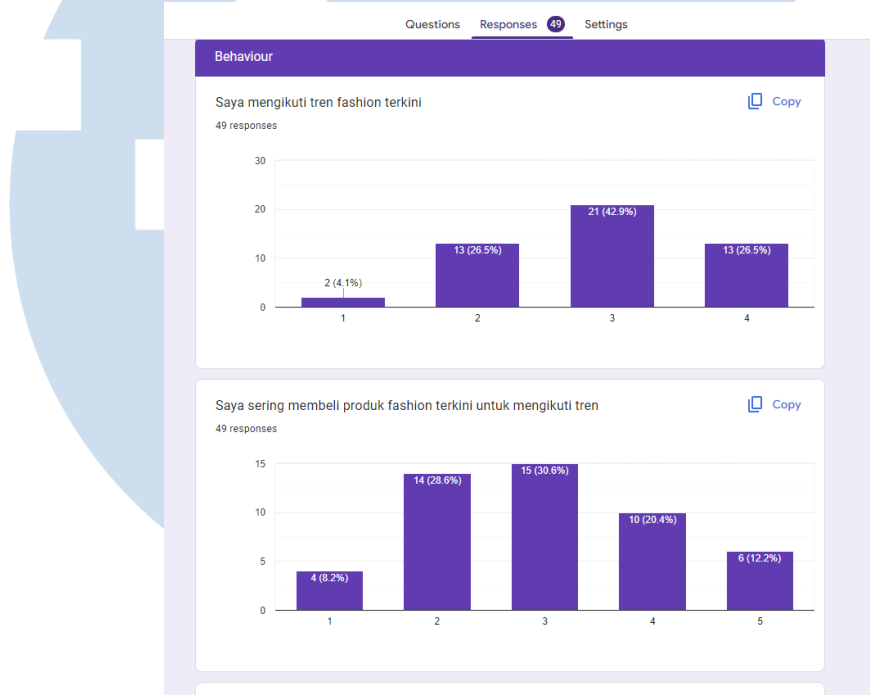
Pertanyaan dibagi dalam 4 bagian, yaitu demografis responden, psikografis responden, pengetahuan responden mengenai hoarding disorder, serta ketertarikan dan media yang digunakan oleh responden. Kuesioner disebar tanggal 24 september, penyebaran kuesioner ini dilakukan di sosial media, jumlah responden yang didapatkan sebesar 49.



Gambar 3.9 Hasil Kuesioner Bagian Kedua

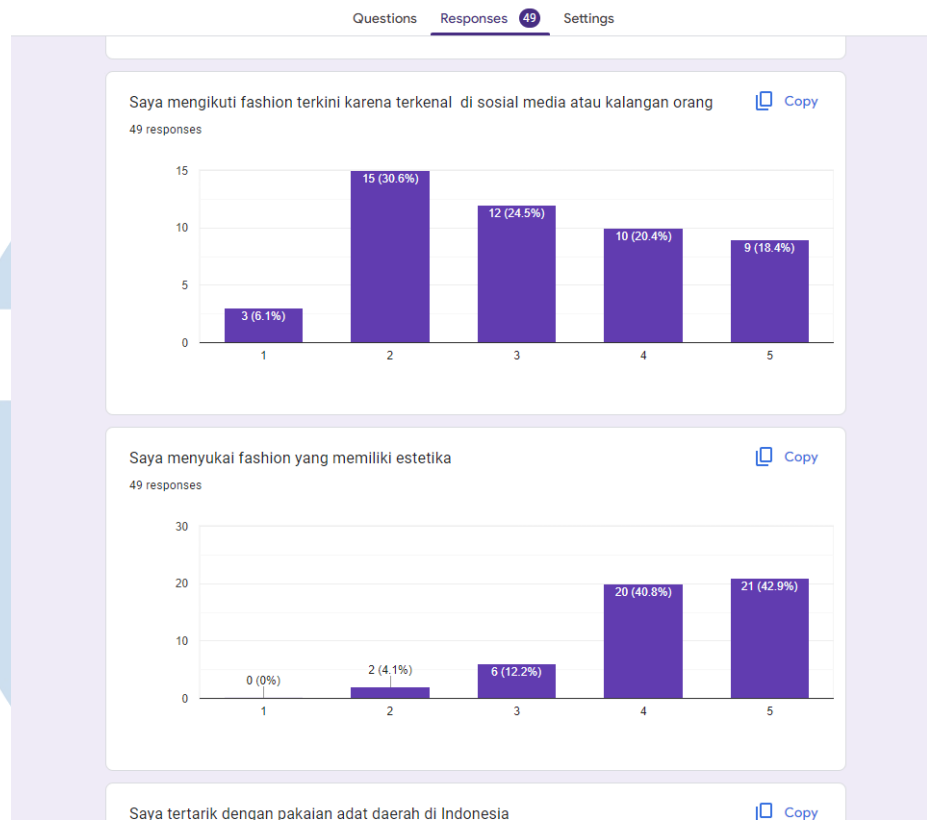
Pada bagian pertama, diberikan beberapa pertanyaan tentang informasi responden, sebanyak 49 responden telah menjawab, 42.9 persen berumur 22 tahun, 42.9% berumur 21 tahun dan 14.3 persen berumur 20 tahun. Selanjutnya, sebanyak 32,7 % responden menjawab pekerjaan mereka adalah pekerja kantor, sebanyak 51% responden menjawab mahasiswa, 8,2 persen lainnya, 6,1 persen pekerja freelancer, dan 2 persen pekerja luar ruangan. Pertanyaan berikutnya besar pengeluaran anda saat ini ada 16.3 % responden

menjawab pengeluaran Rp 3.000.000- Rp 4.000.000, dan sebesar 36,7 persen Rp.1.500.000,00-Rp 3.000.000,00, dan sebesar 22,4 persen pengeluaran Rp 1.500.000, dan sebesar 16,3 persen mengeluarkan lebih besar dari Rp 6.000.000.



Gambar 3.10 Hasil Kuesioner Bagian Ketiga

Pertanyaan selanjutnya tentang behaviour. Responden menjawab pertanyaan untuk skala dari 1-5, 1 berarti tidak setuju, dan 5 berarti sangat setuju. Sebanyak 4,1 % tidak setuju dengan pernyataan saya mengikuti tren fesyen terkini, sebanyak 26,5 % menjawab tidak terlalu mengikuti fesyen terkini, sebanyak 42,9 % menjawab cukup mengikuti, sebanyak 26,5% menjawab sangat mengikuti. Selanjutnya sebanyak 8,2% tidak setuju dengan pernyataan sering membeli produk fesyen terkini untuk mengikuti tren, sebanyak 28,6% tidak terlalu setuju, sebanyak 30,6 % menjawab biasa saja, sebanak 20,4% menjawab agak setuju, sebanyak 12,2% menjawab setuju.

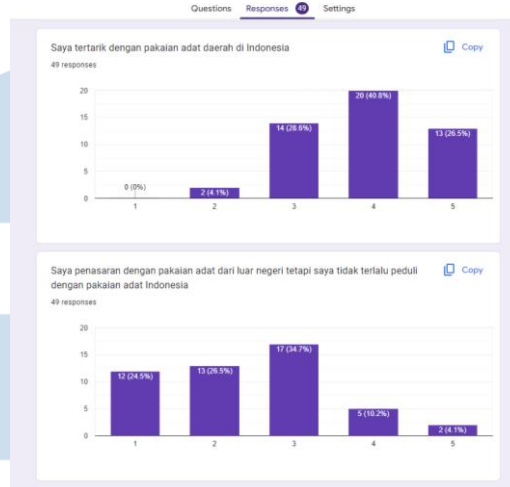


Gambar 3.11 Hasil Kuesioner Bagian Keempat

Selanjutnya sebanyak 6,1 % tidak setuju dengan mengikuti fesyen terkini karena terkenal di sosial media atau kalangan orang, sebanyak 30,6% tidak terlalu setuju, sebanyak 24,5 % biasa saja, sebanyak 20,4% cukup setuju, sebanyak 18,4 % sangat setuju.

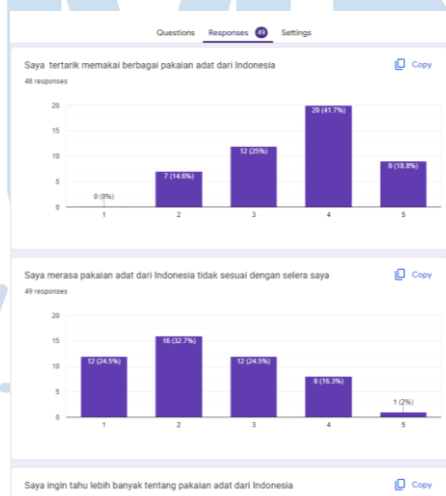
Selanjutnya, sebanyak 0% tidak setuju dengan menyukai fesyen yang memiliki estetika, sebanyak 4,1% tidak terlalu setuju, sebanyak 12,2% biasa saja, sebanyak 40,8% agak setuju, dan sebanyak 42,9% sangat setuju.

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



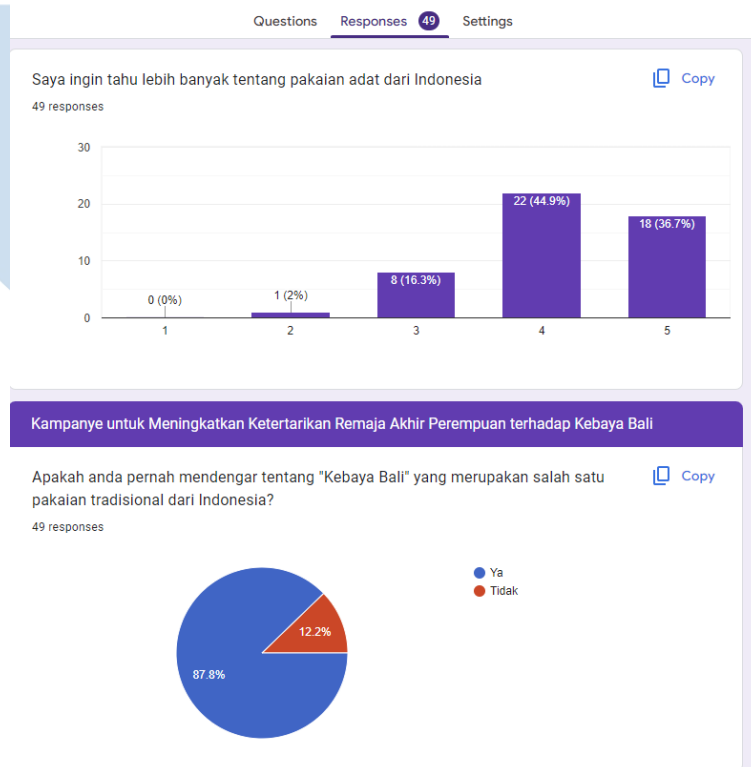
Gambar 3.12 Hasil Kuesioner Bagian Kelima

Selanjutnya, tentang ketertarikan tentang pakaian adat daerah Indonesia, sebanyak 0% tidak tertarik, sebanyak 4,1 % tidak terlalu tertarik, 28,6% biasa saja, 40,8% agak tertarik, sebanyak 26,5% tertarik. Selanjutnya 24,5% tidak setuju dengan pernyataan “Saya penasaran dengan pakaian adat dari luar negeri tetapi saya tidak terlalu peduli dengan pakaian adat Indonesia.” Sebanyak 26,5% tidak terlalu setuju, sebanyak 34,7% biasa saja, sebanyak 10,2% agak setuju, dan sebanyak 4,1% setuju.



Gambar 3.13 Hasil Kuesioner Bagian Keenam

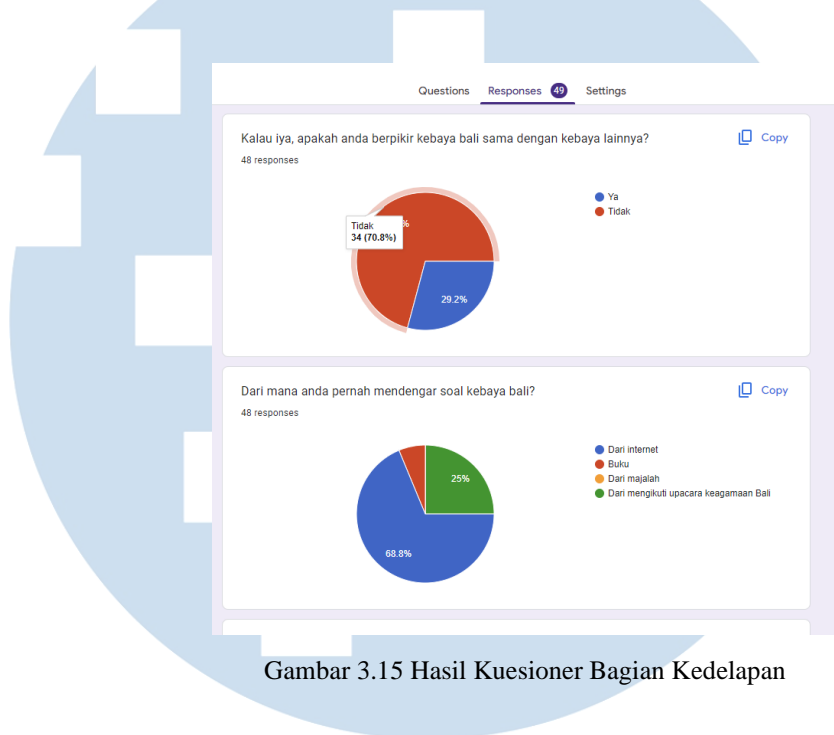
Selanjutnya, sebanyak 0% tidak setuju dengan pernyataan “Saya tertarik memakai berbagai pakaian adat dari Indonesia”, 14,6 % tidak terlalusetuju, 25% biasa saja, sebanyak 41,7% agak setuju, dan 18.8% setuju. Selanjutnya ada 24,5% tidak setuju dengan pernyataan “Saya merasa pakaian adat dari Indonesia tidak sesuai dengan selera saya, 32,7% tidak terlalu setuju, 24,5% biasa saja, 16,3% agak setuju, dan 2% setuju.



Gambar 3.14 Hasil Kuesioner Bagian Ketujuh

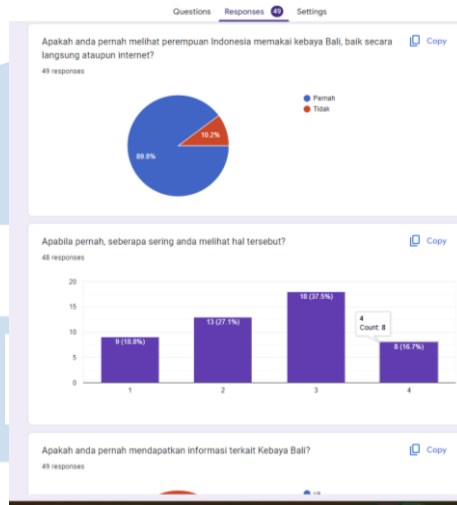
Selanjutnya untuk pertanyaan terakhir di Behaviour, sebesar 0% tidak setuju dengan pernyataan “Saya ingin tahu lebih banyak tentang pakaian adat dari Indonesia”, 2% tidak terlalu setuju, sebanyak 16,3% biasa saja, sebanyak 44,9% agak setuju, dan sebesar 36,7% setuju. Selanjutnya pertanyaan untuk mengetahui pengetahuan responden terhadap kebaya Bali. Pada pertanyaan “Apakah anda pernah

mendengar tentang “Kebaya Bali” yang merupakan salah satu pakaian tradisional dari Indonesia”, sebanyak 87,8% menjawab ya, sebanyak 12,2% menjawab tidak.



Gambar 3.15 Hasil Kuesioner Bagian Kedelapan

Melanjutkan pertanyaan tadi, sebanyak 70,8% responden tidak setuju dengan kebaya Bali sama dengan kebaya lainnya. Sebanyak 29,2% merasa kebaya Bali sama dengan kebaya lainnya. Selanjutnya sebanyak 68,8% menjawab mendengar soal kebaya Bali dari internet, 25% dari mengikuti upacara keagamaan Bali, dan sisanya dari buku.



Gambar 3.16 Hasil Kuesioner Bagian Kesembilan

Selanjutnya, sebanyak 89,8% pernah melihat langsung perempuan memakai kebaya Bali, dan 10,2% tidak pernah. Selanjutnya sebanyak 18,8% cukup sering, 27,1% agak sering, sebanyak 37,5% menjawab agak jarang. Sebanyak 16,7% menjawab jarang. Setelah itu penulis memberikan penjelasan tentang Kebaya Bali.



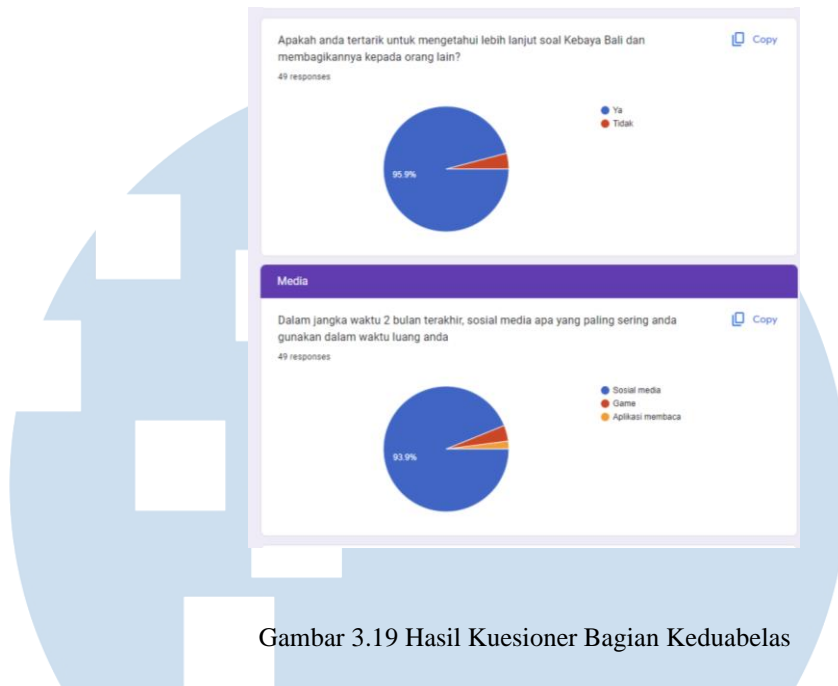
Gambar 3.17 Hasil Kuesioner Bagian Kesepuluh

Selanjutnya penulis menanyakan tentang apakah pernah mendapatkan informasi terkait Kebaya Bali, sebanyak 46,9% menjawab tidak, dan sebanyak 53,1% menjawab iya. Selanjutnya, terkait seberapa sering anda mendapatkan informasi, terdapat 27,7% responden menjawab sering, 21,3% merespon agak sering, 17% merespon biasa saja, 31,9% merespon agak jarang, dan 2,1 % menjawab sangat jarang.



Gambar 3.18 Hasil Kuesioner Bagian Kesebelas

Selanjutnya penulis menanyakan tentang kepehaman responden terhadap Kebaya Bali. Sebanyak 95,9% paha, kalau kebaya Bali merupakan salah satu pakaian tradisional dari Indonesia yang harus dilestarikan, dan sisanya tidak paham. Selanjutnya sebanyak 85,7% setuju apabila Kebaya Bali tidak dilestarikan akan perlahan menghilang, dan sebanyak 14,3% tidak setuju.



Gambar 3.19 Hasil Kuesioner Bagian Keduabelas

Selanjutnya sebanyak 95,9% tertarik untuk mengetahui lebih lanjut soal Kebaya Bali dan membagikannya kepada orang lain. Selanjtnya pertanyaan tentang media yang digunakan responden. Sebanyak 93,9% responden menggunakan sosial media selama 2 bulan terakhir, sisanya dari game dan aplikasi membaca.



Gambar 3.20 Hasil Kuesioner Bagian Ketigabelas

Terakhir, Sebanyak 69,4% responden menjawab media yang paling membuat mereka nyaman mencerna informasi adalah gambar, sebanyak 10,2% menjawab komik, 14,3% infografis, dan sisanya teks.

3.1.2.1 Kesimpulan

Dari data kuesioner yang telah disebar, maka didapatkan kesimpulan bahwa masalah terbesar adalah kurangnya informasi yang menarik dan lengkap tentang Kebaya Bali. Oleh karena itu makna asli dan penting dari Kebaya Bali makin lama mulai memudar. Remaja akhir perempuan menjadi tidak terlalu memikirkan kepentingan dari Kebaya Bali, bahkan beberapa merasa Kebaya Bali hanyalah sekedar kebaya sama seperti yang lain. Maka dibutuhkan media yang bisa membuat remaja akhir perempuan merasa bangga dan tertarik dengan kebaya Bali.

Berdasarkan responden, ternyata banyak yang menginginkan informasi lebih lengkap terhadap kebaya Bali. Banyak juga yang menginginkan informasi tentang Kebaya lebih banyak. Hal ini berarti responden memiliki keinginan untuk mengetahui lebih banyak informasi terhadap Kebaya Bali, tetapi terhalang informasi. Media yang paling sering digunakan adalah sosial media, dan responden menginginkan visualisasi yang lebih menarik. Oleh karena itu akan dibuat kampanye dengan ilustrasi yang bisa menarik perhatian, media utama komik interaktif dan media sekunder postingan di sosial media.

3.2 Metodologi Perancangan

Metode perancangan yang digunakan penulis untuk melakukan perancangan media informasi interaktif tentang kebaya Bali adalah metode “*Design Thinking*” dalam buku “*Introduction to Design Thinking*” yang ditulis

oleh Corey Ford. Metode ini merupakan metode penemuan solusi dengan fokus user yang memiliki tahapan *Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test*.

1) *Empathize*

Dalam tahapan *Empathize*, akan dilakukan pemahaman secara mendalam terkait masalah yang akan disolusikan lewat proses desain. Pembuat karya akan mencoba untuk lebih memahami pengguna dengan dilakukannya pengumpulan data lewat wawancara dan kuesioner dengan tujuan mengetahui kendala yang dialami oleh pengguna. Melalui tahapan ini, penulis dapat mengetahui lebih dalam tentang masalah yang dialami oleh pengguna.

2) *Define*

Melalui tahapan ini, akan dilakukan analisa Kembali data-data yang sudah dikumpulkan lewat hasil wawancara dan kuesioner. Penulis akan menganalisa Kembali semuanya dan membataskan masalah supaya karya yang dibuat bisa lebih fokus dan mengatasi solusi.

3) *Ideate*

Pada tahapan ini, dilakukan penjabaran ide-ide yang akan digunakan penulis untuk membuat solusi desain terkait masalah yang dipilih. Dalam tahapan ini juga pengguna akan merancang jalan terbaik untuk menyelesaikan masalah melalui tahapan. Selain itu juga akan disusun informasi dengan menggunakan *information architecture* dan *wireframe* untuk mengetahui *user experience*. Setelah mengevaluasi, semua data yang dikumpulkan, maka akan dipilih ide yang merupakan solusi terbaik. penulis akan mulai menjabarkan ide-ide yang akan digunakan sebagai solusi untuk menyelesaikan masalah.

4) *Prototype*

Pada tahapan ini penulis akan membuat wujud nyata dari ide yang telah disusun pada tahapan *ideate* menjadi produk asli. Setelah membentuk *prototype* maka user akan membagikan *prototype* kepada desainer untuk mengetahui kesalahan yang ada lalu direvisi sebelum *prototype final*.