

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Menurut Creswell & Creswell (2018), metode pendekatan yang dapat dilakukan dalam penelitian terdiri atas metode kualitatif, kuantitatif (data statistic), dan *hybrid* (campuran). Dalam perancangan ini, penulis menggunakan metode penelitian *hybrid* (campuran) untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan. Metode *hybrid* (campuran) merupakan metode yang menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif.

3.1.1 Metode Kualitatif

Penulis menggunakan interview, studi literatur sebagai metode kualitatif pada perancangan ini. Interview dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai hal-hal yang tidak ditemukan pada studi literatur. Studi literatur dilakukan untuk mengetahui informasi mengenai kampanye dan informasi umum lainnya yang dapat membantu penelitian.

3.1.1.1 Interview

Interview dilakukan kepada pihak Polantas. Interview dilakukan untuk mendapatkan data mengenai keseringan pengendara motor yang tidak mengenakan helm. Interview dilakukan pada tanggal 3 April 2024. *Interview* kepada Ridwan selaku Polisi lalu lintas daerah Tangerang.

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 3.1 Ridwan (Polantas Tangerang)

Pada Interview ini didapatkan data bahwa masih banyak pengguna jalan yang mengendarai sepeda motor yang tidak menggunakan helm mereka. Terlebih pada jalanan yang tidak di patrol oleh polisi. Maka dari itu, banyak pengendara motor yang ditilang ketika terdapat patrol dadakan di suatu daerah. Banyak alasan pengendara untuk tidak menggunakan helm mereka seperti lupa, jalan yang ditempuh dekat, atau jalan yang ditempuh biasanya tidak dipatrol oleh polisi sehingga banyak pengendara mengabaikan penggunaan helm. Ridwan juga mengatakan bahwa beliau sering melihat kasus-kasus kecelakaan yang terjadi dan korban memiliki pendarahan pada kepala mereka karena tidak menggunakan helm. Helm memiliki banyak fungsi selain untuk tidak ditilang oleh polisi, oleh karena itu Ridwan menjelaskan bahwa pengendara sepeda motor senantiasa gunakan helm saat mengendarai motor mereka.

Dalam menggunakan helm juga sebaiknya kita memperhatikan cara penggunaannya. Dalam menggunakan helm sebaiknya kita memakainya dengan melingkari kepala dari ujung kepala hingga bagian rahang. Setelah itu kita juga harus menghubungkan penghubung tali sehingga helm pas di kepala dan tidak mudah lepas.

3.1.1.2 Focus Group Discusion (FGD)

Focus Group Discusion dilakukan bersama 4 pengendara sepeda motor rentang usia 18 hingga 22 tahun yang sering menggunakan sepeda motor mereka. Anggota pada pelaksanaan Focus Group Discusion ini sendiri terdapat Valentinus (22), Yachinta (18), Aurelia (20), dan Samuel (22).



Gambar 3.2 Dokumentasi *Focus Group Discusion*

Berdasarkan hasil *Focus Group Discusion* (FGD) ini didapat pernyataan bahwa remaja yang beranjak dewasa dan mendapatkan SIM mereka atau dapat mengendarai sepeda motor masih banyak yang tidak mementingkan penggunaan helm ketika mengendarai sepeda motor. Di dapat bahwa penggunaan helm di kalangan remaja yang baru dapat menggunakan sepeda motor tidak banyak. Pengendara tersebut juga tau akan bahaya dan resiko dalam tidak menggunakan helm. Tetapi mereka tetap tidak menggunakannya dengan berbagai alasan.

Alasan-alasan yang biasa ditemukan yaitu malas menggunakan ketika melewati jalan-jalan kecil dan tidak dipatroli. Hingga alasan seperti kalau menggunakan helm ribet untuk melepas dan memasang kembali helm. Di sekitar mereka juga masih sering terlihat pengendara yang tidak mengenakan helm mereka dan ini memperkuat rasa acuh tak acuh mereka ketika ingin menggunakan helm.

Salah satu anggota pada *Focus Group Discussion* ini juga pernah mengalami kecelakaan pada saat mengendarai sepeda motor. Ia mengatakan bahwa saat itu ia perlu ke rumah sakit untuk diperiksa pada bagian tulang kepala nya di akibatkan oleh kecelakaan tersebut. Saat mengendarai sepeda motor ia tidak menggunakan helm sehingga kepala-nya terbentur dan mengalami pendarahan. Namun ketika sembuh ia masih suka malas dalam menggunakan helm terlebih jika jalan yang ditempuh dekat dan tidak ada polisi yang sedang patrol.

3.1.1.3 Studi Eksisting



Gambar 3.3 Studi Eksisting 1

Sumber: https://static.republika.co.id/uploads/images/detailnews/kampanye-keselamatan-berkendara-oleh-kutu-community-_160706225453-992.jpg

Berikut merupakan salah satu kampanye yang dilakukan oleh sebuah komunitas yang bernama Kutu Community. Kampanye ini dilakukan di daerah Tangerang dengan tujuan agar orangtua mementingkan keselamatan anaknya saat mengendarai motor dengan juga menggunakan helm. Pada proses kampanye ini, anggota dari komunitas Kutu ini akan membentangkan spanduk yang berisikan slogan pentingnya menggunakan helm ketika lampu merah menyala. Kampanye ini juga dilakukan dengan bantuan polisi setempat. Polisi setempat akan memberhentikan pengendara motor yang membawa anak-anak yang tidak menggunakan helm. Selanjutnya polisi akan membina dan memberikan informasi mengenai pentingnya

menggunakan helm saat mengendarai motor terutama pada anak yang dibonceng. Setelah pembinaan selesai, polisi akan memberikan helm yang telah disiapkan oleh komunitas Kutu untuk anak-anak yang diboncengi orangtua mereka tanpa menggunakan helm.



Gambar 3.4 Studi Eksisting 2

Sumber:

https://www.detaktangsel.com/media/k2/items/cache/43861e12b810ced7b704f22ed7274b96_L.jpg

Kampanye ini dilakukan di Tangerang Selatan. Tujuan dari kampanye ini adalah membina Masyarakat yang tidak menggunakan helm mereka dan memberikan informasi dan mengkampanyekan pentingnya menggunakan helm saat mengendarai sepeda motor. Pada kampanye ini, Masyarakat yang tidak menggunakan helm akan diberhentikan dan dibina. Setelah itu, petugas akan memberikan helm gratis kepada pengendara. Kampanye ini menekankan pentingnya menggunakan helm dalam mengendarai sepeda motor dan juga menguntungkan bagi Masyarakat karena mendapatkan informasi dan binaan dalam menggunakan helm mereka. Selain itu, Masyarakat juga diberikan helm secara gratis untuk mendorong bahwa menggunakan helm itu penting dalam mengendarai sepeda motor.

3.1.1.4 Kesimpulan

Berdasarkan pengumpulan data yang telah dilaksanakan, penulis dapat menyimpulkan bahwa topik mengenai pentingnya penggunaan helm merupakan topik yang penting untuk dibahas. Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penggunaan helm harus ditingkatkan. Di sisi lain, perancangan visual kampanye dapat memberikan pesan-pesan maupun ajakan kepada masyarakat untuk lebih memperhatikan penggunaan helm ketika mengendarai sepeda motor demi kepentingan masyarakat sendiri maupun demi ketertiban lalu lintas.

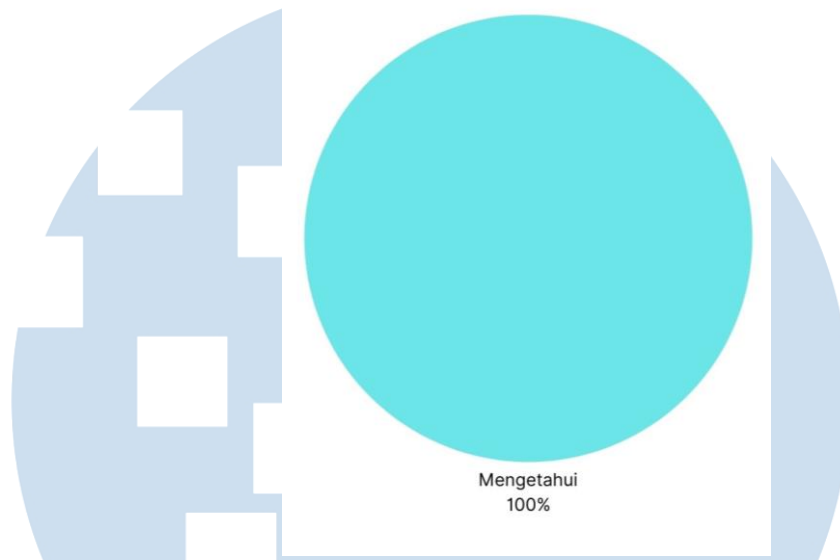
3.1.2 Metode Kuantitatif

Metode yang penulis pilih sebagai metode kuantitatif adalah dengan melakukan kuesioner yang akan mengumpulkan data mengenai kebiasaan pengendara terhadap penggunaan helm saat berkendara. Kuesioner dibagikan dan direspon oleh 131 orang.



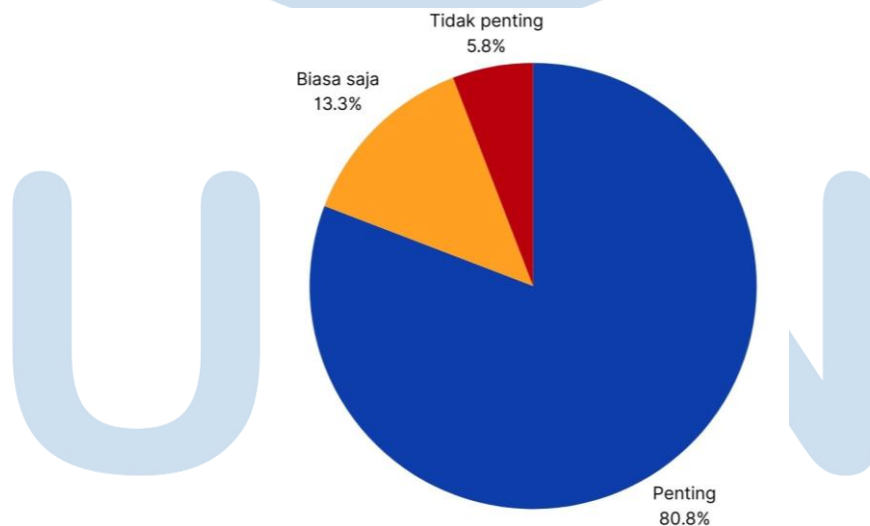
Gambar 3.5 Kuesioner Pengendara Motor

Berdasarkan hasil kuesioner, terdapat 31 orang yang tidak mengendarai motor, 22 responden yang jarang mengendarai motor, dan sebanyak 98 orang responden yang sering mengendarai sepeda motor mereka.



Gambar 3.6 Kuesioner Pentingnya Menggunakan Helm

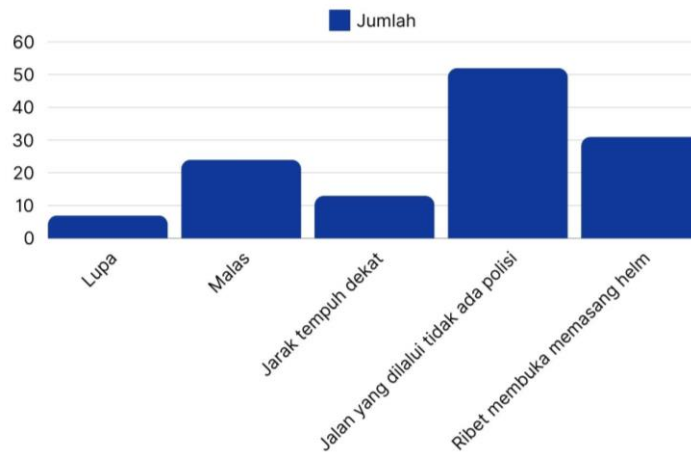
Berikutnya, dari 120 responden yang melanjutkan kuesioner, semua responden mengetahui akan pentingnya menggunakan helm ketika sedang mengendarai sepeda motor



Gambar 3.7 Kuesioner Menganggap Penting Menggunakan Helm

Di dapatkan data, meskipun responden mengetahui, masih ada responden yang tidak menganggap penting penggunaan helm saat mengendarai motor (5,8%), terdapat juga responden yang acuh tak acuh

terhadap penggunaan helm (13,3%), dan banyak responden yang menganggap penggunaan helm saat mengendarai motor itu penting (80,8%)



Gambar 3.8 Kuesioner Alasan Tidak Menggunakan Helm

Kemudian, penulis mengangkat alasan-alasan yang menyebabkan responden lupa dalam menggunakan helm. Terdapat 7 responden yang mengatakan lupa untuk membawa, 24 responden yang merasa malas untuk membawa, 13 responden yang mengatakan bahwa jarak tempuh ketika mengendarai motor dekat, 52 responden yang mengatakan bahwa jalan yang mereka tempuh tidak ada polisi, dan 31 responden yang mengatakan bahwa ketika menggunakan helm, terasa ribet untuk membuka atau memasang Kembali helm.

3.2 Metodologi Perancangan

Metode desain yang akan digunakan pada proses perancangan visual kampanye mengenai kelengkapan berkendara bagi pengendara kendaraan bermotor ini didasarkan pada teori perancangan oleh Robin Landa (2010) yang terdapat pada bukunya yang memiliki judul *Advertising by Design*. Metode tersebut terdiri atas enam tahap, yaitu:

1) *Overview*

Pada tahap ini, dilakukan pengumpulan data melalui riset. Riset ini dilakukan melalui pengumpulan data secara kualitatif maupun kuantitatif sebagai data primer. Pengumpulan informasi berupa informasi secara langsung mengenai pelanggaran penggunaan helm. Penulis melakukan interview, Focus Group Discussion (FGD), dan studi eksisting sebagai data kualitatif. Sebagai data kuantitatif, penulis melakukan kuesioner. Sebagai data sekunder, dapat dilakukan riset yang diperoleh dari buku, website maupun jurnal mengenai topik dan perancangan kampanye yang akan dilakukan. Pada tahap ini juga penulis menetapkan target desain dan penggunaan *user persona* sebagai representasi fiktif terhadap target sasaran desain.

2) *Strategy*

Pada tahap ini, dilakukan penetapan berbagai strategi yang sesuai untuk merancang visual kampanye. Penulis melakukan tahapan ini agar dalam merancang desain sesuai dengan tujuan dan target sasaran kampanye. Penulis menetapkan *creative brief* dan menetapkan media yang akan digunakan berdasarkan metode AISAS.

3) *Ideas*

Setelah menentukan strategi desain, dilanjutkan dengan penetapan big idea atau ide besar serta konsep visual yang sekiranya tepat dan sesuai untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan. Penetapan ini juga melalui pembuatan *mind map* yang dilakukan. Selain itu, penulis juga menetapkan *moodboard* yang akan menjadi pedoman dalam perancangan.

4) *Design*

Setelah penetapan *big idea* dan konsep, penulis kemudian melanjutkan dengan pembuatan visual. Visual akan dimulai dari bentuk sketsa dan akan berakhir dengan pengerjaan *key visual*. *Key visual* tersebut akan disesuaikan dengan karakteristik berbagai jenis media.

5) Production

Pada tahapan ini, desain akan diterapkan ke dalam berbagai media yang telah direncanakan baik secara *online* maupun *offline*.

6) Implementation

Tahapan terakhir ini adalah mengimplementasikan rancangan yang telah dibuat kepada masyarakat terutama oleh target sasaran. Tujuan dari implementasi ini adalah agar rancangan mendapatkan evaluasi dari target desain.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA