

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Perancangan ini akan ditunjukkan kepada masyarakat pada usia 13 – 19 tahun dikarenakan pada usia ini cocok untuk dilatih dan mudah mempelajari teknik baru sehingga dapat menjadi atlet muda professional, dengan *Social Economic Status* (SES) kelas B hingga A, kelas B adalah kelas menengah yang orang tuanya atau orang yang bersangkutan memiliki pendapatan di atas 4 sampai 6 juta rupiah sedangkan kelas A memiliki pendapatan diatas 8 juta rupiah dalam satu bulan. Dojo Karawaci memfokuskan pada orang yang memiliki ketertarikan mempelajari seni bela diri di daerah Karawaci.

1. Geografis:
 - a. Kota/Kabupaten: Tangerang/Banten
 - b. Provinsi: Karawaci
2. Demografis:
 - a. Usia: 13 - 19 Tahun
 - b. Jenis kelamin: Pria & Wanita
 - c. SES: B hingga A
 - d. Pekerjaan: Pelajar, dan Mahasiswa.
3. Psikografis:
 - a. Remaja yang tertarik mempelajari teknik seni bela diri untuk perlindungan.
 - b. Remaja yang peduli dengan kesehatan untuk meningkatkan stamina dan kebugaran tubuh.

- c. Remaja yang tertarik untuk mencari prestasi di bidang seni bela diri.

4. Targeting:

- a. Kebutuhan: Ingin mencari prestasi atau ingin memahami seni bela diri untuk menghindari kejahatan.
- b. Karakteristik: *Ekstrovert* ataupun *introvert*.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah situs web yang efektif dan menarik. Untuk mencapai tujuan tersebut, penulis menggunakan metode kualitatif dengan *design approach*. Proses perancangan situs web ini mengacu pada teori dari Landa *5 phase model of the design process* dalam buku *graphic design solutions* (Landa, 2019; hlm 68). Lima tahapan tersebut diantaranya adalah *research*, *strategy*, *concept*, *design*, dan *implementation*. Tahap pertama yaitu *research* dengan pendekatan studi kasus untuk memahami Dojo Karawaci secara mendalam. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan penulis untuk memahami berbagai sudut pandang dari beberapa individu diantaranya yaitu pelatih, pemilik sasana, atlet. Kemudian tahap kedua *strategy* setelah melakukan penelitian dan mengumpulkan data yang diperlukan, langkah berikutnya adalah merumuskan strategi desain untuk situs web Dojo Karawaci. Tahap ini akan menentukan arah dan tujuan keseluruhan situs web, sehingga hasil akhir dapat lebih efektif dalam meningkatkan *brand awareness*, selanjutnya tahap ketiga yaitu *concept* setelah merumuskan strategi perancangan situs web, langkah berikutnya adalah mengembangkan konsep desain yang akan mengubah strategi tersebut menjadi bentuk visual *low fidelity*. Berikutnya tahap keempat yaitu tahap *design* adalah tahap di mana konsep-konsep yang telah dirumuskan pada tahap sebelumnya diwujudkan dalam bentuk visual dan interaktif. Pada tahap ini, penulis akan merancang tampilan situs web Dojo Karawaci secara detail, dengan fokus pada estetika, fungsionalitas, dan *user interface* (UI). Terakhir tahap kelima yaitu

Implementation dalam proses perancangan situs web Dojo Karawaci. Pada tahap ini, desain situs web yang telah dibuat pada tahap sebelumnya akan diwujudkan menjadi situs web yang fungsional dan siap untuk dilakukan *beta-test*.

3.2.1 Research

Tahap pertama yaitu *research* Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk memahami Dojo Karawaci secara mendalam. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan penulis untuk memahami berbagai sudut pandang dari beberapa individu yang berperan dalam kemajuan sasana Dojo Karawaci ini (Creswell, 2010; hlm 22).

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara semi-terstruktur bersama pemilik sasana, pelatih, dan atlet. Hasil dari wawancara tersebut akan direkam dan ditranskripsi, lalu dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Wawancara semi-terstruktur ini dilaksanakan pada tahap penelitian sebagai bagian dari buku *5 Phase Model of The Design Process* yang diusulkan oleh Robin Landa (2019) untuk mengumpulkan data yang relevan dalam proses perancangan situs web.

3.2.2 Define

Setelah melakukan penelitian dan mengumpulkan data, langkah berikutnya adalah merancang strategi untuk situs web Dojo Karawaci. Tahap ini akan menetapkan arah dan tujuan keseluruhan situs web agar efektif dalam meningkatkan *brand awareness*. Situs web harus dirancang untuk meningkatkan interaksi dan ketertarikan pengguna terhadap merek Dojo Karawaci melalui penyajian konten yang relevan, menarik, dan interaksi langsung dengan media sosial. Selain itu, situs web juga harus dapat menjangkau pasar yang lebih luas, baik di dalam maupun di luar wilayah karawaci, melalui optimasi *Search Engine Optimization* (SEO) dan strategi pemasaran digital. *Search Engine Optimization* adalah proses yang digunakan untuk meningkatkan kunjungan di situs web atau halaman web dengan cara membuat situs web Dojo Karawaci muncul di pencarian *search engine* seperti

google, yahoo, bing, dan lain-lain (Almukhtar dkk., 2021; hlm 72). SEO yang efektif memiliki peluang lebih besar untuk muncul di halaman hasil mesin pencarian. Sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya, situs web perlu menyajikan informasi yang lengkap, akurat, dan terkini tentang Dojo Karawaci.

3.2.3 Ideate

Berdasarkan strategi yang telah dijabarkan pada tahap sebelumnya diwujudkan dalam bentuk konsep desain visual *low fidelity*. Desain situs web harus disesuaikan dengan target pasar, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, kemudian bahasa yang relevan dengan topik Muaythai sesuai dengan relevansi dari SEO dan visual yang menarik sehingga dapat menjangkau target pasar yang lebih luas.

User Experience (UX) menjadi fokus utama pada tahap ini, dengan memperhatikan tata letak informasi, navigasi halaman, desain yang sederhana agar mudah dipahami dan dapat diakses baik melalui komputer maupun gawai. *User interface* (UI) juga dirancang dengan memperhatikan tata letak yang seimbang, tipografi yang mudah dibaca dan sesuai dengan identitas merek, warna yang menarik dan konsisten, serta penggunaan gambar yang relevan. Semua elemen visual di situs web harus konsisten dengan identitas merek Dojo Karawaci.

3.2.4 Prototype

Perancangan dimulai dengan pembuatan *wireframe* sebagai fondasi situs web yang mencerminkan struktur, navigasi, dan penataan konten. *Wireframe* ini disajikan dalam bentuk sketsa atau diagram sederhana, tanpa detail elemen desain visual, untuk menggambarkan struktur situs web dan alur pengguna. Proses ini bertujuan untuk menentukan hierarki situs web.

Mockup dibuat dengan desain yang lebih detail dan realistis, menampilkan tampilan situs web secara visual, termasuk warna, tipografi,

gambar, dan elemen grafis lainnya. *Mockup* bertujuan untuk memvisualisasikan tampilan situs web, dan menerapkan konsep desain, menguji efektivitas desain.

Terakhir, *prototype* dibuat sehingga memungkinkan pengguna untuk mensimulasikan pengalaman menggunakan situs web Dojo Karawaci. *Prototype* digunakan untuk menguji fungsi situs web, alur pengguna, kemudian mengidentifikasi potensi masalah, dan memperoleh *feedback* dari pengguna.

3.2.5 Testing

Tahap *testing* ini adalah situs web yang fungsional dan siap digunakan. Pemeliharaan situs web jangka panjang termasuk update konten, pengembangan fitur baru, dan peningkatan keamanan. Dengan menyelesaikan tahap *implementation* ini, situs web Dojo Karawaci diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness*, dan menjangkau masyarakat luas.

Selain itu, mengoptimalkan situs web untuk mesin pencari agar lebih mudah ditemukan oleh calon pengunjung. Penggunaan teknik SEO yang tepat akan membantu meningkatkan peringkat situs di hasil pencarian, sehingga lebih banyak orang dapat mengetahui informasi dan layanan yang ditawarkan oleh sasana tersebut.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk memahami Dojo Karawaci secara mendalam. (Creswell, 2010; hlm 22) menjelaskan bahwa studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi sebuah fenomena yang terjadi pada sasana Dojo Karawaci. Dalam penelitian ini, fenomena yang diteliti adalah upaya meningkatkan *brand awareness* Dojo Karawaci melalui perancangan situs web.

3.3.1 Observasi

Observasi akan dilakukan untuk mengamati aktivitas di sasana, interaksi antara pelatih dan atlet, dan fasilitas yang tersedia. Observasi ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap tentang topik penelitian dan mengidentifikasi aspek-aspek yang relevan dengan perancangan promosi situs web (Creswell, 2010; hlm 224).

1. Pengamatan Berperan Serta

Penelitian ini juga menggunakan metode observasi berperan serta untuk memperoleh data dan pemahaman yang lebih mendalam tentang Dojo Karawaci. (Creswell, 2010; hlm 27) menyatakan bahwa observasi berperan serta memungkinkan peneliti untuk memahami perspektif dan pengalaman partisipan secara langsung dengan terlibat dalam aktivitas sehari-hari mereka.

Dalam penelitian ini, penulis membawa peralatan seperti kamera, buku catatan, tripod, dan mengikuti kelas *fighter* di Dojo Karawaci selama penelitian berlangsung untuk mengamati dan merasakan sendiri *customer behavior*, budaya sasana, dan interaksi antar member.

3.3.2 Wawancara

Wawancara semi-terstruktur akan dilakukan dengan pemilik sasana, pelatih, dan atlet untuk mengumpulkan data mengenai persepsi mereka tentang *brand awareness* sasana, tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan *brand awareness*, harapan mereka terhadap situs web, dan masukan mereka terkait desain dan fitur situs web. Wawancara semi-terstruktur akan disusun berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, namun tetap memungkinkan fleksibilitas dalam eksplorasi topik yang muncul selama penelitian berlangsung (Creswell, 2010; hlm 225).

A. Wawancara Pemilik

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dan pandangan melalui orang yang bersangkutan terkait situasi, penyebab,

dan masalah dari merek Dojo Karawaci. Wawancara yang akan dilakukan ditujukan kepada pemilik *brand* yang bernama Syawaludin Ade Siregar. Wawancara bersama pemilik Dojo Karawaci ini akan dilakukan secara langsung (*face to face*). Kemudian informasi yang telah didapatkan akan membantu penulis dalam perancangan situs web sebagai salah satu media promosi. Selain itu, diharapkan situs web ini juga dapat meningkatkan jumlah minat calon anggota juga meningkatkan *brand awareness* pada sasana ini.

1. Kapan dojo ini didirikan? apa yang menjadi motivasi utama dalam mendirikan dojo ini?
2. Bagaimana anda melihat perkembangan dojo ini dalam 5 tahun ke depan?
3. Apa yang membedakan target pasar dojo ini dengan dojo lain yang ada di wilayah karawaci?
4. Apakah ada rencana untuk menambah atau meningkatkan fasilitas di masa depan?
5. Bagaimana pendapat anda, tentang partisipasi kompetisi para anggota dojo? apa keuntungannya bagi sasana ini?
6. Strategi promosi apa yang sudah dilakukan untuk memperkenalkan dojo ini kepada masyarakat?
7. Media apa yang paling efektif dalam menjangkau target pasar dojo ini?
8. Bagaimana anda melihat pentingnya branding dalam dunia bisnis dojo?
9. Tantangan apa yang sering dihadapi dalam mempromosikan dojo ini?
10. Peluang apa yang anda lihat di pasar bela diri dan kebugaran saat ini?
11. Pesan apa yang ingin anda sampaikan kepada calon anggota yang tertarik bergabung dengan dojo ini?

Wawancara dengan pemilik merek yaitu Syawaludin Ade Siregar, diharapkan dapat memperoleh wawasan mendalam tentang visi, misi, dan tujuan Dojo Karawaci. Selain itu, wawancara ini juga akan memberikan gambaran mengenai target pasar, strategi promosi, dan tantangan yang dihadapi. Informasi yang didapatkan akan menjadi dasar dalam merancang situs web yang efektif sebagai media promosi dan meningkatkan *brand awarness* Dojo Karawaci.

B. Wawancara Pelatih

Wawancara kedua dilakukan untuk mendapatkan informasi tambahan, budaya, dan masalah dari merek Dojo Karawaci. Wawancara yang akan dilakukan ditujukan kepada pelatih professional Dojo Karawaci yang bernama Teguh Yovieanto. Wawancara bersama pelatih professional Dojo Karawaci ini akan dilakukan secara langsung (*face to face*). Kemudian informasi yang telah didapatkan akan membantu penulis dalam dalam menyusun konten perancangan apa saja yang perlu di tunjukan pada halaman situs web Dojo Karawaci.

1. Berapa lama anda sudah menjadi pelatih Muaythai dan apa yang memotivasi anda untuk menjadi pelatih?
2. Apa latar belakang bela diri anda? apakah anda memiliki pengalaman bertanding secara profesional?
3. Bagaimana anda merancang program pelatihan Muaythai untuk pemula, menengah, dan tingkat lanjut? apa yang menjadi fokus utama dalam setiap level?
4. Bagaimana anda menyesuaikan program pelatihan dengan kebutuhan dan tujuan individu setiap siswa?
5. Bagaimana anda berkontribusi dalam mempromosikan dojo ini kepada calon siswa?
6. Apa yang menurut anda menjadi tantangan terbesar dalam menarik siswa baru, terutama pemula?
7. Bagaimana anda membangun hubungan yang baik dengan siswa?

8. Bagaimana anda memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan dojo dan program pelatihan?
9. Konten seperti apa yang menurut anda efektif untuk menarik minat calon siswa di media sosial?
10. Bagaimana anda melihat pentingnya mengikuti event dan kompetisi bagi siswa?
11. Apa yang bisa dilakukan dojo untuk lebih melibatkan siswa dalam kegiatan kompetisi?
12. Apa harapan anda untuk masa depan Dojo Karawaci?

Melalui wawancara dengan pelatih profesional Teguh Yovieanto, diharapkan akan diperoleh wawasan mendalam tentang program pelatihan, metode yang diterapkan, tantangan dalam menarik siswa baru, serta strategi promosi yang sudah dilakukan. Informasi ini akan digunakan untuk merancang konten situs web yang relevan dan menarik bagi calon anggota, khususnya pada halaman program pelatihan, profil pelatih, dan testimoni.

C. Wawancara Atlet Nasional

Selanjutnya wawancara ketiga dilakukan untuk mendapatkan informasi tambahan, perkembangan, dan tantangan dari merek Dojo Karawaci. Wawancara yang akan dilakukan ditujukan kepada atlet nasional yang berhasil disalurkan oleh Dojo Karawaci, atlet ini bernama Anugerah Nugie Pangestu. Wawancara bersama atlet Dojo Karawaci ini akan dilakukan secara langsung (*face to face*). Kemudian informasi yang telah didapatkan akan membantu penulis dalam memberikan tambahan informasi, pencapaian dan apa saja yang perlu di tambahkan pada halaman situs web Dojo Karawaci. Berikut list pertanyaan yang diajukan kepada pemilik Dojo Karawaci

1. Bagaimana persiapan anda sebelum mengikuti kompetisi? apa saja yang menjadi fokus latihan anda?

2. Bagaimana peran pelatih dan dojo dalam mendukung persiapan anda?
3. Bagaimana rasanya membawa nama baik Dojo Karawaci di kancah nasional?
4. Bagaimana kemenangan anda berkontribusi dalam mempromosikan dojo? apakah anda mendapatkan lebih banyak perhatian setelah menjadi juara?
5. Media sosial apa yang paling sering anda gunakan untuk berbagi pengalaman bertanding dan mempromosikan dojo?
6. Bagaimana kemenangan ini mempengaruhi motivasi anda untuk terus berlatih dan berkompetisi?
7. Bagaimana peran pelatih dalam membantu anda mencapai prestasi yang saat ini anda raih?
8. Apakah fasilitas yang ada di dojo mendukung proses latihan anda? apakah ada fasilitas yang menurut anda perlu ditambah atau ditingkatkan?
9. Pesan apa yang ingin anda sampaikan kepada calon atlet yang ingin bergabung dengan Dojo Karawaci?
10. Menurut anda, apa yang membuat Dojo Karawaci berbeda dan istimewa?

Melalui wawancara dengan atlet nasional Anugerah Nugie Pangestu, diharapkan dapat diperoleh wawasan mendalam tentang peran dan kontribusi Dojo Karawaci dalam perkembangan kariernya. Selain itu, wawancara ini juga bertujuan untuk mendapatkan saran dan masukan berharga yang dapat digunakan untuk pengembangan situs web serta strategi pemasaran Dojo Karawaci. Informasi yang diperoleh akan melengkapi data dari wawancara sebelumnya dan memperkaya konten website, terutama pada halaman profil sasana dan testimoni.