BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek perancangan

Dalam mennetukan subjek perancangan penulis menentukan untuk menargetkan orang dengan golongan sebagai berikut:

1. Geografis

   A. Kota/Kabupaten: Tangerang

   B. Provinsi: Banten, DKI Jakarta

   Penulis memutuskan untuk menggambil target pada daerah Tangerang dikarenakan, BD Photo studio berlokasi di Tangerang Kota, dan dapat diakses dengan mudah bagi peduduk di daerah Tangerang, didukung dengan dekatnya BD Photo Studio dengan transportasi umum membuat penulis yakin akan target geografis yang disasar.

2. Demografis

   A. Usia: 40–55 Tahun

   Usia yang penulis pilih dalam perancangan media promosi adalah rentan usia yang difokuskan pada Gen X (40 – 55 tahun), alasan penulis memilih gen X sebagai sasaran utama dikarenakan behaviour yang dimiliki oleh BD Photo Studio yang cenderung lebih memberikan berbagai pelayanan yang membantu orang agar dapat lebih cepat / praktis. Hal ini didukung oleh beberapa wawancara singkat yang dilakukan oleh penulis dengan hasil bahwa orang tualah yang merupakan perantara antara foto studio dengan sang anak. Selain itu, penggunaan media komunikasi *handphone* sudah sangat meroket bagi semua orang, termasuk orang dewasa sekalipun, penggunaan sosial media juga marak digunakan sebagai salah satu media informasi dan hiburan bagi masyarakat, oleh karna itu melalui perantara ADS yang terdapat pada sosial media, dapat dengan mudah mempromosikan suatu bisnis. Selain adanya pertimbangan dalam segi alat, penulis juga melihat *behavior* para orang tua yang masih melakukan kegiatan bisnis, dan bekerja maka dapat disimpulkan bahwa

orang tua tidak memiliki banyak waktu oleh karena itu kepraktisan merupakan salah satu alasan yang dilirik oleh golongan generasi X.

B. Jenis Kelamin: Laki – laki dan Perempuan

Pada pemilihan jenis kelamin, tentu saja penulis menargetkan laki laki dan perempuan, dikarenakan bahwa foto studio dapat bersifat bebas dan dapat diakses oleh semua orang dari semua kalangan.

C. Tingkat Pendidikan: SMP, SMA/K, D3, S1, S2

Tingkat Pendidikan yang penulis pilih merupakan tingkat Pendidikan yang usianya sudah memasuki masa mulai dan sudah bekerja, sehingga dari tingkat Pendidikan manapun sebenarnya dapat mengakses.

D. Pekerjaan: Karyawan, wirausaha, Karyawan, Wirausaha, Ibu rumah tangga

Pada jenis pekerjaan, penulis memilih pekerjaan tersebut dikarenakan pekerjaan tersebut merupakan pekerjaan yang memiliki cukup banyak peminat, dikarenakan menurut data yang penulis olah, generasi X cukup sering terjun ke jenis pekerjaan tersebut.

E. SES: B (Rp. 3.000.001 – Rp.7.500.000) – A1 (> Rp.7.500.000)

SES yang menjadi patokan dalam pengamatan ini adalah SES B – A1, dikarenakan target pasar yang ditargetkan adalah golongan menengah ke atas, dengan penghasilan yang sudah cukup stabil, dan juga mengerti kualitas sebagai patokan dalam memilih foto studio.

3. Psikografis

A. Remaja dan dewasa yang memiliki ketertarikan mengabadikan momen bersama orang terdekat.

B. Keluarga yang ingin mengabadikan momen – momen tertentu (kelulusan, dan atau foto keluarga besar).

dalam pengamatan unsur psikografis, penulis juga melihat gaya hidup yang menjadi acuan, seperti gaya hidup yang suka mengabadikan momen, dan tidak ragu mengeluarkan uang lebih untuk sesuatu yang praktis dan kualitan bagus.

3.2 Metode dan prosedur perancangan

Metodologi penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah metodologi kuantitatif dan metodologi kualitatif, menurut jurnal Binus 2023 metodologi kuantitatif adalah metodologi penelitian berbasis data angka dan statistik yang kemudian data tersebut dapat diukur. Sedangkan metodologi kualitatif merupakan metodologi yang tidak dapat diperoleh secara statistika, karena hal utama yang dilakukan dalam metodologi ini adalah melakukan riset dengan menyelidiki suatu perusahaan. Dalam metodologi penelitian penulis menggunakan cara kualitatif (*interview*, *survei*, dan studi ekisting) dan metodologi kuantitatif (kuesioner). Berdasarkan Sugiyono (2019), metode kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk menekankan makna dari kondisi ilmiah sedangkan metode

Bentuk metode penelitian kuantitatif yang dilakukan adalah dengan menggunakan bentuk metode penelitian kualitatif yang penulis lakukan adalah dengan wawancara dan studi eksisting. Bentuk metode penelitian kuantitatif yang dilakukan adalah dengan menggunakan kuesioner.

3.2.1 Metode kualitatif

Metode yang penulis gunakan dalam tahapan perancangan yaitu adalah metode kualitatif. Metode kualitatif yang penulis lakukan dalam pengumpulan data ini adalah wawancara, kuesioner, survei lapangan, dan studi eksisting. Wawancara yang penulis lakukan yakni dengan pemilik dan juga *social media planner* dari pihak BD Photo Studio, untuk mengetahui secara langsung informasi primer yang terkait dengan BD Photo Studio yang tidak dapat ditemukan di dalam internet. Studi referensi dilakukan dengan meneliti data dari BD Photo Studio dan data dari perusahaan foto studio lainnya sebagai acuan referensi karya, sehingga penulis dapat membandingkan karya visual yang dimiliki.

3.2.1.1 Kuesioner

Pada proses pengumpulan data, penulis menggunakan metode pengumpulan kuesioner, dengan adanya kuesioner penulis dapat dengan mudah menyebarkan pertanyaan kepada target yang akan dituju, penggunaan kuesioner yang penulis sebarkan adalah

dengan tujuan melihat behaviour para calon pengguna, dari apa saja yang mereka cari maupun darimana mereka mengetahui, guna mendapatkan informasi yang lebih akurat.

3.2.1.2 Survei lapangan

Survei lapangan merupakan kegiatan dimana penulis menggunjungi langsung BD Photo Studio, dimana penulis akan datang dan berkunjung untuk melihat daerah sekitar dari BD Photo Studio, tujuan survei lapangan adalah membantu penulis memahami kekurangan atau kelebihan dari daerah sekitar BD Photo Studio, sehingga tahapan perancangan kedepannya penulis dapat memperkirakan media apa yang efektif dalam perancangan desain yang baik.

3.2.1.3 Wawancara

Penulis memilih metodologi wawancara sebagai Teknik dalam perancangan, dikarenakan Teknik wawancara merupakan Teknik yang efektif dan dapat digunakan, Teknik wawancara terbagi menjadi beberapa bagian, menurut Fadhallah terdapat tiga jenis wawancara, diantaranya adlaha wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan wawancara tidak terstruktur. (Fadhallah, 2021, h. 7-8).

1. Wawancara terstruktur

   Pada wawancara terstruktur penulis menggunakan jenis jenis pertanyaan tertutup, sehingga dalam wawancara bersifat focus dan terstruktur sehingga lebih spesifik. Pada pelaksanaan wawancara terstruktur, penulis menargetkan pemilik BD foto studio, sosial media specialist, dan juga *UI & UX* desainer sebagai narasumber utama dalam perancangan ini. Pada tahap ini terdapat pertanyaan wawancara sebagai berikut:

A. Bagaimana sejarah atau awal mula berdirinya BD Photo Studio kapan berdirinya photo studio dan apa alasan BD Photo Studio dibangun?

B. Apakah fokus tujuan utama atau visi dan misi dari BD Photo Studio?

C. BD Photo Studio sudah berdiri sejak tahun 1984, apa saja perkembangan dari BD Photo Studio sejak tahun operasionalnya?

D. Apa saja layanan yang telah diberikan BD Photo Studio dan apakah terdapat layanan BD Photo Studio yang akan mendatang juga?

E. Fasilitas apa saja yang diberikan bdps

F. Bagaimana cara bdps bisa bersaing hingga saat ini diantara banyaknya photo studio baru yang ada

G. Apa keunggulan BD Photo Studio atau apa yang membuat BD Poto Studio berbeda dari photo studio lainny

H. Apakah BD Photo Studio memiliki target customer tertentu? Bisa jelaskan alasan pemilihan target tersebut? (usia/status/kerja secara spesifik) ad ga target market baru yang disasar?

I. Adakah jumlah pengunjung yang ditargetkan oleh BD Photo Studio? (hari/bln/thn)

J. Apakah ada pengurangan jumlah penggunjung dari target yang diharapkan?

K. Media apa saja yang digunakan oleh BD Photo Studio dalam menjalankan aktivitasnya (promosi/aktifitas/informasi) dan apakah ada media utama yang difokuskan?

L. Menurut anda apakah terdapat masalah dalam media promosi yang digunakan saat ini

M. Seberapa efektif media promosi yang sudah dipakai oleh BD Photo Studio saat ini?

N. Apakah yg bisa ditingkatkan dalam melakukan promosi pada BD Photo Studio saat ini?

O. Apa harapan dan plan BD Photo Studio kedepannya?

2. Wawancara semi terstruktur

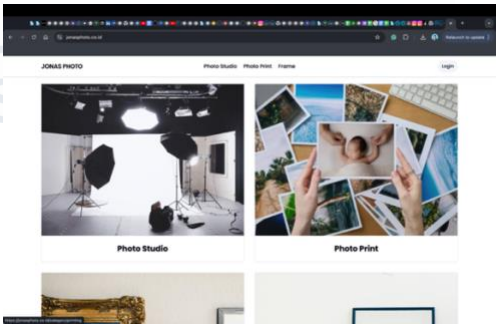
Wawancara semi terstruktur merupakan teknik wawancara yag sifatnya fleksibel, wawncara ini bersifat tidak selalu fokus dengan urutan pertanyaan, dalam proses wawancara ini kita dapat bertanya sesuai dengan alur yang ada. Penulis menargetkan narasumber wawancara berupa ibu dan anak sebagai narasumber wawancara jenis ini.

3. Wawancara tidak terstruktur

Wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang mengikuti *flow*, tanpa adanya kewajiban bagi pewawancara membuat list pertanyaan wawancara. Dalam Teknik ini penulis menargetkan foto studio lainnya yang menjadi patokan untuk ditanyakan, seperti Star Studio, dan juga konika studio.

3.2.1.4 Studi referensi

Studi referensi merupakan studi dimana penulis menggambil salah satu produk atau jasa yang ada untuk dijadikan gambaran bagi penulis kedepannya



Gambar 4. 1 *Website* Jonas Photo Studio

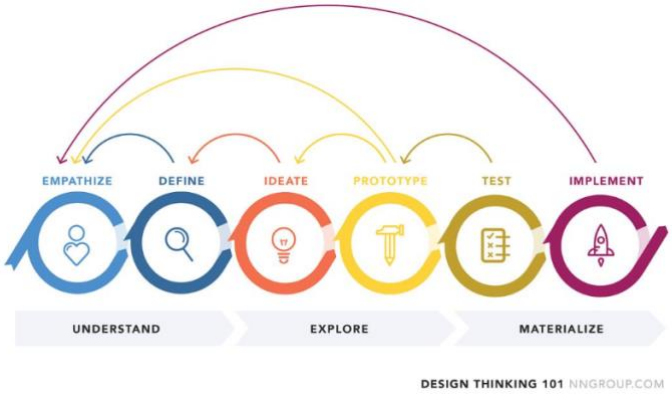
Sumber: https://jonasphoto.co.id/

Studi referensi yang penulis gunakan dalam perancangan adalah menggambil referensi dari Jonas Photo Studio yang menggunakan media promosi menggunakan *website* agar telihat profesional.

Penulis memilih untuk menggunakan Jonas Foto Studio sebagai referensi adalah karena namanya yang sudah berkembang pesat dan juga tidak diragukan kualitasnya, Jonas mampu membangun *trust* bagi para pelanggannya dikarenakan Jonas mengambil semua kesempatan yang ada di dalamnya untuk terus berpromosi. Selain dalam segi kepercayaan, penulis menggunakan referensi Jonas dikarenakan *layout*, dan juga penggunaan warna yang simpel.

3.2.1.5 Metode dan prosedur perancangan

Pada tahapan metodologi perancangan penulis menggunakan teori Design Thinking yang di dalamnya terdapat beberapa metodologi design, diantaranya adalah:



Gambar 4.2 Metode *Design Thinking*

Sumber: https://medium.com/@bhmiller0712/what-is-design-thinking

1. *Emphatize*

Permulaan diawali dengan tahapan empathize, yang berarti empati, dimana sebelum melalukan perancangan dibutuhkan pengetahuan dasar seperti mengenal, memahami keinginan, kebutuhan, dan tujuan user dalam penggunaan

produk. Pada tahap empathize, akan lebih baik jika berdasarkan point of view pengguna.

2. Define

Tahapan kedua yang harus dilakukan agar sebuah desain memiliki kelebihan dibandingkan brand lain adalah *define*, hal ini dilakukan agar sebuah desain tersusun dikarenakan hasil *research* yang matang, proses define bisa dilakukan dengan cara melakukan riset secara kualitatif maupun kuantitatif, agar mendapatkan data yang sesuai.

3. Ideate

Setelah melakukan research pada tahap *define*, tahapan berikutnya adalah mencari ide atas permasalahan yang ada, agar hasil dari *research* dapat dikembangkan menjadi ide yang menarik, dan menghasilkan sebuah solusi.

4. Prototype

Tahapan mengimplementasikan sebuah ide agar bisa digunakan oleh orang lain, dimana hal yang dibuat berbentuk kasar namun dapat digunakan.

5. Test

Setelah prototype dibuat, prototype tersebut dapat digunakan seperti aslinya dan diuji kegunaannya,dengan adanya uji coba sebelum publish sebuah produk jadi, guna agar mendapatkan feedback terhadap user.

6. Implement

Mengimplementasikan sebuah prototype ke media yang lebih proper, dan mempublis ke platform sesuai media yang dibuat.