

## BAB III

### METODOLOGI PERANCANGAN

#### 3.1 Subjek Perancangan

Target *user* dalam perancangan ini berdasarkan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) yang telah ditentukan dalam kuesioner. Target tersebut akan menjadi fokus utama dalam perancangan.

##### 1. Demografis

a. Jenis kelamin : Laki-laki & perempuan

b. Usia : 39-54

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan kepada 3 golongan usia yaitu 19-29 tahun, 30-49 tahun, dan 50 keatas, Ditemukan bahwa golongan usia 50 tahun keatas 43,8% belum pernah mendengar *deepfake* dan 57,2% tidak dapat mendeteksi konten *deepfake*. Hal ini juga didukung dengan laporan status literasi digital di Indonesia 2021 menyatakan bahwa 61,2% Gen X memiliki digital literasi rendah. Data tersebut menjadi acuan penelitian ini dan berdasarkan dari Kominfo menyatakan bahwa penyebaran berita palsu cenderung berusia 45 ke atas yang dilakukan tanpa memverifikasi berita tersebut (Kominfo, 2018).

c. Pendidikan : SMA ke atas

d. Kewarganegaraan : Indonesia

e. Kelas Ekonomi : SES A

Berdasarkan laporan status literasi digital di Indonesia 2021, data tersebut menunjukkan bahwa SES A memiliki indeks literasi digital rendah berjumlah 41,1%. Hal ini menunjukkan perlunya bantuan edukasi terhadap golongan SES A yang memiliki akses luas terhadap teknologi, namun mereka rentan

terhadap ancaman yang lebih kompleks seperti *deepfake* yang bisa mempengaruhi keuangan dan reputasi.

## 2. Geografis

### a. JABODETABEK

Berdasarkan data dari Kompas (2021) daerah seperti DKI Jakarta, Banten, dan Jawa Barat memiliki pengguna internet tertinggi di Indonesia. Terdapat sebanyak 71,81% individu yang menggunakan internet di daerah perkotaan. Namun pada daerah urban berdasarkan laporan status literasi digital di Indonesia 2021, memiliki nilai indeks literasi digital rendah sebesar 47,5%.

## 3. Psikografis

- a. Belum pernah mendengar *deepfake*
- b. Tidak relevan dengan teknologi AI
- c. Suka *share* berita/konten hoaks yang tidak di cek terlebih dahulu

## 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang digunakan adalah model *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) dari jurnal Roedvan, Pudjoatmodjo, dan Sujana (2022). Model ini memiliki lima tahap utama, yaitu *Initialization*, *Blueprint Design*, *Assets Preparation*, *Product Development*, dan *Testing & Validation*. Kemudian pada metode penelitian yang digunakan untuk pengambilan data, menggunakan metode campuran kualitatif dan kuantitatif. Berikut terdapat lima tahap model MDLC (Roedvan, Pudjoatmodjo, & Sujana, 2021):

### 3.2.1 Initialization

Pada tahap awal ini untuk menentukan bentuk produk multimedia yang akan dirancang dan dikembangkan. Dalam fase ini akan membuat dokumen rancangan yang membahas mengenai kebutuhan produk, struktur tim yang terlibat, durasi pengerjaan, dan anggaran pengembangan. Menggunakan jalur produk *non-linear*, seperti aplikasi multimedia interaktif, akan

menentukan fitur – fitur yang akan digunakan, *platform* yang ditargetkan, serta teknologi pengembangan yang akan digunakan.

### **3.2.2 *Blueprint Design***

Pada fase *blueprint design* akan menghasilkan dokumen teknis yang menjadi referensi dalam seluruh proses pengembangan produk. Untuk produk *non-linear* akan menghasilkan *blueprint user journey*, *user interface design*, dan *user experience*. Sebelum memasuki tahap produksi, pada tahap ini harus menghasilkan *mockup* awal aplikasi sebagai validasi awal. Tahap ini memastikan semua aspek desain telah dipahami dan siap untuk dilanjutkan ke tahap produksi.

### **3.2.3 *Assets Preparation***

Dalam tahap *assets preparation* akan mempersiapkan berbagai bentuk asset yang akan digunakan dalam proses produksi. Pada produk *non-linear* akan mempersiapkan tempat menyimpan bentuk elemen interaksi UI/UX dan *programming scripts* yang dapat digunakan saat menjalankan setiap fungsi.

### **3.2.4 *Product Development***

Tahap *product development* menjadi tahap utama dalam MDLC. Dalam fase ini menjadi akumulasi dari tahap-tahap sebelumnya. Pada produk *non-linear* akan menghasilkan beberapa halaman UI atau formular yang sudah terintegrasikan ke dalam aplikasi utama. Fase ini melibatkan pengembangan *blueprint user journey*, UI, dan UX yang berperan penting untuk proses produksi akhir.

### **3.2.5 *Testing & Validation***

Pada tahap *testing & validation* ini akan menguji hasil produk multimedia. Validasi tersebut akan menggunakan dokumen awal yang dibuat untuk menyesuaikan dengan beberapa fitur atau fungsi yang tidak sesuai dengan desain awal. Fase ini juga akan terus dilanjutkan dengan produksi untuk memperbaiki fitur atau fungsi yang diperlukan. Fase *testing & validation* ini

berperan penting untuk memastikan produk multimedia telah sesuai dengan rencana awal dan siap untuk digunakan.

### **3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan**

Pengumpulan data yang dilakukan penulis menggunakan *mix method* atau campuran antara kualitatif dan kuantitatif. Menggunakan *mix method* karena mendapatkan informasi yang lebih dalam dibandingkan jika hanya menggunakan salah satu jenis data (Creswell, 2018, h.261). teknik ini berfungsi untuk memastikan bahwa penelitian mampu menangkap data yang lebih lengkap, baik dalam bentuk narasi maupun angka.

#### **3.3.1 Observasi**

Observasi kualitatif merupakan metode pengumpulan data yang dimana penulis mengamati dan mencatat perilaku serta aktivitas individu di lokasi penelitian. Dalam proses ini, peneliti atau pengamat dapat berperan dalam berbagai tingkat keterlibatan, mulai dari pengamat pasif (*nonparticipant*) hingga terlibat sepenuhnya sebagai partisipan aktif (*complete participant*) (Creswell, 2018, h.262-263).

##### **1. Pengamatan Terfokus**

Pada pengamatan terfokus ini, penulis mengamati secara mendalam bagaimana konten *deepfake* digunakan untuk mengunggah konten-konten sensitif yang berpotensi memicu kontroversi dan disinformasi di masyarakat. Konten-konten yang akan diobservasi adalah postingan Facebook yang mengandung unsur agama melalui teknologi *deepfake*, video politisi yang dapat mempengaruhi opini publik, dan penipuan berbasis *deepfake* yang mengubah suara seseorang. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran keadaan/fenomena yang dialami masyarakat Indonesia dan sebagai panduan dalam konten yang dapat mengedukasi target perancangan nantinya.

### 3.3.2 Kuesioner

Data kuesioner diperoleh menggunakan Google Form dan disebarikan secara daring kepada 100 responden laki-laki dan perempuan, berusia 19-29, 30-49, dan 50 keatas. Kuesioner ini disebarikan di daerah JABODETABEK dengan mayoritas daerahnya adalah Tangerang dan Jakarta. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat Indonesia akan *deepfake* sebagai acuan nantinya untuk masuk dalam tahap perancangan media informasi. Isi pertanyaan kuesioner akan mengacu pada pengetahuan *deepfake* dan apakah target audiens mampu mengenali konten *deepfake*. Pertanyaan-pertanyaan kuesioner ini ditanyakan karena berdasarkan dari jurnal Hwang, Ryu, & Jeong tentang *Effects of Disinformation using Deepfake: The Protective Effect of Media Literacy Education* menyatakan bahwa orang yang tidak tahu tentang *deepfake* akan lebih mungkin membagikan konten tersebut dibandingkan yang sudah tahu apa itu *deepfake*. Indikator pertanyaan kuesioner ini diambil dari jurnal *Effects of Disinformation using Deepfake: The Protective Effect of Media Literacy Education* (2021) adalah sebagai berikut:

1. Apakah anda pernah mendengar tentang teknologi *deepfake*?
2. Dimana anda pertama kali mendengar *deepfake*?
3. Seberapa banyak anda melihat/menemui *deepfake*?
4. Bisakah anda membedakan (foto Pope Francis memakai jaket dingin) sebagai informasi yang benar atau tidak?
5. Seberapa bahaya tipuan *deepfake* menurut anda?
6. Bagaimana reaksi anda jika menemukan konten yang diduga merupakan *deepfake*?
7. Media apa yang biasanya digunakan untuk mencari informasi?
8. Berapa lama anda menggunakan media yang digunakan untuk mencari informasi?
9. Alat perangkat apa yang biasa anda gunakan untuk mengakses sebuah informasi?

Setelah mendapatkan informasi berdasarkan pertanyaan diatas, penulis dapat menentukan target primer perancangan media informasi

berdasarkan dari segi pengetahuan dan kemampuan mereka akan mengenali konten *deepfake*. Kuesioner ini bertujuan untuk menentukan fokus target perancangan serta pengetahuan dan kemampuan masing-masing golongan usia akan teknologi *deepfake* dan bahayanya. Setelah melakukan kuesioner, penulis akan lanjut ke tahap pengambilan data dengan metode wawancara.

### 3.3.3 Wawancara

Melakukan wawancara baik secara langsung, melalui panggilan telepon, maupun menggunakan internet, dengan tujuan mendapatkan pandangan dan pendapat dari narasumber (Creswell, 2018, hlm. 263). Penulis melakukan wawancara kepada ahli untuk mendapatkan informasi yang mendalam mengenai macam bentuk *deepfake*, bahaya tipuan *deepfake*, serta bagaimana cara mengidentifikasi konten berbasis *deepfake*. Berdasarkan dari jurnal *Effects of Disinformation using Deepfake: The Protective Effect of Media Literacy Education* oleh Hwang, Ryu, & Jeong hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa pengaruh media informasi dapat membantu masyarakat dalam mengenali dan menghindari bahaya disinformasi yang dihasilkan oleh *deepfake*. Penulis juga membutuhkan informasi dari salah satu narasumber ahli dalam bidang pembuatan konten menggunakan teknologi AI. Wawancara akan dilakukan secara online dan akan menanyakan beberapa hal terkait penggunaan teknologi AI terhadap dampaknya kepada masyarakat Indonesia dan bagaimana membantu masyarakat Indonesia untuk lebih pandai dalam mencermati konten-konten tersebut hingga dapat menghindari tipuan berbasis AI. Indikator pertanyaan wawancara ini diambil dari jurnal *The Emergence of Deepfake Technology: A Review* (2019) adalah sebagai berikut:

1. Menurut anda, bagaimana potensi teknologi AI sekarang dalam menghasilkan konten-konten realistis dengan tujuan yang salah?
2. Apakah teknologi AI, khususnya dalam konteks *deepfake* memiliki dampak langsung terhadap opini publik di Indonesia? Bagaimana cara terbaik untuk mengedukasi masyarakat tentang hal ini?

3. Perlukah adanya langkah preventif untuk mengedukasi masyarakat Indonesia akan ancaman *deepfake* ini?

Tujuan dari wawancara dengan narasumber yang ahli dalam menghasilkan konten menggunakan teknologi AI ini untuk mendapatkan informasi yang dapat membantu masyarakat dan target perancangan akan cara mengenali konten *deepfake*.

### **3.3.4 Focus Group Discussion**

Penulis akan melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) setelah proses setelah perancangan website atau dalam tahap uji *beta test* pada *website*. Peserta FGD kan terdiri dari target utama perancangan *website* serta target sekunder. Waktu pelaksanaan dan media yang digunakan dalam FGD akan disesuaikan dengan jadwal para peserta, baik dengan metode pertemuan langsung ataupun *online*. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan masukan akan media perancangan yang dibuat oleh penulis dan kegunaannya bagi para pengguna.

### **3.3.5 Studi Eksisting**

Pada studi eksisting ini, penulis telah melakukan observasi pada media informasi di Internet yang berupaya untuk mengedukasi masyarakat di Indonesia. Namun kurangnya media informasi dan media informasi yang adapun hanya menjelaskan secara teks tanpa mengedukasi masyarakat cara mendeteksi konten *deepfake*. Sehingga karena media informasi tersebut kurang efektif dalam mengedukasi, maka penulis akan merujuk pada penelitian dari oleh Hwang, Ryu, & Jeong yang berjudul *Effects of Disinformation using Deepfake: The Protective Effect of Media Literacy Education*. Pada studi eksisting ini penulis akan melakukan analisis SWOT pada salah satu website yang ditemukan di Google. Website yang dipilih adalah dari Telefonica yang berupa dalam bentuk blog berita penjelasan yang membahas apa itu *deepfake* dan cara mendeteksinya. Website ini dipilih sebagai analisa studi eksisting karena merupakan bentuk media informasi yang dapat ditemukan oleh masyarakat dan sebagai panduan untuk memahami lebih dalam mengenai

efektivitas edukasi literasi media dalam membantu masyarakat mengidentifikasi dan menghindari konten deepfake. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tambahan yang relevan untuk merancang media informasi yang dapat mengedukasi masyarakat, khususnya dalam mengenali dan menghindari ancaman *deepfake*.

### **3.3.6 Studi Referensi**

Studi referensi akan dilakukan penulis pada *website* pembelajaran oleh *The MIT Center for Advanced Virtuality*. *Website* tersebut menjadi media modul pembelajaran mereka untuk membekali siswa dengan keterampilan kritis agar lebih memahami ancaman misinformasi. Siswa akan mempelajari berbagai cara untuk menganalisis bentuk-bentuk baru misinformasi yang sedang berkembang, seperti video *deepfake*, serta bagaimana teknologi baru dapat digunakan untuk menciptakan dunia yang lebih adil dan setara. Studi referensi ini bertujuan untuk memberikan landasan yang kuat bagi perancangan media informasi yang lebih tepat sasaran dan mampu membantu audiens dalam mengenali serta menghindari bahaya disinformasi berbasis *deepfake*.

