

## BAB III

### METODOLOGI PERANCANGAN

#### 3.1 Subjek Perancangan

Subjek perancangan untuk *website* penerapan 4R (*reduce, reuse, recycle, dan replace*) kemasan plastik *fan merchandise* adalah sebagai berikut:

##### 1. Demografis

- a. Jenis Kelamin: Pria dan wanita.
- b. Umur: 18-24 tahun sebagai kelompok umur yang aktif dalam aktivitas *fan merchandise*. Menurut Santrock, 18-24 tahun disebut sebagai dewasa awal atau *emerging adulthood* (dalam Rahmayanti & Ediati, 2022, h.326). Kelompok umur ini memiliki kebebasan dalam menentukan nasibnya, memiliki pandangan realistis terhadap masa depan, mengalami perubahan nilai-nilai, serta siap berperan dan bertanggung jawab dalam masyarakat (Siagian & Brahmana, 2023, h.915). Hal ini termasuk mengontrol penggunaan kemasan plastik dan mengelolanya, sehingga target bisa menjadi bagian masyarakat yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Selain itu, umur 18-24 tahun merupakan kelompok umur yang produktif, aktif dalam mencari informasi, dan mempelajari hal baru (Tahu et al., 2024, h.1141).
- c. Pendidikan: Pelajar SMA dan mahasiswa.
- d. SES: B-A. Pengelolaan kemasan plastik membutuhkan biaya yang lebih tinggi (Wibowo et al., 2023, h.2472) sehingga penulis menargetkan masyarakat SES B-A. Selain itu, aktivitas di bidang *merchandise* bergerak di kebutuhan tersier yang berfokus pada fungsi untuk mendapatkan rasa senang dan bahagia (Firdiyana & Misidawati, 2024, h.323).

##### 2. Geografis

Jabodetabek dipilih sebagai batasan wilayah target perancangan karena merupakan pusat aktivitas ekonomi di Indonesia (Atmaja & Nurussalwa, 2024,

h.186). Banyaknya kemasan plastik yang menjadi timbunan sampah dari aktivitas fan berasal dari tingginya kegiatan jual beli yang dilakukan, sehingga perancangan menargetkan wilayah yang menjadi pusat ekonomi. Mayoritas acara *art market* juga diadakan di Jabodetabek yaitu Comic Frontier di Tangerang, Comic Con di Jakarta, kira kira Art Market di Jakarta, dan P-LAND di Jakarta. Dengan demikian, perancangan bisa menjangkau dan berfokus pada pusat aktivitas *fan merchandise*.

### 3. Psikografis

- a. Peminat *fan merchandise* yaitu kreator/pembuat *fan merchandise* (primer) dan konsumen/pembeli *fan merchandise* (sekunder).
- b. Peminat *fan merchandise* yang sering menggunakan/menemui kemasan plastik untuk produk *fan merchandise*.
- c. Peminat *fan merchandise* yang peduli terhadap isu lingkungan, khususnya terkait sampah kemasan plastik dan pengelolaannya.
- d. Orang-orang yang terbiasa mencari informasi dari internet.

### 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Dalam merancang *website* informasi penerapan 4R untuk kemasan plastik *fan merchandise*, digunakan metode *Design Thinking* yang dimuat dalam buku *An Introduction to Design Thinking Process Guide* (2010). Interaction Design Foundation (2024, h.14) menjelaskan bahwa *Design Thinking* bertujuan untuk mengembangkan suatu produk inovatif dengan menganalisis dan memahami cara pengguna berinteraksi dengan produk serta menyelidiki situasi yang terjadi. Situasi ini antara lain menyelidiki emosi pengguna, kebutuhannya, motivasinya, dan apa yang menjadi dorongan dari perilakunya. Hal ini didukung oleh Denasfi & Wahyuni (2020) yang menjelaskan bahwa *Design Thinking* merupakan pendekatan yang berbasis pada solusi sebagai pemecahan masalah.

#### 3.2.1 *Empathize*

*Empathize* adalah tahap untuk memahami perilaku target perancangan dalam lingkup tantangan desain yang sedang diangkat. Beberapa hal yang perlu diketahui adalah cara target melakukan suatu hal dan alasannya, kebutuhan emosional dan fisiknya, bagaimana mereka melihat dunia, dan apa yang

bermakna bagi mereka. Tujuannya adalah untuk memperoleh *insight* tentang cara mereka berpikir dan nilai-nilai yang mereka anut untuk menciptakan sebuah solusi inovatif.

Dalam tahap ini, penulis melakukan teknik pengumpulan secara *mixed methods*. Teknik observasi di *art market* berfungsi mengamati secara langsung kebiasaan penggunaan kemasan plastik di aktivitas jual beli *fan merchandise* dan preferensi jenis kemasan yang digunakan sebagai landasan untuk menyusun teknik pengumpulan data lainnya. Kemudian teknik wawancara kepada ahli kemasan plastik berfungsi untuk mengetahui lebih lanjut dan mendapatkan *insight* mengenai metode 4R dari narasumber yang ahli di bidang tersebut dan menjadi bagian dari pihak yang telah menerapkan metode 4R secara skala besar. Wawancara dengan desainer UI/UX berfungsi untuk mengetahui lebih lanjut mengenai media informasi yang akan dirancang, seperti proses perancangannya, tantangan, pertimbangan, dan solusinya dari sudut pandang pihak yang lebih mengetahui tentang UI/UX. Teknik kuesioner dilakukan untuk menilai wawasan, memahami preferensi, dan pendapat dari sudut pandang kreator serta konsumen *fan merchandise*. Teknik *Focus Group Discussion* (FGD) dilakukan untuk mendapatkan pengalaman dan pendapat yang lebih mendalam dari penggemar *fan merchandise* seputar topik kemasan plastik produk, pengelolaannya, metode 4R, dan pertimbangan untuk perancangan media informasi. Studi eksisting dilakukan untuk menganalisis perancangan yang sudah pernah ada sebelumnya dan mencari peluang, sementara studi referensi dilakukan untuk mengeksplorasi gaya desain yang cocok untuk perancangan website 4R untuk kemasan plastik *fan merchandise*.

### **3.2.2 Define**

Pada tahap ini, penulis merumuskan kembali permasalahan yang akan diangkat melalui hasil data dari tahap *empathize*. Rumusan ini akan menjadi panduan untuk menentukan strategi dan solusi yang akan dilakukan, yaitu perancangan website penerapan 4R (*reduce, reuse, recycle, dan replace*) untuk kemasan plastik *fan merchandise* beserta perencanaan media sekundernya.

Penulis akan melakukan *user persona*, *user journey*, dan pada tahap ini agar solusi yang dirancang bisa relevan dengan permasalahan target audiens.

### **3.2.3 Ideate**

Data yang sudah dirumuskan kembali dan ditentukan solusinya di tahap *define* akan menjadi panduan dalam melakukan tahap *ideate*. Pada tahap ini, penulis akan merancang solusi terkait topik permasalahan. Penulis akan membuat *mind map* yang bisa membantu mengidentifikasi aspek-aspek yang berhubungan dengan 4R, kemasan plastik, dan *fan merchandise*. Dari *mind map*, akan ditentukan *big idea* yang mewakili seluruh perancangan. *Big idea* kemudian akan digunakan untuk menentukan *moodboard* dan *typeface* pada media yang akan dirancang. *Brand mandatory* juga dibutuhkan untuk memastikan solusi media bisa menjangkau target audiens.

### **3.2.4 Prototype**

Pada tahap ini, penulis akan melakukan *user flow* dan *site map* yang didasari pada hasil pengumpulan data di tahap-tahap sebelumnya. Setelah selesai, akan dilakukan *wireframing* dan *prototyping* secara digital. Penulis akan merancang aset-aset desain yang dibutuhkan dalam *website* dan mengimplementasikannya tidak hanya media utama, namun juga pada media sekunder berbentuk cetak. Sebelum diuji di tahap selanjutnya, perlu dipastikan bahwa seluruh peletakan aset dalam media sudah betul dan berfungsi dengan baik agar bisa membantu target audiens.

### **3.2.5 Test**

Prototipe yang sudah selesai akan dites keberhasilannya melalui *user test* atau implementasi dari tahap ini. Tujuannya adalah untuk mendapatkan masukan, saran, dan kritik dari prototipe yang sudah ada. Ada dua jenis *test* yang akan dilakukan, yaitu *alpha testing* dan *beta testing*. *Alpha testing* dilakukan di universitas pada acara *Prototype Day*, sementara *beta testing* dilakukan langsung pada target audiens untuk mengetahui relevansi perancangan dengan kebutuhan asli di lapangan. Dari hasil *testing* tersebut,

akan diketahui berhasil atau tidaknya perancangan yang sudah dilakukan dan bagaimana memperbaikinya dari masukan-masukan yang didapatkan.

### 3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Metode pengambilan data dalam perancangan menggunakan metode gabungan kualitatif dan kuantitatif. Teknik yang digunakan adalah observasi untuk melihat langsung fenomena penggunaan kemasan plastik di *art market*, wawancara untuk mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai topik tugas akhir, *Focus Group Discussion* (FGD) untuk mengetahui pengalaman target audiens, dan kuesioner yang disertai beberapa pertanyaan terbuka di akhir untuk mengetahui wawasan, preferensi, dan pendapat dari kreator dan konsumen *fan merchandise*. Teknik-teknik tersebut dilakukan dengan tujuan mendapatkan informasi seputar metode 4R, kemasan plastik, dan *fan merchandise*.

Riset untuk perancangan bisa ditentukan keabsahaannya melalui metode triangulasi oleh Creswell. Kebenaran suatu perancangan dengan satu jenis pertanyaan penelitian bisa dilakukan melalui *mixed method*. Metode ini menggabungkan antara penelitian kuantitatif dan kualitatif untuk memperdalam penelitian penulis dan kesimpulan yang bisa didapatkan. Berdasarkan Creswell (2012), terdapat strategi *concurrent triangulation* ketika penulis melakukan penelitian kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan, baik untuk mengumpulkan data ataupun menganalisis data, untuk kemudian menemukan mana data yang bisa digabung dan yang dibedakan (dalam Azhari et al., 2023, h.8018). Dalam jurnal yang sama, metode triangulasi ini juga dijelaskan oleh Greene, Caracelli, dan Graham (1989). Triangulasi ini menggunakan lebih dari satu metode penelitian untuk mengetahui dimensi yang sama dari suatu permasalahan, meningkatkan validitas penelitian, dan memperkuat kesimpulan penelitian.

#### 3.3.1 Observasi

Penulis melakukan observasi terfokus untuk mengamati secara langsung fenomena tingginya penggunaan kemasan plastik pada *fan merchandise* di *art market*. Penulis mengobservasi acara CoCoMa 2 yang dilaksanakan pada hari Sabtu, 8 Februari 2025 di Dian Ballroom, Mall Ciputra,

Jakarta Pusat. Observasi dilakukan pada pukul 09.30 sampai dengan 13.30 WIB dengan memasuki area acara, melihat keramaian pengunjung, dan mengamati produk-produk *display* yang menggunakan kemasan plastik di meja *tenants*. Penulis juga mengajak tiga pengunjung melakukan wawancara singkat untuk *pre-research*. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan observasi, *recorder* untuk merekam audio, kamera untuk mendokumentasikan acara, dan catatan untuk hasil observasi.

### 3.3.2 Wawancara

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi ataupun tujuan lainnya untuk digunakan dalam penelitian. Menurut Brinkmann, wawancara terdiri atas serangkaian pertanyaan dari pewawancara dan serangkaian jawaban oleh narasumber (dalam Kristanti & Indrayanti, 2022, h.70). Wawancara dilakukan secara terstruktur dengan menyiapkan semua pertanyaan yang akan diajukan terlebih dahulu, sesuai dengan informasi yang ingin didapatkan dari narasumber. Penulis melakukan wawancara dengan narasumber ahli yang berwawasan di bidang 4R terkait kemasan plastik untuk mendapat informasi mendalam tentang topik dan desainer UI/UX untuk pembahasan seputar perancangan media.

#### 1. Wawancara dengan Ahli *Bioplastic* dan *Biopolymer*

Penulis mewawancarai Dr. Isroi, Government & Public Partnership and Sustainability & Impact Manager di Greenhope. Tujuannya adalah untuk mengetahui tentang fenomena tingginya penggunaan plastik, plastik *biodegradable*, 4R dengan R ke-4 *return to earth*, edukasi ke masyarakat, dan tantangan dalam penerapannya. Hasil data dari wawancara digunakan untuk memahami lebih lanjut mengenai topik perancangan yaitu metode 4R yang akan dibahas dalam media informasi dari sudut pandang pihak yang telah menerapkannya. Selain itu, hasil wawancara juga membantu merumuskan *insight* yang akurat seperti miskonsepsi yang sering terjadi pada masyarakat, tantangan, dan peluang penerapannya. Dr. Isroi dipilih karena berwawasan di bidang kemasan plastik khususnya bioplastik, fenomena dalam masyarakat,



penerapan metode 4R dengan *return to earth*, dan pernah melakukan edukasi kepada mahasiswa terkait *biodegradable packaging*. Berikut adalah daftar pertanyaan yang akan ditanyakan saat wawancara:

- a. Bagaimana kondisi pengelolaan sampah plastik di Indonesia saat ini, khususnya di Jabodetabek?
- b. Apakah benar salah satu jenis sampah yang mendominasi sampah plastik adalah kemasan plastik? Jika iya, sebanyak apa? Apakah jumlahnya bertambah setiap tahun?
- c. Mengapa jumlah sampah kemasan plastik begitu tinggi? Apakah benar ada perilaku *throw-away society* dalam masyarakat?
- d. Apakah jumlah sampah kemasan plastik bisa dikurangi?
- e. Apa saja upaya yang sudah dilakukan oleh pemerintah? Bagaimana tantangan dan kendala dalam menerapkannya?
- f. Jika fenomena ini terus berlanjut, apa saja dampak yang bisa diakibatkan?
- g. Sejauh ini, seberapa efektif metode 4R (*reduce, reuse, recycle, dan return to earth*) dalam menekan jumlah sampah kemasan plastik?
- h. Apa kelebihan dan kekurangan dari metode 4R (*reduce, reuse, recycle, dan return to earth*)?
- i. Bagaimana cara mengedukasi masyarakat tentang penerapan 4R (*reduce, reuse, recycle, dan return to earth*) terkait sampah kemasan plastik?
- j. Apa tantangan terbesar dalam mengedukasi masyarakat tentang penerapan 4R (*reduce, reuse, recycle, dan return to earth*) terhadap sampah kemasan plastik?
- k. Di antara *reduce, reuse, recycle, dan return to earth*, langkah mana yang lebih mudah diterima oleh masyarakat?
- l. Sejauh ini, langkah mana yang paling efektif dalam mengurangi jumlah sampah plastik?
- m. Apakah ada jenis plastik tertentu yang lebih sulit diolah/terurai dan belum banyak orang mengetahuinya?

- n. Terkait *return to earth*, apakah ada jenis kemasan plastik yang lebih ramah lingkungan? Apa saja? Apa terbatas pada plastik berbahan *biodegradable* seperti yang dikembangkan Greenhope?
- o. Apakah jenis-jenis plastik tersebut memiliki harga murah, mudah didapat, dan terjangkau?
- p. Apakah bisa diterapkan untuk penjual produk *fan merchandise*?
- q. Bagaimana konsep 4R (*reduce, reuse, recycle, dan return to earth*) dapat diterapkan dalam industri *fan merchandise*? Apakah ada contohnya?
- r. Apakah ada regulasi/peraturan/standar yang mengatur kemasan *fan merchandise*?

## 2. Wawancara dengan Desainer UI/UX

Penulis mewawancarai desainer UI/UX, Fini Charisa untuk mengetahui tentang *website* sebagai media informasi, pertimbangan yang harus dipikirkan, dan proses perancangannya. Hal ini sejalan dengan kesehariannya yang sering memberi edukasi dan studi kasus tentang UI/UX melalui konten-kontennya di media sosial. Berikut adalah daftar pertanyaan yang akan ditanyakan saat wawancara:

- a. Seberapa efektif penggunaan *website* sebagai media informasi?
- b. Apa kelebihan/kekurangan *website* dibanding media informasi lainnya?
- c. Media *website* cocok untuk target audiens yang seperti apa?
- d. Bagaimana merancang *website* informasi yang interaktif?
- e. Bagaimana menentukan perencanaan fitur, visual, dan interaksi *website* untuk informasi? Apakah ada panduannya?
- f. Bagaimana alur perancangan Anda ketika merancang *website* informasi interaktif?
- g. Dalam merancang *website* informasi, aspek apa yang harus ada dan menjadi faktor utama agar tujuan pembuatan *website* bisa berhasil tercapai?
- h. Apa saja tantangan yang sering ditemui ketika merancang *website* informasi?



- i. Bagaimana anda menentukan layout *website* yang cocok ketika ingin menyajikan jumlah konten yang banyak?
- j. Bagaimana cara agar audiens tidak merasa bosan ketika harus membaca atau melihat konten yang banyak?
- k. Bagaimana cara memastikan desain *website* tetap nyaman digunakan di berbagai perangkat?
- l. Bagaimana cara mengelola fitur “filter konten” agar tetap *user-friendly*?
- m. Apakah ada saran fitur-fitur lain yang sebaiknya dimasukkan dalam *website*?
- n. Bagaimana cara yang efektif untuk mendapatkan *feedback* dari pengguna terkait *website*, terutama secara berkala?

### 3.3.3 Focus Group Discussion

*Focus Group Discussion* atau FGD dilakukan dengan tiga kreator/pembuat *fan merchandise* dan dua konsumen/pembeli *fan merchandise*. FGD dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang penggunaan/pengelolaan kemasan plastik yang dimiliki, kebiasaan, pengalaman, dan pertimbangan dari sisi target audiens terhadap metode 4R dan media informasi yang akan dirancang. Berikut adalah daftar pertanyaan yang akan ditanyakan saat FGD:

- a. Selama berkecukupan di bidang ini, apakah sering menggunakan/menemui kemasan plastik? Misalnya dari semua produk yang dijual atau yang dibeli, seberapa banyak yang menggunakan kemasan plastik?
- b. Apakah bisa menunjukkan contoh penggunaan plastik pada produk yang dijual/dibeli? Lalu jenis plastik apa yang digunakan?
- c. Seperti apa keuntungan dan kerugian ketika produk *fan merchandise* dibungkus menggunakan kemasan plastik? Lebih banyak keuntungan atau kerugiannya?
- d. Menurut pengalaman kalian berjualan/membeli *fan merchandise*, apakah bidang ini berdampak besar terhadap besarnya jumlah sampah kemasan plastik di Indonesia? Apakah ada data-data yang bisa menunjang pendapat tersebut?

- e. Apakah Anda pernah menggunakan/melihat kemasan fan merchandise yang ramah lingkungan? Bagaimana kesan Anda terhadapnya? Apakah memengaruhi penjualan/minat untuk membeli barang? Atau pengeluaran/modal yang lebih besar?
- f. Apakah Anda pernah menyimpan, menggunakan kembali, dan/atau mengkreasikan ulang kemasan plastik *fan merchandise* untuk keperluan lain? Jika iya, bagaimana contohnya dan apa alasannya?
- g. Menurut kalian, apakah metode 4R memungkinkan untuk digunakan sebagai solusi mengurangi jumlah sampah kemasan plastik di bidang *fan merchandise*? Jika iya, bagaimana bentuknya? Apakah ada contohnya?
- h. Kira-kira apa yang menjadi hambatan penjual/pembeli untuk tidak menerapkan 4R?
- i. Biasanya jika memiliki pertanyaan seputar *bidang fan merchandise*, akan mencari informasi sendiri ke media sosial, mencari di *browser*, menanyakan di komunitas, atau yang lainnya?
- j. Jika ada *website* yang memberikan informasi tentang cara mengurangi sampah kemasan dengan cara menggunakan kembali, mengkreasikan kemasan plastik *fan merchandise*, dan memberikan alternatif kemasan, apakah Anda tertarik untuk menggunakannya? Mengapa?
- k. Berdasarkan kebiasaan ketika mencari informasi, fitur apa yang menurut Anda paling dibutuhkan dalam *website* ini?
- l. Untuk mengorganisir konten-konten pada *website* agar bahasan bisa lebih efektif, apakah lebih baik membahas dari variasi produk *fan merchandise* yang paling sering ditemui atau berdasarkan variasi kemasan plastiknya?

### 3.3.4 Kuesioner

Penulis membagikan kuesioner secara daring melalui media sosial pribadi dan media sosial komunitas peminat *merchandise* di X/Twitter yaitu MerchFess. Beberapa pertanyaan memiliki opsi untuk menambahkan jawaban terbuka dari responden (fitur *others*). Terdapat dua jenis kuesioner, yang pertama adalah kuesioner untuk kreator/pembuat *fan merchandise* dan yang kedua adalah kuesioner untuk konsumen/pembeli *fan merchandise*. Kriteria

lainnya untuk kedua kuesioner sama, yaitu berumur 18-24 tahun, tinggal di Jabodetabek, dan peduli pada isu lingkungan. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling*, karena tidak semua orang merupakan peminat *fan merchandise* dan pernah membeli ataupun pernah membuat *fan merchandise*. *Sampling* ini digunakan agar kuesioner tidak mengambil sampel yang bersifat representatif dari masyarakat luas untuk diterjemahkan hasilnya pada target perancangan (Thomas, 2022, h.3) sehingga hasil kuesioner relevan dengan penelitian yang ingin dilakukan (Andrade, 2021, h.87). Berikut adalah daftar pertanyaan pada kuesioner:

### 1. Kuesioner Kreator/Pembuat *Fan Merchandise*

- 1) Umur (*single choice*: 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, lainnya)
- 2) Domisili (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, lainnya)
- 3) Pendapatan rutin bulanan (*single choice*:  $\geq$  Rp 11.000.000, Rp 7.000.001 - Rp 11.000.000, Rp 4.250.001 - Rp 7.000.000, Rp 2.800.001 - Rp 4.250.000, Rp 1.400.000 - Rp 2.800.000,  $\leq$  Rp 1.400.000)
- 4) Pengeluaran rutin bulanan (*single choice*:  $\geq$  Rp 7.500.001, Rp 5.000.001 - Rp 7.500.000, Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000, Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000, Rp 1.500.001 - Rp 2.000.000, Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000,  $\leq$  Rp 1.000.000)
- 5) Sudah berapa lama memiliki minat terhadap *fan merchandise*? (*single choice*: <1 tahun, 1-2 tahun, 2-3 tahun, 3-4 tahun, atau >4 tahun)
- 6) Apa alasan suka membuat *fan merchandise*? (*multiple choice*: memiliki karakter yang disukai dari suatu judul/IP, alternatif *merchandise official/resmi*, aspek fungsional, ingin berinteraksi dengan sesama fan, lainnya)
- 7) Seberapa sering membuat *fan merchandise*? (*single choice*: tidak menentu, kadang-kadang, setiap bulan, setiap tahun, atau tergantung *event*)

- 8) Membuat *fan merchandise* untuk dijual di mana saja? (*multiple choice: pre-order* sebelum *art market*, *on the spot* di *art market*, *post-sale* setelah *art market*, *online shop*, media sosial, bazar, lainnya)
- 9) Jenis *fan merchandise* apa saja yang biasanya dibuat? (*multiple choice: gantungan kunci, standee, aksesoris HP, pin, art print, photocard, stiker, pembatas buku, buku, baju, tas, pouch, lanyard, alat tulis, gelas, boneka, lainnya*)
- 10) Bahan apa yang paling banyak digunakan ketika membuat *fan merchandise*? (*multiple choice: akrilik, kertas, kertas dengan laminasi, kain, karet, stainless steel, kaca, kayu (termasuk MDF), plastik (termasuk PVC dan vinyl), resin, enamel, lainnya*)
- 11) Ketika membuat *fan merchandise*, paling banyak menggunakan kemasan berbahan apa? (*multiple choice: kertas, plastik, kaleng/logam, kemasan multi-layered (termasuk kertas plastik/sachet), kain, lainnya*)
- 12) Seberapa penting penggunaan kemasan plastik untuk menjaga produk agar tetap aman dan tidak rusak?
- 13) Apa saja keunggulan menggunakan kemasan plastik? (*multiple choice: banyak dijual di mana-mana, ringan, murah, daya tahan tinggi, lainnya*)
- 14) Apa saja kelemahan menggunakan kemasan plastik? (*multiple choice: sulit terurai, sampah plastik menumpuk, ketergantungan pada plastik sekali pakai, pencemaran mikroplastik, lainnya*)
- 15) *Fan merchandise* apa yang biasanya Anda bungkus menggunakan kemasan plastik? (*multiple choice: gantungan kunci, standee, aksesoris HP, pin, art print, photocard, stiker, pembatas buku, buku, baju, tas, pouch, lanyard, alat tulis, gelas, boneka, lainnya*)
- 16) Jenis kemasan plastik apa saja yang biasanya digunakan untuk membungkus *fan merchandise*? (*multiple choice: plastik OPP, plastik klip/ziplock, plastik segel, plastik PVC, kantong plastik kresek, bubble wrap, bubble mailer, polymailer, lainnya*)
- 17) Apa saja faktor yang menurut anda perlu menjadi fokus utama ketika menentukan jenis kemasan? (*multiple choice: faktor keamanan,*

ekonomi, pendistribusian, komunikasi, ergonomis, estetika, identitas, promosi, lingkungan)

- 18) Apakah anda pernah menimbang/menghitung jumlah kemasan plastik yang dipakai? (1= tidak pernah, 5= selalu)
- 19) Apa yang anda lakukan dengan kemasan sudah tidak digunakan/dibutuhkan lagi? (dibuang, disimpan, digunakan ulang untuk menyimpan barang lain, dikreasikan menjadi karya lain, diserahkan ke bank sampah/jasa sejenisnya, lainnya)
- 20) Apakah anda mengetahui isu lingkungan yang bisa disebabkan oleh sampah kemasan plastik yang tidak dikelola dengan efektif? (1= tidak tahu, 5= tahu)
- 21) Apa upaya yang sudah pernah dilakukan untuk mengurangi jumlah sampah plastik kemasan? (*multiple choice*: tidak/belum pernah, mengganti bungkus kemasan dengan kemasan plastik yang dapat digunakan ulang, mengganti bungkus kemasan dengan kemasan ramah lingkungan, meminimalisasi penggunaan kemasan, menggunakan ulang kemasan, mengkreasikan kemasan menjadi karya baru, diserahkan ke bank sampah/jasa sejenisnya, lainnya)
- 22) Apakah anda pernah mempertimbangkan mengganti kemasan plastik dengan bahan yang lebih ramah lingkungan? (1= tidak pernah, 5= selalu)
- 23) Jika pernah, mengapa mempertimbangkan hal tersebut? (*multiple choice*: dampak lingkungan, *unique selling point*/nilai jual unik dibanding kreator/penjual lain, regulasi/kebijakan pemerintah, estetika desain kemasan, lainnya)
- 24) Apakah anda mengetahui metode 4R (*reduce, reuse, recycle, dan replace*)? (5= tidak tahu, 5= tahu)
- 25) Seberapa sering Anda melakukan upaya pengelolaan kemasan plastik dengan metode *reduce*/mengurangi jumlah sampah plastik kemasan *fan merchandise* yang dimiliki? (1= tidak pernah, 5= selalu)

- 26) Seberapa sering Anda melakukan upaya pengelolaan kemasan plastik dengan metode *reuse*/menggunakan ulang kemasan plastik *fan merchandise* yang dimiliki? (1= tidak pernah, 5= selalu)
- 27) Seberapa sering Anda melakukan upaya pengelolaan kemasan plastik dengan metode *recycle*/mengkreasikan ulang kemasan plastik *fan merchandise* yang dimiliki? (1= tidak pernah, 5= selalu)
- 28) Seberapa sering Anda melakukan upaya pengelolaan kemasan plastik dengan metode *replace*/mengganti kemasan plastik *fan merchandise* yang digunakan? (1= tidak pernah, 5= selalu)
- 29) Apakah metode tersebut bisa membantu mengurangi jumlah sampah plastik? (1= tidak setuju, 5= setuju)
- 30) Apa yang bisa menjadi hambatan dari penerapan 4R untuk sampah kemasan plastik *fan merchandise*? (*multiple choice*: faktor keamanan, ekonomi, pendistribusian, komunikasi, ergonomis, estetika, identitas, promosi)
- 31) Media apa yang paling sering digunakan sehari-hari untuk mencari informasi? (*single choice*: HP, PC/laptop, televisi, media cetak)
- 32) Platform yang paling sering digunakan untuk mencari informasi? (*single choice*: *browser*, Instagram, Twitter, Facebook, Discord, Youtube, TikTok)
- 33) Media interaktif apa yang efektif untuk memberi informasi tentang penerapan 4R untuk kemasan plastik *fan merchandise*? (*single choice*: *website*, aplikasi, *e-book*, komik interaktif, *game*)
- 34) Fitur apa saja yang perlu dimasukkan dalam media informasi? (*multiple choice*: *search*, *online forum*, *thread comment*, *chatting*, filter informasi)
- 35) Informasi apa yang ingin diketahui tentang penerapan 4R dalam kemasan plastik produk *fan merchandise*? (*multiple choice*: dampak penggunaan kemasan plastik yang tidak dikelola dengan efektif, definisi 4R, manfaat 4R, cara melakukan 4R, contoh penerapan pada kemasan *fan merchandise*, kelebihan dan kekurangan dari penerapan



yang diberikan, panduan memilih kemasan yang ramah lingkungan, lainnya)

## 2. Kuesioner Konsumen/Pembeli *Fan Merchandise*

- 1) Umur (18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, lainnya)
- 2) Domisili (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, lainnya)
- 3) Pendapatan rutin bulanan (*single choice*:  $\geq$  Rp 11.000.000, Rp 7.000.001 - Rp 11.000.000, Rp 4.250.001 - Rp 7.000.000, Rp 2.800.001 - Rp 4.250.000, Rp 1.400.000 - Rp 2.800.000,  $\leq$  Rp 1.400.000)
- 4) Pengeluaran rutin bulanan (*single choice*:  $\geq$  Rp 7.500.001, Rp 5.000.001 - Rp 7.500.000, Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000, Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000, Rp 1.500.001 - Rp 2.000.000, Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000,  $\leq$  Rp 1.000.000)
- 5) Sudah berapa lama memiliki minat terhadap *fan merchandise*? (*single choice*: <1 tahun, 1-2 tahun, 2-3 tahun, 3-4 tahun, atau >4 tahun)
- 6) Apa alasan suka membeli *fan merchandise*? (*multiple choice*: karya bagus, menyinggung film/seri favorit, aspek fungsional, ingin mendukung *artist*, alternatif *merchandise official/resmi*, lainnya)
- 7) Seberapa sering membeli *fan merchandise*? (*single choice*: tidak menentu, kadang-kadang, setiap bulan, setiap tahun, atau tergantung *event*)
- 8) Membeli *fan merchandise* dari mana saja? (*multiple choice*: *pre-order* di *art market*, *on the spot* di *art market*, *post-sale* setelah *art market*, *online shop*, media sosial, bazar, lainnya)
- 9) Jenis *fan merchandise* apa yang biasanya dibeli? (*multiple choice*: gantungan kunci, *standee*, aksesoris HP, pin, *art print*, *photocard*, stiker, pembatas buku, buku, baju, tas, *pouch*, *lanyard*, alat tulis, gelas, boneka, lainnya)
- 10) Bahan *fan merchandise* apa yang paling banyak ditemui ketika membeli *fan merchandise*? (*multiple choice*: akrilik, kertas, kertas

- dengan laminasi, kain, karet, *stainless steel*, kaca, kayu (termasuk MDF), plastik (termasuk PVC dan *vinyl*), resin, enamel, lainnya)
- 11) Ketika membeli *fan merchandise*, paling banyak menemui produk yang dibungkus menggunakan kemasan berbahan apa? (*multiple choice*: kertas, plastik, kaleng/logam, kemasan *multi-layered* (termasuk kertas plastik/sachet), lainnya)
  - 12) Apa saja faktor yang menurut Anda perlu menjadi fokus utama ketika menentukan jenis kemasan? (*multiple choice*: faktor keamanan, ekonomi, pendistribusian, komunikasi, ergonomis, estetika, identitas, promosi, lingkungan)
  - 13) Apakah Anda pernah memutuskan untuk membeli suatu produk karena kemasannya? (1= tidak pernah, 5= selalu)
  - 14) Faktor apa yang paling menentukan keputusan Anda? (*multiple choice*: faktor keamanan, ekonomi, pendistribusian, komunikasi, ergonomis, estetika, identitas, promosi, lingkungan)
  - 15) Apakah Anda mengetahui jenis kemasan yang disarankan dan tidak disarankan? (1= tidak tahu, 5= tahu)
  - 16) Ketika membeli *fanmerch*, jika tersedia opsi untuk memilih antara kemasan plastik dan kemasan ramah lingkungan, mana yang anda pilih? (*single choice*: kemasan plastik, kemasan ramah lingkungan)
  - 17) *Fan merchandise* apa yang biasanya dibungkus menggunakan kemasan plastik? (*multiple choice*: gantungan kunci, *standee*, aksesoris HP, pin, *art print*, *photocard*, stiker, pembatas buku, buku, baju, tas, *pouch*, *lanyard*, alat tulis, gelas, boneka, lainnya)
  - 18) Jenis kemasan plastik apa saja yang biasanya ditemui sebagai pembungkus *fan merchandise*? (*multiple choice*: plastik OPP, plastik klip/*ziplock*, plastik segel, plastik PVC, kantong plastik *kresek*, *bubble wrap*, *bubble mailer*, *polymailer*, lainnya (...))
  - 19) Seberapa penting penggunaan kemasan plastik untuk menjaga produk agar tetap aman dan tidak rusak? (1= tidak penting, 5= sangat penting)

- 20) Apa yang Anda lakukan dengan kemasan sudah tidak digunakan/dibutuhkan lagi? (*multiple choice*: dibuang, disimpan, digunakan ulang untuk menyimpan barang lain, dikreasikan menjadi karya lain, diserahkan ke bank sampah/jasa sejenisnya, lainnya)
- 21) Apakah Anda mengetahui dampak dari limbah plastik? (1= tidak tahu, 5= tahu)
- 22) Apakah Anda tahu seberapa besar kontribusi plastik kemasan *fan merchandise* terhadap pencemaran lingkungan? (1= tidak tahu, 5= tahu)
- 23) Apakah Anda mengetahui isu lingkungan yang bisa disebabkan oleh sampah kemasan plastik yang tidak dikelola dengan efektif? (1= tidak tahu, 5= tahu)
- 24) Apa upaya yang sudah pernah dilakukan untuk mengurangi jumlah sampah plastik kemasan? (*multiple choice*: tidak pernah, mengganti bungkus kemasan dengan kemasan plastik yang dapat digunakan ulang, mengganti bungkus kemasan dengan kemasan ramah lingkungan, meminimalisasi penggunaan kemasan, menggunakan ulang kemasan, mengkreasikan kemasan menjadi karya baru, diserahkan ke bank sampah/jasa sejenisnya, lainnya)
- 25) Apakah anda mengetahui metode 4R (*reduce, reuse, recycle, dan replace*)? (1= tidak tahu, 5= tahu)
- 26) Seberapa sering Anda melakukan upaya pengelolaan sampah plastik dengan metode *reduce*/mengurangi jumlah sampah plastik kemasan *fan merchandise* yang dimiliki? (1= tidak pernah, 5= selalu)
- 27) Seberapa sering Anda melakukan upaya pengelolaan sampah plastik dengan metode *reuse*/menggunakan ulang kemasan plastik *fan merchandise* yang dimiliki? (1= tidak pernah, 5= selalu)
- 28) Seberapa sering Anda melakukan upaya pengelolaan sampah plastik dengan metode *recycle*/mengkreasikan ulang kemasan plastik *fan merchandise* yang dimiliki? (1= tidak pernah, 5= selalu)

- 29) Seberapa sering Anda melakukan upaya pengelolaan kemasan plastik dengan metode *replace*/mengganti kemasan plastik *fan merchandise* yang digunakan? (1= tidak pernah, 5= selalu)
- 30) Apakah metode tersebut bisa membantu mengurangi jumlah sampah plastik? (1= tidak setuju, 5= setuju)
- 31) Apakah metode tersebut mudah diterapkan? (1= sulit, 5= mudah)
- 32) Apa yang bisa menjadi hambatan dari penerapan 4R untuk sampah kemasan plastik *fan merchandise*? (*multiple choice*: faktor keamanan, ekonomi, pendistribusian, komunikasi, ergonomis, estetika, identitas, promosi)
- 33) Media apa yang paling sering digunakan sehari-hari untuk mencari informasi? (*single choice*: HP, PC/laptop, televisi, media cetak)
- 34) Platform apa yang paling sering digunakan untuk mencari informasi? (*single choice*: *browser*, Instagram, Twitter, Facebook, Discord, Youtube, TikTok)
- 35) Media interaktif apa yang efektif untuk memberi informasi tentang penerapan 4R untuk sampah kemasan plastik *fan merchandise*? (*single choice*: *website*, aplikasi, *e-book*, komik interaktif, *game*)
- 36) Fitur apa saja yang perlu dimasukkan dalam media informasi? (*multiple choice*: *search*, *online forum*, *thread comment*, *chatting*, filter informasi)

### 3.3.5 Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting untuk mengetahui media-media apa saja yang sudah pernah membahas seputar topik 4R dan kemasan plastik. Penulis akan melakukan analisis *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat* atau SWOT dari media-media tersebut untuk mempelajari kelebihanannya dan menghindari kesalahan dari media tersebut. Studi eksisting dilakukan pada tiga media yaitu *website* Plastic Free July yang membahas penerapan 3R, *website* Waste4Change yang membahas *waste management*, dan *website* Greenhope yang membahas metode 4R dengan R keempat *Return to Earth*.

### 3.3.6 Studi Referensi

Penulis melakukan studi referensi untuk mempelajari aspek desain dari media-media yang bisa diimplementasikan dalam perancangan *website* 4R untuk kemasan plastik *fan merchandise*. Media yang dianalisis antara lain media yang memuat foto, ilustrasi, pembagian produk, informasi produk, dan jenis informasi yang banyak. Tujuannya adalah untuk menjadi pertimbangan desain dalam merancang *website* dari media-media serupa yang sudah ada dan sudah digunakan masyarakat sebelumnya. Studi referensi dilakukan pada tiga media yaitu *website* Etsy, *website* Pacdora, dan *website* Eco-Packaging.

