

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan pada kampanye mengubah persepsi negatif terhadap penggunaan aplikasi kencan:

1) Demografis

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- b. Usia : 25-29 tahun

Riset yang dilakukan Rakuten Insight (2024) menunjukkan bahwa persentase pengguna aplikasi kencan di Indonesia didominasi oleh golongan usia milenial, yaitu 25-35 tahun. Selain itu, Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) menyatakan bahwa usia ideal menikah adalah 21 tahun untuk perempuan dan 25 tahun untuk laki-laki. Oleh karena itu, penulis mengambil titik tengah dengan memilih target yang memiliki persepsi negatif dengan usia yang sebayu dengan usia tersebut, yaitu 25-29 tahun.

- c. Pendidikan : SMA – S1
- d. SES : B

Individu dengan status ekonomi yang lebih rendah cenderung mengekspresikan pandangan yang menstigmatisasi (Potts & Henderson: 2020).

2) Geografis

Jabodetabek

Data dari Jakpat Insight (2016) menunjukkan bahwa kota-kota metropolitan (Jabodetabek) merupakan wilayah dengan generasi muda yang penggunaan aplikasinya cukup tinggi.

3) Psikografis

- a. Dewasa muda yang skeptis dalam proses mencari pasangan dan membangun hubungan.
- b. Dewasa muda yang memandang negatif penggunaan aplikasi kencan.
- c. Dewasa muda yang memiliki keraguan terhadap aplikasi kencan.
- d. Dewasa muda yang kurang menormalisasi pengenalan dan membangun hubungan romantis melalui metode *online*.
- e. Dewasa muda yang melihat penggunaan aplikasi kencan sebagai platform untuk menyalurkan kebutuhan sosial.
- f. Dewasa muda yang melihat pengguna aplikasi kencan adalah orang yang putus asa mencari pasangan dan ketidakmampuan menemukan pasangan dengan cara tradisional.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Penulis menggunakan metode dan prosedur perancangan menggunakan teori yang dikemukakan Landa (2010) dalam bukunya yang berjudul “*Advertising by Design: Generating and Designing Creative Across Media (2th edition)*” sebagai acuan. Penulis juga menambahkan tahapan terakhir, yaitu *testing* untuk menutup perancangan. Menurut Landa (2010), proses perancangan memiliki 6 fase, yaitu sebagai berikut:

3.2.1 Overview

Pada fase pertama, Landa (2010) menjelaskan bahwa langkah pertama adalah melakukan orientasi dengan mempelajari permasalahan, menentukan audiens, memahami *goals* dan *objectives*, hingga membuat rencana serta jadwal (h.14). Pada fase awal ini, penulis mengumpulkan berbagai informasi dan data untuk memahami latar situasi, masalah, urgensi, dan menentukan solusi. Penulis mengumpulkan data dengan menyebarkan pre-kuesioner, menyebarkan kuesioner, melakukan wawancara, *focus group discussion*, dan observasi.

3.2.2 Strategy

Pada fase ini, fokus berikutnya adalah menentukan arah perancangan sesuai pesan utama. Oleh karena itu, penulis terlebih dahulu memeriksa dan menilai segala informasi, data, dan materi yang telah dikumpulkan pada fase *overview*, kemudian menentukan arah perancangan. Fase ini merupakan penyusunan rencana konseptual sebagai pedoman untuk mengaplikasikan komunikasi visual (Landa, 2010, h.15). Pada fase ini, penulis menyusun *creative brief*, menentukan *brand mandatory*, strategi dan taktik pesan, *scenario kampanye* sebagai acuan perancangan kampanye.

3.2.3 Ideas

Landa (2010) menggambarkan fase ini sebagai merumuskan sebuah ide sesuai penelitian, analisis, interpretasi, inferensi, dan pemikiran yang kreatif (h.17). Penulis memetakan ide-ide dengan langkah: *mindmapping*, *moodboard*, dan menentukan tema. Dilanjutkan menentukan asset-asset seperti warna, tipografi, elemen desain, dan *copywriting*.

3.2.4 Design

Pada fase ini, ide mulai dituangkan dalam bentuk visual. Landa (2010) menyatakan bahwa mendesain merupakan sebuah proses yang linear dan terus berulang (h.20). Penulis membuat desain sesuai langkah yang dijabarkan Landa (2010). Langkah pertama adalah dimana penulis membuat sketsa awal yang kecil, cepat, dan belum sempurna dari ide. Langkah kedua membuat gambar kasar untuk menyempurnakan ide-ide visual dari sketsa pertama. Langkah ketiga penulis lakukan dengan membuat sketsa kompherensif, dimana semua elemen (tipografi, ilustrasi, foto, warna, dan elemen) sudah disusun secara matang mendekati hasil *final*.

Penulis kemudian membuat desain-desain dengan menerapkan seluruh elemen desain menggunakan prinsip desain yang baik sehingga menjadi suatu karya *key visual*. Selanjutnya penulis akan menerapkan *key visual* tersebut menjadi desain pada tiap-tiap media.

3.2.5 Production

Fase kelima merupakan production, dimana menurut Landa (2010), desain yang telah dihasilkan itu dieksekusikan ke dalam berbagai jenis media yang telah ditentukan, baik dalam bentuk fisik maupun digital (h.21). Oleh karena itu, penulis akan meletakkan seluruh desain dalam media yang sudah penulis rencanakan.

3.2.6 Implementation

Fase akhir adalah penerapan solusi yang telah dibuat serta evaluasi terhadap hasil desain (h.21). Penulis mengimplementasikan hasil desain dalam bentuk *prototype* agar dapat diuji oleh berbagai pihak.

3.2.7 Testing

Pada tahap ini, penulis akan melakukan pengujian terkait perancangan kampanye mengubah persepsi negatif masyarakat terhadap aplikasi kencan. *Testing* dilakukan kepada masyarakat usia 25-29 tahun yang berdomisili di Jabodetabek, SES B. Penulis akan melakukan observasi dan menerima berbagai evaluasi. Tujuannya adalah untuk memastikan keberhasilan solusi yang dirancang.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik perancangan ini menggunakan kuesioner, wawancara, dan FGD untuk memahami secara mendalam penyebab individu yang memandang negatif penggunaan aplikasi kencan. Tujuan utama teknik pengumpulan data ini dapat membantu mendapatkan wawasan yang mendalam baik dari sisi psikografis pengguna dan non-pengguna, strategi kampanye, hingga pendekatan visual dan komunikasi sehingga kampanye yang dirancang dapat relevan dan menyentuh perasaan dan pandangan mereka.

3.3.1 Observasi

Penulis melakukan observasi di internet terhadap kampanye-kampanye lain untuk mendapatkan acuan dari perancangan ini.

3.3.1.1 Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting terhadap 3 kampanye lain dengan topik sejenis yang berusaha membahas kepentingan aplikasi kencan sebagai aplikasi sebagai sarana mendukung pencarian pasangan serius. Tujuan dari dilakukannya studi eksisting adalah untuk membandingkan pendekatan visual maupun komunikasi sehingga penulis dapat menyusun strategi dengan pendekatan yang berbeda daripada kampanye sejenis yang sudah ada. Oleh karena itu, penulis akan menganalisa SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Theats*) setiap kampanye yang dijadikan bahan perbandingan.

3.3.1.2 Studi Referensi

Penulis melakukan studi referensi terhadap salah satu kampanye lain dari sebuah aplikasi kencan dengan topik yang berbeda. Tujuan dari melakukan studi referensi adalah untuk menemukan gaya visual, komunikasi, elemen-elemen, dan sebagainya yang dapat digunakan dan dimodifikasi lebih lanjut bagi perancangan kampanye yang akan penulis lakukan. Penulis akan menganalisa setiap karya tersebut secara detail.

3.3.2 Kuesioner

Penulis menggunakan teknik kuesioner dengan metode *random sampling* yang ditujukan kepada masyarakat Jabodetabek berusia 25-29 tahun. Kuesioner disebarkan secara *online* melalui *platform Google Form*. Tujuan dari kuesioner adalah untuk memahami bagaimana pandangan mereka terhadap aplikasi kencan, dan apa penyebab dibalik persepsi negatif mereka terhadap penggunaan aplikasi kencan tersebut. Informasi yang ingin didapatkan ini berguna untuk memahami sisi psikografis mereka, sehingga dapat menjadi *insight* untuk perancangan kampanye yang efektif. Daftar pertanyaan terbagi menjadi beberapa *cluster* untuk memastikan pertanyaan lebih runtut dan tertata. Berikut adalah pertanyaan kuesioner:

Cluster 1 : Data Diri

1. Nama
2. Usia
3. Jenis kelamin (Laki-Laki/Perempuan)
4. Domisili
5. Tingkat terakhir Pendidikan (SMA/Diploma/Sarjana/Pascasarjana)

Cluster 2 : Pandangan Umum

1. Apakah Anda pernah menggunakan aplikasi kencan? (Ya/Tidak)
2. Apa pandangan Anda terhadap aplikasi kencan?
(Positif/Negatif/Tergantung)
3. Bagaimana pandangan Anda terhadap pengguna aplikasi kencan?
(Positif/Negatif)
4. Apakah Anda pernah membuat asumsi negatif pengguna dating apps?
(Pernah/Tidak)
5. Apa yang menurut Anda menjadi alasan utama adanya stigma negatif di masyarakat terhadap penggunaan aplikasi kencan?
 - Bertentangan dengan norma / nilai sosial
 - Anggapan bahwa aplikasi kencan tidak serius
 - Aplikasi kencan dicap sebagai sarana menyalurkan kebutuhan seksual
 - Penggunaanya dicap tidak mampu menemukan pasangan
 - Lainnya (isi sendiri)

Cluster 3 : Pandangan Spesifik

Pada bagian ini, responden disajikan Skala Likert 1-6, dengan keterangan: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Kurang Setuju, 4 = Cukup Setuju, 5 = Setuju, dan 6 = Sangat Setuju).

1. Aplikasi kencan bertentangan dengan norma / nilai sosial
2. Aplikasi kencan merupakan platform untuk mencari hubungan tidak serius atau main-main

3. Aplikasi kencan merupakan sarana untuk menyalurkan kebutuhan seksual
4. Pengguna aplikasi kencan adalah orang yang tidak mampu menemukan pasangan melalui cara tradisional atau di dunia nyata
5. Pengguna aplikasi kencan adalah orang yang putus asa mencari pasangan
6. Anda merasa terkejut jika seseorang yang Anda kenal menggunakan aplikasi kencan
7. Anda menertawakan atau membicarakan kepada orang lain jika mendapati seseorang yang Anda kenal menggunakan aplikasi kencan
8. Apakah ada kondisi tertentu atau pengalaman nyata sehingga Anda menilai buruk aplikasi kencan? (Jawaban isian)

Cluster 4 : Penutup

1. Apakah Anda bersedia apabila nantinya dihubungi lebih lanjut untuk membagikan pengalaman pribadi mengenai topik ini?
2. Jika bersedia, tolong berikan kontak yang bisa dihubungi

3.3.3 Wawancara

Penulis melakukan wawancara terhadap 4 subjek, yaitu: psikolog sosial, pengguna aplikasi kencan, individu yang memandang negatif aplikasi kencan, dan tim *research and data* salah satu aplikasi kencan. Penulis menetapkan ke-4 subjek tersebut untuk diwawancarai agar mendapatkan wawasan dari segala sisi.

1. Wawancara dengan Psikolog Sosial

Wawancara dilakukan dengan psikolog di bidang sosial yaitu Ahmad Naufalul Umam, B.A., S.Psi., M.Si untuk mendapatkan wawasan profesional secara mendalam dan objektif segi psikologis dari kedua sisi (pengguna aplikasi kencan dan individu yang memandang negatif penggunaan aplikasi kencan). Daftar pertanyaan wawancara kepada psikolog sosial adalah sebagai berikut:

Cluster 1: Sisi Pengguna Aplikasi Kencan

1. Seperti apakah karakteristik atau kepribadian orang yang menggunakan teknologi dalam menemukan pasangan?
2. Apakah ada kepribadian individu tertentu yang membuat mereka lebih memilih untuk menggunakan aplikasi kencan?
3. Apakah ada indikasi latar belakang dari lingkungan (misalnya keluarga, budaya, pendidikan, agama, dll) yang mempengaruhi mereka menggunakan aplikasi kencan?
4. Apakah ada indikasi penyakit masa lalu / *mental health* yang mempengaruhi mereka menggunakan aplikasi kencan?
5. Apakah hal tersebut termasuk masalah serius, atau hanya “malu, takut akan penolakan, dll” saja? Dan tingkatan “malu” dalam diri seseorang tersebut apakah mempengaruhi ke masa depannya, terutama dalam proses menjalin hubungan?
6. Menurut Bapak/Ibu, apakah pola interaksi yang terjadi di aplikasi kencan sebenarnya tidak sebaik ketika kita berkenalan lewat cara tradisional?

Cluster 2: Sisi Orang yang Memandang Negatif

1. Bagaimana persepsi negatif terhadap aplikasi kencan itu terbentuk dan berkembang di masyarakat?
2. Apakah latar belakang pendidikan mempengaruhi persepsi seseorang mengenai cara mereka melihat penggunaan aplikasi kencan?
3. Apakah *gender* mempengaruhi persepsi seseorang mengenai cara mereka melihat penggunaan aplikasi kencan?
4. Apakah kelompok usia mempengaruhi persepsi seseorang mengenai cara mereka melihat penggunaan aplikasi kencan?
5. Apakah daerah mempengaruhi persepsi seseorang mengenai cara mereka melihat penggunaan aplikasi kencan?

6. Menurut Bapak/Ibu, apakah aplikasi kencan bertentangan dengan nilai sosial?
7. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terkait penggunaan aplikasi kencan bagi masa depan? Misalnya apakah di masa depan justru penggunaan ini akan menjadi cara utama menggantikan cara tradisional, atau malah menimbulkan banyak konflik dari proses interaksi seperti ini?
8. Bagaimana dampak jangka panjang dari adanya persepsi negatif masyarakat terhadap keputusan seseorang yang ingin mencari pasangan melalui aplikasi kencan?

Cluster 3: Strategi

1. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu, terkait: (1) mempersuasi masyarakat yang memiliki persepsi negatif terhadap penggunaan aplikasi kencan? dan (2) mendorong individu yang menggunakan/ingin menggunakan aplikasi kencan agar lebih percaya diri di tengah pandangan negatif?
2. Apakah ada pendekatan tertentu yang dapat mengubah persepsi negatif masyarakat?
3. (*Optional*) Apa tantangan dalam menerapkan strategi tersebut?
4. Dengan pendekatan tersebut, apakah antara perbedaan: (1) *gender*, (2) usia, (3) daerah, dan (4) latar belakang pendidikan yang sudah dijelaskan pada *cluster* 2 tadi, berbeda juga pendekatannya?

2. Wawancara dengan Pengguna Aplikasi Kencan

Wawancara berikutnya dilakukan dengan seorang pengguna aplikasi kencan untuk mendapat *insight* secara langsung sisi psikologis pengguna aplikasi kencan dan memahami bagaimana persepsi negatif berdampak pada mental pengguna aplikasi kencan. Informasi dari pengguna ini penting untuk mengatur kemana arah kampanye ini. Daftar

pertanyaan wawancara kepada pengguna aplikasi kencan adalah sebagai berikut:

Cluster 1: Motivasi dan Tujuan Penggunaan

1. Apakah pernah pacaran? Jika pernah, kapan terakhir kali berpacaran dan jalan berapa lama?
2. Mengapa pada akhirnya menggunakan aplikasi kencan?
3. Apa yang Anda lihat pertama kali tentang aplikasi kencan?
4. Apa yang Anda lihat kemudian tentang aplikasi kencan sehingga pada akhirnya mantap memutuskan untuk bermain aplikasi kencan? Misalnya dari iklan/promosi, rekomendasi orang, cerita pengalaman dari orang yang berhasil, dan lain sebagainya.
5. Apa alasan utama Anda memutuskan untuk menggunakan aplikasi kencan?
6. Aplikasi apa yang Anda gunakan? Mengapa memilih aplikasi itu dibandingkan yang lain? Apakah ada *image* tertentu dari aplikasi kencan yang lain sehingga Anda memilih aplikasi tersebut?
7. Bagaimana pengalaman Anda selama menggunakan aplikasi kencan?
8. Apakah Anda pernah bertemu langsung atau bahkan menemukan pasangan dari aplikasi kencan? Bagaimana proses interaksi dan hasilnya?
9. Apakah ada perbedaan yang Anda rasakan dari mencari pasangan melalui aplikasi kencan dengan mencari pasangan secara langsung?

Cluster 2: Dampak Psikologis

1. Apakah Anda merasa khawatir dengan pandangan orang-orang ketika Anda menggunakan aplikasi kencan?
2. Apakah teman-teman, keluarga, atau lingkungan sekitar tahu kalau Anda menggunakan aplikasi kencan? Atau Anda justru diam-diam kalau menggunakan aplikasi kencan?

3. Bagaimana reaksi mereka ketika mengetahui Anda menggunakan aplikasi kencan?
4. Apakah Anda pernah berbicara secara terbuka dengan orang-orang sekitar Anda mengenai aplikasi kencan?
5. Adakah pengalaman terburuk dari lingkungan Anda yang membuat Anda merasa sangat terintimidasi karena menggunakan aplikasi kencan?

Cluster 3: Harapan

1. Seberapa penting pemahaman dan dukungan dari orang-orang terkait penggunaan aplikasi kencan?
2. Menurut Anda, apa yang bisa dilakukan oleh pihak eksternal (misalnya aplikasi, masyarakat, *event*, dan sebagainya) untuk mengurangi stigma negatif yang ada?
3. Secara pribadi, apakah Anda memiliki harapan terkait penggunaan aplikasi kencan?
4. Apa yang ingin Anda sampaikan kepada orang-orang yang memandang negatif aplikasi kencan? Khususnya mereka yang tidak percaya jika aplikasi ini benar-benar membantu individu yang mencari hubungan serius?

3. Wawancara dengan Individu yang Memandang Negatif Penggunaan Aplikasi Kencan

Wawancara berikutnya dilakukan dengan seseorang yang memandang negatif penggunaan aplikasi kencan. Pemilihan narasumber dipilih dari responden potensial dari kuesioner, yang terlihat sangat menentang penggunaan aplikasi kencan. Wawancara ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pandangan negatif mereka. *Insight* dari orang yang memandang negatif penggunaan aplikasi kencan ini sangat penting untuk memahami preferensi mereka dalam mengubah pandangannya. Daftar pertanyaan

wawancara kepada individu yang memandang negatif penggunaan aplikasi kencan adalah sebagai berikut:

Cluster 1: Latar Belakang

1. Bagaimana latar belakang keluarga, pendidikan, dan budaya Anda?
2. Apakah Anda sendiri pernah mencoba menggunakan aplikasi kencan? Apakah ada pengalaman buruk?
3. Apakah ada pengalaman dari orang terdekat sehingga mempengaruhi pandangan Anda terhadap penggunaan aplikasi kencan?
4. Adakah paparan informasi yang membentuk persepsi Anda? (Misalnya berita-berita negatif di sosial media, gosip-gosip buruk, cerita pengalaman orang yang menggunakan, dan lain-lain) dan seberapa besar pengaruhnya terhadap persepsi Anda?
5. Seberapa besar pengaruh lingkungan Anda terhadap persepsi Anda tentang penggunaan aplikasi kencan?

Cluster 2: Pengetahuan & Persepsi tentang Aplikasi Kencan

1. Seberapa familiar Anda dengan cara kerja aplikasi kencan?
2. Menurut Anda, apakah aplikasi kencan memiliki potensi atau manfaat? Jika tidak ada, mengapa?
3. Menurut Anda, bagaimana resiko dari penggunaan aplikasi kencan?
4. Bagaimana pandangan Anda tentang cara orang seharusnya mencari pasangan?
5. Bagaimana menurut Anda perbedaan antara menjalin hubungan secara langsung dengan melalui aplikasi kencan?
6. Menurut Anda, apa stigma sosial dari masyarakat tentang aplikasi kencan?
7. Menurut Anda, apa stigma sosial dari masyarakat tentang pengguna aplikasi kencan?

Cluster 3: Persepsi Terhadap Pengguna Aplikasi Kencan

1. Bagaimana pandangan Anda terhadap orang yang benar-benar serius mencari pasangan melalui aplikasi kencan?
2. Bagaimana menurut Anda terhadap preferensi mereka yang lebih nyaman membuka diri yang diawali dari lingkungan *online* terlebih dahulu? Apakah menurut Anda hal ini bisa diterima dalam konteks mencari pasangan, atau justru menunjukkan orang tersebut kurang bisa berinteraksi sosial di dunia nyata?
3. Bagaimana menurut Anda terhadap mereka yang mencari pasangan berdasarkan kriteria tertentu seperti minat yang sama, atau latar belakang yang cocok, sehingga mereka dapat langsung fokus ke orang yang sesuai tanpa perlu menghabiskan banyak waktu dan tenaga untuk berkenalan dengan banyak orang? Apakah menurut Anda hal ini bisa diterima dalam konteks mencari pasangan atau justru Anda merasa ini bertolak belakang dari proses menjalin hubungan yang seharusnya terjadi secara alami?
4. Menurut Anda, mungkinkah seseorang menemukan pasangan hidup hingga sampai ke jenjang pernikahan melalui aplikasi kencan?

3.3.4 Focus Group Discussion

Berikutnya penulis juga melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) yang bertujuan untuk memahami persepsi dari kedua sisi. FGD ini melibatkan 2 orang pengguna aplikasi kencan dan 2 orang yang memandang negatif aplikasi kencan, dengan tujuan dari FGD yang menggabungkan kedua sisi tersebut adalah untuk melihat dinamika interaksi antara kedua sisi dan mengeksplorasi perbedaan pendapat. Daftar pertanyaan yang akan didiskusikan pada FGD adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pandangan kalian tentang aplikasi kencan sebagai cara mencari pasangan?

2. Bagaimana pendapat kalian mengenai aspek kepercayaan dalam hubungan yang dimulai dari aplikasi kencan?
3. Menurut kalian, aplikasi kencan itu menggantikan atau melengkapi cara tradisional dalam membangun hubungan?
4. Apakah menurut kalian aplikasi kencan itu merusak esensi dari proses menjalin hubungan?
5. Bagaimana pendapat kalian tentang mengapa ada stigma terhadap penggunaan dating apps? Apakah stigma tersebut adalah sesuatu yang harus diubah atau dipertahankan?

