

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan pada media interaktif platform pameran seni daring *Jalirupa*:

- 1) Demografis
 - a. Jenis kelamin : Pria dan wanita
 - b. Usia : 18 – 25 tahun
 - c. Segmen usia 18 – 25 tahun dipilih berdasarkan segmentasi usia dewasa muda atau *Emerging Adulthood* (Lally & French, 2019, h.15). Segmentasi ini juga sejalan dengan segmentasi platform pameran seni daring *Jalirupa* yang menyasar pada generasi muda sebagai *user* utama.
 - d. Pendidikan : SMA atau sederajat
 - e. Pekerjaan: Mahasiswa dan Karyawan
 - f. SES : A – B
 - g. Menurut Paccoud (2021, h.18), masyarakat dengan status sosial ekonomi A dan B memiliki akses yang lebih besar terhadap teknologi digital dan memiliki tingkat literasi digital yang lebih tinggi dalam dengan rata-rata nasional sebuah negara. Hal tersebut menjadikan kelompok ini sebagai target yang ideal untuk platform *Jalirupa*, yang memerlukan tingkat pemahaman teknologi yang untuk menikmati fitur interaktif yang akan dirancang.
- 2) Geografis
 - a. Kota/kabupaten: Jabodetabek

b. Provinsi: DKI Jakarta, Banten, dan Jawa Barat

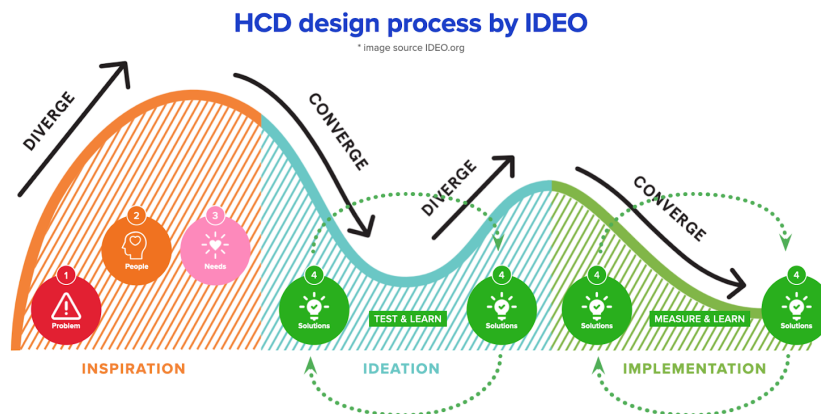
Selain jumlah generasi muda serta angka literasi dan penggunaan teknologi yang tinggi dan maju di sekitar ibu kota (kominfo, 2022), Pemilihan Jabodetabek di dasari dari direktori ekonomi kreatif Jakarta yang adalah salah satu pusat industri kreatif dan seni di Indonesia di mana banyak pecinta seni, seniman, desainer, dan komunitas kreatif berkumpul di kawasan ini, hal ini di tandai dari banyak nya kegiatan seni dan pameran di Jakarta sering kali menjadi tolok ukur tren seni di Indonesia (Kemenparekraf, 2021).

3) Psikografis

- a. Masyarakat muda yang terbiasa dengan teknologi dan aktif menggunakan berbagai platform digital untuk mencari pengalaman dan inovasi baru.
- b. Masyarakat muda yang memiliki minat mendalam terhadap seni, baik fisik maupun digital.
- c. Masyarakat muda yang mencari koneksi sosial dan suka terhubung dengan komunitas online untuk berinteraksi dengan orang lain

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Human-Centered Design* milik IDEO, yang berfokus pada kebutuhan pengguna dan menciptakan solusi yang relevan berdasarkan kebutuhan tersebut. Penulis meyakini bahwa HCD efektif untuk menyelesaikan berbagai masalah desain yang dibahas dalam penelitian ini. Di dalam bukunya yang berjudul “*The Field Guide to Human-Centered Design*” (2015 h.9-14), IDEO menyebutkan bahwa HCD terdiri dari tiga tahap utama yaitu *Inspiration*, *Ideation*, dan *Implementation*.



Gambar 3.1 Metode Perancangan yang Diterapkan oleh Penulis
 Sumber: IDEO (2015)

1. *Inspiration*

Tahap *Inspiration* dalam *Human-Centered Design* adalah fase mendengarkan aspirasi dan kebutuhan subjek penelitian dari tantangan yang dihadapi. tahap ini menjadi fondasi untuk pengembangan ide-ide yang relevan serta menciptakan solusi dalam penelitian ini (IDEO, h.29). Maka dari itu, penulis menetapkan beberapa metode untuk mengumpulkan data-data subjek dari *Interview*, *Expert Interview*, *Focus Group Discussion*, *Questionnaire*, dan *Existing Study* dengan subjek penelitian sebagaimana tertulis dalam bab 3.1 tentang subjek perancangan.

2. *Ideation*

Tahap *Ideation* dalam *Human-Centered Design* adalah fase di mana hasil data dan wawasan dari tahap *Inspiration* akan disusun dan analisis menjadi peluang desain. Tahapan ini akan mencari ide yang akan dipertahankan untuk memperjelas konsep perancangan (IDEO, h.75). Maka dari itu, penulis menetapkan beberapa metode dalam tahap *Ideation* seperti *Brainstorm*, *Create a Concept*, *Rapid Prototyping*, *Mindmapping*, *Big Idea*, *Moodboard*, *Information Architecture*, *Flowchart*, *Wireframe*, dan *Low Fidelity*.

3. *Implementation*

Tahap *Implementation* dalam *Human-Centered Design* adalah fase di mana ide dan solusi desain yang telah dikembangkan akan diwujudkan dan dipasarkan. Pada tahap ini, perancangan akan diuji dan disempurnakan melalui serangkaian *testing*. Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa solusi yang dihasilkan dapat diterapkan secara nyata dan memberikan dampak positif bagi subjek perancangan (IDEO, h.133). Maka dari itu, penulis menetapkan beberapa metode dalam tahap *Implementation* seperti *High Fidelity (Live Prototyping)*, *Alpha Test*, dan *Beta Test*.

Dengan menerapkan HCD, penulis meyakini bahwa setiap tantangan desain harus dimulai dengan pemahaman yang dalam kendala yang dihadapi oleh subjek perancangan. Metode ini juga diharapkan dapat memastikan setiap elemen desain, fitur interaksi, hingga *User Experience* perancangan tepat sesuai dengan wawasan dan kebutuhan pengguna dalam perancangan UI dan UX website sistem interaksi platform pameran seni daring Jalirupa.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik perancangan yang digunakan penulis sesuai dengan apa yang sudah ditetapkan dalam tahapan *Inspiration* yakni *Interview*, *Expert Interview*, *Focus Group Discussion*, *Questionnaire*, dan *Existing Study* dengan subjek penelitian sebagaimana tertulis dalam bab 3.1 tentang subjek perancangan. Tujuan dari pengumpulan data ini adalah untuk memperoleh wawasan dan pemahaman tentang bagaimana membuat interaksi antar pengunjung yang memfasilitasi terbentuknya sebuah komunitas. Berikut adalah penjabaran dari masing-masing teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini.

3.3.1 *Interview*

Menurut Fadhallah (2020, h.2), wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua pihak atau lebih dengan tujuan untuk memperoleh informasi atau mengumpulkan data. Pada penelitian ini, penulis melakukan

wawancara kepada dua orang narasumber dengan latar belakang yang berbeda guna untuk memahami animo dan harapan narasumber sebagai pengunjung ketika berinteraksi dalam pameran seni daring. Narasumber pertama yang memiliki wawasan yang tinggi dalam dunia seni rupa digital dan desain, sedangkan narasumber kedua memiliki wawasan yang minim dalam dunia seni rupa digital dan desain. Melalui kedua wawancara ini, penulis mengharapkan dapat menemukan kecocokan ekspektasi pengunjung selama menggali pandangan narasumber. Menurut Sugiyono (2013, h.138), wawancara dilakukan secara terstruktur dengan menyiapkan indikator-indikator pertanyaan terlebih dahulu sebelum proses wawancara dengan narasumber. Maka dari itu, berikut instrumen pertanyaan wawancara yang diajukan penulis:

1. Bisa kah Anda ceritakan sedikit tentang latar belakang Anda dalam dunia seni dan desain digital?
2. Apakah Anda lebih tertarik dengan aspek visual, pengalaman interaktif, atau koneksi pada saat mengunjungi pameran karya seni?
3. Ketika mengunjungi pameran seni yang dilaksanakan secara daring, apa yang Anda harapkan dari segi pengalaman atau *experience*?
4. Apakah Anda ingin lebih terlibat secara aktif, misalnya dengan berinteraksi langsung dengan karya atau seniman?
5. Bagaimana pandangan Anda tentang penggunaan teknologi baru seperti gamification dalam pameran seni digital?
6. Dari perspektif Anda sebagai generasi Z, apa yang paling Anda harapkan dari perkembangan pameran seni digital ke depannya? Bagaimana platform ini bisa terus berkembang agar tetap relevan bagi audiens muda?

7. Apakah ada ide lain supaya pameran karya seni daring bisa lebih interaktif atau banyak pengunjung dari generasi Z atau teman-teman sebaya anda?
8. Apakah ada hal lain yang ingin Anda tambahkan terkait motivasi dan harapan Anda sebagai pengunjung dalam pameran seni digital?

3.3.2 Expert Interview

Untuk mendapatkan pandangan dan opini dari seorang praktisi yang berpengalaman dalam mengelola pameran seni, Penulis melakukan *Expert Interview* kepada dua orang seniman sekaligus *Co-founder* dari sebuah pameran seni ternama yakni *Jakarta International Photo Festival* (JIPFest). Pada pelaksanaan nya, penulis terlebih dahulu mempresentasikan latar belakang penelitian secara singkat tentang luaran penelitian yang kemudian mengajak narasumber untuk melihat seperti apa platform pameran seni daring yang dimaksud sebelum memulai wawancara. Melalui metode ini, penulis berharap bisa memahami aspek-aspek penting yang dapat membuat sebuah pameran seni daring terasa lebih hidup dan berkesan secara emosional. Selain itu, wawancara ini diharapkan memberi penulis untuk memuat cara-cara yang efektif untuk memperkuat interaksi antara pengunjung dan meningkatkan rasa keterhubungan di antara mereka. Maka dari itu, berikut instrumen pertanyaan wawancara yang diajukan penulis:

1. Apa saja tantangan utama yang Anda hadapi ketika mengelola pameran seni, baik daring maupun luring?
2. Berdasarkan pengalaman Anda, apa aspek terpenting dalam menciptakan pengalaman yang berkesan bagi pengunjung pameran seni?
3. Menurut Anda, apa yang menyebabkan perasaan kesepian ini muncul saat menghadiri pameran seni daring?

4. Apakah Anda merasa fitur-fitur tertentu dapat membantu mengurangi perasaan kesepian ini? Jika ya, fitur seperti apa yang Anda pikirkan?
5. Menurut Anda, apakah bisa membuat pengunjung tertarik untuk bergabung dalam komunitas di dalam sebuah platform pameran seni daring?
6. Dalam gambaran anda, komunitas seperti apa yang akan tercipta dari sebuah pameran seni daring?
7. Menurut Anda, faktor-faktor apa saja yang dapat membuat pengunjung tertarik untuk bergabung dalam komunitas di platform pameran seni daring?
8. Dalam pengalaman Anda, elemen apa yang paling efektif dalam menarik minat pengunjung untuk menjadi bagian dari komunitas di pameran seni daring?
9. Menurut anda apakah mungkin untuk dapat membangun “*sense of community*” atau perasaan kebersamaan dalam pameran seni daring? Bagaimana caranya?

3.3.3 Focus Group Discussion (FGD)

Penulis melakukan *Focus Group Discussion* secara daring yang dengan enam peserta pria maupun wanita dengan rentang berusia 18-25 tahun berdomisili di Jabodetabek dengan tingkat konsumsi teknologi yang cukup tinggi dalam keseharian nya. FGD ini bertujuan untuk mengumpulkan perspektif setiap peserta mengenai harapan pengunjung dalam berinteraksi di pameran seni daring. Selain itu, penulis juga akan menggali pandangan peserta terkait fenomena kesepian yang mungkin dialami pengunjung saat menghadiri pameran seni daring, serta mencari cara-cara efektif untuk mengatasi masalah tersebut. Maka dari itu, berikut instrumen pertanyaan FGD yang diajukan penulis:

1. (Pertanyaan pembuka) Platform digital apa yang biasanya kalian gunakan untuk menikmati konten seni atau desain? Apakah ada fitur khusus yang menurut kalian penting dalam platform tersebut?
2. Ketika berada di pameran seni daring, seberapa penting bagi kalian untuk dapat berinteraksi dengan pengunjung lain atau perupa secara langsung?
3. Apakah kalian merasa fitur-fitur komunitas seperti obrolan kelompok, komentar langsung di karya seni, atau fitur untuk menambah teman menarik bagi kalian dalam konteks pameran seni daring? Mengapa atau mengapa tidak?
4. Menurut kalian, apa yang membuat kalian tertarik untuk bergabung dalam suatu komunitas online? Bagaimana dengan komunitas yang berfokus pada pameran seni?
5. Apakah ada insentif atau pengalaman khusus yang kalian rasa dapat meningkatkan ketertarikan kalian untuk terlibat lebih dalam di komunitas pameran seni daring?
6. Jika kalian bisa memilih, fitur utama apa yang harus ada dalam aplikasi komunitas seni daring agar menarik dan bermanfaat bagi kalian?
7. Bagaimana kalian membayangkan aplikasi ini dapat membentuk komunitas? Misal seperti membuat profil, mengatur preferensi jenis karya seni yang ingin dilihat, atau membuat daftar karya favorit?
8. Bila saya ingin menambahkan fitur gamifikasi dalam aplikasi ini, kira-kira gamifikasi apa yang cocok untuk perancangan ini?
9. Jika saya mengizinkan kalian untuk merancang fitur atau elemen yang dapat meningkatkan rasa kebersamaan di pameran seni daring, fitur seperti apa yang akan kalian tambahkan?

3.3.4 Questionnaire

Penulis menggunakan metode kuesioner untuk mendapatkan data kuantitatif dikarenakan kuesioner adalah sebuah metode penelitian yang memberikan serangkaian pertanyaan untuk dijawab bagi para responden (Sugiono, 2013, h.142). Kuesioner ini akan dilakukan secara *Purposive Sampling* menggunakan Google Form dalam kurun waktu dua minggu. Menurut Mack (2005), *Purposive Sampling* adalah teknik penelitian yang melibatkan pemilihan peserta secara sengaja berdasarkan karakteristik, pengetahuan, atau pengalaman mereka. Atas dasar itu, kuesioner ini secara spesifik ditargetkan yang ditujukan bagi responden usia 18–25 tahun berdomisili DKI Jakarta untuk menggali sejauh mana pengetahuan pengunjung tentang fenomena interaksi pameran seni daring yang ditemukan dalam penelitian ini, Kuesioner ini juga menggali tentang motivasi dan harapan pengunjung ketika ingin berinteraksi dalam sebuah platform pameran seni daring. Berikut instrumen pertanyaan kuesioner yang diajukan:

1. Apakah Anda pernah mengunjungi pameran seni digital? (Ya / Tidak)
2. Seberapa sering Anda mengunjungi platform seni digital? (Setiap minggu / Setiap bulan / Beberapa kali setahun / Tidak pernah)
3. Menurut Anda, seni digital paling sesuai dinikmati oleh generasi apa? (Gen X / Gen Milenial / Gen Z / Gen Alpha)
4. Seberapa tertarik Anda terhadap seni digital? (Sangat tertarik / Tertarik / Biasa saja / Tidak tertarik)
5. Platform apa yang paling sering Anda gunakan untuk mengonsumsi konten seni digital? (Website / Instagram / TikTok / YouTube / Lainnya: _____)
6. Ketika mengunjungi pameran seni digital, apakah Anda mencari pengalaman yang lebih dalam tentang karya seni tertentu atau seniman

- tertentu? (Ya, saya ingin memahami konsep dan proses di balik karya seni / Tidak, saya hanya menikmati visual dan estetika karya seni)
7. Apakah Anda lebih menyukai pameran yang memberikan pengalaman pasif (melihat karya seni) atau yang mengajak Anda untuk terlibat aktif (misalnya berinteraksi langsung dengan karya atau seniman)? (Pengalaman aktif / Pengalaman pasif)
8. Apa yang paling menarik perhatian Anda saat mengunjungi pameran seni digital? (Visual karya seni / Fitur interaktif dan pengalaman pengguna / Profil seniman yang terlibat / Cerita di balik karya seni)
9. Apa yang memotivasi Anda untuk mengunjungi pameran seni digital online dibandingkan pameran seni fisik? (Kemudahan akses dari mana saja / Keingintahuan tentang seni digital / Ingin mendukung seniman / Pengalaman unik atau berbeda dari pameran fisik / Lainnya: _____)
10. Apa yang biasanya Anda cari ketika mengunjungi pameran seni digital? (Inspirasi dari karya seni / Menemukan seniman baru / Kesempatan untuk berinteraksi dengan seniman / Pengetahuan atau wawasan tentang seni digital / Pengalaman visual yang berbeda / Lainnya: _____)
11. Jika Anda bisa berbicara langsung dengan seniman melalui platform digital, apa yang ingin Anda diskusikan? (Proses kreatif di balik karya seni / Inspirasi pribadi seniman / Teknik dan teknologi yang digunakan dalam menciptakan karya / Peluang kolaborasi)
12. Jenis interaksi apa yang paling Anda harapkan dari sebuah pameran seni digital? (Diskusi langsung dengan seniman tentang karya mereka / Diskusi dengan pengunjung lain mengenai karya seni / Sesi tanya jawab atau webinar tentang seni digital / Kesempatan untuk memberi masukan atau review terhadap karya)

13. Bentuk interaksi terbaik apa yang dapat meningkatkan pengalaman Anda dalam pameran seni digital? (Gamification / Metaverse / Live Streaming / Live Q&A)
14. Apakah Anda memiliki masukan, saran, atau preferensi yang bisa menjadi inspirasi dalam perancangan media interaktif ini ?(Jawaban terbuka)

3.3.5 Existing Study

Studi eksisting adalah proses analisis terhadap sebuah objek atau media serupa yang sudah dengan tujuan untuk memahami kelebihan dan kekurangan dari objek atau media yang diteliti (Anugrah, 2022). Melalui studi ini, penulis mengharapkan dapat memperoleh wawasan tentang bagaimana platform seni digital beroperasi di dunia nyata dan sejauh mana platform tersebut memenuhi kebutuhan pengunjung dalam berinteraksi dan bersosialisasi dalam pameran seni daring. Selain itu, studi eksisting juga membantu penulis mengidentifikasi aspek-aspek yang telah berhasil diterapkan, serta kelemahan yang perlu dihindari melalui analisis SWOT. Fokus analisis ini mencakup interaksi pengguna, aksesibilitas, navigasi antarmuka, fitur interaktif, serta pengalaman pengunjung saat berinteraksi dengan karya seni yang dipamerkan. Penulis juga akan mempertimbangkan bagaimana platform tersebut mendukung pengunjung untuk berinteraksi dalam platform, serta fitur apa saja yang dapat menjadi inspirasi penulis dalam perancangan penelitian ini.

3.3.6 Group Interview

Focus Group Discussion akan dilakukan secara komprehensif kepada beberapa narasumber generasi Z untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai motivasi, harapan, dan preferensi mereka terhadap pameran seni digital. Melalui FGD ini, penulis juga akan menggali wawasan serta mengidentifikasi kebutuhan utama generasi Z terhadap pengalaman seni yang

interaktif dan *engaging* bagi mereka, serta untuk mengumpulkan ide-ide inovatif mengenai elemen desain dan fitur interaktif yang paling mereka harapkan bila bisa diwujudkan ke dalam sebuah perancangan media interaktif. Selain itu, diskusi juga menjadi *crosscheck* kepada subjek penelitian tentang efektivitas unsur gamifikasi dan interaktifitas dalam meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pengunjung. Indikator pertanyaan yang disusun untuk FGD adalah sebagai berikut: n:

1. Seni digital lebih cocok untuk usia berapa? Apakah Gen Z merupakan target yang tepat?
2. Mengapa generasi muda cenderung lebih tertarik pada pameran seni daring dibandingkan dengan pameran fisik?
3. Apa yang membuat generasi Z tertarik untuk mengunjungi pameran seni digital?
4. Elemen interaktif seperti apa yang paling di inginkan dalam pameran seni daring? Apakah ada fitur tertentu yang akan membuat pengalaman lebih menarik?
5. Jika ada unsur gamifikasi dalam pameran, apakah akan membuat pengalaman lebih menarik? Berikan contoh nya!
6. Apa jenis konten yang paling ingin kalian lihat di pameran digital?
7. Dari segi UI, apa yang paling penting untuk diperhatikan dalam desain pameran seni daring ini?
8. Bagaimana desain navigasi yang ideal untuk sebuah pameran seni daring agar mudah dipahami pengunjung?
9. Bagaimana cara yang paling efektif untuk menarik seniman agar mau ikut serta di platform Jalirupa?
10. Apa keuntungan yang bisa diperoleh seniman dari mengikuti pameran digital?

11. Apakah adanya fitur live session dengan seniman atau Q&A langsung bisa menjadi daya tarik untuk seniman maupun pengunjung?



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA