

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut adalah subjek perancangan pada *website* mengenai kualitas perhiasan berlian:

1. Demografis

a. Jenis Kelamin: Perempuan dan laki-laki

b. Usia Target: 25-30 tahun

Usia tersebut merupakan usia dimana orang dewasa mulai mengalami finansial yang stabil dan sudah bisa memutuskan untuk mempercantik penampilan sehingga ingin mulai masuk ke dunia berlian. Pada usia tersebut juga berkemampuan secara ekonomi untuk membeli perhiasan berlian selain untuk penampilan atau koleksi tetapi juga untuk investasi, dimana lebih sadar akan nilai jangka panjang dari sebuah pembelian. Kemudian, usia tersebut adalah usia yang ideal untuk menikah sehingga dibutuhkan perhiasan berlian. Berdasarkan survei Populix, 61% responden generasi Z dan milenial di Indonesia menilai usia 25-30 tahun sebagai waktu ideal untuk melangkah ke jenjang pernikahan (Yonathan, 2025). Selain itu, usia tersebut masih aktif menjadi pengguna internet. Generasi milenial menjadi salah satu mayoritas pengguna internet di Indonesia sebesar 30,62% (APJII, 2024).

c. Pendidikan: SMA-S1

Pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian (Aprila, 2021, h.410). Menurut survei pengaruh niat beli barang mewah, mayoritas pendidikan responden SMA dan S1 yaitu SMA sebesar 68% dan S1 sebesar 23,3% (Wafi, 2022).

d. Status Ekonomi: SES A

SES A merupakan orang yang memiliki pengeluaran lebih dari Rp6.000.000 setiap bulannya (Kominfo, 2020), sehingga finansial sudah lebih stabil dan mampu untuk memenuhi keinginannya. Target perancangan ini termasuk ke dalam SES A karena berlian merupakan barang mewah yang biasanya hanya akan dibeli oleh orang dengan pendapatan tinggi.

2. Geografis

Daerah Jabodetabek

Jabodetabek merupakan daerah perkotaan yang mengikuti tren gaya hidup modern, menyukai barang berkelas, dan kebutuhan masyarakat terhadap barang dan jasa tinggi (Robbani, 2022).

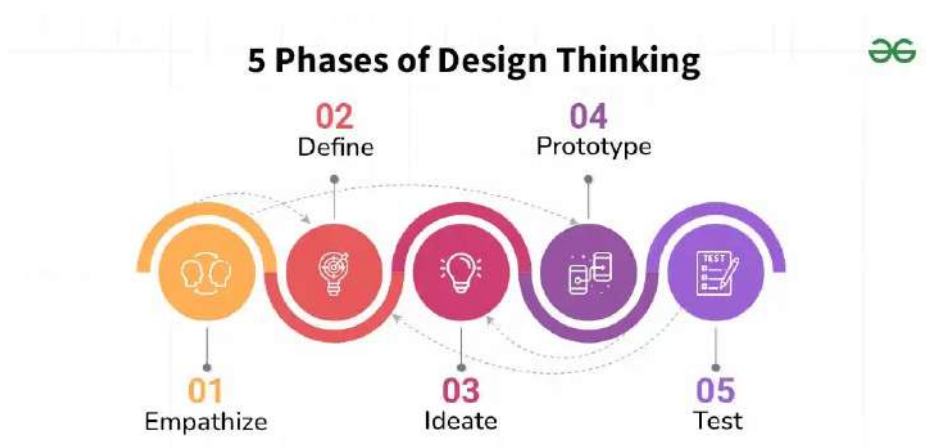
3. Psikografis

- a. Orang yang gemar menggunakan perhiasan berlian
- b. Orang yang kurang mengerti mengenai kualitas perhiasan berlian yang baik
- c. Orang yang ingin mengetahui perbedaan antara berlian alami dan berlian sintetis

Berdasarkan uraian dari subjek perancangan diatas, diketahui bahwa penulis akan melakukan perancangan yang menargetkan generasi milenial dengan rentang usia 25-30 tahun, berdomisili di Jabodetabek dengan status ekonomi sosial menengah ke atas (SES A). Perancangan ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai cara mengetahui kualitas perhiasan berlian.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Perancangan *website* ini menggunakan metode perancangan dalam buku *Institute of Design at Stanford*. Menurut Hasso Plattner, proses perancangan melibatkan lima fase tahap, antara lain *Emphasize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* (Dam, 2024). Berikut adalah penjabaran lebih mendalam terkait lima tahap *Design Thinking* Hasso Plattner, sebagai berikut:



Gambar 3.1 Tahap *Design Thinking*
 Sumber: <https://www.geeksforgeeks.org/...>

3.2.1 *Emphatize*

Dalam prosedur perancangan ini, tahap pertama yang dilakukan adalah *emphatize*. Tahapan ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman dari audiens melalui riset, sehingga pada proses desain penulis dapat memahami kebutuhan audiens seperti kebutuhan, keinginan, perasaan, tingkah laku, dan cara berpikir audiens. Riset tersebut dilakukan dengan metode campuran yaitu kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif yang digunakan adalah wawancara dengan para ahli yaitu *certified GIA* dan *design expert* sebagai narasumber. Selain itu, metode kuantitatif yang digunakan adalah kuesioner yang akan disebarakan kepada masyarakat yang tinggal di Jabodetabek dengan rentang usia 25-30 tahun. Studi eksisting, studi referensi, *alpha test*, dan *beta test* akan dilakukan untuk memperdalam pemahaman terkait kualitas perhiasan berlian.

3.2.2 *Define*

Setelah mengumpulkan data, penulis melakukan tahapan kedua yaitu *define*. Pada tahap ini, penulis mulai melakukan identifikasi dan analisis dari hasil data wawancara, kuesioner, studi eksisting, dan studi referensi. Proses ini bertujuan untuk menentukan solusi dari permasalahan yang dialami oleh korban penipuan kualitas perhiasan berlian.

3.2.3 Ideate

Tahapan selanjutnya adalah *ideate*. Pada tahap ini, penulis menentukan ide dan konsep yang akan disesuaikan oleh pengguna. Setelah menghasilkan ide dan konsep, penulis akan lanjut ke tahap pembuatan *mindmap*, *moodboard*, sketsa, dan sebagainya. Tujuan dari tahapan ini yaitu sebagai pedoman dalam melakukan proses perancangan dan menghasilkan *output* yang sesuai dengan kebutuhan audiens.

3.2.4 Prototype

Setelah menemukan ide dan konsep pada tahapan sebelumnya, tahapan selanjutnya adalah *prototype*. Pada tahapan ini, penulis merealisasikan dan merancang desain dari ide dan konsep tadi menjadi *prototype*. Penulis memastikan bahwa *prototype* tersebut memiliki tampilan yang menarik, informasi yang lengkap, dan nyaman digunakan oleh pengguna.

3.2.5 Test

Setelah *prototype* dibuat, penulis melakukan uji coba terhadap *prototype* melalui *alpha test* dan *beta test*. Proses ini dibuat agar penulis bisa mendapatkan *feedback* dari perancangan yang telah dibuat. *Feedback* yang diberikan akan menjadi masukan sebagai penyempurnaan pada *website* berdasarkan pengalaman pengguna. Proses ini bertujuan agar pengguna dapat menggunakan *website* tersebut secara optimal.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Pada tahapan ini, metode pengambilan data yang dilakukan berupa metode campuran yaitu kualitatif dan kuantitatif. Metode yang digunakan yaitu wawancara, kuesioner, studi eksisting, studi referensi, *alpha test*, dan *beta test*. Metode tersebut bertujuan agar penulis mendapatkan *insight* terkait dengan perancangan *website* yang akan dilakukan serta data tersebut dapat menjadi panduan bagi penulis untuk konsisten dalam perancangan yang dibuat. Penulis melakukan dokumentasi pengambilan data dengan menggunakan foto dan video dengan responden terkait.

3.3.1 Wawancara

Pengambilan data yang akan dilakukan yaitu dengan wawancara. Wawancara merupakan pertemuan *face-to-face* untuk mengajukan pertanyaan dan mencatat serta menuliskan informasi yang diperoleh dari partisipan untuk mengumpulkan data (Creswell & Creswell, 2023, h.203). Penulis akan melakukan wawancara kepada Sumarni Paramita, Ahli *Gemologist* yang bersertifikat *Gemological Institute of America (GIA)*, untuk mendapatkan data mengenai kualitas perhiasan berlian dan kepada Aldy Tjandra, B.A., *Marketing Manager* (sebelumnya *Art Director*), untuk mendapatkan data tentang perancangan *website*. Penulis melakukan wawancara di kantor Mizora Jewelry yang akan didokumentasikan dengan foto dan video.

3.3.1.1 Wawancara dengan Ahli *Gemologist* (Sertifikasi GIA)

Wawancara pertama dilakukan dengan Sumarni Paramita, sebagai Ahli *Gemologist* yang bersertifikasi GIA. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan wawasan secara profesional mengenai informasi seputar kualitas perhiasan berlian. Hal ini selaras dengan teori Creswell tentang wawancara (Creswell & Creswell, 2023). Penulis memilih beliau yang bersertifikat GIA karena menunjukkan bahwa mereka memiliki pengetahuan yang mendalam dan keterampilan teknis dalam bidang gemologi (ilmu yang mempelajari batu permata). Penulis menyusun pertanyaan wawancara sebagai berikut:

1. Bisakah Anda menjelaskan lebih lanjut tentang "4C" dalam penilaian berlian (*Carat, Cut, Color, Clarity*)?
2. Apa saja faktor lain selain 4C yang mempengaruhi kualitas sebuah berlian dalam perhiasan?
3. Bagaimana cara Anda memastikan bahwa berlian yang digunakan dalam perhiasan adalah asli dan berkualitas tinggi?
4. Apakah ada perbedaan signifikan dalam kualitas berlian yang diproduksi secara alami dibandingkan dengan berlian sintetis?

5. Seberapa banyak yang tanya tentang perbedaan berlian alami dan sintetis ke laboratorium?
6. Apakah ada perbedaan mencolok dalam harga antara berlian alami dan berlian sintetis? Bagaimana penjual nakal memanfaatkan perbedaan ini untuk menipu konsumen?
7. Apa informasi yang jarang ditanyakan pembeli namun perlu diketahui?
8. Apakah sertifikat GIA dapat dipalsukan?
9. Apa tantangan utama yang dihadapi oleh konsumen dalam memastikan bahwa berlian yang mereka beli adalah asli, terutama bagi orang awam yang tidak begitu memahami berlian?

3.3.1.2 Wawancara dengan *Art Director*

Wawancara kedua dilakukan dengan Aldy Tjandra, B.A., seorang *Marketing Manager* yang sebelumnya merupakan *Art Director* sebagai *Design Expert*. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan insight dan wawasan secara profesional terkait perancangan *website* mengenai kualitas perhiasan berlian. Hal ini selaras dengan teori Creswell tentang wawancara (Creswell & Creswell, 2023). Penulis memilih beliau karena mereka memiliki keterampilan dan pengetahuan yang relevan dalam menciptakan pengalaman visual yang efektif dan fungsional di dunia digital. Penulis menyusun pertanyaan wawancara sebagai berikut:

1. Bagaimana pengalaman Anda dalam membuat *website*?
2. Bagaimana merancang *layout website* dengan asset atau elemen yang menonjolkan objek perhiasan berlian?
3. Bagaimana strategi komunikasi yang efektif pada tampilan *website* kualitas perhiasan berlian?
4. Bagaimana Anda melakukan pendekatan khusus dalam memilih palet warna dan tipografi untuk *website*?

5. Bagaimana Anda mengoptimalkan *User Experience* (UX) untuk memastikan bahwa *website* tersebut mudah diakses dan dinavigasi?
6. Apakah ada tren terbaru dalam desain *website* yang Anda lihat saat ini?
7. Bagaimana cara mengkomunikasikan desain *website* kepada target SES A?
8. Bagaimana cara mengajak atau membuat orang tahu bahwa ada *website* ini (*media journey*)?
9. Apakah Anda memiliki tips agar foto berlian terlihat jelas?

3.3.2 Kuesioner

Kuesioner adalah alat pengukuran yang dapat berisi pertanyaan tentang variabel tertentu yang ingin diteliti untuk memberikan gambaran tentang opini, sikap, dan perilaku responden (Creswell & Creswell, 2023). Kuesioner tersebut akan disebarakan kepada orang yang gemar atau tertarik dengan perhiasan berlian di daerah Jabodetabek berusia 25-30 tahun. Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mendapatkan informasi terkait bagaimana pandangan responden mengenai kualitas perhiasan berlian alami dan sintesis. Penulis menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah responden kuesioner agar akurasi data yang dikumpulkan mewakili populasi dapat terkumpul dengan baik. Populasi masyarakat umur 25-30 tahun di Jabodetabek cukup besar, sehingga survei terhadap keseluruhan tidak memungkinkan. Oleh karena itu, rumus Slovin membantu menentukan jumlah sampel dengan mempertimbangkan *margin of error* sehingga jumlah responden dapat diperoleh dengan tepat. Berikut merupakan keterangan dari rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah responden

N = Jumlah populasi

e = Margin of error

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Indonesia (2023), total populasi masyarakat di Jabodetabek dengan rentang usia 25-30 tahun sebesar 1.690.274 orang. Berikut perhitungan target sampel dengan rumus Slovin:

$$n = \frac{1.690.274}{1 + 1.690.274(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.690.274}{1 + 1.690.274 \times 0,01}$$

$$n = \frac{1.690.274}{1 + 16.902,74}$$

$$n = \frac{1.690.274}{17.902,74}$$

$$n = 94,41$$

Berdasarkan hasil rumus Slovin tersebut, penulis mendapatkan angka jumlah sampel 94,41 sehingga penulis membulatkan menjadi 95 responden. Dengan demikian, penulis membutuhkan minimal 95 responden kuesioner untuk penelitian ini. Dengan jumlah responden tersebut, penulis dapat memperoleh data yang mewakili target audiens dalam penelitian ini. Pertanyaan pada kuesioner dibagi menjadi tiga bagian. Pada bagian pertama, penulis memerlukan data responden seperti usia, domisili, pekerjaan, dan pengeluaran. Berikut merupakan susunan pertanyaan bagian pertama:

Tabel 3.1 Kuesioner Bagian Data Responden

Bagian 1: Data		
Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
Usia	<i>Multiple choice</i>	a. < 30 tahun b. 31–35 tahun c. 36-40 tahun d. > 40 tahun
Domisili	<i>Multiple choice</i>	a. DKI Jakarta b. Bogor c. Depok d. Tangerang e. Bekasi
Pekerjaan	<i>Multiple choice</i>	a. Pelajar/Mahasiswa b. Pegawai Swasta/Negeri

		c. Wiraswasta d. Pekerjaan Rumah Tangga
Pengeluaran untuk perhiasan/fashion dalam sebulan	<i>Multiple choice</i>	a. < Rp1.000.000 b. Rp1.000.000 – Rp5.000.000 c. Rp6.000.000 – Rp10.000.000 d. > Rp10.000.000
Apakah Anda pernah atau tertarik membeli perhiasan berlian?	<i>Multiple choice</i>	a. Ya, pernah b. Tidak pernah/tidak tertarik

Pada bagian kedua, penulis menanyakan topik penelitian kepada responden seputar kualitas perhiasan berlian alami dan sintetis. Berikut merupakan susunan pertanyaan bagian kedua:

Tabel 3.2 Kuesioner Bagian Topik Kualitas Perhiasan Berlian

Bagian 2: Topik		
Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
Dimana Anda akan membeli perhiasan berlian?	<i>Checkboxes</i>	a. Online shop (Shopee, Tokopedia, dsb) b. Toko fisik c. Website resmi brand
Apa alasan utama Anda memilih untuk membeli perhiasan berlian?	<i>Checkboxes</i>	a. Investasi jangka panjang b. Koleksi perhiasan c. Meningkatkan penampilan dan percaya diri d. Menunjukkan status sosial
Menurut Anda, apakah kualitas perhiasan berlian mempengaruhi keputusan pembelian?	<i>Linear scale</i>	1-4 1: Sangat Tidak Mempengaruhi 4: Sangat Mempengaruhi
Apakah Anda mengetahui skala kualitas berlian seperti 4C (Cut, Color, Clarity, Carat)?	<i>Linear scale</i>	1-4 1: Sangat Tidak Paham 4: Sangat Paham
Apakah Anda pernah mendengar/mengetahui berlian sintetis?	<i>Multiple choice</i>	a. Pernah b. Tidak pernah

Apakah Anda merasa ada perbedaan yang signifikan antara berlian asli dengan berlian sintetis?	<i>Multiple choice</i>	a. Sangat merasa ada perbedaan b. Ada perbedaan, namun tidak signifikan c. Tidak ada perbedaan d. Tidak tahu
Apakah Anda merasa kesulitan untuk membedakan berlian asli dengan berlian sintetis sebelum membeli?	<i>Linear scale</i>	1-4 1: Sangat kesulitan 4: Tidak kesulitan
Apakah Anda pernah mendengar/mengetahui/mengalami tentang kasus penipuan berlian sintetis yang dijual dengan harga berlian asli?	<i>Multiple choice</i>	a. Ya, pernah b. Tidak pernah

Pada bagian ketiga, penulis menanyakan mengenai media pada topik penelitian kepada responden terkait kualitas perhiasan berlian. Berikut merupakan susunan pertanyaan bagian ketiga:

Tabel 3.3 Kuesioner Bagian Media Informasi

Bagian 3: Media		
Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
Di mana Anda biasanya mencari informasi terkait kualitas perhiasan berlian sebelum melakukan pembelian?	<i>Multiple choice</i>	a. Website resmi brand b. Media sosial (Instagram, Facebook, TikTok, dll) c. Toko fisik d. Artikel/review online e. Buku atau media cetak lainnya
Apa alasan Anda memilih media tersebut?	<i>Checkboxes</i>	a. Informasi selalu update b. Informasinya akurat karena sumbernya terpercaya c. Tampilannya menarik dan mudah dipahami d. Kontennya relevan dengan minat saya e. Memungkinkan interaksi langsung seperti komentar/pendapat
Informasi apakah yang paling penting dalam	<i>Checkboxes</i>	a. Harga produk b. Kualitas produk

menentukan keputusan pembelian?		c. Review dari pembeli lain d. Deskripsi produk e. Garansi dan keamanan produk
Apakah Anda lebih memilih membeli berlian dari toko yang menyediakan informasi lengkap tentang kualitas berlian secara online?	<i>Multiple choice</i>	a. Ya, saya lebih suka toko yang memberikan informasi lengkap b. Terkadang, saya memilih yang memberikan informasi lengkap c. Tidak terlalu peduli, saya memilih berdasarkan harga d. Tidak, saya lebih suka berbelanja tanpa informasi yang terlalu rinci
Sejauh mana Anda merasa informasi yang disediakan oleh penjual berlian online atau toko fisik cukup untuk membantu Anda membuat keputusan pembelian yang tepat?	<i>Linear scale</i>	1-4 1: Sangat Cukup 4: Tidak Cukup

3.3.3 Focus Group Discussion (FGD)

FGD merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara kelompok. FGD dapat didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data yang melibatkan diskusi secara kelompok mengenai topik atau permasalahan tertentu yang dipandu oleh seorang moderator (Indrizal, 2017, h.76). Penulis akan melakukan wawancara kepada orang yang gemar menggunakan perhiasan berlian berusia 25-30 tahun untuk mendapatkan data mengenai kualitas perhiasan berlian untuk mendapatkan insight dari target perancangan ini. Penulis melakukan FGD melalui *zoom meeting* dan didokumentasikan melalui foto. Penulis menyusun pertanyaan FGD sebagai berikut:

1. Seberapa penting penampilan atau *fashion* dalam kehidupan sehari-hari kalian?

2. Apakah kalian rutin memakai perhiasan? Jika iya, perhiasan seperti apa yang paling sering kalian pakai?
3. Apa alasan kalian pernah membeli berlian?
4. Dalam situasi seperti apa kalian biasanya memakai perhiasan berlian?
5. Brand apa yang kalian pernah beli? Apakah ada brand yang lebih condong?
6. Dimana biasanya kalian membeli perhiasan berlian? Apakah di toko *online* atau *offline*?
7. Jika butuh informasi terkait kualitas perhiasan berlian, kalian ingin mendapatkan informasi darimana? Menurut kalian, media informasi yang terpercaya darimana?

3.3.4 Studi Eksisting

Pada perancangan ini, penulis melakukan studi eksisting. Studi eksisting adalah metode pengumpulan data yang memanfaatkan penelitian atau data yang telah tersedia sebelumnya (Prapitasari et al., 2019, h.34). Pada tahapan ini, penulis melakukan studi eksisting terhadap *website* atau artikel yang berkaitan dengan kualitas perhiasan berlian. Dalam prosesnya, penulis menggunakan metode analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) yang membantu penulis dalam menganalisis media yang sudah ada.

3.3.5 Studi Referensi

Dalam perancangan ini, penulis juga melakukan studi referensi. Studi referensi adalah kegiatan mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan topik penelitian (Fajri, 2022). Penulis melakukan studi referensi untuk mendalami dan memahami bagaimana perancangan *website* yang baik sehingga bisa menjadi acuan bagi penulis dalam merancang *website*. Penulis mengambil referensi dari beberapa media dengan topik yang relevan yang akan dijadikan inspirasi dalam perancangan *website* mengenai kualitas perhiasan berlian.

3.3.6 Alpha Test

Alpha testing adalah suatu pengujian yang dilaksanakan oleh pengembang aplikasi untuk mengetahui nilai kualitas dan stabilitas aplikasi

yang sedang diuji (Menora et al., 2023, h.50). Pengujian ini bertujuan untuk memastikan apakah perancangan yang telah dibuat dapat berjalan dengan baik atau tidak. Penulis melakukan *alpha test* dengan menggunakan *google form*. Penulis menyusun beberapa pertanyaan dalam bentuk pernyataan, sebagai berikut:

1. Informasi yang disajikan mudah dipahami.
2. Informasi yang disajikan sudah cukup mendalam.
3. Istilah yang digunakan jelas dan mudah dipahami.
4. *Copywriting* disampaikan dengan bahasa yang casual.
5. Elemen desain relevan dengan topik.
6. Elemen desain mendukung pengalaman Anda menggunakan *website*.
7. Penggunaan warna sudah konsisten di seluruh *page*.
8. Kombinasi warna yang digunakan nyaman untuk dilihat.
9. Penggunaan *font* sudah konsisten di seluruh *page*.
10. Jenis *font* nyaman untuk dibaca.
11. Ukuran font nyaman untuk dibaca.
12. Tata letak (*layout*) sudah terlihat rapih.
13. Ruang kosong (*white space*) digunakan dengan baik untuk kenyamanan mata.
14. Tampilan visual secara keseluruhan sudah mencerminkan mewah dan elegan.
15. Struktur *website* sudah terarah dengan baik.
16. Alur perpindahan antar halaman mudah dipahami.
17. *Button* sudah bekerja dengan baik.
18. *Button* mudah untuk ditemukan.
19. Navigasi antar halaman responsif.
20. Navigasi yang dituju sudah sesuai saat di klik.
21. *What's good?*
22. *What's bad?*
23. *What's could be improved?*

3.3.7 Beta Test

Setelah melakukan *alpha test*, penulis mulai melakukan pengujian lebih lanjut yang dinamakan *beta test*. *Beta testing* merupakan pengujian yang dilakukan dari perspektif pengguna (Menora et al., 2023, h.50). Pada tahap ini, penulis dapat menilai sejauh mana perancangan berhasil dan sesuai dengan harapan pengguna yang nantinya akan dijadikan sebagai masukan untuk melakukan perbaikan. Penulis melakukan *beta test* dengan wawancara yang akan dilakukan secara *online* melalui *zoom meeting*. Penulis menyusun beberapa pertanyaan seputar perancangan *website*, sebagai berikut:

1. Apakah informasi yang disajikan mudah dipahami dan cukup mendalam?
2. Apakah informasi yang disampaikan dapat bermanfaat bagi Anda?
3. Apakah *copywriting* sudah disampaikan dengan bahasa yang *casual*?
4. Apakah elemen desain sudah relevan dengan topik?
5. Apakah penggunaan warna sudah konsisten di seluruh *page*? Apakah kombinasi warnanya nyaman untuk dilihat?
6. Apakah penggunaan jenis *font* nyaman untuk dibaca? Apakah ukurannya pas untuk dibaca?
7. Apakah *layout* sudah terlihat rapih?
8. Apakah tampilan visual secara keseluruhan sudah mencerminkan elegan dan mewah?
9. Apakah alur perpindahan *website* sudah terarah dengan baik?
10. Apakah *button* sudah bekerja dengan baik?
11. Apakah navigasi saat di klik sudah sesuai dengan yang ingin dituju?
12. Apakah animasi sudah bergerak dengan baik?
13. Apakah ada saran dan kritik terkait perancangan?