

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Pada hakikatnya, metode penelitian merupakan prosedur ilmiah untuk mengumpulkan data sesuai dengan tujuan dan manfaat tertentu (Sugiyono, 2013, h.2). Ada empat hal yang butuh diperhatikan dalam metode penelitian, yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah artinya, penelitian yang dilakukan bersifat rasional, empiris, dan sistematis. Rasional artinya, penelitian sudah sepatutnya dilaksanakan dengan cara yang masuk akal, sehingga mudah dipahami orang-orang. Empiris artinya, langkah-langkah penelitian yang dilakukan dapat diamati oleh indera manusia agar orang-orang dapat ikut mengamati. Sistematis artinya, penelitian dilakukan dengan langkah-langkah tertentu yang sifatnya logis. Berdasarkan hal-hal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa metode penelitian digunakan untuk memperoleh suatu cara teknis yang tepat bagi suatu kegiatan penelitian dalam menemukan jawaban atas berbagai pertanyaan melalui penerapan prosedur ilmiah (Sukiati, 2016, h.11).

Metode penelitian juga dedefinisikan sebagai suatu rencana dan prosedur penelitian yang mencakup tahapan dari asumsi mendasar hingga metode spesifik dalam mengumpulkan data, menganalisis, dan menafsirkan data (Creswell & Creswell, 2023, h.3). Dalam bukunya yang berjudul *Research Design*, Creswell & Creswell mengelompokkan metode penelitian ke dalam tiga cara pendekatan, yaitu kualitatif, kuantitatif, dan campuran (*mixed methods*). Penelitian kualitatif lebih banyak menggunakan kata-kata atau bersifat deskriptif, penelitian kuantitatif lebih mengandalkan angka, sementara penelitian *mixed methods* merupakan gabungan keduanya.

3.1.1 Penjelasan Metode Penelitian

Pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif karena masalah yang diangkat cukup spesifik

dialami oleh para orang tua dari anak-anak penyandang disabilitas di UKM CIDCO. Hal ini menuntut pengumpulan data yang mendalam dan bersifat intim oleh peneliti untuk mendukung perancangan buku panduan digitalisasi aset visual. Oleh karena itu, pendekatan penelitian secara kualitatif dipilih agar peneliti dapat memahami pengalaman, kebutuhan, dan tantangan yang dihadapi orang tua secara lebih komprehensif.

Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan dalam meneliti agar dapat memahami makna yang diberikan suatu individu atau kelompok terhadap suatu permasalahan. Proses penelitian kuantitatif ini meliputi pengumpulan data secara langsung dari partisipan, analisis dari hal-hal kecil ke tema yang lebih luas, serta penyusunan laporan dengan struktur yang fleksibel (Creswell & Creswell, 2023, h.4). Berikut merupakan ciri-ciri metode penelitian kualitatif menurut Creswell & Creswell (2023, h.193-194):

1. Penelitian berfokus pada pemahaman dan sudut pandang subjek penelitian terhadap masalah penelitian yang diangkat, bukan pada teori atau asumsi peneliti.
2. Proses pengumpulan data dilakukan secara langsung di lokasi penelitian, misalnya dengan mengamati karakteristik subjek penelitian dengan berinteraksi langsung.
3. Peneliti memiliki peran aktif dalam mengumpulkan data, mengamati karakteristik, serta mewawancarai subjek penelitian. Dalam proses pengumpulan data dapat dibantu oleh alat-alat seperti rekaman audio atau video untuk mendokumentasikan informasi yang didapat.
4. Data yang diperoleh dari berbagai sumber akan dianalisis agar dapat menjadi informasi yang lebih komprehensif.

Dalam penelitian perancangan buku panduan digitalisasi aset visual bagi orang tua para penyandang disabilitas, data primer yang perlu dikumpulkan yaitu karakter para orang tua di CIDCO, serta kesulitan dan

harapan mereka dalam proses digitalisasi aset visual karya anak-anaknya. Maka dari itu, diperlukan pelaksanaan *focus group discussion* (FGD) bersama para orang tua sekaligus melakukan observasi terhadap karakter (*behavior*) mereka. Teknik ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif serta menyesuaikan perancangan buku panduan dengan kebutuhan dan pengalaman mereka.

Selain itu, peneliti sebagai desainer juga butuh melakukan wawancara dengan ahli mengenai media informasi yang akan dirancang. Narasumber yang dipilih peneliti merupakan salah satu dosen DKV UMN yang berpengalaman di perancangan media informasi, yaitu Edo Tirtadarma, S.Ds., M.Ds. Melalui teknik-teknik pengumpulan data ini, diharapkan penelitian ini mampu menghasilkan buku panduan sesuai dengan kebutuhan serta dapat membantu para orang tua dalam memahami proses digitalisasi aset visual secara efektif.

3.2 Tahapan Penelitian

Pada penelitian ini, tahapan penelitian yang digunakan yaitu berlandaskan teori *design thinking* yang dikemukakan oleh David Kelley dan Tim Brown. Menurut Kelley & Brown (2018), terdapat lima tahapan perancangan *design thinking*, yaitu:

1. *Empathize*

Tahap pertama yaitu berempati (*empathize*), yang mencakup proses memahami latar belakang masalah hingga tahap pengumpulan data. Dalam tahap *empathize*, peneliti melakukan riset dan berusaha memposisikan dirinya sebagai target audiens agar dapat mengerti kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka. Hal tersebut dapat dilakukan dengan melakukan teknik pengumpulan data kualitatif. Pada penelitian ini, peneliti yang akan merancang media tutorial melakukan *focus group discussion* (FGD) dengan para orang tua UKM CIDCO sambil melakukan observasi karakteristik mereka, serta melaksanakan wawancara dengan Edo

Tirtadarma, S.Ds., M.Ds. sebagai ahli desain di bidang buku panduan.

Dengan dilakukannya FGD, peneliti dapat sekaligus melakukan observasi mengenai pemahaman para orang tua terhadap perancangan digitalisasi aset visual, karakteristik (*behavior*) mereka, serta kebutuhan, hambatan, harapan, dan opini mereka terkait media tutorial alternatif sebagai solusi yang ditawarkan. Sementara itu, kegiatan wawancara dengan ahli desain dapat menambah wawasan peneliti yang juga berperan sebagai desainer dalam proses perancangan media. Hasil data-data FGD, observasi, dan wawancara akan direview, dirangkum, serta saling dikaitkan sehingga peneliti dapat fokus ke masalah desain yang ada untuk dijadikan bahan melakukan tahap *define*.

2. Define

Setelah desainer memahami kebutuhan target audiensnya, maka desainer dapat memberikan ide untuk membuat suatu media yang dapat menjadi solusi desain dari permasalahan desain yang ditemukan. Pada tahap *define*, desainer fokus pada kebutuhan target audiens untuk mengembangkan ide dan inovasi baru yang dapat menjadi sebuah solusi. Intinya, tahap *define* menuntut peneliti untuk fokus ke perannya sebagai desainer dengan memahami betul masalah desainnya untuk menentukan solusi desain yang paling tepat. Tips dalam melakukan tahap ini yaitu dapat dilakukan dengan cara mengorganisir kembali data-data yang sudah dikumpulkan sebelumnya, seperti hasil FGD, wawancara, atau observasi.

Setelah merekap dan melakukan analisis dari hasil FGD, observasi, dan wawancara, peneliti melihat kembali dan memastikan kesesuaian masalah desain. Berdasarkan masalah desain yang telah terbukti melalui hasil FGD, maka solusi desain berupa perancangan buku panduan sebagai media tutorial ditentukan. Bila solusi desain

sudah ditentukan, maka tahap selanjutnya adalah melakukan *brainstorming* untuk merealisasikan solusi tersebut.

3. *Ideate*

Tahap *ideate* merupakan tahap pra-perancangan atau pengembangan ide mengenai solusi yang telah diputuskan pada tahap sebelumnya. Proses ini diawali dengan *brainstorming*, di mana desainer menuangkan segala kreativitasnya tanpa batasan dan berdiskusi dengan orang sekitar. Untuk memastikan ide lebih terarah, desainer biasanya menggunakan teknik *mindmapping* untuk menyusun *keyword*, hingga menentukan *big idea* dan konsep desain.

Dalam perancangan buku panduan, desainer dapat langsung menyusun isi konten, *layout*, atau membuat sketsa setelah melakukan proses *brainstorming*. Proses ini biasanya dilakukan sambil mencari referensi yang digunakan untuk membuat *mood board* dan membangun gaya desain yang sesuai dengan kebutuhan target audiens. Setelah ide-ide dikembangkan dan konsep desain mulai terbentuk, maka desainer dapat beralih ke tahap *prototype*.

4. *Prototype*

Melanjutkan dari tahap *ideate*, tahap *prototype* merupakan tahap realisasi atau implementasi ide yang telah disusun. Oleh sebab itu, tahap ini dapat disebut sebagai tahap perancangan. Apabila rencana dan konsep perancangan sudah matang, maka desainer dapat langsung melakukan proses desain media tutorial yang akan dirancang. Proses ini mencakup implementasi desain hingga tahap produksi, seperti mencetak buku panduan beserta *packaging* atau elemen-elemen tambahannya.

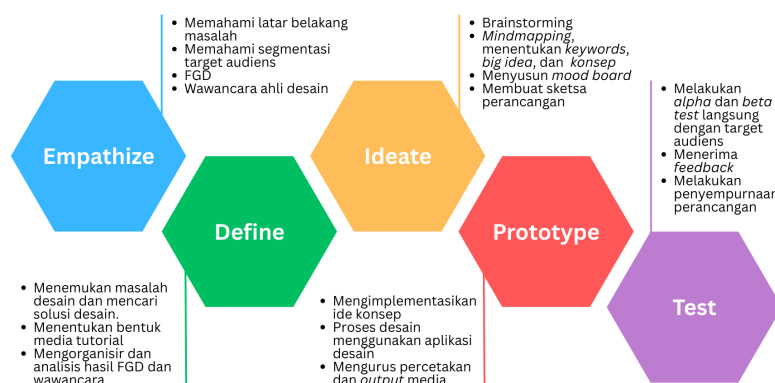
Pada tahap ini, desainer mulai mengubah konsep abstrak menjadi bentuk nyata yang dapat diuji, seperti sketsa, *wireframe*, atau model interaktif. *Prototype* ini berfungsi untuk mengevaluasi kelayakan dan efektivitas solusi yang dirancang, sehingga memungkinkan perbaikan sebelum produk akhir dikembangkan.

Proses ini melibatkan perangkat keras maupun perangkat lunak, seperti *laptop*, *smartphone*, atau aplikasi desain. Ketika *prototype* sudah terbentuk, maka langkah selanjutnya adalah memastikan bahwa solusi yang dirancang benar-benar dapat digunakan sesuai tujuan yang telah ditetapkan melalui tahap *test*.

5. Test

Tahap *test* merupakan proses evaluasi terhadap *prototype* yang telah dibuat dengan melibatkan pengguna secara langsung. Pengujian ini bertujuan untuk memahami apakah solusi yang dirancang benar-benar memenuhi kebutuhan pengguna dan berfungsi sesuai harapan. Selain itu, tahap ini memungkinkan desainer untuk mengamati bagaimana pengguna berinteraksi dengan *prototype* serta memahami pengalaman mereka secara lebih mendalam.

Melalui pelaksanaan *alpha* dan *beta test* media tutorial yang telah dirancang, peneliti yang juga berperan sebagai desainer dapat memperoleh masukan atau *feedback*, kritik, serta saran dari para orang tua sebagai pengguna untuk menyempurnakan media yang dirancang. Dengan memahami respon dan kendala yang dialami oleh pengguna, desainer dapat melakukan penyesuaian agar produk akhir lebih optimal dan sesuai dengan kebutuhan mereka.



Gambar 3.1 5 Stages of Design Thinking
Sumber: Chavella (2025)

3.3 Metode Pengumpulan Data Kualitatif

Metode pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah metode kualitatif, yaitu pengumpulan data yang berfokus pada kualitas informasi yang didapatkan. Pada penelitian kualitatif, hasil analisis data yang dikumpulkan tidak hanya berpatok pada tinjauan literatur, tetapi lebih mengandalkan data-data yang didapatkan secara langsung saat penelitian di lapangan. Analisis yang ditekankan dari penelitian kualitatif yaitu penggunaan logika dalam membuat kesimpulan dari suatu fenomena (Abdussamad, 2021, h.29). Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah melakukan observasi melalui *focus group discussion* (FGD) dan wawancara.

3.3.1 Focus Group Discussion

Penulis bersama tim peneliti mahasiswa melakukan *focus group discussion* (FGD) pada 17 Maret 2025, pukul 13.30 – 15.30 WIB di Restoran Parla, Bandung. FGD dilaksanakan langsung bersama 7 *user* yang merupakan ibu dari anak-anak penyandang disabilitas di UKM CIDCO, 1 orang ketua (Puspatriani Agustina), 1 orang penasehat (Dr. Anne Nurfarina, M.Sn.), dan 3 orang dari tim peneliti mahasiswa (termasuk penulis). 7 orang tua merupakan peserta FGD yang berdiskusi mengenai pertanyaan yang diajukan penulis. Sedangkan, sang penasehat dan ketua CIDCO berperan sebagai moderator yang menjembatani tim peneliti dan para orang tua dalam melakukan FGD, serta membantu menyimpulkan hasil diskusi peserta.

Tujuan dilakukannya FGD secara langsung bersama para orang tua di UKM CIDCO yang merupakan target audiens penelitian ini yaitu untuk melakukan observasi terkait karakteristik atau psikografis mereka secara lebih dalam. Selain itu, melalui FGD juga dapat diketahui kesulitan apa yang dialami para orang tua dalam perancangan aset visual serta preferensi media tutorial yang sesuai kebutuhan mereka.



Gambar 3.2 *Focus Group Discussion* dengan *User* dari UKM CIDCO
Sumber: Tim Peneliti (2025)

Pertanyaan *Focus Group Discussion* (FGD) yang diajukan kepada para orang tua di UKM CIDCO yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pandangan ibu-ibu terkait Media Tutori sebagai media tutorial perancangan aset visual yang pernah dirancang sebelumnya?
2. Hambatan seperti apa yang dihadapi ibu-ibu sebagai manajer anaknya dalam melakukan finaliasi karya atau aset visual? Apa harapan ibu-ibu ke depannya?
3. Apakah ibu-ibu saat ini masih suka baca buku? Buku *genre* apa yang biasa dibaca?
4. Keluhan atau ketidaknyamanan seperti apa yang biasa ibu-ibu temukan saat membaca buku?
5. Buku panduan apa yang biasa ibu-ibu baca? Apa keluhan atau ketidaknyamanan yang ibu-ibu rasakan?
6. Gaya bahasa dan penulisan konten seperti apa yang nyaman bagi ibu-ibu?
7. Bagaimana tanggapan ibu-ibu mengenai buku fisik dan buku digital? Mana yang lebih disukai?
8. Ilustrasi atau gambar seperti apa yang menarik bagi ibu-ibu, khususnya untuk buku panduan?

9. Seberapa besar ukuran buku panduan yang nyaman bagi ibu-ibu?
10. Bagaimana pendapat ibu-ibu apabila pada halaman buku panduan mengenai proses digitalisasi aset visual disertakan *white space* untuk menulis catatan?

Setelah mendengarkan diskusi orang tua para anggota UKM CIDCO, penulis dapat memahami kendala, kebutuhan, dan harapan mereka, khususnya dalam perancangan media tutorial perancangan aset visual. *Insight* yang didapatkan penulis dari hasil FGD ini menjadi landasan dalam perancangan buku panduan sebagai media tutorial digitalisasi aset visual

3.3.2 Wawancara dengan Ahli Desain

Sebelum memulai proses perancangan, diperlukan pemahaman yang lebih luas mengenai bentuk media yang akan dirancang. Oleh sebab itu, penulis melakukan wawancara dengan Edo Tirtadarma, S.Ds., M.Ds. sebagai ahli desain media informasi, khususnya dalam hal perancangan buku. Beliau merupakan dosen di Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara, dengan latar belakang pendidikan Sarjana Desain dari Universitas Tarumanagara dan Magister Desain dari Universitas Trisakti.

Dari segi pengalaman industri, beliau pernah magang dan bekerja di Matari Advertising selama 1,5 tahun, menjadi freelance designer di Dentsu selama kurang lebih 1 tahun, serta bekerja secara mandiri sebagai *freelancer* selama sekitar 1 tahun. Pada 2013–2018, beliau turut membangun sebuah *creative agency* bernama Bytco bersama teman-teman kuliahnya. Selain itu, pada 2014, beliau mulai mengajar secara *part time* di Universitas Tarumanagara sambil menjalankan Bytco. Kemudian, pada 2015, beliau melanjutkan studi magister di Universitas Trisakti sembari tetap mengajar. Hingga akhirnya, pada 2020, beliau memutuskan untuk fokus sebagai dosen penuh waktu di Universitas Multimedia Nusantara.



Gambar 3.3 Wawancara dengan Dosen Ahli Desain
Sumber: Chavella (2025)

Wawancara dilaksanakan pada 21 Maret 2025, pukul 10.00-10.30 WIB, dengan daftar pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah Anda pernah terlibat dalam proyek pembuatan media informasi, khususnya buku? Bisakah ceritakan pengalaman Anda?
2. Apakah Anda pernah terlibat dalam proyek pembuatan media informasi dengan target audiens generasi X? Bisakah ceritakan pengalaman Anda?
3. Apakah Anda pernah terlibat dalam proyek pembuatan media informasi, khususnya buku? Bisakah ceritakan pengalaman Anda?
4. Apakah Anda pernah terlibat dalam pembuatan media informasi yang target audiensnya merupakan orang tua generasi X? Bisakah ceritakan pengalaman Anda?
5. Bagaimana pendapat Anda mengenai media tutorial berbentuk buku panduan untuk mengajarkan orang tua Gen X, khususnya ibu-ibu, dalam hal desain atau perancangan aset visual secara digital?
6. Menurut Anda, apa saja elemen penting yang harus ada dalam sebuah buku panduan?

7. Bagaimana caranya atau tips apa yang diperlukan dalam penyusunan alur pembelajaran cara merancang aset visual dalam buku panduan agar mudah dipahami oleh orang tua?
8. Menurut Anda, bagaimana cara terbaik untuk mengatur tata letak (*layout*) dan tipografi dalam buku panduan agar tetap menarik tetapi tetap fungsional bagi pembaca, khususnya bagi orang tua Gen X?
9. Apakah ada strategi khusus dalam pemilihan bahasa dan gaya penulisan agar buku panduan terasa lebih ramah dan tidak membingungkan bagi pembaca?
10. Metode apa yang bisa digunakan untuk menguji efektivitas buku panduan sebelum dipublikasikan, agar dapat memastikan bahwa isinya benar-benar mudah dipahami dan bermanfaat?
11. Berdasarkan pengalaman Anda, tantangan apa yang sering muncul dalam perancangan buku panduan atau media informasi, dan bagaimana cara mengatasinya?

Jawaban-jawaban wawancara dari narasumber menjadi wawasan yang memberikan pemahaman lebih detil mengenai media informasi, khususnya untuk perancangan buku panduan. Hal tersebut menjadi dasar dan bahan pertimbangan bagi penulis dalam tahap perancangan.

3.4 Analisis Data

Berdasarkan data-data yang didapatkan dari FGD bersama orang tua di UKM CIDCO dan wawancara dengan Edo Tirtadarma, S.Ds., M.Ds. sebagai ahli desain buku, maka hasil analisis data penulis dapat dituliskan sebagai berikut:

3.4.1 Analisis Hasil *Focus Group Discussion* (FGD)

Melalui diskusi terfokus berkelompok bersama orang tua dari para penyandang disabilitas di UKM CIDCO, penulis mengetahui kesulitan utama mereka terletak pada tahap digitalisasi aset visual. Hambatan para orang tua sebagai manajer produksi meliputi proses *setting* keharmonisan warna aset visual versi digital serta *layouting* aset visual pada *merchandise* yang diproduksi. Salah satu ibu mengatakan masih mengalami kendala dalam

membuat *mockup*, sementara satu ibu yang lain ada yang merasa kesulitan dalam menilai keestetisan suatu karya sehingga membutuhkan saran atau tips dari media tutorial. Hal-hal ini cukup menghambat proses produksi, apa lagi para orang tua tidak memiliki latar belakang di bidang desain.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, sebenarnya telah dibuat media tutorial berupa aplikasi Media Tutori oleh tim peneliti tahun-tahun yang lalu. Para orang tua yang mengikuti FGD sebelumnya telah berpartisipasi dalam *alpha* dan *beta test* aplikasi tersebut. Namun, mereka kini kesulitan mengingat cara kerja Media Tutori karena pengembangannya terhenti akibat keterbatasan biaya. Berdasarkan ingatan, para orang tua menyatakan mereka kesulitan dalam mengoperasikan Media Tutori karena literasi digital yang tidak setinggi anak-anak muda.

Dalam konteks perancangan media informasi cetak berupa buku panduan, ada beberapa hal penting yang dicatat, yaitu penggunaan jenis dan ukuran *font* yang mudah dibaca oleh orang tua, penggunaan gaya bahasa yang lebih komunikatif dan tidak kaku, serta penyajian konten yang tidak terlalu deskriptif namun tetap didukung dengan ilustrasi. Kesulitan serta kejenuhan yang dialami orang tua dalam mengoperasikan *software* digital umumnya berasal dari kurangnya kepercayaan diri mereka dalam menggunakan teknologi. Oleh karena itu, dalam penyusunan konten, diperlukan elemen motivasi berupa kata-kata penyemangat untuk meningkatkan rasa percaya diri dan semangat belajar mereka.

Berdasarkan hasil diskusi, para orang tua generasi X saat ini ternyata masih membaca buku fisik, biasanya buku motivasi hidup. Mereka juga tetap membaca buku panduan, terutama untuk keperluan praktis seperti merakit barang atau memasak. Beberapa kendala yang mereka hadapi saat membaca antara lain ukuran *font* yang terlalu kecil, buku yang terlalu tebal, serta kualitas bahan kertas dan cetakan yang kurang baik, yang dapat mengurangi kenyamanan dan keterbacaan. Para orang tua lebih memilih agar jika konten buku cukup banyak, isinya dibagi ke dalam beberapa seri sehingga

setiap buku tidak terlalu tebal dan lebih nyaman untuk dibaca. Preferensi ini disesuaikan dengan kebiasaan mereka sebagai umat Muslim yang sering membawa buku kecil berisi potongan ayat Al-Qur'an saat bepergian. Dalam konteks tipografi, penggunaan *font* yang jelas dengan ukuran lebih besar dan jenis *font* yang lebih tebal dapat meningkatkan keterbacaan. Selain itu, konten yang terlalu deskriptif cenderung kurang menarik, sehingga perlu didukung oleh elemen visual seperti ilustrasi yang relevan agar lebih menarik dan mudah dipahami.

Sebagian orang tua lebih menyukai buku fisik dan sebagian lebih memilih menggunakan buku digital (*e-book*) karena masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri, tergantung pada situasi dan kebutuhan saat membaca. Oleh sebab itu, penulis memutuskan untuk membuat dua versi buku panduan dalam bentuk fisik dan digital. Untuk buku fisik, para orang tua juga menunjukkan ketertarikan dan memberikan respons positif ketika peneliti menanyakan pendapat mereka mengenai penambahan halaman kosong sebagai ruang untuk mencatat hal-hal penting.

Berdasarkan hasil FGD, dapat disimpulkan dan dipertimbangkan beberapa aspek untuk memenuhi kebutuhan orang tua terkait preferensi desain dan isi konten dalam perancangan buku panduan, yaitu sebagai berikut:

1. *User Persona*

User persona merupakan representasi atau perwakilan target audiens (*user*) yang lengkap menjelaskan karakteristik, motivasi, tujuan, hambatan, kebutuhan, hingga kemampuan tertentu. Dalam perancangan media tutorial berupa buku panduan digitalisasi aset visual ini, peneliti memilih Elni Koesnaeni sebagai salah satu orang tua di UKM CIDCO yang karakteristiknya mewakili para orang tua lainnya. Berikut adalah *user persona* dalam perancangan media tutorial berupa buku panduan digitalisasi aset visual:



Gambar 3.4 User Persona
Sumber: Chavella (2025)

Elni adalah seorang ibu rumah tangga berusia 54 tahun yang memiliki anak penyandang disabilitas. Baginya, pendidikan adalah hal yang sangat penting. Beliau merupakan lulusan S1 dan sebelum pensiun pernah bekerja sebagai manajer di sebuah perusahaan. Latar belakang pendidikan dan pekerjaannya membuatnya memiliki pemikiran yang terbuka serta tidak asing dengan teknologi digital.

Sebagai ibu dari anak penyandang disabilitas, Elni sangat peduli terhadap masa depan anaknya. Ia aktif di UKM CIDCO dan mendukung penuh bakat seni anaknya dengan harapan karya-karyanya dapat diperjualbelikan, sehingga anaknya bisa mandiri secara finansial meskipun memiliki keterbatasan. Hal ini membuat Elni memiliki motivasi untuk belajar *software* desain agar dapat mendampingi serta membantu anaknya

dalam memproduksi karya seni menjadi *merchandise* yang dapat dijual.

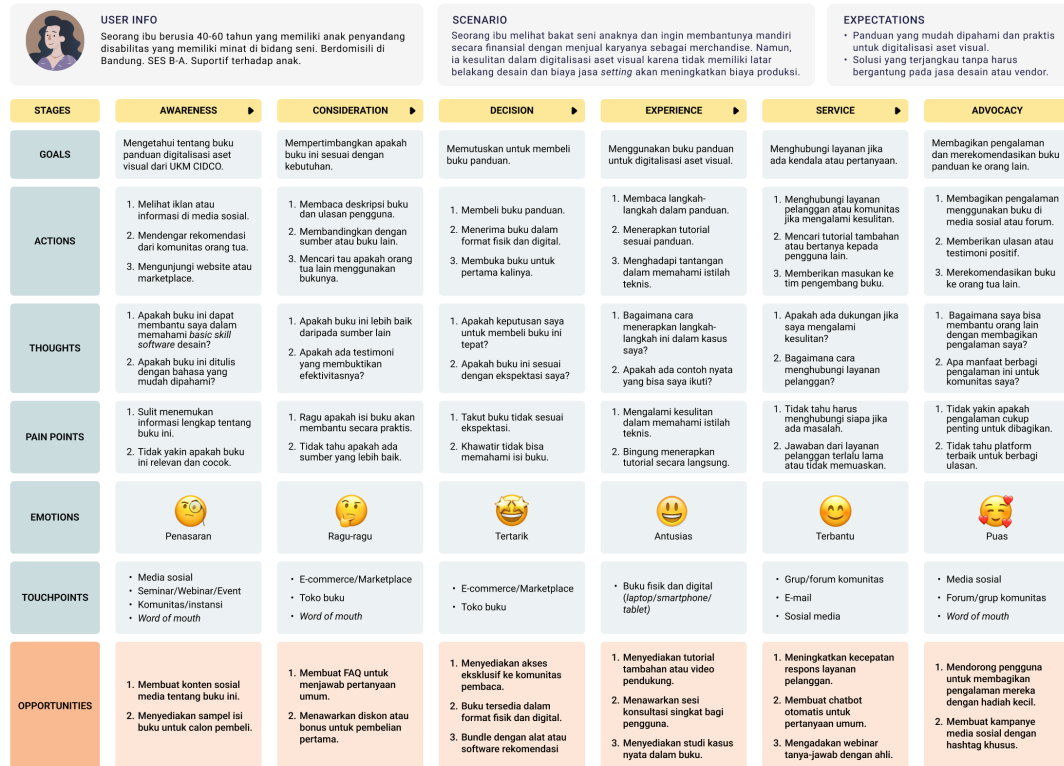
Beliau ingin mengurangi ketergantungan pada jasa *setting* vendor dalam proses digitalisasi aset visual karya anaknya untuk menekan biaya produksi. Namun, beliau masih merasa kurang percaya diri dengan kemampuannya di bidang desain dan mengalami kesulitan dalam mengoperasikan software desain. Selain itu, ia juga kesulitan menemukan media tutorial yang praktis dan mudah dipahami. Oleh karena itu, diperlukan media tutorial yang sederhana dan aplikatif tentang digitalisasi aset visual, dilengkapi dengan visual pendukung agar lebih mudah dimengerti.

2. *User Journey*

User journey adalah peta atau gambaran skenario pengalaman target audiens (*user*) dalam menggunakan produk atau layanan secara bertahap. Proses ini mencakup aksi, pemikiran (*thoughts*), hambatan (*pain points*), emosi (*emotions*), serta media yang digunakan (*touchpoints*). Selain itu, *user journey* juga mengidentifikasi peluang (*opportunities*) bagi peneliti untuk menyempurnakan produk yang dirancang.

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

USER JOURNEY MAP / Buku Panduan Digitalisasi Aset Visual Untuk Orang Tua



Gambar 3.5 *User Journey*
Sumber: Chavella (2025)

Proses interaksi orang tua dalam menggunakan media tutorial digitalisasi aset visual, khususnya dalam bentuk buku panduan, digambarkan dalam tahapan yang jelas dalam *user journey* di atas. Mulai dari saat mereka pertama kali mengetahui buku ini (*awareness*), mempertimbangkan apakah buku tersebut layak dibeli (*consideration*), memutuskan untuk membeli (*decision*), mengalami proses penggunaan buku (*experience*), mendapatkan dukungan dari layanan yang disediakan (*service*), hingga akhirnya merekomendasikan buku tersebut kepada orang tua lain (*advocacy*). Berikut penjelasan lebih lengkap mengenai proses yang terjadi di setiap tahap:

a. Awareness

User dalam *user journey* di atas diposisikan sebagai orang tua dengan anak penyandang disabilitas di luar UKM CIDCO. Tercapainya tahap *awareness* ini adalah ketika *user* telah mengetahui eksistensi dari buku panduan digitalisasi aset visual. Mereka dapat mengetahui keberadaan buku panduan digitalisasi aset visual ini melalui UKM CIDCO atau dari sesama orang tua yang bergabung di UKM CIDCO secara dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Pada tahap ini, *user* belum memiliki informasi lengkap mengenai buku panduan tersebut, sehingga timbul rasa penasaran untuk mencari tahu lebih dalam mengenai buku tersebut.

b. Consideration

Memasuki tahap *consideration*, *user* mulai mencari tahu lebih lanjut mengenai buku panduan ini dengan membaca deskripsi, ulasan pengguna, dan membandingkannya dengan buku lain. Mereka ingin memastikan apakah buku ini cukup praktis dan efektif untuk digunakan. Namun, di tahap ini masih ada keraguan, seperti apakah buku ini benar-benar membantu atau ada alternatif lain yang lebih baik. Untuk itu, mereka mencari informasi tambahan melalui *marketplace*, toko buku, atau rekomendasi dari sesama orang tua.

c. Decision

Setelah melalui tahap *consideration*, *user* yang merasa yakin dengan manfaat buku panduan ini akan memasuki tahap *decision* atau pengambilan keputusan untuk membeli. Pada tahap ini, mereka mengambil keputusan untuk membeli buku berdasarkan informasi

yang telah dikumpulkan, seperti ulasan pengguna, perbandingan dengan buku lain, serta testimoni mengenai efektivitasnya. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh faktor seperti ulasan pengguna, perbandingan dengan buku lain, testimoni efektivitas, serta ketersediaan format dan manfaat tambahan seperti akses ke komunitas pembaca atau *bundling* dengan *software* pendukung.

d. Experience

User mulai menggunakan buku panduan untuk mempelajari digitalisasi aset visual dengan membaca langkah-langkah yang diberikan, menerapkan tutorial, dan memahami istilah teknis yang mungkin terasa menantang. Dalam proses ini, mereka mencari cara untuk menyesuaikan panduan dengan kasus yang dihadapi. Meskipun menghadapi beberapa kesulitan, *user* tetap antusias karena buku tersedia dalam format fisik maupun digital. Dukungan tambahan seperti tutorial video, sesi konsultasi singkat, atau studi kasus nyata dapat membantu mempermudah pemahaman dan penerapan materi.

e. Service

Mengatasi kendala dalam memahami isi buku, *user* dapat menghubungi layanan pelanggan atau bergabung dalam komunitas *user* yang menggunakan buku tersebut. Selain itu, mencari tutorial tambahan atau bertanya kepada pengguna lain menjadi alternatif untuk menemukan solusi. Namun, beberapa tantangan yang dihadapi adalah respons mungkin yang kurang cepat atau memuaskan dari layanan pelanggan. Dengan adanya dukungan melalui forum komunitas, email, atau

media sosial, banyak pengguna merasa terbantu. Meningkatkan kecepatan respons, menyediakan *chatbot* otomatis, serta mengadakan webinar atau seminar tanya-jawab dapat lebih mempermudah *user* dalam menyelesaikan permasalahan.

f. Advocacy

Apabila pengguna merasa puas dengan buku panduan, mereka cenderung membagikan pengalaman mereka untuk membantu orang lain sekaligus memperkuat komunitas. Melalui media sosial, forum, atau *word of mouth*, mereka dapat memberikan ulasan, testimoni positif, dan merekomendasikan buku kepada calon pembeli. Namun, beberapa pengguna mungkin ragu apakah pengalaman mereka cukup berharga untuk dibagikan atau bingung memilih platform yang tepat. Untuk mendorong lebih banyak partisipasi, strategi seperti pemberian hadiah kecil bagi pengguna yang membagikan ulasan serta kampanye media sosial dengan *hashtag* khusus dapat diterapkan.

3. Desain

Preferensi desain buku panduan untuk orang tua dari anak penyandang disabilitas di UKM CIDCO menekankan pada keterbacaan, penyampaian isi konten yang mudah dimengerti, serta dukungan visual yang mempermudah pemahaman. Penggunaan *font* yang lebih besar dan tebal sangat dianjurkan untuk meningkatkan kenyamanan membaca, sementara bahasa yang lebih komunikatif membantu mengatasi kebingungan dalam memahami materi. Selain itu, konten tidak boleh terlalu deskriptif, tetapi tetap perlu didukung ilustrasi agar lebih menarik dan mudah dipahami. Untuk meningkatkan

kepercayaan diri dan semangat belajar, elemen motivasi berupa kata-kata penyemangat juga diperlukan.

Para orang tua umumnya masih membaca buku fisik, tetapi sebagian juga mempertimbangkan *e-book* sesuai kebutuhan. Kendala utama dalam membaca meliputi jenis dan ukuran *font* yang kecil, ketebalan buku yang berlebihan, serta kualitas bahan cetakan yang kurang nyaman. Oleh karena itu, mereka lebih menyukai buku dengan konten yang dibagi ke dalam beberapa seri agar lebih ringan dan praktis. Selain itu, mereka menyambut baik gagasan penambahan halaman kosong untuk mencatat poin penting. Mengingat kebutuhan yang beragam, buku panduan akan tersedia dalam dua format, yaitu digital dan cetak, sehingga para orang tua dapat memilih format yang paling sesuai dengan preferensi dan kenyamanan mereka.

3.4.2 Analisis Hasil Wawancara

Wawancara yang dilakukan dengan Edo Tirtadarma, S.Ds., M.Ds. sebagai ahli desain buku dapat menambah wawasan peneliti untuk melakukan tahap perancangan buku panduan. Sebelum mengajukan pertanyaan, peneliti terlebih dahulu menjelaskan tentang UKM CIDCO serta latar belakang permasalahan agar narasumber dapat memahami konteks yang ada dan memberikan jawaban yang lebih relevan. Berdasarkan hasil wawancara, ahli desain pernah mengerjakan proyek penyusunan media tutorial penggunaan *software* desain seperti Adobe Illustrator, bagi mahasiswa tunarungu tingkat awal di Universitas Tarumanegara. Namun, ahli desain belum ada pengalaman menyusun media informasi untuk orang tua generasi X.

Menurut ahli desain, buku panduan sebagai media tutorial digitalisasi aset visual memiliki potensi besar untuk efektif di kalangan orang tua UKM CIDCO, karena mereka aktif mendampingi dan membantu anak-anaknya. Para orang tua juga ingin menambahkan nilai lebih bagi anak-anak mereka yang merupakan penyandang disabilitas. Sejalan dengan hasil FGD,

ahli desain juga merekomendasikan pembuatan versi digital (*e-book*) selain buku fisik, terutama karena mayoritas orang tua di UKM CIDCO berasal dari kelompok ekonomi menengah ke atas (SES B-A) yang terbuka dengan teknologi.

Dari segi penyusunan konten, ahli desain menyarankan penggunaan gaya bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh orang tua. Selain itu, disarankan juga untuk mencantumkan sumber media tambahan, seperti tautan video penjelasan, guna membantu memahami materi yang lebih kompleks. Salah satu rekan peneliti telah membuat media tutorial dalam bentuk video, sehingga peneliti mempertimbangkan untuk mencantumkan *link* video tersebut di dalam buku sebagai pendamping penjelasan materi yang relevan.

Menurut ahli desain, elemen utama dalam sebuah buku panduan adalah elemen visual dan konten. Elemen visual mencakup ilustrasi atau gambar pendukung yang disusun secara rapi dan menarik agar sesuai dengan target pembaca. Sementara itu, dalam penyusunan konten, khususnya untuk orang tua yang memiliki anak dengan disabilitas mental intelektual, ahli desain menyarankan penggunaan gaya bahasa yang *down to earth* yang mudah dipahami, serta menghindari pendekatan yang terlalu teoritis. Jika terdapat istilah dalam bahasa Inggris pada *software* desain, disarankan untuk menambahkan *footnote* yang berisi definisi singkat mengenai makna istilah tersebut.

Ahli desain menyarankan agar alur penyusunan buku panduan digitalisasi aset visual diawali dengan penjelasan dasar mengenai desain grafis sebagai pengantar sebelum masuk ke langkah-langkah tutorial. Penjelasan ini dapat mencakup pembahasan tentang tips pengaturan warna dan *layouting* yang baik sesuai dengan prinsip-prinsip desain. Setelah itu, barulah dibahas tutorial atau tahap-tahap perancangan aset visual, yang disusun dalam beberapa seri berdasarkan media produksinya, seperti cara merancang aset visual untuk *tote bag*. Urutan penyusunan konten dapat

disesuaikan dengan tingkat kesulitan perancangan, dimulai dari yang paling mudah hingga yang paling kompleks.

Saat FGD, para orang tua di UKM CIDCO menyarankan agar buku dibuat dalam bentuk seri. Menanggapi hal tersebut, ahli desain merekomendasikan agar seri pertama berisi pengantar desain yang sederhana, seperti dasar-dasar *layout* dan pemilihan warna yang sesuai. Selain itu, mengingat tujuan akhir buku panduan ini adalah perancangan aset visual yang akan diproduksi, disarankan untuk menambahkan pembahasan mengenai material cetak atau bahan produk sebagai pengantar ke tahap produksi. Sebagai tambahan, karena target audiens berdomisili di Bandung, ahli desain juga menyarankan untuk mencantumkan daftar tempat percetakan di Bandung beserta spesialisasinya, sehingga pembaca dapat mengetahui lokasi yang tepat untuk mencetak produk mereka, lengkap dengan kisaran harga yang ditawarkan.

Kemudian, buku kedua kemungkinan akan lebih tipis dan berfokus pada penjelasan mengenai kegunaan berbagai *software* desain, seperti Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator, serta fungsinya masing-masing. Sementara itu, buku ketiga akan berisi tutorial yang dibagi ke dalam beberapa seri berdasarkan jenis produk yang dirancang. Meski demikian, ahli desain tetap menyarankan agar peneliti mendiskusikan kembali konsep ini dengan dosen pembimbing sebelum mengambil keputusan akhir.

Hambatan dalam penyusunan media informasi, berdasarkan pengalaman ahli desain, terutama terletak pada penyusunan konten, khususnya dalam penulisan (*content writing*). Untuk mengatasi hal tersebut, ahli desain merekomendasikan penggunaan *artificial intelligence* (AI) sebagai asisten dalam menyesuaikan gaya bahasa agar sesuai dengan target audiens. Namun, isi dan pemilihan kata tetap harus orisinal serta disusun langsung oleh peneliti.

Dengan demikian, wawancara dengan ahli desain memberikan wawasan yang berharga dalam perancangan buku panduan. Rekomendasi yang diberikan, mulai dari struktur isi, penyusunan visual, hingga strategi

penulisan, menjadi dasar dalam pengembangan buku yang tidak hanya informatif, tetapi juga mudah dipahami dan diterapkan oleh target audiens. *Insight* yang didapat dari wawancara ini akan menjadi acuan utama dalam tahap selanjutnya, yaitu proses perancangan dan pengujian buku panduan agar sesuai dengan kebutuhan pengguna.

