

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Pada penelitian kali ini, terdapat sebuah subjek perancangan yang ingin dituju, yakni sebagai berikut:

1. Demografis

a. Jenis Kelamin: Laki-laki & Perempuan (Unisex)

Target media informasi ini dibuat secara umum, sehingga dapat bermanfaat, baik untuk perempuan, maupun laki-laki.

b. Usia: 18 – 24 tahun

Jangka usia 18-24 tahun termasuk dalam kategori remaja akhir atau dewasa muda, dimana merupakan usia produktif yang mulai menunjukkan kematangan emosional. Pada umumnya, jangka usia ini mulai fokus untuk menggapai cita-cita karir dan pembentukan identitas diri (Hidayanti & Maloti, 2024). Beberapa karakteristik ini menjadikannya sebagai usia yang ideal untuk memulai dan berkembang menjadi wirausahawan, di usia muda tersebut, mereka juga masih dapat melakukan proses belajar melalui pengalaman (*trial and error*).

Kemudian, mengikuti dari perkiraan umur mahasiswa/i, umumnya mereka memiliki usia pada jangka 18-24 tahun. (Monica & Rosari, 2019)

c. Tingkat pendidikan: SMK, SMA, D3, S1

d. SES: B – A

Status ekonomi sosial (SES) yang di targetkan adalah kelas sosial menengah-keatas. Hal ini dikarenakan sesuai dengan penjabaran di atas, dibutuhkan sebuah modal untuk berbisnis. (Fauzi, 2020) Selain itu, untuk mempermudah melakukan suatu wirausaha, umumnya dibutuhkan faktor-faktor pendukung, seperti akses jaringan wi-fi yang memadai.

2. Segmentasi Geografis

a. Jabodetabek

Berdasarkan Buku Statistik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta (2022), terdapat sekitar 311 perguruan tinggi di wilayah Jakarta. Jumlah ini belum termasuk dengan universitas yang berada di daerah penyangga Jakarta, seperti Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi, sehingga menjadikannya sebagai salah satu wilayah dengan banyak institusi pendidikan di Indonesia.

Selain itu, Jabodetabek merupakan kawasan metropoliten terbesar di Indonesia. (Lestari & Adianto, 2023). Metropoliten atau kota besar identik dengan kemajuan, jumlah penduduk yang tinggi dengan pusat industri. Dengan banyak tempat perindustrian, tren dan teknologi yang maju di kawasan tersebut, maka tentunya membutuhkan ilmu desain komunikasi visual sebagai pendukung untuk industri mereka. Sehingga, terdapat sebuah peluang yang jauh lebih besar bagi mahasiswa DKV untuk berwirausaha di sektor DKV.

3. Segmentasi Psikografis

- a. Mahasiswa DKV yang memiliki minat dalam berwirausaha khususnya yang berhubungan dengan sektor desain komunikasi visual, namun belum coba untuk memulai karena tidak memahami dunia tersebut.
- b. Mahasiswa yang memiliki *mindset* ingin berkembang, kritis, dan tertarik untuk mencoba hal baru, namun rentan kurang percaya diri dan sering meragukan diri sendiri, (*strawberry generation*).

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan teori *Design Thinking*. Teori design thinking merupakan proses pengumpulan data, analisa, dan eksperimen ide yang dilakukan secara interatif hingga menjadi sebuah perancangan final yang efektif. (Christian & Natadjaja, n.d.) Alasan penulis memilih untuk menggunakan metode tersebut adalah karena berdasarkan buku dari Interaction Design Foundation (2018), *Design thinking* memiliki sifat

berorientasi pada manusia (*human-centric*), sehingga sejalan dengan perancangan penulis yang juga memiliki fokus kepada kebutuhan dan pengalaman pengguna (*user-oriented*). memiliki 5 fase, yaitu *emphathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

3.2.1 *Emphatize*

Emphatize merupakan tahap pertama dari *design thinking*. Tujuan dari fase ini adalah untuk riset dan memahami kebutuhan dari *target audience*. Hal ini membutuhkan penelitian lebih lanjut agar memberikan solusi yang sesuai dengan permasalahan mereka. Pada tahap ini, penulis akan melakukan tahap wawancara dan *focus group discussion* (FGD) kepada mahasiswa DKV yang memiliki ketertarikan dalam berwirausaha dengan tujuan untuk mengetahui hambatan yang membuat mereka belum melakukan hal tersebut. Selain itu, wawancara dengan ahli dan praktisi juga akan dilakukan untuk mendapatkan sudut pandang dari orang profesional mengenai kebutuhan, *journey*, dan juga tantangan yang umum dihadapi dalam merintis usaha di bidang kreatif, sehingga dengan pendekatan dari profesional akan membuat perancangan lebih efektif untuk *target audience*.

3.2.2 *Define*

Setelah mengumpulkan data dan jawaban dari responden, tahap selanjutnya merupakan tahap *define*. Pada tahap ini, ide yang sudah dikumpulkan akan dikelola untuk mencari rumusan masalah. Untuk itu, penulis akan merancang sebuah user persona beserta user journey untuk menunjukkan keseluruhan data yang ada.

3.2.3 *Ideate*

Ideate merupakan tahap dimana membuat visualisasi atau mengumpulkan referensi visual mengenai desain perancangan yang ingin dibuat. Dalam hal ini, penulis akan membuat mindmap secara untuk mendapatkan gambaran besar, membuat *big idea*, serta *moodboard*.

3.2.4 *Prototype*

Pada tahap ini, akan dilakukan sebuah pemeriksaan dari solusi yang sudah ditawarkan melalui perancangan. Prototype ini bertujuan untuk melihat apakah perancangan sudah bisa dilanjutkan ke fase selanjutnya. Pada tahap ini, penulis akan merancang prototype desain *user interface (UI)* untuk dibagikan ke beberapa *user* sebagai validasi visual.

3.2.5 *Test*

Tahap ini merupakan tahap untuk meminta feedback dari user. Pada tahap ini, penulis akan melakukan alpha test dan beta test agar menemukan suatu permasalahan dan feedback dari perancangan.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Untuk Teknik dalam pengambilan data, penulis akan menggunakan metode mixed method, yang merupakan penggabungan antara metode kualitatif dan kuantitatif. Tujuan penggunaan mixed method ini adalah untuk menutupi perbatasan dari masing-masing metode, sehingga memperkuat penelitian serta perancangan (A. Nugroho et al., 2020).

Metode kualitatif akan digunakan untuk tahapan wawancara, *focus group discussion* (FGD), studi referensi, dan studi eksisting. Tahap wawancara akan dilakukan untuk beberapa narasumber, yaitu target pengguna, narasumber ahli, dan individu yang berpengalaman dalam wirausaha di bidang desain komunikasi visual. Untuk tahap *focus group discussion* (FGD), akan mengumpulkan 5 mahasiswa desain komunikasi visual yang tertarik namun belum memulai untuk berwirausaha di sektor tersebut. Masing-masing metode akan memiliki tujuan yang berbeda dan akan dilaksanakan dengan media *online*, seperti *google meet*. Sebagai bentuk dokumentasi, penulis akan meminta izin untuk mencantumkan screenshot dan menyimpan *screenrecord* dari pembicaraan yang sudah dilaksanakan.

Dalam metode kuantitatif, penulis akan menggunakan tahapan kuesioner *purposive sampling*, sebagai pengumpulan data terukur secara numerik, sehingga dapat menjadi pendukung penelitian.

3.3.1 Wawancara

Sesuai dengan penjabaran di atas, penulis melakukan beberapa tahapan wawancara, yaitu dengan narasumber ahli, narasumber berpengalaman, dan narasumber, Masing-masing dari wawancara ini memiliki tujuan yang berbeda yang akan bermanfaat dalam pengumpulan data, berikut merupakan penjabaran wawancara yang dilakukan:

1. Wawancara dengan Ahli Ekonomi Kreatif

Untuk narasumber ahli, penulis melakukan wawancara dengan Galih Sedayu. Beliau merupakan ahli yang sangat berpengaruh dalam dunia kreatif, yakni sebagai Wakil Ketua Komite Ekonomi Kreatif Kota Bandung, Kurator Kota Kreatif Dunia UNESCO (UCCN), Kemenparekraf/bekraf. Pada perjalanannya dalam profesi kreatif, beliau sudah memiliki banyak pengalaman proyek, pameran, organisasi, dan lain sebagainya. Dengan berbagai pengalaman tersebut, penulis ingin melakukan tahapan wawancara dengan Galih Sedayu untuk memvalidasi permasalahan yang penulis angkat, penyebab, dan apakah solusi yang penulis tawarkan sudah tepat. Pertanyaan yang diajukan adalah sebagai berikut:

- a. Mengapa pemerintahan terus ingin mendorong sektor ekonomi kreatif? Apa urgensinya?
- b. Bagaimana perkembangan sektor Desain Komunikasi Visual (DKV) dalam ekonomi kreatif Indonesia? Apakah sudah cukup berkembang atau masih perlu ditingkatkan?
- c. Berdasarkan data, terdapat banyaknya perguruan tinggi jurusan DKV, lulusan DKV ini semakin banyak, sehingga apakah betul persaingan di sektor DKV sekarang semakin ketat?
- d. Solusi apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan lapangan kerja dalam sektor DKV?
- e. Apakah peningkatan wirausaha di sektor DKV juga bisa menjadi solusi untuk mengembangkan ekonomi kreatif?

- f. Apa tantangan terbesar dalam membangun niat wirausaha yang spesifik untuk DKV?
- g. Apakah literasi bisnis yang tersedia saat ini cukup relevan bagi wirausahawan muda di sektor DKV? Atau masih adanya harus dikembangkan?
- h. Apa tantangan terbesar dalam menyebarkan literasi bisnis yang spesifik untuk DKV?

2. Wawancara dengan Narasumber Berpengalaman

Untuk narasumber berpengalaman, penulis melakukan diskusi dengan Joshua Sudihman, *founder of Kanekin Creative*, yang merupakan *creative agency* yang berfokus pada sosial media. Sebelum mendirikan *agency*, Joshua merupakan alumni Universitas Pelita Harapan (UPH) dengan jurusan desain komunikasi visual. Pada tahap wawancara ini, penulis ingin mengetahui pengalaman dan kesulitan apa dalam awal membangun wirausaha sektor DKV. Untuk itu, penulis menjabarkan beberapa pertanyaan yang berfokus kepada topik tersebut.

- a. Apakah anda dapat menceritakan secara singkat mengenai bisnis kreatif apa yang sedang anda jalankan?
- b. Apa yang membuat anda ingin dan berani untuk menjalankan bisnis ini?
- c. Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi saat pertama kali memulai bisnis ini?
- d. Apakah ada kendala dalam mencari klien atau membangun jaringan di awal bisnis?
- e. Menurut Anda, keterampilan apa yang paling penting saat memulai bisnis kreatif?
- f. Hal apa saja yang penting untuk dipersiapkan dan dipelajari sebelum memulai bisnis kreatif ini?

- g. Bagaimana cara Anda membangun dan mempertahankan identitas merek yang kuat?
- h. Kalau adanya sebuah media informasi dalam mempelajari pembuatan bisnis, hal apa yang krusial untuk diajarkan?

Setelah itu, akan melakukan wawancara lanjutan dengan narasumber kedua yang juga berpengalaman, yakni Aland Sinduartha, selaku *co-founder* dan *managing director* dari Dreambox Agency. Pada tahap ini, ingin mengetahui lebih lanjut mengenai pengalaman dalam memulai sebuah wirausaha dan mencari solusi dari permasalahan mahasiswa DKV yang tertarik dalam menjalankan wirausaha kreatif. Berikut merupakan pertanyaan untuk narasumber:

- a. Boleh diceritakan sedikit tentang latar belakang Anda dan peran Anda saat ini di dunia kreatif?
- b. Bagaimana awal mula Anda membangun agensi kreatif ini?
- c. Menurut Anda, hal apa yang paling penting dimiliki mahasiswa DKV sebelum memulai wirausaha kreatif?
- d. Jika mahasiswa belum tahu ingin memulai usaha apa, atau bingung melihat peluang, dari mana sebaiknya mereka mulai?
- e. Menurut Anda, apakah wirausaha bisa langsung dimulai saat masih kuliah? Banyak mahasiswa kesulitan membagi waktu—strategi seperti apa yang bisa mereka terapkan untuk tetap produktif?
- f. Karakter seperti apa yang penting dimiliki mahasiswa DKV agar bisa bertahan dan berkembang di dunia usaha kreatif?
- g. Apakah Anda pernah merasa takut gagal atau kurang percaya diri saat memulai usaha dulu? Bagaimana cara Anda menghadapi situasi tersebut?
- h. Dengan berkembangnya AI, bagaimana sebaiknya mahasiswa DKV menyikapi teknologi ini? Menurut Anda, lebih menjadi peluang atau ancaman?

3. Wawancara dengan Target

Untuk *survey* lebih lanjut, penulis melakukan wawancara kepada target yang memiliki ketertarikan dalam wirausaha sektor DKV, namun belum melaksanakannya. Tujuan penulis melakukan wawancara terhadap target dikarenakan penulis ingin mengetahui karakteristik dan permasalahan apa yang terjadi pada target sehingga mereka belum memulai dan apa yang dibutuhkan agar mereka dapat berani untuk memulai berwirausaha DKV. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka penulis menjabarkan pertanyaan sebagai berikut.

- a. Apakah anda dapat menceritakan sedikit mengenai perbidangan dan latar belakang anda di jurusan DKV?
- b. Apakah anda sudah terpikir mengenai bisnis kreatif apa yang ingin dijalankan? Kalau sudah, apakah anda sudah terpikir mengenai konsep dari bisnis tersebut?
- c. Kenapa anda lebih tertarik dalam berwirausaha dibandingkan dengan kerja profesional?
- d. Apa alasan utama anda belum memulai bisnis sampai sekarang? Apakah ada hambatan tertentu?
- e. Menurut anda, apa yang dapat membuat anda lebih yakin dalam memulai berbisnis kreatif?
- f. Menurut anda, apakah pendidikan kuliah anda saat ini sudah cukup membekali mahasiswa dengan wawasan bisnis? Apakah masih dapat dikembangkan?
- g. Apabila terdapat media edukasi *step by step* dalam membuat bisnis DKV, hal apa saja yang ingin anda pelajari?

3.3.2 Focus Group Discussion (FGD)

Menurut Bisjoe (2018) *Focus Group Discussion* merupakan pengumpulan data dengan cara diskusi secara berkelompok secara terarah. (dalam Angga Wijaya & Perdana, 2023, h.61) Teknik FGD dapat efektif dalam menganalisis target dikarenakan dapat berfungsi dalam mengulik mengenai suatu permasalahan tertentu.

1. *Focus Group Discussion (FGD)* dengan Target

Pada *Focus Group Discussion (FGD)* ini, penulis akan menargetkan 5 target yang memiliki ketertarikan dalam berbisnis sektor DKV namun belum berminat untuk melakukannya. Tujuannya agar dapat mengetahui beberapa permasalahan yang ada dan juga untuk menyesuaikan isi konten apa yang cocok untuk target. Maka itu, penulis membuat beberapa pertanyaan diskusi agar bisa menganalisa hal tersebut.

- a. Sebagai mahasiswa DKV, Kalian lebih tertarik ke bisnis *freelance* (jasa desain), membangun *digital creative*, atau membuat sebuah produk digital kreatif?
- b. Mengapa kalian tertarik untuk berbisnis sektor DKV?
- c. Apakah dari kalian sudah ada yang ingin membuat bisnis kreatif dalam waktu dekat? Jika iya, bisa ceritakan sedikit mengenai konsepnya?
- d. Apa tantangan terbesar yang membuat kalian belum memulai bisnis tersebut sampai sekarang?
- e. Apakah ada rasa ketidakpercayaan diri atau rasa takut gagal dalam memulai bisnis? Mengapa?
- f. Apakah kalian merasa kurang pengalaman atau ilmu bisnis? Jika iya, aspek mana yang paling membingungkan?
- g. Apakah kuliah DKV sudah cukup meyakini kalian dalam membuat bisnis di sektor kreatif? Jika belum, hal apa yang bisa dikembangkan?
- h. Keterampilan atau hal apa yang menurut kalian paling penting untuk dimiliki sebelum memulai bisnis DKV?

3.3.3 Kuesioner

Pada tahapan selanjutnya, sebagai pengumpulan data tambahan, penulis juga melakukan pembagian kuesioner. Menurut Kittur (2023), penelitian kuantitatif memiliki pendekatan secara sistematis dengan pengumpulan data terukur karena menggunakan data numerik. Hal ini

ditunjukkan untuk menganalisa aspek, seperti sikap, keyakinan, dan perilaku dalam matematis agar menemukan sebuah kesimpulan (dalam Waruwu et al., 2025, h.918). Berdasarkan pengertian tersebut, penulis akan menggunakan Teknik kuesioner dalam metode kuantitatif ini sebagai analisa dari isu, hambatan, ketertarikan dari target.

Teknik kuesioner lanjutan akan menggunakan purposive sampling, yang berarti menyesuaikan dengan responden yang spesifik pada perancangan, yaitu mahasiswa DKV berumur 18-24 tahun *dengan* SES B-A (menengah keatas). Terdapat beberapa pertanyaan yang dibagi menjadi 4 bagian, yakni profil diri, ketertarikan berwirausaha, hambatan berwirausaha, dan literasi wirausaha & media. 2 bagian pertama dirancang untuk menyaring responden yang sesuai dengan penelitian. Berikut merupakan pertanyaan pada kuesioner:

Tabel 3. 1 Tabel Profil Responden

Bagian 1 : Profil Responden		
Usia	Single Answer (Multiple Choice)	a. <18 tahun b. 18-24 tahun c. >24 tahun
Domisili	Single Answer (Multiple Choice)	a. Jabodetabek b. Luar Jabodetabek
Nama Universitas	Short Answer	
Saya merupakan mahasiswa/i DKV yang tertarik dalam berbisnis kreatif, namun belum menjalankan.	Single Answer (Multiple Choice)	a. Ya b. Tidak

Karena kuesioner ini merupakan tahap lanjutan dari penelitian sebelumnya dalam pengumpulan data, maka bagian personalisasi ini disusun untuk mengetahui profil responden sekaligus menilai kesesuaian mereka

dengan target perancangan. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh tetap relevan dan sesuai dengan konteks yang telah ditentukan sebelumnya

Tabel 3. 2 Tabel Hambatan Berwirausaha Kreatif

Bagian 2 : Hambatan Berwirausaha Kreatif Mahasiswa/i DKV		
Apa yang membuat Anda belum memulai wirausaha? *(pilih 3)	Checkboxes (Multiple Choice)	a. Kurang percaya diri b. Kurang pemahaman mengenai bisnis kreatif (ct : bingung cara memulai, strategi, dsb) c. Tidak punya modal d. Takut gagal e. Kurang dukungan dari lingkungan/keluarga f. Tidak punya koneksi atau relasi g. Tidak tahu ingin wirausaha apa h. Tidak bisa bagi waktu i. Others _
Sebagai mahasiswa/i DKV, apakah Anda pernah mendapatkan mata kuliah mengenai bisnis/wirausaha?	Single Answer (Multiple Choice)	a. Ya b. Tidak
Seberapa dalam materi tersebut dibahas?	Single Answer (Multiple Choice)	a. Tidak pernah dibahas b. Hanya dasar saja c. Sangat mendalam dan aplikatif

Bagian ini berfungsi untuk mengetahui hambatan-hambatan yang membuat responden melakukan kegiatan berwirausaha. Hal ini diperlukan pada tahap lanjutan kuesioner sebagai tambahan materi yang perlu ditambahkan ke dalam media perancangan dan juga bukti pendukung lebih lanjut.

Tabel 3. 3 Tabel Literasi Wirausaha & Media

Bagian 3 : Literasi Wirausaha & Media		
Apakah dengan adanya wawasan mengenai literasi wirausaha kreatif yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa DKV dapat mendorong/membantu anda dalam memulai bisnis kreatif?	Checkboxes (Multiple Choice)	a. Ya b. Tidak
Materi "persiapan sebelum memulai wirausaha kreatif" perlu dijelaskan dalam media perancangan.	Linear Scale	1. Tidak Penting Sama Sekali 2. Kurang Penting 3. Penting 4. Sangat penting
Materi "cara memilih wirausaha kreatif/mengetahui kebutuhan pasar" perlu dijelaskan dalam media perancangan.	Linear Scale	1. Tidak Penting Sama Sekali 2. Kurang Penting 3. Penting 4. Sangat penting
Materi teori seperti "pentingnya bisnis plan, pricing, managing profit" perlu dijelaskan dalam media perancangan.	Linear Scale	1. Tidak Penting Sama Sekali 2. Kurang Penting 3. Penting 4. Sangat penting

"Study Cases Entrepreneur DKV" perlu dimasukkan ke dalam media perancangan.	Linear Scale	1. Tidak Penting Sama Sekali 2. Kurang Penting 3. Penting 4. Sangat penting
Jika ada sebuah media khusus membahas literasi wirausaha kreatif untuk mahasiswa DKV, menurut Anda, materi atau topik apa yang paling dibutuhkan dan relevan untuk dibahas?	Short Answer	
Jika ada sebuah media khusus membahas literasi wirausaha kreatif untuk mahasiswa DKV, menurut Anda, materi atau topik apa yang paling dibutuhkan dan relevan untuk dibahas?	Single Answer (Multiple Choice)	a. Handphone b. Laptop c. Buku d. Televisi e. Other

Bagian ini berfungsi untuk mengetahui efektivitas materi yang perlu disampaikan pada perancangan, saran keperluan materi, dan juga media yang sering digunakan oleh mahasiswa desain komunikasi visual agar sesuai dan relevan dengan kebutuhannya.

3.3.4 Studi Eksisting

Pada metode studi eksisting, penulis akan menganalisa beberapa media informasi yang memiliki materi serupa, yakni berhubungan dengan wirausaha. Contoh yang akan diambil adalah @Bisnismillennial dan Buku Ajar Manajemen Desain Komunikasi Visual. Tahap ini juga melakukan analisa SWOT (*strength, weakness, opportunities, threat*) agar memahami kelebihan dan kekurangan dari media-media sebelumnya, sehingga dijadikan acuan penulis untuk membuat perancangan dengan dasar hal tersebut.

3.3.5 Studi Referensi

Penulis melakukan studi referensi sebagai metode untuk mencari gaya desain *media website* yang mendukung perancangan penulis. Contoh *mobile website* yang akan dianalisa adalah *Duo Lingo*, yakni merupakan media yang menyediakan edukasi pengajaran bahasa. Tahapan analisa akan menggunakan analisa SWOT (*strength, weakness, opportunities, threat*) agar mengetahui kelebihan dan kekurangan dari media-media sebelumnya, yang dapat dijadikan aspek-aspek yang perlu diperhatikan untuk media yang akan dirancang penulis.

