

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Subjek perancangan untuk media informasi mengenai eksplorasi hobi untuk gen Z yang memiliki demografis, geografis, dan psikografis sebagai berikut:

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin : laki – laki dan perempuan
- b. Usia : 18 – 25 tahun (Gen Z)
- c. Pendidikan : minimal SMA
- d. SES : B – A

2. Geografis

Subjek perancangan untuk geografis yang berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Bekasi, dan Tangerang Selatan. Dikarenakan anak muda di kota besar mengalami masalah kesehatan mental. Berdasarkan data Survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023, prevalensi depresi anak muda di kota besar menunjukkan sebesar 2,50 % yang disebabkan oleh tekanan lingkungan, persaingan, dan kondisi sosial (Nurrahman, 2024).

3. Psikografis

- a. Remaja yang suka mengeksplorasi berbagai aktivitas atau kegiatan hobi serta remaja yang ada waktu luang ingin menyalurkan hobinya.
- b. Remaja yang memiliki entusias terhadap kegiatan hobi.
- c. Remaja yang aktif dan semangat melakukan kegiatan fisik.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan media informasi adalah menggunakan teori *Design Thinking* dalam buku “The basic of user experience” yang dituliskan oleh *Interaction Design Foundation*. *Desain Thinking* merupakan proses berulang memahami pengguna, menantang asumsi, dan mendefinisikan ulang masalah dalam

upaya mengidentifikasi strategi dan solusi alternatif. Hal ini terjadi karena pada subbab berikutnya akan dijelaskan secara rinci.

3.2.1 *Emphatize*

Tahap pertama dari teori design thinking terdapat tahap *emphatize*. Dalam tahapan ini penulis melakukan riset mengenai hobi gen Z serta mengobservasi informasi pada *website* yang berhubungan dengan topik hobi. Penulis melakukan pencarian data permasalahan hobi yang dialami oleh gen Z.

3.2.2 *Define*

Setelah melakukan riset dari tahap empati, dalam tahap *define* penulis mengidentifikasi masalah dengan melakukan *brainstorming* ide serta konsep. Kemudian membuat mindmapping untuk mendapatkan *keywords* lalu menentukan *big idea* untuk menjadi konsep utama dalam perancangan. Akhirnya menentukan *tone of voice* dari makna *keywords*. Kemudian penulis membuat *moodboard* dan menentukan *creative brief* serta strategi AISAS.

3.2.3 *Ideate*

Dalam tahap *ideate* penulis mulai menentukan konsep perancangan dengan menentukan fitur yang akan digunakan dalam *mobile website*. Kemudian penulis menentukan tipografi, warna, gambar atau visual yang sesuai dengan target audience. Akhirnya penulis merancang *wireframe* untuk *mobile website*.

3.2.4 *Prototype*

Selanjutnya dalam tahap *prototype*, penulis sudah menghasilkan *low fidelity* dan *high fidelity* dari tampilan *mobile website* yang dirancang menggunakan ide dan konsep yang sudah ditentukan pada tahap *ideate*.

3.2.5 Test

Dalam tahap terakhir yaitu test, penulis melakukan uji coba *alpha test* terhadap masyarakat umum atau semua kalangan dan uji coba *beta test* terhadap *target audience* yaitu gen Z. Dengan melakukan *testing*, penulis mendapatkan *feedback* dari user atau pengguna, *feedback* tersebut dapat dijadikan evaluasi untuk perbaikan dan pengembangan terhadap perancangan *mobile website*.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Dalam perancangan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode kualitatif berupa teknik wawancara, dan *focus group discussion* (FGD). Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian menggunakan teknik survei kuesioner.

3.3.1 Wawancara

Metode pertama penulis melakukan wawancara kepada Psikolog yaitu Dya Adis Putri Rahmadanti, M.Psi, Psikolog, untuk mendapatkan data korelasi keseimbangan fisik dan mental serta pentingnya memiliki hobi. Wawancara juga dilakukan kepada Gani Febrianto selaku *UX Researcher* untuk mendapatkan data mengenai aspek dan strategi cara mengkomunikasikan media melalui *website* kepada *target audience* gen Z.

1. Wawancara dengan Psikolog

Wawancara dengan Dya bertujuan untuk mengetahui korelasi keseimbangan fisik dan mental serta pentingnya memiliki hobi untuk gen Z. Wawancara dilakukan on site di Smart Mind Center Consulting Alam Sutera pada Kamis, 9 Maret 2025 pukul 12.00 WIB. Dya Adis Putri Rahmadanti memiliki pengalaman 5 tahun praktek sebagai psikolog.

Dalam wawancara ini penulis menanyakan pertanyaan kepada narasumber dengan pertanyaan berikut:

- a. Menurut anda apa definisi hobi serta apakah hobi memiliki manfaat bagi hidup kita?

- b. Apa saja kasus yg sering anda tangani terkait pembahasan mengenai hobi dalam praktik sehari hari?
- c. Seberapa besar pengaruh hobi terhadap kehidupan atau keseimbangan fisik dan mental kita?
- d. Apakah ada dampak positif dan negatif bila seseorang menjalani hobi?
- e. Apakah pernah mendapat pasien/klien yang kebingungan dalam menentukan/memiliki hobi?
- f. Apakah ada kendala, bila dapat kendala tersebut apa saran/solusinya?
- g. Apa saja jenis jenis hobi yang bisa direkomendasikan untuk gen z?
- h. Bagaimana seseorang bisa melakukan hobi yang produktif atau bermanfaat?
- i. Apa dampak atau bahayanya bila seseorang tidak memiliki hobi dalam kehidupan sehari hari?
- j. Ada 5 jenis hobi menurut stebbins(kolektor, pembuat dan pengotak atik, aktivitas non kompetitif, aktivitas kompetitif, penggemar seni), menurut anda dari kelima jenis hobi ini apakah ada kategori yang khusus yang disarankan kepada gen Z?
- k. Menurut anda apa tantangan yang sering dialami gen Z di era sekarang dalam memilih dan menentukan hobinya?
- l. Apakah pemilihan jenis hobi memiliki korelasi dengan usia dan latar belakang seseorang, bila iya dapat diceritakan?
- m. Menurut anda bagaimana cara penyampaian informasi soal menentukan hobi bagi gen Z, apakah langsung straight

seperti gaya akademis atau gaya penyampaian yang lebih *fun/santai*?

- n. Apakah saat ini gen Z sudah mendapatkan informasi yang sesuai dengan pemilihan hobi?
- o. Apa yang biasa menjadi pertimbangan gen Z dalam memilih aktivitas hobi?
- p. Apa harapan anda bagi gen Z terhadap pemilihan hobi yang sesuai?

Pertanyaan wawancara dengan psikolog fokus menanyakan mengenai korelasi keseimbangan fisik dan mental serta apakah hobi itu penting. Kemudian dampak atau manfaat dari hobi juga didiskusikan. Lalu solusi dari media informasi yang dapat berguna bagi target audiens Gen Z.

2. Wawancara dengan *UX Researcher*

Wawancara dilakukan dengan Gani Febrianto selaku *UX Researcher* yang memiliki pengalaman 3 – 4 tahun, Gani Febrianto memiliki pengalaman pengembangan UI/UX *website* tokopedia. Wawancara dilakukan secara on site pada hari sabtu, 8 Maret 2025 pukul 17.00 WIB. Tujuan wawancara untuk mendapatkan data mengenai aspek dan strategi cara mengkomunikasikan informasi melalui *website* kepada *target audience* gen Z.

Dalam wawancara ini penulis menanyakan pertanyaan kepada narasumber dengan pertanyaan berikut:

- a. Ketika membuat sebuah media informasi *website* yang topiknya adalah eksplorasi hobi, aspek apa saja yang harus diperhatikan?
- b. Bagaimana dengan tata letak/*layout*, gaya visual, elemen visual yang sesuai untuk media informasi agar lebih efektif?

- c. Bagaimana cara membangun konten yang efektif untuk media informasi?
- d. Mengingat topik yang diangkat terkait eksplorasi hobi untuk gen Z, apakah ada strategi khusus dalam mengkomunikasikan media informasi kepada gen z?
- e. Adakah tips dan trik khusus dalam membuat media informasi khususnya perancangan *website* yang cocok untuk gen Z ?
- f. Apa hambatan terbesar dalam menciptakan pengalaman pengguna ketika mengakses *website* yang telah dirancang?
- g. Menurut anda fitur apa yang relevan untuk mempermudah pengguna menggunakan *website*?
- h. Bagaimana cara memberikan kesan estetika visual yang sesuai untuk gen Z?
- i. Menurut anda, apakah ada struktur khusus atau format yang direkomendasikan untuk menyajikan informasi kepada *target audience* gen Z?
- j. Apakah anda memiliki referensi *website* atau sumber media desain informasi yang dapat dijadikan referensi?
- k. Apakah anda memiliki rekomendasi terkait *tone* atau gaya *copywriting* yang tepat untuk menyampaikan konten kepada target audiens gen- Z?
- l. Menurut anda bagaimana cara mengukur keberhasilan desain *ui/ux website*?

Pertanyaan wawancara dengan UX Researcher fokus menanyakan mengenai media berupa *website* berupa aspek visual seperti warna, pemilihan tipografi, gaya *copywriting*. Isi konten dan fitur pada *website* juga

didiskusikan agar dapat bermanfaat serta pesan tersampaikan kepada target audiens Gen Z.

3.3.2 *Focus Group Discussion*

Dalam *Focus Group Discussion* dilakukan kepada Ferdinand, Figo, Rasya, Rendy, Farid untuk mendapatkan data mengenai aktivitas hobi yang dilakukan, hambatan saat mencari informasi hobi dan minat dalam mengakses berita atau artikel mengenai informasi hobi. *Focus Group Discussion* dilakukan secara *online* menggunakan media Zoom . Dilakukan pada hari rabu, 12 Maret 2025 pukul 19.00 WIB.

Dalam *Focus Group Discussion*, penulis menanyakan beberapa pertanyaan kepada anggota FGD sebagai berikut:

- a. Apakah kalian memiliki hobi dan jenis hobinya apa?
- b. Menurut kalian, apa definisi hobi?
- c. Apakah ada hambatan selama menjalani aktivitas hobi?
- d. Menurut kalian apa manfaat yang didapatkan saat melakukan aktivitas hobi?
- e. Apakah kalian pernah merasa kebosanan dalam menjalani hobi?
Jika iya, solusi cara mengatasi kebosanan bagaimana?
- f. Pernahkah kalian mencoba aktivitas hobi yang baru? Dan apa yang membuat kalian tertarik untuk mencoba hobi baru?
- g. Menurut kalian apa yang menjadi hambatan saat mencari informasi mengenai hobi?
- h. Menurut kalian seberapa besar pengaruh tren bagi eksplorasi hobi untuk gen z?
- i. Apa minat kalian untuk mengunjungi sebuah berita/artikel/media yang menyediakan informasi mengenai hobi?

- j. Menurut kalian seberapa penting konten yang informatif dalam website yang membahas tentang eksplorasi hobi untuk gen Z?
- k. Apakah ada saran untuk gen Z yang ingin mencoba aktivitas hobi baru tapi masih ragu atau bingung?

Pertanyaan *Focus Group Discussion* (FGD) fokus menanyakan jenis kegiatan hobi yang sering mereka (Gen Z) lakukan serta apa hambatan ketika melakukan hobinya. Hambatan dalam mencari informasi mengenai kegiatan hobi juga didiskusikan. Kemudian penulis menanyakan seberapa penting media informasi berupa website menyediakan konten seputar kegiatan hobi.

3.3.3 Kuesioner

Penulis menggunakan teknik kuesioner untuk mengetahui pemahaman tentang eksplorasi hobi, jenis hobi, media informasi yang digunakan, serta hambatan ketika mencari media informasi. *Target audience* untuk responden kuesioner ini adalah gen Z usia 18 – 25 tahun yang berdomisili di Jakarta, Bogor, Bekasi, Depok, dan Tangerang. Dalam survei kuesioner ini terdapat dua puluh satu pertanyaan dengan jenis pertanyaan campur yang dibagi menjadi tiga bagian *multiple choice* dan skala likert.

Berikut merupakan pertanyaan survei kuesioner yang disebarakan melalui *google form* sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tabel Pertanyaan Kuesioner

Section Pertama: Biodata Responden			
No.	Pertanyaan	Jenis Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1.	Usia	<i>Multiple Choice</i>	a. <18 tahun b. 18 – 25 tahun

			<p>c. 26 – 39 tahun</p> <p>d. 40 – 55 tahun</p> <p>e. >55 tahun</p>
2.	<i>Gender</i>	<i>Multiple Choice</i>	<p>a. Laki – laki</p> <p>b. Perempuan</p>
3.	<i>Profesi</i>	<i>Multiple Choice</i>	<p>a. Pekerja swasta/Pegawai negeri sipil</p> <p>b. <i>Freelancer</i></p> <p>c. Pelajar/mahasiswa</p> <p>d. Lainnya</p>
4.	<i>Domisili</i>	<i>Multiple Choice</i>	<p>a. Tangerang Selatan</p> <p>b. Jakarta</p> <p>c. Bogor, Bekasi, Depok</p> <p>d. Luar Jabodetabek</p>
5.	<i>Estimasi Pengeluaran per Bulan</i>	<i>Multiple Choice</i>	<p>a. Dibawah Rp. 1.000.000</p> <p>b. Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000</p>

			<p>c. Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000</p> <p>d. Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000</p> <p>e. Rp. 4.000.000 – Rp. 5.000.000</p> <p>f. Diatas Rp. 5.000.000</p>
Section Kedua : Hobi			
7.	Apa itu Hobi menurut Anda? Pilih yang paling mendekati	<i>Multiple Choice</i>	<p>a. Kegiatan Rekreasi</p> <p>b. Kegiatan yang dilakukan waktu luang/senggang</p> <p>c. Suatu aktivitas utama sehari – hari</p> <p>d. Kegiatan Informal</p> <p>e. Sebuah kesenangan pribadi</p>
9.	Hobi apa yang Anda miliki?	<i>Checkboxes</i>	<p>a. Membaca buku</p> <p>b. Menggambar/melukis</p> <p>c. Mengkoleksi Benda</p>

			<p>d. Olahraga</p> <p>e. Fotografi</p> <p>f. Menonton Film</p> <p>g. Bermain game dan Alat musik</p> <p>h. Lainnya</p>
11.	<p>Hobi produktif adalah kegiatan menyalurkan hobi yang fokus memberikan keterampilan baru, memberikan pengalaman baru, dan menghasilkan sesuatu. Menurut anda, apa itu hobi yang produktif?</p>	<p><i>Multiple Choice</i></p>	<p>a. Hobi yang menghasilkan uang</p> <p>b. Hobi yang bermanfaat bagi kehidupan sehari – hari</p> <p>c. Hobi yang menghasilkan karya</p> <p>d. Hobi yang bisa dijadikan sebuah pekerjaan</p>
12.	<p>Menurut Stebbins terdapat 5 kategori hobi yaitu Kolektor, Pembuat atau Pengotak atik/makers and tinkerers, Peserta Aktivitas non Kompetitif, Pemain</p>	<p><i>Multiple Choice</i></p>	<p>a. Kolektor</p> <p>b. Peserta Aktivitas Non Kompetitif</p> <p>c. Pemain olahraga/Peserta Aktivitas Kompetitif</p>

	Olahraga/Aktivitas Kompetitif, dan Penggemar Seni menurut anda hobi anda masuk ke dalam kategori mana?		<p>d. Pembuat atau Pengotak atik/<i>makers and tinkers</i></p> <p>e. Penggemar Seni</p> <p>f. Lainnya</p>
13.	Menurut anda, apakah hobi itu harus produktif/bermanfaat?	Skala Likert	<p>1. Sangat Tidak Setuju</p> <p>2. Tidak Setuju</p> <p>3. Setuju</p> <p>4. Sangat Setuju</p>
Section Ketiga : Media			
14.	Media apa yang sering digunakan?	<i>Multiple Choice</i>	<p>a. HP</p> <p>b. Tablet</p> <p>c. Laptop/PC</p> <p>d. Lainnya</p>
15.	Dimana anda biasa mencari informasi?	<i>Multiple Choice</i>	<p>a. Media Cetak (Majalah, Koran, Buku, dll)</p> <p>b. Media Digital (Website, Google, AI, dll)</p>

			<p>c. Media Sosial (Facebook, Instagram, Tiktok, dll)</p> <p>d. Media Elektronik (Radio, Televisi)</p>
16.	Peneliti akan merancang sebuah website mengenai eksplorasi hobi untuk gen z. Apakah anda tertarik untuk mengunjungi website tersebut?	Skala Likert	<p>1. Sangat Tidak Tertarik</p> <p>2. Tidak Tertarik</p> <p>3. Tertarik</p> <p>4. Sangat Tertarik</p>
17.	Seberapa penting konten yang informatif dalam website yang membahas eksplorasi hobi untuk gen z	Skala Likert	<p>1. Sangat Tidak Penting</p> <p>2. Tidak Penting</p> <p>3. Penting</p> <p>4. Sangat Penting</p>
18.	Media apa yang anda gunakan untuk mencari informasi mengenai hobi	<i>Multiple Choice</i>	<p>a. Website, Google, Artikel</p> <p>b. Buku, Majalah, Koran</p>

			<p>c. Media Sosial (Facebook, Instagram, Tiktok)</p> <p>d. Tidak Pernah</p> <p>e. Media Lainnya</p>
19.	Menurut anda, apa yang membuat sebuah media informasi menarik untuk dikunjungi?	<i>Multiple Choice</i>	<p>a. Tulisannya atau tipografi</p> <p>b. Gambar atau visual</p> <p>c. Informasinya atau isi konten</p> <p>d. Warna/Tone</p> <p>e. Fitur - fitur (seperti tombol icon, tombol menu, dll)</p> <p>f. Lainnya</p>
20.	Menurut anda, apa hambatan yang sering dijumpai ketika sedang mencari sebuah informasi mengenai hobi ?	<i>Multiple Choice</i>	<p>a. Informasi tidak lengkap atau sedikit</p> <p>b. Informasi yang didapatkan/dicari tidak sesuai</p> <p>c. Informasi jenis hobi yang general atau sama</p>

			<p>d. Sumber atau media yang tidak relevan</p> <p>e. Lainnya</p>
21.	<p>Apa yang menjadi minat anda mengunjungi sebuah media/berita/artikel terkait informasi hobi?</p>	<p><i>Multiple Choice</i></p>	<p>a. Ingin mengetahui referensi atau informasi hobi lainnya</p> <p>b. Bingung terkait hobi baru yang ingin dilakukan</p> <p>c. Hanya iseng/penasaran</p> <p>d. Ingin mencari/mencoba hobi baru</p> <p>e. Lainnya</p>

Pertanyaan kuesioner diawali dengan usia, *gender*, domisili, profesi, dan estimasi pengeluaran kemudian pertanyaan tentang topik eksplorasi hobi. Pada pertanyaan topik eksplorasi hobi bertujuan untuk mengetahui definisi hobi, jenis aktivitas hobi, hobi produktif, dan kategori hobi dari *target audience*. Lalu pertanyaan kuesioner diakhiri dengan pertanyaan tentang media informasi yang sering digunakan, hambatan saat mencari informasi hobi, dan apa yang menjadi ketertarikan mengunjungi media informasi.

3.4 Studi Eksisting

Penulis menggunakan metode studi eksisting agar mendapatkan arahan atau perbandingan dalam perancangan. Studi eksisting dilakukan pada *website Craft Hobby* dan *HobbyCue* yang menyediakan informasi mengenai jenis hobi melalui video, kelas, dan workshop mengenai aktivitas hobi. Penulis juga melakukan SWOT terhadap UI/UX tampilan *website*.

3.5 Studi Referensi

Penulis menggunakan metode studi referensi sebagai acuan gaya visual dan tampilan pada *website*. Studi referensi terhadap *website* Apple dan Nike sebagai referensi gaya visual dan tampilan.

