

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan mengenai media interaktif pendeteksi pinjaman *online* legal dan ilegal:

1) Demografis

a) Usia: 19-30 tahun.

Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) usia di rentang umur 19-34 tahun mengalami peningkatan penggunaan jasa pinjaman *online* sebanyak 35,72% pada Januari 2023 dikarenakan alasan terbesarnya adalah permasalahan ekonomi.

b) Jenis Kelamin: Pria dan Wanita

c) Pendidikan: SMP-SMA sederajat, D3, S1

d) SES: B-C

Menurut data terbaru dari Databoks (2024) dari data Badan Pusat Statistik (BPS), pengguna jasa pinjaman *online* adalah mayoritas kelas menengah dengan SES B berjumlah 0,25 dan SES C 0,21.

2) Geografis: Jawa Barat.

Geografis difokuskan di Jawa Barat. Menurut data dari Databoks (Juni 2024), hutang pinjaman *online* terbesar dari seluruh provinsi di Indonesia adalah Jawa Barat sebanyak 17,33 triliun.

3) Psikografis

a) Orang yang konsumtif

b) Orang yang menyukai kemudahan

c) Orang yang memiliki rasa penasaran yang tinggi

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Paragraf metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Menurut Waruwu (2023, h. 2898) penelitian kualitatif berfokus pada analisa dan bersifat deskriptif yang menggambarkan dan menjabarkan suatu peristiwa dalam suatu fenomena sosial yang sedang ditelaah. Pada penelitian kualitatif ini, penulis akan menggunakan metode wawancara dan kuesioner. Sementara penelitian kuantitatif menurut Waruwu (2023, h. 2902) merupakan penelitian yang memiliki data angka di dalamnya dan ilmu pasti. Dalam penelitian jenis ini, penulis mengambil data kuantitatif dari metode kuesioner (diagram dan *pie chart*).

Metode perancangan yang digunakan adalah metode HCD (*Human Centered Design*) yang berfokus pada kebutuhan dan kepentingan target audiens. Menurut *website Design Kit by IDEO.org*, HCD merupakan sebuah metode dengan menggunakan pendekatan kepada manusia dalam bidang kreatif, dimana permasalahan dan solusi berdasarkan kebutuhan target. Tujuan utama HCD untuk membangun empati dan mencari permasalahan lalu dijabarkan melalui ide-ide yang kreatif dan inovatif yang kemudian dikerucutkan untuk menemukan satu solusi yang dapat memecahkan permasalahan dari target, lalu diakhiri dengan mengerjakan *prototype* dan membagikannya dengan target sehingga perancangan menghasilkan solusi yang lebih baru dan inovatif.

HCD dibagi menjadi 3 fase yang intinya fokus dan mengerucut kepada kebutuhan dan solusi untuk target, 3 fase tersebut adalah:

3.2.1 *Inspiration*

Pada tahap *Inspiration*, penulis akan mengamati atau melakukan observasi terhadap permasalahan yang sedang marak terjadi akhir-akhir ini dan mencari informasi lebih dalam untuk menjadi sumber data dan bukti yang akurat. Lalu setelah itu menentukan permasalahan yang akan diselesaikan dan melakukan *pre-survey* untuk mengetahui pengetahuan masyarakat umum tentang sarana pendeteksi *pinjol* legal dan ilegal. Hal ini ditujukan untuk menjawab pertanyaan mengapa harus menyelesaikan permasalahan tersebut

dan menemukan target audiens, target narasumber, dan *secondary research* untuk penelitian.

3.2.2 Ideation

Pada tahap ini, penulis akan terlebih dahulu menemukan top 5 ide atau solusi untuk menyelesaikan masalah, lalu melakukan survey lagi terhadap target untuk menentukan satu solusi yang paling diminati dan menjawab kebutuhan audiens. Setelah itu, masuk pada pembuatan *mind map*, melakukan *mash-up* untuk menambah kualitas dan keefektifan solusi, lalu mencari referensi dan *moodboard* dengan memperhatikan desain *principle* yang dipakai. Lalu di akhir pada tahap ini, penulis akan membuat *wireframe* yang ingin dibuat untuk mendukung ide dan solusi utama yaitu *website*, kemudian membuat sketsa *prototype* dan mengujinya lagi kepada audiens untuk menyesuaikan ketertarikan yang diminati berdasarkan kebutuhan audiens.

3.2.3 Implementation

Pada tahap terakhir yaitu *Implementation*, sketsa yang sebelumnya telah dibuat dan direvisi oleh penulis akan diwarnai dan dibuat menjadi *high fidelity* lalu diujikan kembali hasil desainnya melalui *alpha test*, setelah itu akan direvisi kembali menjadi lebih baik dan terakhir akan diujikan oleh target audiens sesungguhnya di *beta test*. Metode yang dipakai untuk perancangan desain adalah *AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share)*.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik yang digunakan untuk perancangan ini adalah wawancara dan kuesioner dengan menggunakan metode kualitatif pada keduanya dan kuantitatif pada kuesioner untuk memahami lebih dalam seputar pinjaman *online*. Pinjaman *Online* atau *Fintech Lending* yang bisa juga disebut sebagai Layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi Informasi (LPBBTI) atau *Peer-to-Peer* menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan) adalah layanan jasa keuangan yang menawarkan jasa peminjaman sejumlah uang kepada peminjam melalui sistem *online* atau elektronik.

Tujuan dan fungsi penulis mengumpulkan data dengan cara ini untuk memahami secara mendalam seberapa pentingnya literasi keuangan untuk masyarakat Indonesia dan faktor-faktor apa saja yang menyebabkan masyarakat Indonesia melakukan pinjaman online untuk gaya hidup yang konsumtif sehingga terkadang terjerumus ke rantai pinjaman *online* yang tidak bisa dihentikan.

3.3.1 Wawancara

Wawancara dilakukan kepada 2 orang yaitu calon pengguna *pinjol* yaitu Kezia Christy dan mantan pengguna *pinjol*, yaitu Calvin Setiawan wawancara ini dimaksudkan untuk menambah informasi dan data serta wawasan penulis terkait *pinjol* sehingga informasi yang disampaikan di media kampanye lebih akurat;

1. Wawancara Calon Pengguna Pinjol

Wawancara pertama dilakukan kepada seorang pengusaha muda sekaligus pemilik toko kue Tetti's Cake di Depok bernama Kezia Christy. Kezia sempat ingin melakukan pinjaman *online* sebagai modal usaha namun tidak jadi karena beberapa alasan. Tujuan wawancara dengan Kezia adalah untuk mengetahui alasan atau ketakutan calon pengguna *pinjol* sehingga memutuskan untuk tidak melakukan pinjaman *online*. Berikut merupakan pertanyaan yang diajukan:

- a. Menurut anda, *pinjol* itu apa dan kegunaannya untuk anda apa saat itu?
- b. Apa yang membuat anda tidak jadi melakukan *pinjol* saat itu?
- c. Menurut anda apa yang harus dipertimbangkan sebelum melakukan *pinjol*?
- d. Apakah ada alternatif lain untuk mengambil modal usaha selain *pinjol*?
- e. Hal apa yang sangat krusial ketika ingin melakukan *pinjol*?

2. Wawancara Mantan Pengguna Pinjol

Wawancara kedua dilakukan kepada seorang pemilik toko material di Bogor yaitu Calvin Setiawan yang sudah beberapa kali melakukan pinjaman *online*. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui apa yang harus dilakukan sebelum melakukan *pinjol* agar tidak menjadi hal yang buruk dikemudian hari dan pengumpulan data tentang apa saja yang menjadi alasan seseorang melakukan *pinjol*. Berikut merupakan pertanyaannya:

- a. Menurut anda *pinjol* itu apa dan apakah menurut anda *pinjol* itu baik?
- b. Apa yang membuat anda waktu itu memutuskan untuk melakukan *pinjol*?
- c. Saat pertama kali anda melakukan *pinjol*, apa yang anda lakukan supaya memastikan kalau tindakan yang anda ambil tidak akan merugikan anda nantinya?
- d. Apakah anda ada saran untuk orang yang baru pertama kali melakukan *pinjol* supaya mereka tidak terlena dengan gaya hidup di saat sekarang ini?
- e. Menurut anda apakah ada alternatif lain selain *pinjol* jika seseorang membutuhkan uang disaat mendesak atau butuh pemasukan tambahan?

3.3.2 Kuesioner

Kuesioner menggunakan metode *random sampling* dengan jumlah responden 60 orang kepada masyarakat yang tinggal di Jabodetabek dan Jawa Barat dengan rentang umur 19-30 tahun untuk mengumpulkan data tingkat pengetahuan mereka terhadap fenomena pinjaman *online* di Indonesia dan pendapat mereka terkait penggunaan *pinjol* yang didasari gaya hidup yang konsumtif. Penggunaan kuesioner digunakan sebagai sumber sekunder.

Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan di dalam kuesioner kepada 60 responden adalah sebagai berikut:

- a. Umur berapakah anda? (19/20/21/22/23/24/25/ >25)
- b. Dimanakah domisili anda? (Tangerang/Jakarta/Bogor/Depok/Bandung)
- c. Apakah anda mengetahui fenomena "Banyaknya Masyarakat Indonesia yang Terjerat Pinjol"? (Ya/Tidak)
- d. Menurut anda, melakukan pinjaman online itu baik atau buruk? (Baik/Buruk/Tergantung tujuan pinjol digunakan untuk apa)
- e. Apakah anda tahu cara menggunakan pinjol? (Ya/Tidak)
- f. Apakah anda tahu jenis-jenis pinjol? (Ya/Tidak)
- g. Apakah anda tahu dimana mengecek seluruh informasi pinjol yang valid/terpercaya? (Jika anda tahu, boleh disebutkan tempat informasinya di pilihan "Lainnya") (Tidak Tahu/Lainnya:___)
- h. Menurut anda, apa yang membuat masyarakat yang menggunakan pinjol sampai terlilit hutang besar-besaran hingga menyebabkan depresi sampai mengakhiri diri sendiri? (Kurang edukasi dan literasi/Kecanduan pinjol untuk konsumtif/Masalah kemiskinan atau tidak mampu/Pemerintah kurang memberi bantuan ekonomi)
- i. Menurut anda, seberapa penting literasi dan edukasi keuangan itu sebelum melakukan pinjol? (1/2/3/4)
- j. Manakah yang paling sesuai dengan anda dibawah ini? (Sangat konsumtif/Cukup konsumtif (kadang konsumtif, kadang tidak)/ Tidak pernah konsumtif)
- k. Berdasarkan data dari OJK, pengguna pinjol terbanyak didasari karena gaya hidup. Terlilit hutang besar-besaran terjadi karena gaya hidup yang konsumtif dan kurang bijaknya pengguna dalam mempertimbangkan tujuan

pinjol. Apakah anda setuju dengan pernyataan ini?
(1/2/3/4)

- l. Apakah anda tahu berapa nominal pinjol ideal yang ditetapkan oleh OJK? (Tidak Tahu/Lainnya:___)
- m. Apakah anda tahu cara yang bijak sebelum melakukan pinjol? (Tidak Tahu/Kurang Tahu/Ya, saya tahu)
- n. Menurut anda, apa jenis media yang tepat untuk kampanye ini? (Media Sosial/Website/Banner,poster/Buku)

3.3.3 Studi Ekisting

Studi eksisting merupakan sebuah metode pengumpulan data dengan menganalisis karya yang memiliki topik yang mirip dengan perancangan yang dilakukan. Karya yang akan dianalisis akan dinilai dari segi kekurangannya untuk menjadi bahan evaluasi perancangan. Analisa yang dapat digunakan yaitu penilaian Analisa dari komposisi, warna, tekstur, tipografi dan letak elemen visual beserta fungsinya.

3.3.4 Studi Referensi

Studi referensi dibutuhkan pada sebuah perancangan untuk mengambil referensi media luaran yang dapat digunakan sebagai ide perancangan media. Studi referensi dilakukan dengan mencari tahu di internet hal apa saja yang dapat menjadi referensi untuk media yang akan digunakan. Selain itu studi referensi berbeda dengan studi eksisting yang harus memiliki topik yang sama, pada studi referensi topik tidak harus sama.