

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* subjek perancangan *card game* mengenai perawatan anjing dengan jenis rambut *double – coated*:

3.1.1 *Segmenting*

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin: Laki – laki dan Perempuan
- b. Usia: Generasi Z, remaja akhir (17-25 tahun), sedang memelihara jenis ras anjing dengan jenis rambut *double – coated*.

Menurut Depkes RI (2009), kategori usia remaja akhir yaitu dari 17 sampai 25 tahun. Di tahun 2022, anjing dan kucing termasuk ke dalam jumlah pemilik berusia 16 sampai 24 tahun paling banyak bersama dengan ikan dan burung di Indonesia (Statista, 2022). Di dalam kuesioner yang dilakukan penulis, mayoritas responden berusia 17 sampai 25 tahun. Jumlah responden kuesioner yaitu 83 orang, 81 dari antaranya pernah atau sedang memelihara anjing. 85,5% dari total responden memiliki seekor anjing dengan jenis rambut *double – coated*. Selebihnya, mayoritas besar dari peserta *Focus Group Discussion* (FGD) yang merupakan kalangan remaja akhir juga kurang tahu cara merawat anjing dengan jenis rambut *double – coated* sehingga mereka lebih memilih untuk membawa anjing peliharaannya ke salon hewan. Oleh karena itu, penulis merasa bahwa diperlukannya pemahaman dalam perawatan anjing *double –*

coated untuk pemilik anjing di Indonesia, terutama untuk kalangan remaja.

c. Pendidikan: SMA - S1

d. SES: SES A2 – SES B

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), kategori SES A2 dan B di Indonesia yaitu tingkat pengeluaran rumah tangga dari Rp. 3.000.000 hingga Rp. 7.500.000, Menurut hasil survei dari *Intage Group* pada tahun 2023, pemilik anjing di Indonesia menghabiskan sekitar Rp. 1.360.000 per bulan untuk anjing peliharaannya. Hal tersebut pun belum mempertimbangkan biaya dari perawatan intensif yang diperlukan oleh anjing *double – coated*. Oleh karena itu, penulis memilih SES A2 dan B sebagai target perancangan media informasi ini.

2. Geografis

Area Jabodetabek.

Dari hasil kuesioner yang dibagikan oleh penulis kepada responden, sejumlah besar dari responden berdomisili di Tangerang (51,8%) dan Jakarta (19,3%).

3. Psikografis

a. Individu yang suka mengonsumsi informasi serta tips tentang perawatan anjing, suka menelusuri media yang menyenangkan untuk dikonsumsi, seperti *game*.

b. Pemilik anjing yang merasa peduli terhadap kesehatan anjing peliharaannya.

c. Pemilik anjing *double – coated* yang ingin merawat anjingnya sendiri di rumah namun memiliki pemahaman yang sedikit mengenai cara perawatannya.

3.1.2 Targeting

Penulis menggunakan strategi *selective specialization*, dimana penulis hanya fokus dengan segmen target pengguna yang spesifik, yaitu pemilik anjing yang sedang memelihara anjing dengan jenis rambut *double – coated*. Target pengguna juga harus termasuk ke dalam kalangan usia remaja akhir (17 – 25 tahun) yang berdomisili di area Jabodetabek.

3.1.3 Positioning

Mayoritas *card game* yang membahas tentang perawatan anjing di Indonesia maupun di seluruh dunia saat ini menyediakan informasi tentang perawatan anjing secara umum. Penulis tidak dapat menemukan *card game* yang membahas perawatan anjing *double – coated* secara rinci. Perancangan media informasi ini memiliki USP atau *Unique Selling Point* berupa media *card game* interaktif yang menyediakan informasi dan *insight* mengenai perawatan anjing peliharaan, khususnya anjing dengan jenis rambut *double – coated*. Media ini juga dirancang untuk target pengguna yang termasuk ke dalam kalangan remaja akhir (17 – 25 tahun).

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang diterapkan oleh penulis adalah teori *Design Thinking* yang dikemukakan oleh Institut desain Hasso – Plattner di Stanford University. Menurut William Visser dalam (Oxman, 2017) definisi teori *Design Thinking* adalah suatu proses strategi kreatif yang digunakan oleh seorang desainer dalam proses perancangan desain. Selain itu, *Design Thinking* dapat diartikan sebagai proses menggabungkan empati dengan teknik kreatif untuk memahami kebutuhan dan keinginan target pengguna, serta untuk merancang dan mengembangkan solusi yang efektif. Di dalam teori tersebut, terdapat lima tahapan dalam proses *Design Thinking*, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*.

Dalam proses perancangan media informasi ini, penulis menggunakan metode penulisan *hybrid* (kualitatif dan kuantitatif). Metode kualitatif dapat didefinisikan sebagai suatu penulisan yang digunakan untuk meneliti kondisi objek

alamiah, di metode ini posisi penulis adalah sebagai instrumen kunci, kemudian teknik pengumpulan data dengan triangulasi, analisa data bersifat kualitatif, dan hasil penulisan menekankan pada makna dibandingkan generalisasi (Sugiono, 2012). Oleh karena itu, metode kualitatif sangat cocok digunakan untuk meneliti fenomena atau permasalahan sosial yang terjadi di kalangan masyarakat. Sedangkan, penulisan kuantitatif adalah penulisan yang berfokus pada pengukuran fenomena dengan menggunakan instrumen pengukuran yang dapat dihitung dan diukur secara objektif (Babbie, 2016).

3.2.1 Tahap *Empathize*

Empathize merupakan tahapan pertama di dalam teori *design thinking*. Tahapan ini dilakukan agar penulis dapat memahami masalah dengan lebih baik. Penulis melakukan tahapan ini dengan melakukan pengumpulan data kepada target perancangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah wawancara, kuesioner, dan *Focus Group Discussion*.

Wawancara dilakukan kepada seorang dokter hewan untuk mendapatkan *insight* seorang ahli terhadap perawatan rambut anjing *double – coated* dan contoh konsekuensi yang terjadi jika pemilik tidak melakukan perawatan intensif kepada anjing peliharaannya yang *double – coated*. Kuesioner dibagikan kepada target audiens perancangan, yaitu kalangan remaja akhir 17 sampai 25 tahun. Teknik ini dilakukan untuk mengumpulkan data statistik mengenai jumlah persentase pemilik anjing *double – coated* berusia 17 – 25 tahun yang berdomisili di Jabodetabek. Terakhir, teknik FGD atau *Focus Group Discussion* dilakukan untuk mendapatkan *insight* serta mengetahui pendapat para pemilik anjing *double – coated* mengenai kendala yang mereka alami selama proses merawat anjing peliharaan mereka.

3.2.2 Tahap *Define*

Di tahapan ini, data yang telah dikumpulkan di tahapan *Empathize* dianalisis dan disusun agar penulis dapat menentukan masalah utama yang harus diselesaikan. Hasil dari wawancara, kuesioner, dan FGD akan diringkas

agar memudahkan penulis dalam proses analisis hasil data. Tahapan ini membantu penulis dalam merancang solusi yang efektif untuk topik permasalahan yang dipilih.

3.2.3 Tahap *Ideate*

Tahapan *ideate* adalah tahapan dimana penulis mencari ide atau inspirasi untuk merancang sebuah konsep solusi perancangan. Semua ide-ide akan dikumpulkan untuk merancang solusi dari masalah yang telah ditetapkan pada tahap *define*. Penulis akan melakukan *brainstorming* dan membuat *mindmap* dan *moodboard* untuk mengumpulkan ide sebanyak mungkin. Ide – ide yang dikumpulkan berkaitan dengan desain visual media *card game* yang akan dirancang, seperti warna, ilustrasi, dan tipografi. Tahapan ini harus dilakukan penulis agar dapat merancang solusi yang cocok dan efektif untuk target perancangan media.

3.2.4 Tahap *Prototype*

Di tahapan *prototype*, penulis akan mengolah ide – ide yang telah dikumpulkan di tahapan *ideate* dan membuat sebuah model prototipe awal untuk rancangan media *card game*. Rancangan awal ini berupa sketsa sederhana yang nanti akan dikembangkan menjadi model nyata. Penulis akan mencetak hasil desain kartu dari *card game* untuk membuat prototipe *card game* yang nantinya akan dimainkan oleh target perancangan.

3.2.5 Tahap *Test*

Pada tahapan *test*, penulis akan memberikan prototipe *card game* kepada para pemain untuk mendapatkan saran dan *feedback* tentang perancangan *card game* tersebut. Tujuan dari tahapan ini yaitu untuk melakukan perbaikan serta meningkatkan kualitas media perancangan agar sesuai dengan kebutuhan pemain. Penulis akan melakukan tahap ini di acara *prototype day* sebelum melakukan *beta testing* kepada target perancangan yang lebih spesifik.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik yang digunakan penulis dalam proses perancangan media ini adalah wawancara, kuesioner, dan *Focus Group Discussion* (FGD). Teknik penulisan ini digunakan agar penulis dapat mendapatkan *insight* tentang kendala yang dialami pemilik anjing *double – coated* selama proses perawatan serta konsekuensi yang dapat terjadi kepada anjing peliharaan ketika tidak dirawat dengan baik.

3.3.1 Wawancara

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), wawancara dapat didefinisikan sebagai sebuah tanya jawab dengan seseorang yang diperlukan untuk dimintai keterangan atau pendapatnya mengenai suatu hal atau permasalahan. Selain itu, wawancara juga dapat diartikan sebagai kegiatan melakukan percakapan dengan maksud tertentu (Moleong, 2012).

Penulis melakukan wawancara kepada dokter hewan yang memiliki spesialis dalam bidang dermatologi untuk mengumpulkan *insight* profesional mengenai anjing dengan rambut *double – coated*. Mulai dari jenis penyakit kulit yang rentan muncul pada jenis anjing tersebut hingga pengalaman dokter dalam menghadapi pasien anjing *double – coated*.

1. Wawancara Dokter Hewan

Wawancara ahli dilakukan dengan drh. Maria Selvi Bethel, seorang dokter hewan dengan spesialis dermatologi yang saat ini sedang melakukan praktek di Zero Animal Clinic, untuk mendapatkan wawasan ahli mengenai perawatan dan hal – hal yang penting untuk diingat saat merawat seekor anjing *double – coated*. Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 27 Februari 2025 dari pukul 09.00 hingga 09.30 WIB. Informasi yang didapatkan dari wawancara ini dapat membantu penulis dalam merancang sebuah media informasi yang efektif dan cocok untuk target perancangan. Pertanyaan wawancara yang ditanyakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Apa yang dimaksud dengan anjing *double – coated*?
2. Apakah ada kondisi kesehatan tertentu yang lebih sering terjadi pada anjing dengan jenis rambut ini?
3. Apa saja kesalahan umum yang sering dilakukan pemilik dalam merawat rambut anjing *double – coated*?
4. Seberapa sering anjing *double – coated* harus disisir atau disikat?
5. Bagaimana cara mencegah rambut mereka rontok berlebihan di iklim tropis Indonesia?
6. Apa tantangan terbesar dalam merawat anjing *double – coated* di iklim tropis?
7. Di Indonesia, apakah benar bahwa anjing *double – coated* rentan mendapatkan penyakit kulit?
8. Apa tanda-tanda bahwa anjing *double – coated* mengalami kepanasan akibat rambut tebalnya?
9. Apakah ada cara khusus untuk membantu anjing *double – coated* tetap nyaman di cuaca panas?
10. Menurut dokter, apakah *insight* atau pengetahuan para pemilik anjing *double – coated* di Indonesia masih kurang, terutama dalam aspek perawatan rambut?
11. Menurut dokter, apakah penting untuk mengedukasi pemilik anjing tentang pentingnya menjaga rambut alami anjing mereka?

2. Wawancara Groomer Anjing

Wawancara dilakukan dengan Wawan, seorang *groomer* anjing berpengalaman yang saat ini sedang bekerja di Pet Bath Solution. Pet Bath Solution merupakan sebuah *home grooming service* yang menawarkan *walking, training, dan grooming* khusus anjing peliharaan yang beroperasi di wilayah Jakarta, Tangerang, dan Bekasi. Wawancara dilakukan pada hari Selasa, tanggal 4 Maret 2025 pukul 21.26 hingga 22.41 WIB lewat *platform* WhatsApp. Berikut merupakan pertanyaan yang ditanyakan oleh penulis:

1. Dapatkah Anda menjelaskan pengalaman Anda dalam merawat anjing dengan jenis rambut *double – coated*?
2. Apa perbedaan utama antara perawatan anjing dengan rambut *double – coated* dan jenis rambut lainnya?
3. Apa langkah-langkah utama dalam merawat anjing dengan jenis rambut *double – coated*?
4. Apa teknik *grooming* yang paling efektif untuk menghindari kerusakan pada lapisan bawah rambut anjing *double – coated*?
5. Seberapa sering anjing dengan jenis rambut *double – coated* perlu disisir atau dipotong?
6. Apa tantangan yang sering Anda hadapi saat merawat anjing dengan jenis rambut *double – coated*?
7. Apakah ada tips khusus untuk mengatasi masalah umum, seperti rambut kusut atau penumpukan rambut mati pada anjing dengan jenis rambut ini?
8. Apa informasi yang Anda rasa penting untuk disampaikan kepada pemilik anjing agar mereka bisa merawat anjing mereka dengan baik di rumah?
9. Alat atau produk *grooming* apa yang paling disarankan untuk merawat anjing *double – coated*? Mengapa?
10. Apakah ada produk yang harus dihindari saat merawat dengan anjing jenis rambut ini?
11. Berdasarkan pengalaman Anda, apakah pemilik anjing umumnya mengetahui cara yang benar untuk merawat anjing dengan jenis rambut ini?
12. Apa kesalahan umum yang sering dilakukan oleh pemilik anjing terkait perawatan rambut *double – coated*?

3.3.2 Focus Group Discussion

FGD atau *Focus Group Discussion* merupakan sebuah proses pengumpulan data dan informasi yang sistematis mengenai suatu permasalahan tertentu yang spesifik melalui sebuah diskusi kelompok (Irwanto, 2006). Selain

itu, definisi FGD dari Wahyudi (2014) yaitu salah satu bentuk penulisan kualitatif berupa wawancara kelompok yang ditekankan pada interaksi dan perilaku yang muncul dalam kelompok, ketika kelompok itu disodorkan suatu topik atau isu tertentu sesuai dengan kepentingan penulisan.

FGD dilakukan dengan ‘A’, ‘T’, ‘C’, ‘F’, dan ‘P’ secara *online* dengan aplikasi ZOOM untuk mendapatkan *insight* serta opini para pemilik anjing *double – coated* mengenai pengalaman mereka selama merawat anjing. Penulis juga mencatat saran dan tips yang diberikan oleh peserta FGD agar dapat membantu mengembangkan media informasi yang ingin dirancang. FGD dilaksanakan di hari Minggu, 2 Maret 2025 dari pukul 14.30 hingga 15.30 WIB. Berikut merupakan pertanyaan yang diberikan oleh penulis kepada para peserta FGD:

1. Sejak kapan Anda mulai memelihara anjing *double – coated*, dan apa alasan memilih jenis ras anjing tersebut? Ceritakan pengalamannya dan sebut jenis anjingnya!
2. Apa kendala utama yang Anda alami dalam merawat anjing dengan jenis rambut *double – coated*?
3. Seberapa sering Anda membawa anjing peliharaan ke salon hewan?
4. Apakah Anda pernah mengalami kesalahan dalam merawat bulu anjing *double – coated* akibat kurangnya informasi?
5. Seberapa penting informasi mengenai siklus *shedding* (pergantian bulu) dan teknik *grooming* bagi Anda?
6. Informasi apa saja yang menurut Anda penting terkait perawatan anjing *double – coated* (misalnya: *grooming*, makanan, kesehatan kulit, atau kebutuhan khusus lainnya)?
7. Apakah Anda merasa sudah mendapatkan informasi yang cukup mengenai perawatan anjing *double – coated*? Jika belum, informasi seperti apa yang paling Anda butuhkan?
8. Apakah ada informasi yang menurut Anda masih sulit ditemukan terkait perawatan anjing *double – coated*?

9. Melalui media apa Anda paling sering mencari informasi mengenai perawatan anjing *double – coated*? (Media sosial, *website*, aplikasi, video tutorial, atau lainnya?)
10. Format media informasi seperti apa yang paling menarik menurut Anda? (Infografis, video, artikel, e-book, atau media interaktif lainnya?)
11. Apakah Anda lebih suka media informasi yang bersifat visual (ilustrasi/gambar/video) atau teks (artikel/tulisan) dalam memahami informasi tentang perawatan anjing?
12. Menurut Anda, fitur apa yang sebaiknya ada dalam media informasi mengenai perawatan anjing *double coated*? (video tutorial, tips harian, konsultasi *online*, jadwal *grooming*, atau lainnya?)
13. Apakah Anda lebih menyukai media informasi dengan bahasa yang formal atau kasual?
14. Apakah Anda tertarik dengan media informasi yang menyediakan fitur interaktif?
15. Apakah Anda lebih tertarik pada media informasi yang dikelola oleh komunitas atau yang bersumber dari dokter hewan profesional?
16. Adakah saran atau ide tambahan mengenai konsep media informasi yang akan dirancang?

3.3.3 Kuesioner

Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa kuesioner merupakan alat pengumpulan data berupa serangkaian pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner juga dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang variabel yang dipilih oleh penulis (Sarwono, 2018). Teknik kuesioner dilakukan penulis untuk mendapatkan data terkait pengetahuan pemilik anjing mengenai perawatan anjing dengan jenis rambut *double – coated* dan jumlah serta usia para pemilik anjing *double – coated* di wilayah Jabodetabek.

Teknik kuesioner yang diterapkan oleh penulis adalah teknik *random sampling* yang diberikan kepada 80 orang di Indonesia. Responden berfokus kepada pemilik anjing di usia 17 – 25 tahun untuk mengumpulkan

data terkait pemahaman kalangan remaja akhir mengenai perawatan anjing *double – coated*, serta untuk melihat kebutuhan para pemilik anjing. Hal tersebut menjadi dasar perancangan *card game* ini agar solusi perancangan dapat dikembangkan menjadi lebih efektif bagi target pengguna. Berikut merupakan pertanyaan kuesioner yang dibagikan oleh penulis kepada target perancangan:

1. Apakah Anda tahu apa itu anjing *double – coated*? (Tahu/Tidak Tahu)
2. Jenis anjing apa yang sedang atau pernah Anda pelihara? (*Open Question*)
3. Apakah Anda memiliki atau pernah memelihara salah satu dari ras anjing dibawah ini? (Ya/Tidak)
4. Anjing dengan jenis bulu *double – coated* (berlapis ganda) memerlukan perawatan rambut yang intensif. (*Likert Scale*)
5. Menurut Anda, secara ideal seberapa sering pemilik harus melakukan perawatan rambut atau grooming pada anjing *double – coated*? (1 kali per bulan/2 kali per bulan/3 kali per bulan/4 kali per bulan/Lebih dari 4 kali per bulan)
6. Anjing *double – coated* memerlukan ruangan ber-AC dan lingkungan yang sejuk. (*Likert Scale*)
7. Dalam proses grooming, anjing *double – coated* memerlukan teknik penyisiran rambut serta jenis sisir yang sesuai dengan kondisi rambut. (*Likert Scale*)
8. Ketika rambut sudah terlalu kusut atau *matted*, rambut anjing *double - coated* boleh dicukur botak. (*Likert Scale*)
9. Setelah memandikan anjing, lebih baik jika rambut anjing dibiarkan untuk kering sendiri secara alami. (*Likert Scale*)
10. Pemilihan shampoo dan vitamin yang cocok tidak terlalu penting untuk anjing *double - coated*. (*Likert Scale*)
11. Untuk perawatan, apakah Anda pernah atau selalu membawa anjing Anda ke sebuah salon hewan? (Iya, selalu/Pernah, tapi tidak sering/Tidak Pernah)
12. Jika pernah, mengapa Anda memilih untuk membawa anjing peliharaan Anda ke sebuah salon hewan? (Tidak mau repot/Kurang tahu cara merawat

- bulunya/Kurangnya peralatan yang memadai/Saya tidak pernah membawa anjing ke salon hewan)
13. Menurut Anda, apakah biaya perawatan salon anjing yang dikeluarkan Anda termasuk besar? (Iya, Lumayan/Tidak Terlalu/Saya tidak pernah membawa anjing ke salon hewan)
 14. Berapa biaya yang Anda keluarkan tiap bulannya untuk perawatan salon anjing? (< Rp. 100.000/Rp. 100.000 – Rp. 500.000/ > Rp. 500.000/ Saya tidak pernah membawa anjing ke salon hewan)
 15. Biaya perawatan salon anjing yang dikeluarkan termasuk besar bagi Anda. (*Likert Scale*)
 16. Anjing peliharaan dapat merasa cemas atau stres jika sering dibawa ke salon hewan. (*Likert Scale*)
 17. Rasa cemas atau stres yang berlebihan dapat memicu *stroke* hingga kematian pada anjing peliharaan. (*Likert Scale*)
 18. *Grooming* yang dilakukan sendiri oleh pemilik dapat meningkatkan hubungan antar anjing peliharaan dan pemilik anjing. (*Likert Scale*)
 19. Saya sangat memahami cara dan teknik yang dipakai dalam merawat rambut anjing *double - coated*. (*Likert Scale*)
 20. Apakah Anda pernah mengonsumsi media informasi mengenai perawatan anjing dengan jenis bulu *double – coated*? (Iya, Pernah/Tidak Pernah)
 21. Jika pernah, jenis media informasi mengenai perawatan anjing *double – coated* seperti apa yang sering Anda lihat? (Video/Buku/*Website*/Poster/Konten Sosial Media/Brosur atau Pamflet/*Podcast*/*Tabletop Game*/Tidak Pernah)
 22. Apakah media informasi edukatif dengan bentuk permainan atau *game* masih relevan atau menarik bagi Anda? (Ya/Tidak)
 23. Jika Ya, bentuk permainan atau *game* apa yang paling cocok digunakan untuk media informasi yang membahas mengenai perawatan anjing *double - coated*? (*Tabletop Game*/*Visual Novel Game*/*2D Platformer*/*3D Game*)
 24. Menurut pengalaman Anda, aspek apa saja yang harus diperhatikan dalam sebuah media informasi? (Memiliki tampilan yang menarik/Mengandung

informasi yang faktual dan akurat/Memiliki fitur – fitur yang interaktif/Dapat diakses kapan saja dan dimana saja)

3.3.4 Studi Eksisting

Seorang desainer dapat menggunakan media *online* maupun *offline* untuk mendapatkan data terkait media yang ingin dirancang, namun pengumpulan data ini bersifat sekunder (Roterberg, 2019). Oleh karena itu, penulis dapat mencari dan mengumpulkan data – data yang sudah ditemukan sebelumnya terkait perawatan anjing *double – coated* di Indonesia. Penulis akan mencari media *card game* yang berisikan informasi mengenai perawatan anjing *double – coated* untuk dijadikan referensi perancangan. Perancangan yang dimaksud adalah kompetitor dari perancangan media *card game* yang akan dirancang penulis. Setelah mendapatkan beberapa media yang bisa dianggap sebagai kompetitor, penulis akan melakukan analisis SWOT pada media *card game* tersebut.

3.3.5 Studi Referensi

Setelah melakukan studi eksisting, penulis melakukan studi referensi untuk melakukan riset pada beberapa rancangan permainan kartu yang dapat digunakan sebagai panduan perancangan. Aspek – aspek seperti gaya ilustrasi, mekanik, dan *layout* kartu akan dianalisis oleh penulis untuk dijadikan sebagai referensi perancangan *card game* yang akan dibuat oleh penulis.