

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Dalam metodologi perancangan, terdapat subjek perancangan yang dibagi menjadi subjek primer dan sekunder. Subjek tersebut akan dibagi berdasarkan demografis, geografis, dan psikografisnya. Penulis menentukan subjek perancangan berdasarkan permasalahan yang terjadi.

A. Subjek Primer

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- b. Usia : 14-18 Tahun
- c. Pendidikan : SMP-SMA
- d. SES : B

Penulis memulai target dengan SES B-A karena target utama perancangan merupakan siswa SMA yang bersekolah dan memiliki *smart device* seperti *smartphone*, *laptop*, atau *PC*. Peran orang tua dalam pendidikan anak mereka salah satunya adalah dengan mengeluarkan biaya untuk pendidikan dan keperluan lainnya (Jatiningsih dkk., 2021). Hal tersebut berhubungan dengan kondisi ekonomi suatu keluarga, oleh karena itu penulis mengelompokkan target dengan tingkat ekonomi keluarga/orang tua menengah ke atas. Kemudian penulis juga membatasi target dari kebiasaan tingkat ekonomi SES A yang dapat mengakses langsung tanpa bantuan penulis. Tingkat ekonomi SES A, dapat langsung berkonsultasi ke psikolog jika mereka mengalami kesulitan, namun tingkat ekonomi SES B masih berpikir dua kali untuk mempertimbangkan pengeluarannya. Dalam segi media behavior, sekolah dengan tingkat ekonomi SES B-A kebanyakan sudah menyediakan komputer untuk diakses siswa. Sekolah juga

seringkali mengumpulkan smartphone siswa di jam sekolah sehingga siswa hanya bisa mengakses komputer di sekolah. Hal tersebut mendukung penulis untuk memilih target SES B menjadi target utama penulis.

2. Geografis: Jabodetabek

Penulis memilih wilayah Jabodetabek karena menurut data dari kemdikbud.go.id, saat ini tercatat kurang lebih 886 sekolah menengah atas di wilayah Jabodetabek. Hal tersebut menunjukkan angka sekolah SMA yang cukup tinggi, sehingga wilayah Jabodetabek relevan dengan target primer penulis yang merupakan siswa SMA. Selain itu, wilayah Jabodetabek merupakan wilayah yang tingkat perekonomiannya cukup tinggi dengan rata-rata SES B-A (Isnaini & Sasana, 2022), sehingga dari segi perekonomian wilayah Jabodetabek juga relevan dan dapat dijadikan sebagai target geografis penulis.

3. Psikografis

- a. Siswa SMA yang akan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi.
- b. Siswa SMA yang kesulitan menentukan jurusan perguruan tinggi.
- c. Siswa SMA yang tertarik dengan bidang kreatif
- d. Siswa SMA yang tertarik terhadap penggunaan teknologi *digital* seperti *website*.

B. Subjek Sekunder

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- b. Usia : 35-50 Tahun

Penulis memilih target sekunder dengan usia tersebut karena usia generasi milenial yang saat ini kebanyakan sudah memiliki pekerjaan berada dalam rentang usia 24-39 tahun. Sedangkan usia orang tua yang anaknya sudah pernah menginjak bangku SMA kebanyakan berada di usia 40-50 tahun. Data tersebut diambil dari rentang usia pernikahan, dimana laki-laki kebanyakan ingin

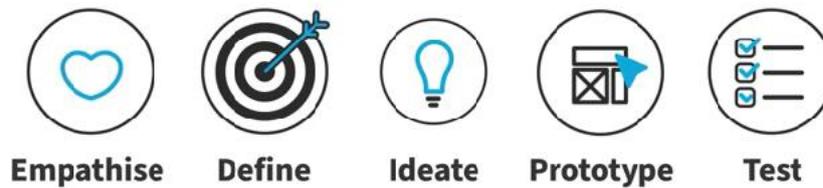
menikah tidak lebih dari usia 25 tahun (Hayati dkk., 2023). Sehingga usia mereka saat anak menyentuh bangku SMA kurang lebih ada di umur 40 tahun. Maka dari itu, penulis mengambil rentang tahun pertengahan dengan usia 35-50 tahun.

- c. Pendidikan : Minimal D3
 - d. SES : B
2. Geografis
Jabodetabek
3. Psikografis
- a. Orang tua dengan anak remaja yang sedang menempuh pendidikan.
 - b. Orang tua yang anaknya akan segera masuk ke perguruan tinggi.
 - c. Guru sekolah yang tertarik dan dapat membimbing siswa terkait perguruan tinggi.
 - d. Individu yang tertarik untuk membimbing siswa SMA terkait perguruan tinggi

Melalui penjabaran subjek perancangan di atas, dapat diketahui bahwa penulis menentukan target perancangan primer yaitu siswa SMA yang berusia 14 sampai 18 tahun, berdomisili di Jabodetabek dengan tingkat ekonomi SES B. Sedangkan target perancangan sekunder yang ditentukan penulis merupakan orang tua yang memiliki anak remaja, dan guru berusia 35-50 tahun, berdomisili di Jabodetabek dengan tingkat ekonomi SES B, dan tertarik untuk memberikan informasi kepada siswa SMA terkait cara memilih jurusan perguruan tinggi.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Pada metode perancangan desain, penulis menggunakan metode *Design Thinking*. *Design Thinking* merupakan metode untuk memecahkan masalah secara kognitif, kreatif, dan praktis untuk membantu kebutuhan manusia (Mukhtaromin & Widyaiswara, 2022).



Gambar 3.1 Tahapan *Design Thinking*
 Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature...>

Dalam hal ini, penulis menggunakan metode ini berdasarkan solusi yang akan dibuat sesuai dengan kebutuhan target perancangan. Metode *Design Thinking* dibagi menjadi lima yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*.

3.2.1 *Emphatize*

Pada tahap *emphatize*, penulis akan menyebarkan kuesioner, melakukan wawancara, *FGD*, dan pengumpulan data sekunder. Penulis menyebarkan kuesioner dengan target utama yaitu siswa SMA dengan tujuan membuktikan permasalahan yang ada secara langsung. Sedangkan untuk wawancara, penulis akan melakukan wawancara kepada Guru Bimbingan Konseling, Art Director, serta *FGD* dengan orang tua siswa SMA. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan terhadap pemilihan jurusan. Terakhir, penulis melakukan pengumpulan data sekunder dengan cara mencari informasi dari jurnal, artikel, dan data yang kredibel sesuai dengan permasalahan topik penulis. Data sekunder tersebut akan berguna sebagai data pendukung yang dapat memvalidasi argument penulis. Oleh karena itu, secara singkat tujuan dari tahap *emphatize* adalah untuk memahami kebutuhan dan permasalahan, serta menggali wawasan dari target pengguna melalui penyebaran kuesioner, wawancara, *FGD*, dan pengumpulan data sekunder.

3.2.2 *Define*

Pada tahap *define*, penulis melakukan identifikasi dan analisis terkait kuesioner, wawancara, *FGD*, dan pengumpulan data sekunder. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengetahui permasalahan utama dari hasil analisis data di tahap *emphatize*, sehingga penulis dapat memberikan solusi yang tepat sesuai dengan permasalahannya.

3.2.3 Ideate

Pada tahap *ideate*, penulis melakukan *brainstorming* terkait ide solusi dari permasalahan yang sudah ditemukan. Dalam hal ini, diperlukan pembuatan *mindmap*, *big idea*, *moodboard*, *tone of voice*, *concept*, serta mencari studi referensi dan studi eksisting dari penelitian terdahulu.

3.2.4 Prototype

Pada tahap *prototype*, penulis membuat sebuah *prototype* terkait solusi yang akan dibuat. Dalam hal ini, penulis membuat *wireframe*, *low fidelity* berupa desain *website* yang kemudian akan dilanjutkan ke tahap pembuatan *high fidelity*. Desain *website* ini dibuat sesuai dengan *mindmap*, *big idea*, *moodboard*, *tone of voice*, *concept*, studi referensi, dan studi eksisting yang telah dibuat penulis dalam tahap *ideate*.

3.2.5 Test

Pada tahap terakhir yaitu *testing*, penulis akan menyebarkan kuesioner yang hasilnya akan digunakan sebagai acuan untuk memperbaiki kembali *website* yang sudah dibuat. Penyebaran kuesioner tersebut akan dilakukan dengan *alpha test* untuk mendapatkan *feedback* dari masyarakat sekitar dan *beta test* untuk mendapatkan *feedback* dari target primer dan sekunder penulis.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Pada tahap ini, penulis menggunakan teknik wawancara, *FGD*, kuesioner, studi eksisting, dan studi referensi. Penulis menggunakan teknik dan prosedur perancangan tersebut untuk mendapatkan data serta masukan yang kemudian akan menjadi pertimbangan untuk merancang *website* yang akan dibuat oleh penulis, sehingga perancangan *website* tersebut dapat dibuat sesuai dengan permasalahan *target audience*.

3.3.1 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengetahui respon dari narasumber secara mendalam (Creswell & Guetterman, 2019). Penulis menggunakan wawancara terbuka

sebagai teknik pengumpulan data, sehingga informasi yang diperoleh juga akan bersifat terbuka atau mendalam. Dalam proses wawancara, penulis akan melakukan wawancara kepada beberapa pihak.

3.3.1.1 Wawancara Guru SMA (Guru Bimbingan Konseling)

Penulis akan melakukan wawancara dengan guru bimbingan konseling di sekolah. Wawancara ini bertujuan untuk mencari data mengenai peran Guru BK serta permasalahan banyaknya siswa yang kemungkinan masih bingung dalam memilih jurusan. Menurut Rista Yonanda dkk. (2022) peran guru bimbingan konseling cukup relevan dengan pemilihan jurusan perkuliahan siswa. Oleh karena itu penulis menyusun wawancara dengan Guru BK menjadi beberapa pertanyaan.

- a. Bagaimana peran Guru BK dalam membantu siswa menentukan jurusan kuliah mereka?
- b. Seberapa penting pengetahuan informasi terkait pemilihan jurusan kuliah bagi Guru BK?
- c. Bagaimana tingkat kesiapan siswa dalam memilih jurusan kuliah berdasarkan pengamatan Anda?
- d. bagaimana faktor eksternal seperti orang tua, teman, dan tren pekerjaan terhadap keputusan siswa dalam memilih jurusan?
- e. Apa saja kendala yang biasanya siswa tanyakan saat menentukan jurusan kuliah?
- f. Apakah ada metode atau tes khusus yang digunakan untuk membantu siswa mengenali minat dan bakat mereka?
- g. bagaimana pengalaman anda dalam menangani siswa yang memilih jurusan berdasarkan tekanan dari ortu?
- h. Sudah ada media apa saja yang membantu siswa memahami jurusan kuliah?
- i. Informasi apa yang menurut Anda paling penting membantu siswa SMA dalam memilih jurusan?

- j. Apakah menurut Anda informasi yang tersedia saat ini sudah cukup membantu dalam proses pemilihan jurusan kuliah? Mengapa?

3.3.1.2 Wawancara dengan Art Director

Penulis akan melakukan wawancara dengan *Expert Designer* yang sudah berpengalaman dalam membuat *website* yaitu Cassandra Etania S.Sn yang merupakan Art Director dari perusahaan FirstPage. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh insight pengalaman untuk membuat solusi *website* yang sesuai dengan target. Penulis memilih *Expert Designer* karena menurut Ramadhan (2024), seseorang tetap butuh bimbingan dari ahli untuk menyusun suatu proyek menjadi lebih baik. Pada perancangan ini penulis akan membuat desain *website*, sehingga dibuhkan seorang *Expert Designer* yang sudah berpengalaman dalam pembuatan *website*. Penyusunan wawancara dengan *Expert Designer* dibagi menjadi beberapa pertanyaan.

- a. Berdasarkan pengalaman Anda, bagaimana pengalaman anda dalam pembuatan *website* dengan target siswa sma?
- b. Bagaimana strategi untuk memastikan kepercayaan dan kredibilitas informasi di dalam *website* agar benar-benar membantu pengguna dalam mengambil keputusan?
- c. Bagaimana cara untuk menjembatani komunikasi antara siswa dan orang tua?
- d. Bagaimana agar media dapat terpaparkan dengan efektif? (agar *website* bisa dijangkau target)
- e. Apakah ada *tips and trick* untuk mendesain *website* yang efektif?
- f. *Tips and trick* untuk membuat *website* yang interaktif

3.3.2 Focus Group Discussion

Teknik pengumpulan data dengan *Focus Group Discussion* bertujuan untuk mendapatkan data dari orang tua siswa SMA yang anaknya akan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Menurut Muharam dkk. (2024), *FGD* dapat memberikan data yang akurat melalui diskusi kelompok

dengan topik tertentu. Orang tua siswa SMA menjadi target dari *FGD* perancangan karena mereka merupakan lingkungan terdekat dari siswa SMA, sehingga penulis berharap dengan adanya *FGD* ini, penulis mendapatkan data yang relevan dengan topik perancangan penulis. Data yang dikumpulkan berupa data dari hasil diskusi beberapa orang tua siswa SMA yaitu Novi, Grace, Kristiana dan Fitriwati. Diskusi dilakukan dengan arahan pertanyaan yang sudah dibuat oleh penulis.

- a. Bagaimana cara Anda dan anak Anda berdiskusi tentang pemilihan jurusan kuliah?
- b. Apa faktor utama yang memengaruhi keputusan Anda dalam mendukung pilihan jurusan anak? (minat, prospek kerja, biaya, tren, dll.)
- c. Apakah anda pernah mengalami kesulitan tentang pemilihan jurusan kuliah?
- d. Bagaimana cara anda mengatasi anak yang pernah kebingungan terkait jurusan perkuliahan? Apakah Anda merasa memiliki informasi yang cukup untuk membimbing anak dalam memilih jurusan kuliah? Jika tidak, apa informasi yang masih kurang?
- e. Media atau sumber informasi apa yang Anda gunakan untuk membantu anak memilih jurusan kuliah? (Internet, seminar, guru BK, keluarga, dll.)
- f. Apakah menurut Anda informasi yang tersedia saat ini sudah cukup membantu dalam proses pemilihan jurusan kuliah? Mengapa?
- g. Informasi apa yang menurut Anda wajib ada dalam media informasi agar dapat membantu orang tua dan siswa memilih jurusan dengan lebih baik? (Prospek kerja, mata kuliah, *testimoni* alumni, dll.)

3.3.3 Kuesioner

Kuesioner adalah alat pengumpulan data berupa pertanyaan tertulis yang digunakan dalam penelitian atau survei untuk memperoleh informasi dari

responden. Tingkat efektifitas kuesioner bergantung pada kejelasan pertanyaan dan relevansi isi (Sugiyono, 2021). Maka dari itu penulis membuat kuesioner yang akan disebarakan kepada 100 responden siswa SMA di daerah Jabodetabek. Tujuan penyebaran kuesioner adalah untuk membuat media informasi yang sesuai dengan target utama penulis, yakni siswa SMA.

Tabel 3.1 Pertanyaan Kuesioner Siswa SMA

| BAGIAN 1 | | Mengetahui profil responden | |
|----------|--|---|--|
| No | Pertanyaan | Model Jawaban | Pilihan Jawaban |
| 1 | Berapa usia/umur Anda saat ini? | <i>Multiple choices (single answer)</i> | <ul style="list-style-type: none"> • < 14 Tahun • 14-15 Tahun • 16-17 Tahun • 18-19 Tahun • > 19 Tahun |
| 2 | Dimana domisili Anda saat ini? | <i>Multiple choices (single answer)</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Jakarta • Bogor • Depok • Tangerang • Bekasi |
| 3 | Apa jenis kelamin Anda? | <i>Multiple choices (single answer)</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Perempuan • Laki-laki |
| 4 | Berapa jumlah pengeluaran Anda untuk <i>self-development</i> ? | <i>Multiple choices (single answer)</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Rp 0 - 250.000,00 • Rp 251.000,00 - 500.000,00 • Rp 501.000,00 - 1.000.000,00 • > Rp 1000.000,00 |
| 5 | Apakah Anda sudah mulai mencari informasi tentang jurusan yang ingin Anda pilih? | <i>Multiple choices (single answer)</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Sudah • Belum |
| BAGIAN 2 | | Mengetahui pengetahuan siswa tentang topik pembahasan | |
| No | Pertanyaan | Model Jawaban | Pilihan Jawaban |
| 1 | Seberapa yakin Anda dengan pilihan jurusan kuliah Anda? | <i>Likert</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Skala 1 = Sangat tidak yakin/belum mencari informasi • Skala 4 = Sangat yakin |

| | | | |
|----------|---|---|--|
| 2 | Apa yang membuat Anda merasa pemilihan jurusan penting? | <i>Checkbox (multiple answer)</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Ingin membahagiakan orang tua dan sekitar • Ingin bekerja sesuai minat dan bakat • Ingin mendapatkan gaji yang besar • Ingin mempelajari <i>skill</i> tertentu • Saya tidak merasa pemilihan jurusan itu penting |
| 3 | Kendala apa yang mempengaruhi pemilihan jurusan kuliah Anda? | <i>Checkbox (multiple answer)</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Minat dalam diri • Pengaruh lingkungan sekitar (teman, keluarga, dll) • Berdasarkan bimbingan ahli (psikolog, guru bk, dll) • Prospek dunia kerja • Tidak ada |
| 4 | Seberapa besar pengaruh orang tua dalam keputusan Anda memilih jurusan kuliah? | <i>Likert</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Skala 1 = Sangat tidak berpengaruh • Skala 4 = Sangat berpengaruh |
| 5 | Seberapa besar pengaruh guru bimbingan konseling, dan lingkungan sekitar dalam keputusan Anda memilih jurusan kuliah? | <i>Likert</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Skala 1 = Sangat tidak berpengaruh • Skala 4 = Sangat berpengaruh |
| BAGIAN 3 | | Mengetahui penggunaan media dari target responden | |
| No | Pertanyaan | Model Jawaban | Pilihan Jawaban |
| 1 | Media apa saja yang paling sering Anda akses sehari-hari? | <i>Checkbox (multiple answer)</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Tiktok • Instagram • Youtube • <i>Website</i> • Artikel Berita |

| | | | |
|---|---|-----------------------------------|--|
| 2 | Dimana Anda mencari informasi kredibel/terpercaya? | <i>Checkbox (multiple answer)</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Internet (<i>Website</i>, Jurnal, Artikel, E-book) • Media sosial (Instagram, Tiktok, dll) • Buku fisik • Bimbingan ahli (psikolog, guru bk) • Tanya teman • Tanya keluarga |
| 3 | Bagaimana cara Anda menentukan informasi tersebut kredibel | <i>Checkbox (multiple answer)</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat logo pemerintahan/komunitas/perusahaan • Terdapat kontak yang jelas • Desain yang rapi dan tertata |
| 4 | Apa yang ingin Anda ketahui untuk membantu Anda dalam pemilihan jurusan kuliah? | <i>Checkbox (multiple answer)</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Cara melihat minat dan bakat • <i>List</i> dan deskripsi jurusan perkuliahan yang terjamin di masa depan • Konsultasi mandiri dengan psikolog • Lainnya |

Berdasarkan pertanyaan dan pemilihan jawaban dari kuesioner tersebut, penulis akan mengetahui beberapa hal yang akan bermanfaat untuk tahapan selanjutnya yakni menganalisis data untuk menentukan solusi dari permasalahan. Penulis yang akan menyebarkan kuesioner kepada target primer perancangan, membagi pertanyaan kuesioner menjadi tiga bagian. Bagian pertama akan diisi dengan profil dari responden dengan tujuan mengetahui usia, domisili, serta pengeluaran responden. Bagian kedua akan berisi tentang pemahaman responden terhadap topik yang diangkat oleh penulis. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui topik perancangan masih menjadi permasalahan relevan sampai saat ini atau sudah terdapat solusi yang efektif. Terakhir terdapat bagian untuk mengetahui media apa yang biasanya digunakan oleh target pengguna. Data tersebut akan digunakan untuk meningkatkan ketertarikan pengguna sehingga solusi yang diberikan penulis dapat menjadi *platform* yang efektif.

3.4 Studi Eksisting

Studi Eksisting berfungsi untuk menganalisa kompetitor, sehingga penulis dapat mengembangkan media lebih baik daripada studi eksisting lainnya.

Pada studi eksisting ini, penulis memilih *website* dari *rencanamu.id* karena, pada *website* tersebut membahas mengenai topik yang sama dengan penulis. Penulis akan menggunakan *website* tersebut untuk memberikan keunikan penulis menggunakan tabel *SWOT* (*Strength, Weaknesses, Opportunity, dan Threats*).

3.5 Studi Referensi

Dalam kebutuhan studi referensi, penulis menggunakan *website* *nikheimlicher.com* dan *cabanana.pt* karena kedua *website* tersebut merupakan *website* dengan *UI* yang tertata, desain yang interaktif tetapi memiliki teks yang masih mudah dibaca. Tujuan dilakukannya studi referensi ini adalah untuk menentukan referensi penulis dari visual *website* terdahulu, nantinya beberapa referensi tersebut akan diadaptasi oleh penulis menjadi sebuah perancangan *website* terkait topik penulis.

3.6 Alpha Test

Perancangan *website* interaktif ini membutuhkan *testing* sesuai metode perancangan penulis yaitu *Design Thinking*. Penulis akan melakukan *alpha test* untuk melihat kekurangan *website* dari segi desain, maupun kenyamanan pengguna dengan menyebarkan *QR/link prototype* kepada masyarakat luas. Dalam hal ini, penulis akan menyebarkan kuesioner *alpha test* pada hari *prototype* yang diselenggarakan oleh Universitas. Kuesioner akan disebarkan kepada mahasiswa ataupun masyarakat yang datang ke *booth* penulis.

Tabel 3.2 Pertanyaan Kuesioner *Alpha Test*

| Alpha Test | | | |
|-----------------------------|---------------|--|--|
| Bagian 1 – Profil Responden | | | |
| No. | Pertanyaan | Model Jawaban | Kategori |
| 1 | Nama | <i>Short Answer</i> | ... |
| 2 | Usia | <i>Multiple choice</i> (<i>single answer</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • < 14 Tahun • 14 – 16 Tahun • 17 – 19 Tahun • > 19 Tahun |
| 3 | Jenis Kelamin | <i>Multiple choice</i> (<i>single answer</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki • Perempuan |
| Bagian 2 – Visual | | | |
| No. | Pertanyaan | Model Jawaban | Kategori |

| | | | |
|------------------------------------|---|---------------|--|
| 1 | Apakah tampilan visual secara keseluruhan terlihat menarik? | <i>Likert</i> | Skala 1 = Sangat Buruk Skala 4 = Sangat Menarik |
| 2 | Apakah kombinasi warna dalam <i>website</i> nyaman dilihat? | <i>Likert</i> | Skala 1 = Sangat Tidak Nyaman Skala 4 = Sangat Nyaman |
| 3 | Apakah jenis dan ukuran teks dalam <i>website</i> dapat terbaca? | <i>Likert</i> | Skala 1 = Sangat Tidak Jelas Skala 4 = Sangat Terbaca |
| 4 | Apakah tata letak yang diberikan konsisten dalam setiap halaman? | <i>Likert</i> | Skala 1 = Sangat Buruk Skala 4 = Sangat Menarik |
| 5 | Apakah ilustrasi yang diberikan dapat membantu memahami isi konten? | <i>Likert</i> | Skala 1 = Sangat Sulit Skala 4 = Sangat Membantu |
| 6 | Apakah penggunaan ikon dalam <i>website</i> konsisten dan mudah dipahami? | <i>Likert</i> | Skala 1 = Sangat Sulit Skala 4 = Sangat Mudah |
| Bagian 3 – Interaktivitas | | | |
| No. | Pertanyaan | Model Jawaban | Kategori |
| 1 | Apakah Anda dapat dengan mudah menggunakan <i>website</i> ? | <i>Likert</i> | Skala 1 = Sangat Sulit Skala 4 = Sangat Mudah |
| 2 | Apakah Anda mudah berpindah dari halaman satu ke halaman lainnya? | <i>Likert</i> | Skala 1 = Sangat Sulit Skala 4 = Sangat Mudah |
| 3 | Apakah penggunaan ikon dan button memberikan tindakan yang sesuai? | <i>Likert</i> | Skala 1 = Sangat Tidak Sesuai Skala 4 = Sangat Sesuai |
| Bagian 4 – Konten | | | |
| No | Pertanyaan | Model Jawaban | Kategori |
| 1 | Apakah informasi yang diberikan mudah dipahami? | <i>Likert</i> | Skala 1 = Sangat Sulit Skala 4 = Sangat Mudah |
| 2 | Apakah informasi yang ingin diketahui dapat dengan mudah ditemukan? | <i>Likert</i> | Skala 1 = Sangat Sulit Skala 4 = Sangat Mudah |
| 3 | Apakah bahasa yang digunakan mudah dipahami? | <i>Likert</i> | Skala 1 = Sangat Sulit Skala 4 = Sangat Mudah |
| Bagian 5 – Kritik dan Saran | | | |
| No | Pertanyaan | Model Jawaban | Kategori |

| | | | |
|---|----------------------------|--------------------|-----|
| 1 | Apa yang buruk? | <i>Long Answer</i> | ... |
| 2 | Apa yang baik? | <i>Long Answer</i> | ... |
| 3 | Apa yang dapat diperbaiki? | <i>Long Answer</i> | ... |

Melalui kuesioner di tahap *alpha test* ini, penulis berharap mendapatkan *insight* dari berbagai responden di hari *Prototype Day*. *Insight* tersebut diharapkan berupa perbaikan dalam hal interaktivitas, konten, serta visual dari *website* yang sudah dibuat, sehingga pada tahap *launching*, *website* yang dibuat sudah tidak ada eror maupun bug di dalamnya.

3.7 Beta Test

Tahap terakhir, penulis akan melakukan wawancara akhir kepada narasumber dengan turut melampirkan *QR/link prototype website* kepada target primer, sekunder. *Beta test* ini berguna untuk meminimalisir terjadinya kesalahan/*bug* pada *website*, kenyamanan pengguna, dan efektivitas *website* sehingga pada tahap publikasinya, *website* ini dapat berjalan dengan baik tanpa adanya kesalahan. Pertanyaan beta test disusun menggunakan beberapa pertanyaan terkait media utama yang sudah dirancang.

- a. Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat tampilan *prototype website* ini?
- b. Apakah selama mencoba berpindah dari satu halaman ke halaman lain, terdapat kendala atau hal yang membingungkan?
- c. Apakah informasi yang disajikan dalam *website* ini sudah menjawab kebutuhan Anda, terutama dalam mencari jurusan kuliah di bidang seni?
- d. Bagaimana pendapat Anda mengenai gaya bahasa yang digunakan dalam penyampaian konten?
- e. Apakah Anda merasa ilustrasi dan elemen visual lain yang digunakan dalam *website* memberikan nilai tambah dalam memahami isi konten?
- f. Apakah kombinasi warna dan tampilan keseluruhan *website* sudah menarik dan nyaman untuk dilihat?
- g. Bagaimana pendapat Anda mengenai interaktivitas dalam *website* ini?
- h. Apakah ada kritik dan saran yang ingin Anda sampaikan untuk pengembangan *website* ke depannya?

Melalui pertanyaan-pertanyaan tersebut, penulis berharap pembuatan *website* dengan target wawancara siswa-siswi di Jabodetabek dapat memberikan hasil berupa perbaikan atau pengembangan *website* menjadi lebih baik. Penulis juga berharap pembuatan *website* dapat sesuai baik dalam segi interaktif, informasi konten, maupun visual *website*.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA