

## BAB III

### METODOLOGI PERANCANGAN

#### 3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan pada kampanye promosi Gedung Kesenian Jakarta:

##### 1) Demografis

- a. Jenis kelamin: laki-laki dan perempuan
- b. Usia: 16 – 28 tahun (generasi z)

Menurut Segre & Morelli (2021) generasi muda saat ini merupakan masyarakat atau target pasar untuk masa depan. generasi z sendiri merupakan generasi terbaru yang lahir pada tahun 1997 – 2012 (13 – 28 tahun) yang dikenal sebagai generasi “*digital natives*” atau orang yang tumbuh bersama dengan pertumbuhan digital. Istina (2022) dalam penelitiannya mengenai museum, menjelaskan bahwa generasi z menjadi target yang penting dalam keberlanjutan sebuah bangunan agar tidak ditinggalkan dan diabaikan. Sehingga, dibutuhkan tindakan adaptasi dan penyesuaian dengan sikap dan perilaku generasi z.

- c. Pendidikan: SMP, SMA, D3/S1
- d. SES: B – A

Berdasarkan sebuah penelitian oleh Hager (2012), masyarakat kelas sosial menengah keatas memiliki peluang lebih tinggi untuk menonton seni pertunjukan. Menurut Borgonovi (2004) terdapat 2 alasan, pertama, karena masyarakat menengah ke atas memiliki pendapatan lebih sehingga memiliki kemampuan lebih untuk membayar aktivitas rekreasi seperti seni pertunjukan. Lalu pendapatan yang lebih tinggi mengarah pada keluarga

berpenghasilan tinggi sehingga membuka kesempatan dalam bersosialisasi dan mendapat akses pada seni pertunjukan.

## 2) Geografis

Jakarta dan sekitarnya (Jabodetabek).

Selain lokasi Gedung Kesenian Jakarta yang berada di Jakarta Pusat, berdasarkan pemaparan demografis diatas, Jakarta merupakan kota dengan tingkat perekonomian yang tinggi dan memiliki posisi sebagai pusat perekonomian nasional (Aditiya, 2020). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik 2020, juga menjelaskan bahwa generasi z menjadi generasi terbanyak di Jakarta yaitu sekitar 27,94% populasi (Rainer, 2023).

## 3) Psikografis

- a. Remaja/Dewasa yang menyukai seni pertunjukan khususnya seni teater
- b. Remaja/Dewasa yang menyukai akting atau sandiwara
- c. Remaja/Dewasa yang menyukai sejarah, seni dan budaya

### 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan akan menggunakan 6 tahapan yang diambil dari *Advertising by Design* oleh Robin Landa (2010). Tahapan tersebut terdiri dari *overview, strategy, ideas, design, production* dan *implementation*. Pada tahapan pertama yaitu *overview* merupakan tahapan pencarian data dan informasi, yang kemudian diproses menjadi sebuah *creative brief* pada tahapan kedua yaitu *strategy*. Tahapan ketiga yaitu *Ideas* merupakan tahapan pencarian ide melalui proses *mindmapping* dan *brainstorming*, lalu dikembangkan pada tahap *design* menjadi sebuah *big idea*, sketsa komprehensif hingga menjadi *final artwork*. Tahap *production* merupakan tahap memproduksi hasil desain dengan mempertimbangkan alat, bahan dan *budget*. Hingga pada tahap akhir yaitu

*implementation* yang merupakan tahapan diskusi antara desainer dan klien mengenai perancangan yang telah dibuat untuk kemudian ditinjau.

Metode penelitian akan menggunakan metode campuran atau *mix methods* yang menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif untuk pemahaman yang lebih baik pada permasalahan suatu perancangan (Creswell, J. W., & Creswell, J. D., 2017). Pada metode ini penulis menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data secara kuantitatif bersamaan dengan wawancara serta observasi sebagai teknik pengumpulan data kualitatif. Pengumpulan data kuesioner akan menggunakan *targeted sampling* dengan menargetkan generasi z (usia 16 – 28 tahun) sebagai target utama responden. Penjelasan mengenai tahap metode akan dijelaskan pada sub-bab berikutnya.

### **3.2.1 Overview**

Pada tahap pertama, penulis akan mengumpulkan informasi dan data mengenai Gedung Kesenian Jakarta. Penulis juga akan memahami masalah yang dialami Gedung Kesenian Jakarta lalu menentukan urgensi permasalahan. Setelah itu, penulis akan mengumpulkan data untuk memperkuat urgensi permasalahan tersebut. Dalam tahap pengumpulan data ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data campuran untuk menggali informasi mendalam. Dimana penulis menggunakan kuesioner untuk mendapatkan *insight* dari target audiens, lalu menggunakan wawancara dan observasi untuk mendapatkan *insight* dari bidang yang diteliti dan pakar ahli yang menguasai bidang yang diteliti oleh penulis.

### **3.2.2 Strategy**

Pada proses *strategy*, pertama-tama penulis akan mendalami *insight* yang didapatkan pada proses pengumpulan data, yang kemudian akan menjadi dasar penentuan strategi serta taktik pesan sebuah kampanye. Lalu, strategi dan taktik pesan akan diimplementasikan ke dalam tahapan pembentukan *consumer behaviour model* yaitu AISAS, yang kemudian akan dilanjutkan dengan tahapan perencanaan media menggunakan teori PESO. Berdasarkan Robin Landa, tahap ini merupakan proses perancangan

sebuah *creative brief* sebagai panduan untuk desainer dan timnya dalam merancang sebuah desain. Sehingga, *creative brief* ini merangkum perencanaan strategi dan taktik menjadi sebuah panduan atau arahan kreatif dalam menemukan dan menentukan ide kampanye promosi. Pada tahap ini juga penulis akan merancang *creative brief* dengan menganalisa *consumer journey* dan *touchpoints* target audiens.

### **3.2.3 Ideas**

Berdasarkan namanya, tahap *ideas* merupakan tahapan untuk mengeksplorasi dan menentukan ide kampanye yang didasarkan pada strategi komunikasi yang telah ditentukan di *creative brief*. Menurut Robin Landa, tahapan ini merupakan tahapan yang paling menantang karena membutuhkan sebuah pesan yang dapat dikomunikasikan kepada target audiens yaitu melalui sebuah ide. Pada tahap ini penulis akan melakukan *mindmapping* dan *brainstorming* untuk membantu dalam menghasilkan sebuah *keyword* atau kata kunci untuk dikembangkan menjadi sebuah ide. Kemudian ide tersebut akan penulis kembangkan kembali sebagai *big idea* atau ide utama dalam perancangan desain.

### **3.2.4 Design**

Robin Landa memulai proses desain dengan membuat sebuah *thumbnail sketches* yang merupakan sketsa awal yang cepat dengan ukuran yang kecil. Lalu dilanjutkan pada *roughs* atau sketsa kasar yang menggunakan ukuran lebih besar dan lebih halus dibandingkan *thumbnail sketches*. Kemudian sketsa tersebut dikembangkan kembali menjadi sketsa komprehensif yang lebih detail dan mendekati desain final. Pada tahap ini penulis akan membuat berbagai alternatif sketsa kasar terlebih dahulu untuk mengeksplor berbagai *style* visual, kemudian dikembangkan menjadi sketsa komprehensif sebagai sketsa final dan dilanjutkan menjadi sketsa digital. Kemudian penulis akan menambahkan warna, *typeface*, gambar/foto berdasarkan sketsa komprehensif yang telah penulis rancang.

### **3.2.5 Production**

Tahap ini merupakan tahapan untuk memproduksi hasil desain yang telah final. Berdasarkan Landa, tahap ini menentukan apakah media yang dipilih adalah *screen-based*, *environmental* atau *printing*. Pada tahap ini, penulis akan mempertimbangkan secara detail tahap produksi mulai dari bahan serta *budget* yang dibutuhkan dalam memproduksi hasil desain.

### **3.2.6 Implementation**

Robin Landa menjelaskan bahwa *implementation* sangat penting untuk desainer dan klien dengan melakukan *debriefing* atau tanya jawab untuk mengetahui kemungkinan ancaman dan peluang dari desain yang telah dirancang. Melalui tahap ini, penulis akan meminta *feedback* dan masukan mengenai desain yang telah dirancang dengan melakukan *market validation* untuk mendapatkan tanggapan dari target audiens dan bimbingan spesialis untuk mendapatkan masukan dari seorang ahli.

### **3.2.7 Market Validation**

*Market validation* merupakan tahap terakhir untuk mengevaluasi hasil perancangan kepada target untuk mendapatkan *feedback* atau masukan berkaitan dengan hasil perancangan.

## **3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan**

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, kuesioner serta studi kompetitor atau studi eksisting. Teknik tersebut disesuaikan dengan topik penelitian penulis mengenai Gedung Kesenian Jakarta dimana penulis akan melakukan observasi untuk merasakan pengalaman langsung ketika mengunjungi Gedung Kesenian Jakarta, lalu melakukan wawancara untuk mendapatkan wawasan dan pemahaman lebih baik mengenai topik, penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data dan informasi dari audiens dan studi kompetitor untuk menganalisa kompetitor Gedung Kesenian Jakarta. Sehingga penulis mendapatkan solusi dan memahami masalah lebih baik.

### 3.3.1 Observasi

Observasi menurut Morris (1973) adalah sebuah aktivitas merekam atau mencatat suatu gejala atau peristiwa untuk mengumpulkan kesan terhadap dunia sekitar menggunakan pancaindera manusia dengan tujuan tertentu. Observasi sendiri terbagi menjadi beberapa jenis. Pada penelitian ini penulis akan menggunakan 2 tahap observasi menurut Denzin & Lincoln (2011) yaitu observasi pengamatan penuh (*complete observant*) dan observasi partisipan penuh (*complete participant*). Observasi pengamatan penuh tidak berpartisipasi atau berkontribusi bersama dengan subjek penelitian, sedangkan observasi partisipan penuh memiliki cara observasi dengan mengamati dan terlibat secara penuh sebagai partisipan bersama dengan subjek penelitian.

#### 1. Observasi Pengamatan Penuh

Pada observasi awal ini, penulis akan mengamati Gedung Kesenian Jakarta dengan keadaan kosong. Observasi ini bertujuan untuk mengetahui *personality* Gedung Kesenian Jakarta yang dapat diambil dari hasil pengamatan berupa media eksisting, desain interior dan exterior, *style* dan jenis visual yang ada di Gedung Kesenian Jakarta. Observasi ini dapat mendukung kebutuhan perancangan aset visual serta strategi komunikasi yang akan digunakan.

#### 2. Observasi Partisipan Penuh

Pada tahap ini penulis akan melakukan observasi dengan menjadi salah satu pengunjung Gedung Kesenian Jakarta pada salah satu acara yang diselenggarakan. Penulis melakukan observasi ini untuk mendapatkan wawasan serta pemahaman melalui perspektif subjek penelitian ketika mengikuti proses acara yang akan dilaksanakan di Gedung Kesenian Jakarta. Penulis akan mengamati mulai dari proses berjalannya acara, pengunjung, pakaian, sikap, suasana hingga media promosi yang digunakan selama acara baik media

promosi konvensional maupun *digital*. Namun, dikarenakan minimnya informasi mengenai acara pada situs dan media sosial Gedung Kesenian Jakarta, maka tahap ini bersifat tentatif.

### 3.3.2 Wawancara

Wawancara merupakan sebuah interaksi interpersonal antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai melalui pertanyaan dan jawaban yang berhubungan dengan topik masalah penelitian Kerlinger, (1992) pada buku “Wawancara” oleh Fadhallah (2021). Pada penelitian ini, penulis akan melakukan wawancara semi berstruktur sebagai metode penelitian kualitatif. Wawancara semi berstruktur merupakan metode wawancara yang menggunakan sebuah pedoman agar proses dan hasil dari wawancara terfokus meskipun peneliti dapat mengembangkan pertanyaan berdasarkan jawaban orang yang diwawancarai.

Penulis akan melakukan proses wawancara kepada subjek yang berkaitan dengan topik penelitian. Diantaranya adalah pihak Gedung Kesenian Jakarta untuk mendapatkan latar belakang serta keadaan Gedung Kesenian Jakarta saat ini, lalu wawancara Pakar Seni dan Budaya untuk mendapatkan wawasan mendalam mengenai seni dan budaya di Indonesia khususnya seni pertunjukan, lalu Pakar Kampanye Promosi untuk mendapatkan ilmu terhadap perancangan kampanye promosi serta pengunjung Gedung Kesenian Jakarta untuk mengetahui pengalaman serta opini audiens.

1. Wawancara dengan Pihak Gedung Kesenian Jakarta

Penulis melakukan wawancara dengan Cecep Saepudin (54 tahun), selaku Kepala Satuan Koleksi Sarana dan Prasarana Unit Pengelola Gedung Pertunjukan Seni Budaya yang merangkap sebagai Pengelola Gedung Kesenian Jakarta untuk mendapatkan data dan informasi terbaru pada Gedung Kesenian Jakarta. Cecep sendiri telah bekerja sebagai Pengelola Gedung Kesenian Jakarta selama 2 tahun dan memiliki pengalaman dalam mengurus gedung kesenian,

diantaranya; Gedung Kesenian Wayang Orang Bharata, Gedung Kesenian Miss Tjitjih, Gedung Museum Taman Benyamin Sueb dan Gedung Balai Budaya Condet.

Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Untuk Pihak Gedung Kesenian Jakarta

<p><b>Bagian 1</b></p> <p><b>Goal:</b> Untuk mengetahui keadaan terbaru serta menggali informasi untuk mengetahui keunikan pada Gedung Kesenian Jakarta</p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana sejarah Gedung Kesenian Jakarta?</li> <li>2. Apa visi misi Gedung Kesenian Jakarta?</li> <li>3. Apa keunikan dari Gedung Kesenian Jakarta? Apakah dari sisi arsitekturnya? Atau budaya?</li> <li>4. Siapa saja yang pernah tampil di Gedung Kesenian Jakarta? Apakah ada seniman yang terkenal/populer/paling berkesan?</li> <li>5. Acara apa yang paling sukses/bergengsi untuk Gedung Kesenian Jakarta?</li> <li>6. Kira-kira sudah ada berapa pertunjukan yang diselenggarakan? Dalam 1 tahun? 1 bulan?</li> <li>7. Apakah Gedung Kesenian Jakarta memiliki arsip pada acara-acara tersebut?</li> <li>8. Saat ini ada pertunjukan apa saja yang dekat/<i>upcoming</i>?</li> <li>9. Apakah jadwal Gedung Kesenian Jakarta padat?</li> <li>10. Jika Gedung Kesenian Jakarta sedang tidak ada jadwal apakah gedung tersebut tetap beroperasi untuk umum?</li> </ol>
<p><b>Bagian 2</b></p> <p><b>Goal:</b> Untuk mengetahui target serta situasi pengunjung Gedung Kesenian Jakarta saat ini.</p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>11. Bagaimana jumlah pengunjung Gedung Kesenian Jakarta akhir-akhir ini?</li> <li>12. Apa ciri-ciri/karakteristik pengunjung Gedung Kesenian Jakarta? (usia, domisili, komunitas, dll)</li> </ol>

<p>13. Seperti apa <i>behaviour</i> atau sikap umum pengunjung Gedung Kesenian Jakarta?</p> <p>14. Apakah Gedung Kesenian Jakarta memiliki target pengunjung? Jika ada apakah dapat dijelaskan target audiensnya? Apakah sudah mencapai target tersebut?</p>
<p><b>Bagian 3</b></p> <p><b>Goal:</b> Untuk mengetahui media promosi yang digunakan dan bagaimana cara mengaksesnya.</p>
<p>15. Darimana audiens mendapatkan informasi mengenai jadwal acara?</p> <p>16. Melalui media apa audiens mendapatkan informasi tersebut?</p> <p>17. Apakah Gedung Kesenian Jakarta mempunyai media sosial (selain Instagram)?</p> <p>18. Mengapa Instagram Gedung Kesenian Jakarta tidak aktif?</p> <p>19. Bagaimana cara Gedung Kesenian Jakarta melakukan aktivitas promosi kepada pengunjung?</p> <p>20. Apakah Gedung Kesenian Jakarta memiliki <i>website</i>?</p> <p>21. Mengapa <i>website</i> Gedung Kesenian Jakarta tidak aktif?</p> <p>22. Bagaimana cara Gedung Kesenian Jakarta memberikan informasi seperti jadwal acara?</p> <p>23. Bagaimana audiens mengakses informasi tersebut?</p>
<p><b>Bagian 4</b></p> <p><b>Goal:</b> Untuk mengetahui ketakutan serta harapan yang dihadapi Gedung Kesenian Jakarta.</p>
<p>24. Apakah saat ini Gedung Kesenian Jakarta memiliki kompetitor?</p> <p>25. Bagaimana kondisi persaingannya?</p> <p>26. Apakah ada kekhawatiran atau ancaman bagi Gedung Kesenian Jakarta selain kompetitor?</p>

27. Apakah ada *goals/capaian/harapan* untuk Gedung Kesenian Jakarta kedepannya? Terlebih dalam upaya meningkatkan *awareness/penjualan*

Pada wawancara ini penulis akan berfokus pada keunikan dan nilai sejarah Gedung Kesenian Jakarta, pengunjung, kompetitor serta harapan dan kekhawatiran yang dihadapi Gedung Kesenian Jakarta. Berikut adalah daftar pertanyaan yang akan diajukan oleh penulis. Pertanyaan ini merupakan pertanyaan terbuka dan tidak memiliki urutan yang pasti.

## 2. Wawancara dengan Pakar Seni dan Budaya

Penulis melakukan wawancara bersama Ilham Khoiri (50 tahun) sebagai *General Manager Bentara Budaya & Communication Management, Corporate Communication*, Kompas Gramedia. Ilham sendiri merupakan seorang jurnalis Kompas yang mendalami seni dan budaya mulai dari tahun 2003. Selama masa jurnalis, Ilham telah mendapatkan beberapa penghargaan, diantaranya; *Diversity Award* dari Serikat Jurnalis untuk Keberagaman pada tahun 2014, Anugerah Kebudayaan dari Departemen Kebudayaan dan Pariwisata RI pada tahun 2005, *Sagang Melayu Award* pada tahun 2007 dan berbagai penghargaan lainnya.

Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Untuk Pakar Seni dan Budaya

<p><b>Bagian 1</b></p> <p><b>Goal:</b> Untuk mengetahui kondisi seni dan budaya di Indonesia khususnya pada bidang seni pertunjukan.</p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana perkembangan seni dan budaya di Indonesia saat ini?</li> <li>2. Apakah ada dampak atau kontribusi generasi z pada seni dan budaya Indonesia saat ini?</li> <li>3. Apakah seni pertunjukan diminati oleh masyarakat?</li> </ol>

<p>4. Bagaimana tanggapan Anda mengenai perkembangan seni pertunjukan di Indonesia?</p> <p>5. Apakah seni pertunjukan di Indonesia penting untuk dilestarikan?</p>
<p><b>Bagian 2</b></p> <p><b>Goal:</b> Untuk mengetahui wawasan atau pendapat mengenai generasi z saat ini terhadap seni dan budaya khususnya seni pertunjukan.</p>
<p>6. Bagaimana tanggapan anda mengenai hubungan/kondisi generasi z saat ini dengan seni pertunjukan?</p> <p>7. Bagaimana agar generasi z menyukai seni pertunjukan? Apakah melalui visual, cerita, atau media lain?</p> <p>8. Apakah menurut anda generasi z memberikan peluang positif untuk seni pertunjukan ke depannya?</p>
<p><b>Bagian 3</b></p> <p><b>Goal:</b> Untuk mengetahui kondisi gedung pertunjukan khususnya Gedung Kesenian Jakarta saat ini.</p>
<p>9. Apakah anda pernah mengunjungi gedung pertunjukan?</p> <p>10. Bagaimana tanggapan anda mengenai gedung pertunjukan yang ada saat ini? Terlebih banyak gedung pertunjukan yang terlihat lebih <i>modern</i></p> <p>11. Bagaimana tanggapan anda mengenai persaingan gedung pertunjukan saat ini? (teater Taman Ismail Marzuki, Gedung Kesenian Jakarta, Ciputra Artpreneur, Aula Simfonia, dan lainnya)</p> <p>12. Apakah anda pernah ke Gedung Kesenian Jakarta sebelumnya?</p> <p>13. (Jika pernah) Bisa ceritakan momen <i>memorable</i> saat mengunjungi Gedung Kesenian Jakarta? dapat diceritakan bersama siapa, dan perasaannya bagaimana?</p>

14. Apakah Gedung Kesenian Jakarta memiliki potensi untuk meningkatkan nilai sejarah dan budaya untuk masyarakat Indonesia?
15. Apa harapan bapak/ibu kedepannya untuk seni pertunjukan di Indonesia?

Wawancara ini dilakukan untuk menambah persepsi melalui sisi seni dan budaya yang dimiliki oleh Gedung Kesenian Jakarta. Penulis berfokus pada pentingnya nilai seni dan sejarah Gedung Kesenian Jakarta serta keterhubungannya dengan generasi z. Berikut adalah daftar pertanyaan yang penulis ajukan.

### 3. Wawancara dengan Pakar Kampanye Promosi

Penulis melakukan wawancara dengan Taufik Ridwan (39 tahun) sebagai ahli desain. Taufik telah bekerja sebagai *Creative Group Head* di Moonfolks mulai dari tahun 2022 dan berada di industri kreatif mulai dari tahun 2011. Secara pengalaman, Taufik sendiri telah mengerjakan berbagai macam kampanye seperti “*Siding with Moms*” di Filipina untuk mengkomunikasikan masalah keguguran di Filipina. Sedangkan untuk Moonfolks sendiri telah mendapatkan penghargaan seperti *Agency of The Year* dan Citra Pariwisata.

Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Untuk Pakar Kampanye Promosi

<p><b>Bagian 1</b></p> <p><b>Goal:</b> Untuk mengetahui efektifitas media promosi yang ada di Indonesia baik media digital maupun konvensional.</p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ada media promosi apa saja yang ada pada pasar Indonesia?</li> <li>2. Menurut anda, strategi atau media promosi apa yang efektif dan yang biasa anda gunakan?</li> <li>3. Menurut anda, kampanye promosi seperti apa yang menarik untuk orang Indonesia?</li> <li>4. Apakah ada <i>impact</i> tertentu dari kegunaan media digital atau media konvensional?</li> </ol>

<p>5. Apakah orang lebih tertarik dengan promosi digital atau promosi konvensional?</p> <p>6. Menurut anda media apa yang efektif untuk sebuah gedung bersejarah?</p>
<p><b>Bagian 2</b></p> <p><b>Goal:</b> Untuk mengetahui ketertarikan dan selera generasi z dalam melihat sebuah media promosi.</p>
<p>7. Apakah ada strategi komunikasi yang berbeda terhadap generasi z dibandingkan dengan generasi lain?</p> <p>8. Strategi seperti apa yang efektif untuk generasi z?</p>
<p><b>Bagian 3</b></p> <p><b>Goal:</b> Untuk mendapatkan tips dan saran ketika merancang kampanye promosi Gedung Kesenian Jakarta.</p>
<p>9. Apakah ada <i>tips &amp; trick</i> untuk merancang kampanye promosi gedung bersejarah khususnya Gedung Kesenian Jakarta?</p> <p>10. Metode apa yang biasa digunakan ketika merancang kampanye promosi?</p>

Penulis melakukan wawancara dengan ahli desain untuk mendapatkan ilmu mengenai kreatifitas dalam merancang kampanye promosi melalui perspektif seorang ahli desain yang berpengalaman. Penulis berfokus pada wawasan penggunaan berbagai media promosi berdasarkan pengalaman ahli desain dan tanggapan mengenai terhadap generasi z sebagai target pasar. Berikut daftar pertanyaan yang penulis ajukan kepada ahli desain.

4. Wawancara dengan Pengunjung Gedung Kesenian Jakarta

Penulis akan melakukan wawancara kepada audiens yang pernah mengunjungi Gedung Kesenian Jakarta untuk mendapatkan wawasan serta tanggapan ketika mengunjungi acara di Gedung Kesenian Jakarta. Narasumber pengunjung didapatkan dari

responden kuesioner yang telah disebarakan oleh penulis. Kemudian, penulis akan menghubungi responden yang bersedia untuk melakukan wawancara.

Penulis akan mewawancarai 3 pengunjung dengan rentang usia yang berbeda namun tetap sesuai dengan kriteria target audiens Gedung Kesenian Jakarta yaitu generasi z. Penulis akan berfokus pada pengalaman yang berkesan serta memori pengunjung terhadap Gedung Kesenian Jakarta. Berikut dibawah ini merupakan daftar pertanyaan yang diajukan pada pengunjung Gedung Kesenian Jakarta.

Tabel 3.4 Daftar Pertanyaan Untuk Pengunjung Gedung Kesenian Jakarta

<p><b>Bagian 1</b></p> <p><b>Goal:</b> Untuk mengetahui cerita awal mengenai Gedung Kesenian Jakarta oleh pengunjung.</p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ceritakan pengalaman anda ketika mengunjungi Gedung Kesenian Jakarta!</li> <li>2. Pertunjukan apa yang anda tonton? dengan siapa? kapan nontonnya? apa tujuannya?</li> </ol>
<p><b>Bagian 2</b></p> <p><b>Goal:</b> Untuk mengetahui stigma dan kesan awal pengunjung terhadap Gedung Kesenian Jakarta.</p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Darimana anda mendapatkan informasi acara Gedung Kesenian Jakarta?</li> <li>4. Mengapa anda memilih acara tersebut?</li> <li>5. Apakah sebelumnya anda pernah ke Gedung Kesenian Jakarta? Apakah sebelumnya anda mengetahui Gedung Kesenian Jakarta?</li> <li>6. Seberapa sering anda mengunjungi Gedung Kesenian Jakarta?</li> </ol>
<p><b>Bagian 3</b></p>

<p><b>Goal:</b> Untuk mengetahui proses acara dan pengalaman selama acara berlangsung.</p>
<p>7. Apa <i>first impression</i> anda ketika pertama kali mengunjungi Gedung Kesenian Jakarta?</p> <p>8. Bagaimana perasaan dan kesan anda ketika mengikuti acara tersebut?</p> <p>9. Apa yang paling berkesan dari acara tersebut?</p>
<p><b>Bagian 4</b></p> <p><b>Goal:</b> Untuk mengetahui perasaan dan sisa rasa setelah mengunjungi Gedung Kesenian Jakarta.</p>
<p>10. Apakah anda akan mempertimbangkan mengunjungi Gedung Kesenian Jakarta lagi?</p> <p>11. Berikan nilai (<i>rating</i>) pada pertunjukan dan pengalaman anda di Gedung Kesenian Jakarta!</p> <p>12. Jika anda ingin menonton seni pertunjukan lagi, seni pertunjukan apa yang akan anda tonton? Dimana anda menonton?</p>

Berdasarkan daftar pertanyaan diatas, penulis akan menghubungi masing-masing narasumber dan melakukan pertemuan baik secara *online* maupun *offline* sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan antara penulis dengan narasumber. Penulis juga meminta izin sebelumnya kepada masing-masing narasumber atas ketersediaannya dalam menjawab pertanyaan dan memasukkannya ke dalam laporan.

### 3.3.3 Kuesioner

Metode kuesioner atau survei merupakan sebuah metode mengajukan pertanyaan untuk kemudian dijawab oleh responden yang mengisi kuesioner tersebut agar dapat dianalisa lebih lanjut (Cooper & Emory, 1995). Kuesioner merupakan salah satu metode penelitian yang dapat membantu penulis dalam menganalisa informasi responden dalam

jumlah yang banyak. Untuk mempermudah penyebaran kuesioner, penulis membagikan kuesioner secara *online* melalui *Google Form*. Lalu, penulis membagi kuesioner tersebut menjadi 4 *section* agar pertanyaan dapat lebih terarah.

Pada *section 1* penulis berfokus pada biodata responden. *Section* ini menanyakan tentang data umum responden mulai dari nama, umur, jenis kelamin, domisili, pendapatan, pengeluaran hingga pendidikan terakhir. *Section* ini berfungsi untuk mengetahui demografis responden agar terarahkan dengan target audiens yang menjadi target sasaran kampanye.

Tabel 3.5 Daftar Pertanyaan Kuesioner *Section 1*

<b>Section 1: Biodata Responden</b>		<b>Goal:</b> mengetahui tentang biodata responden terkhususnya di daerah kota Jakarta dan sekitarnya (Jabodetabek).
<b>Pertanyaan</b>	<b>Model Jawaban</b>	<b>Jawaban</b>
1. Nama	<i>Short Answer</i>	... diisi oleh responden
2. Jenis Kelamin	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	- Laki-laki - Perempuan
3. Usia	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	- 16 – 22 tahun - 23 – 28 tahun - > 28 tahun
4. Domisili	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	- Jakarta - Bogor - Depok - Tangerang - Bekasi - Lainnya..

5. Pendapatan per Bulan	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- &lt; Rp. 4.000.000,00</li> <li>- Rp. 4.000.000,00 – Rp. 6.000.000,00</li> <li>- Rp. 6.000.000,00 – Rp. 8.500.000,00</li> </ul>
6. Pengeluaran per Bulan	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- &lt; Rp. 3.000.000,00</li> <li>- Rp. 3.000.000,00 – Rp. 5.000.000,00</li> <li>- Rp. 5.000.000,00 – Rp. 7.500.000,00</li> </ul>
7. Pendidikan Terakhir	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SD</li> <li>- SMP</li> <li>- SMA</li> <li>- D3/S1</li> <li>- S2</li> </ul>

Pada *section 2*, penulis akan berfokus pada pertanyaan seputar seni pertunjukan. *Section* ini akan membahas mengenai preferensi, ketertarikan serta *behaviour* responden terhadap seni pertunjukan. Tujuan dari *section* ini yaitu untuk mendapatkan wawasan terhadap kebiasaan responden ketika ingin menonton seni pertunjukan.

Tabel 3.6 Daftar Pertanyaan Kuesioner *Section 2*

<b>Section 2: Seni Pertunjukan</b>		<b>Goal:</b> Mengetahui <i>insight</i> dan kebiasaan audiens terhadap seni pertunjukan
<b>Pertanyaan</b>	<b>Model Jawaban</b>	<b>Jawaban</b>
<b>Introduction: pengenalan tentang seni pertunjukan</b>		

<p>Seni pertunjukan merupakan sebuah seni yang menampilkan aksi baik individu maupun kelompok pada tempat dan waktu tertentu. Salah satu contoh seni pertunjukan yaitu balet, orkestra, opera, puisi, dan masih banyak lainnya.</p>		
8. Apakah Anda familiar dengan Seni Pertunjukan?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ya</li> <li>- Tidak</li> </ul>
9. Seni Pertunjukan apa yang Anda minati?	<i>Multiple Choice (Multiple Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orkestra</li> <li>- Balet</li> <li>- Opera</li> <li>- Teater Drama</li> <li>- Teater Musikal</li> <li>- Kebahasaan (Puisi, Pidato)</li> <li>- Seni Pertunjukan Tradisional (cth: Wayang, Tari Kecak)</li> <li>- Komedi (cth: <i>stand-up comedy</i>)</li> <li>- Sulap</li> </ul>
10. Seberapa tertarik Anda dengan Seni Pertunjukan?	<i>Likert</i>	<p>Skala 1: Sangat Tidak Tertarik</p> <p>Skala 5: Sangat Tertarik</p>
11. Jika Anda berkesempatan menonton Seni Pertunjukan, seberapa sering Anda akan menonton?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seminggu sekali</li> <li>- 1 kali dalam 2 minggu</li> <li>- Sebulan sekali</li> <li>- Setahun sekali</li> </ul>

<p>12. Dimana Anda akan menonton Seni Pertunjukan tersebut?</p>	<p><i>Multiple Choice (Single Ans)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gedung Pertunjukan</li> <li>- Ruang Seni (Kafe, Galeri, Taman Kota)</li> <li>- <i>Online</i> (YouTube, Netflix, dll)</li> <li>- Lainnya..</li> </ul>
<p>13. Dengan siapa Anda akan menonton Seni Pertunjukan tersebut?</p>	<p><i>Multiple Choice (Single Ans)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keluarga</li> <li>- Teman</li> <li>- Pasangan</li> <li>- Sendiri</li> </ul>
<p>14. Berapa <i>budget</i> pengeluaran yang Anda akan keluarkan untuk Seni Pertunjukan?</p>	<p><i>Multiple Choice (Single Ans)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- &lt; Rp. 500.000,00</li> <li>- Rp. 500.000,00 – Rp. 1.000.000,00</li> <li>- Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000,00</li> </ul>
<p>15. Apa saja yang Anda pertimbangkan ketika ingin menonton Seni Pertunjukan?</p>	<p><i>Multiple Choice (Multiple Ans)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acara/Penampil</li> <li>- Harga</li> <li>- Estetika tempat</li> <li>- Jenis pertunjukan</li> <li>- Kenyamanan</li> <li>- Fleksibilitas waktu</li> <li>- Rekomendasi</li> </ul>
<p>16. Apa yang menjadi kendala ketika Anda ingin menonton Seni Pertunjukan?</p>	<p><i>Multiple Choice (Multiple Ans)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak memiliki teman</li> <li>- Harga tiket terlalu mahal</li> <li>- Lokasi yang jauh</li> <li>- Tidak ada waktu luang</li> <li>- Kurang tertarik dengan jenis pertunjukan yang ada</li> <li>- Kurangnya informasi</li> </ul>

17. Apakah Anda pernah mendengar Gedung Kesenian Jakarta?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ya</li> <li>- Tidak</li> </ul>
---	-------------------------------------	---

Pada *section 3*, penulis akan membuat sebuah *branching* atau percabangan dari pertanyaan sebelumnya yaitu “Apakah Anda pernah mendengar Gedung Kesenian Jakarta?”. *Section* ini akan berfokus pada responden yang pernah mendengar tentang Gedung Kesenian Jakarta, sehingga pertanyaan pada *section* ini akan berfokus seputar Gedung Kesenian Jakarta. Tujuan dari pembagian *section* ini adalah untuk mengetahui pengalaman serta kesan responden terhadap Gedung Kesenian Jakarta.

Tabel 3.7 Daftar Pertanyaan Kuesioner Section 3

<b>Section 3: Branching untuk responden yang mengetahui Gedung Kesenian Jakarta</b>		<b>Goal:</b> Mengetahui <i>experience</i> dan <i>behavior</i> audiens terhadap GKJ
<b>Pertanyaan</b>	<b>Model Jawaban</b>	<b>Jawaban</b>
18. Darimana Anda mengetahui Gedung Kesenian Jakarta?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teman</li> <li>- Keluarga</li> <li>- Media Sosial</li> <li>- Website</li> <li>- Sekolah/Kampus</li> <li>- Lainnya..</li> </ul>
19. Darimana Anda mendapatkan informasi mengenai acara pertunjukan (jadwal, tiket, dll) yang diselenggarakan oleh	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instagram GKJ</li> <li>- Website GKJ</li> <li>- Pihak Penyelenggara Acara</li> <li>- Teman</li> <li>- Lainnya..</li> </ul>

Gedung Kesenian Jakarta?		
20. Seberapa sering Anda mendengar informasi mengenai acara atau pertunjukan di Gedung Kesenian Jakarta?	<i>Likert</i>	Skala 1: Jarang/Tidak Pernah Skala 5: Sangat Sering
21. Sebutkan 3 kata yang terlintas di benak Anda ketika mendengar Gedung Kesenian Jakarta!	<i>Short Answer</i>	... diisi oleh responden
22. Apakah anda pernah mengunjungi Gedung Kesenian Jakarta?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ya (Jika menjawab Ya, abaikan no. 7)</li> <li>- Tidak (Jika menjawab Tidak, abaikan no. 6)</li> </ul>
23. Jika Ya, pertunjukan apa yang pernah anda tonton? (Tidak Wajib)	<i>Short Answer</i>	... diisi oleh responden
24. Jika Tidak, apa yang membuat anda tidak mengunjungi GKJ? (Tidak Wajib)	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Minimnya Informasi</li> <li>- Terlihat ketinggalan zaman</li> <li>- Kurang tertarik dengan jenis pertunjukan yang ada</li> <li>- Terlihat tidak aktif</li> <li>- Tempat lain terlihat lebih menarik</li> <li>- Lainnya..</li> </ul>
25. Apakah Anda tertarik/ingin kembali mengunjungi GKJ?	<i>Multiple Choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ya</li> <li>- Tidak</li> </ul>

	(Single Ans)	
--	-----------------	--

Kemudian, *section 4* merupakan *section* yang mempertemukan kembali responden yang mengetahui Gedung Kesenian Jakarta dan yang tidak. Pada *section* ini penulis akan menanyakan seputar media promosi Gedung Pertunjukan. Pada awal *section* ini terdapat perbandingan media promosi terhadap Gedung Pertunjukan yang ada di Jakarta untuk mengetahui opini serta tanggapan responden terhadap media promosi tersebut. Kemudian dilanjutkan dengan tampilan media promosi Gedung Kesenian Jakarta untuk mengetahui seberapa efektif media promosi tersebut bagi responden.

Tabel 3.8 Daftar Pertanyaan Kuesioner *Section 4*

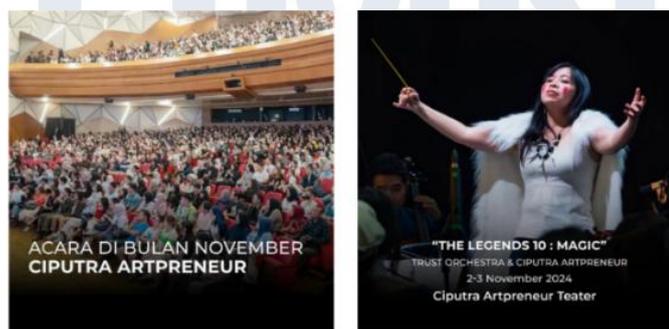
<b>Section 4: Media Promosi</b>	<b>Goal:</b> Mengetahui opini dan persepsi audiens mengenai gedung pertunjukan yang ada di Jakarta melalui media promosi yang dilakukan masing-masing gedung pertunjukan.	
<b>Pertanyaan</b>	<b>Model Jawaban</b>	<b>Jawaban</b>
Dibawah ini terdapat 3 konten promosi gedung pertunjukan yang ada di Jakarta		
Opsi 1 (Gedung Kesenian Jakarta)		



Opsi 2 (Teater Taman Ismail Marzuki)



Opsi 3 (Ciputra Artpreneur)



26. Menurut anda, konten promosi mana yang menarik untuk dikunjungi?	<i>Multiple</i>	- 1
	<i>Choice (Single</i>	- 2
	<i>Ans)</i>	- 3

27. Apa yang membuat konten promosi tersebut menarik?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain visual</li> <li>- Acara/penampil</li> <li>- <i>Copywriting</i></li> <li>- Ilustrasi</li> <li>- Gambar/foto</li> </ul>
28. Apa yang pertama kali anda lihat atau cari saat melihat konten promosi tersebut?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Judul/<i>Headline</i></li> <li>- Logo/Identitas gedung pertunjukan</li> <li>- Nama acara</li> <li>- Jadwal acara</li> </ul>
Berikut dibawah ini merupakan konten promosi Gedung Kesenian Jakarta		
		
29. Apakah promosi tersebut terlihat <b>menarik untuk dikunjungi</b> ?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ya</li> <li>- Tidak</li> </ul>
30. Apakah media promosi tersebut terlihat <b>terpercaya</b> ?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ya</li> <li>- Tidak</li> </ul>
31. Apakah media promosi tersebut terlihat <b>informatif</b> ?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ya</li> <li>- Tidak</li> </ul>
32. Apakah anda setuju bahwa media promosi sangat	<i>Likert</i>	Skala 1 : Sangat Tidak Setuju Skala 5 : Sangat Setuju

berpengaruh pada <b>keputusan untuk berkunjung</b> atau tidak?		
33. Apakah anda setuju bahwa media promosi yang menarik dapat memberikan <b>kesan dan citra yang positif</b> untuk brand?	<i>Likert</i>	Skala 1 : Sangat Tidak Setuju Skala 5 : Sangat Setuju
34. Menurut anda, apa yang membuat konten promosi ini kurang menarik?	<i>Multiple Choice (Multiple Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain visual tidak konsisten</li> <li>- Tidak memiliki judul/<i>headline</i> yang menarik</li> <li>- Kualitas foto yang tidak baik</li> <li>- Tidak memiliki layout/komposisi desain</li> </ul>
35. Jika Anda ingin berkunjung ke Gedung Pertunjukan, <i>style</i> visual seperti apa yang menarik perhatian Anda?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Minimalis dan <i>Modern</i></li> <li>- Klasik dan Elegan</li> <li>- <i>Bold</i> dan Kreatif</li> <li>- Simpel dan Informatif</li> </ul>

Kuesioner ini akan disebarakan menggunakan metode targeted sampling, dimana penulis akan menargetkan generasi z berusia 18 – 28 tahun dan mengutamakan generasi z berdomisili Jabodetabek. Penulis menetapkan target responden sejumlah 80-100 responden agar hasil kuesioner dapat tervalidasi hasilnya.

### 3.3.4 Kuesioner Tambahan

Penulis melakukan kuesioner tambahan dalam upaya menambah *insight* dari target audiens terhadap seni teater. Kuesioner tambahan disebarkan setelah penulis mendapatkan masukan saat Pra-Sidang dan berfokus pada topik seni teater. Kuesioner ini dibagi menjadi 4 *section* agar pertanyaan lebih terarah dan memiliki fokus.

*Section 1* yaitu *section* biodata responden bertujuan untuk mendapatkan demografis responden mulai dari nama, jenis kelamin, usia, domisili, pendapatan, pengeluaran, serta pendidikan terakhir. *Section* ini kemudian diakhiri dengan pertanyaan “Apakah Anda menyukai dan tertarik menonton seni teater?” untuk mendapatkan hasil apakah responden memiliki ketertarikan dengan seni teater atau tidak. Setelah menjawab pertanyaan tersebut, responden yang memilih tertarik dengan seni teater akan diarahkan pada *section 2*, sedangkan untuk responden yang memilih tidak tertarik dengan seni teater akan diarahkan pada *section 3*.

<b>SECTION 1: Biodata responden</b>		<i>Goal: Mengetahui tentang biodata responden terkhususnya di daerah kota Jakarta dan sekitarnya (Jabodetabek).</i>
<b>PERTANYAAN</b>	<b>MODEL JAWABAN</b>	<b>JAWABAN</b>
Nama	<i>Short Answer</i>	<i>... diisi oleh responden</i>
Jenis Kelamin	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	- Laki-laki - Perempuan
Usia	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	- 16 – 22 tahun - 23 – 28 tahun
Domisili	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	- Jakarta - Bogor - Depok

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tangerang</li> <li>- Bekasi</li> </ul>
Pendapatan per Bulan	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rp. 4.000.000,00 – Rp. 6.000.000,00</li> <li>- Rp. 6.000.000,00 – Rp. 8.500.000,00</li> </ul>
Pengeluaran per Bulan	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rp. 3.000.000,00 – Rp. 5.000.000,00</li> <li>- Rp. 5.000.000,00 – Rp. 7.500.000,00</li> </ul>
Pendidikan Terakhir	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SD</li> <li>- SMP</li> <li>- SMA</li> <li>- D3/S1</li> <li>- S2</li> </ul>
Apakah Anda tertarik untuk menonton seni teater?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tertarik</li> <li>- Tidak Tertarik</li> </ul>

*Section 2* membahas mengenai preferensi dan kebiasaan responden yang memiliki ketertarikan terhadap seni teater. *Section* ini bertujuan untuk mendapatkan informasi berupa pengetahuan responden terhadap seni teater dan kebiasaan responden ketika ingin menonton seni teater.

<b>SECTION 2: Tertarik menonton seni teater</b>		<b>Goal:</b> Mengetahui preferensi dan kebiasaan responden yang menyukai seni teater
<b>PERTANYAAN</b>	<b>MODEL OPSI JAWABAN</b>	<b>JAWABAN</b>

Seberapa tertarik Anda untuk menonton seni teater?	<i>Likert</i>	Skala 1: Tidak Tertarik Skala 4: Sangat Tertarik
Sejak kapan Anda tertarik dengan seni teater?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurang dari 1 tahun</li> <li>- 1 – 2 tahun terakhir</li> <li>- 3 – 5 tahun terakhir</li> <li>- Lebih dari 5 tahun</li> </ul>
Apa yang membuat Anda tertarik dan menyukai seni teater?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Akting pemain</li> <li>- Penyampaian cerita</li> <li>- Suasana pertunjukan</li> <li>- Lainnya...</li> </ul>
<i>Genre</i> teater apa yang Anda minati?	<i>Multiple Choice (Multiple Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Komedi</li> <li>- Drama</li> <li>- Musikal</li> <li>- Romantis</li> <li>- <i>Absurd</i></li> <li>- Sejarah</li> <li>- Lainnya...</li> </ul>
Darimana Anda mendengar berita atau informasi mengenai seni teater?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Website</i></li> <li>- Media sosial (Instagram, TikTok, lainnya)</li> <li>- Kerabat (Keluarga/Teman/Pasangan)</li> </ul>
Apa yang menjadi pertimbangan Anda ketika ingin memilih pertunjukan seni teater?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Judul cerita</li> <li>- Pemain/pelakon</li> <li>- Jadwal Acara</li> <li>- Lainnya...</li> </ul>

Menurut Anda, Apakah desain visual merupakan aspek penting untuk mempromosikan seni teater?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	- Ya - Tidak
Apa yang terlintas di benak anda ketika mendengar kata seni teater?	<i>Short Answer</i>	<i>... diisi oleh responden</i>
Teater apa yang pernah Anda tonton? Tuliskan judul beserta pelaku seninya *jika pernah menonton, jika tidak pernah dapat tuliskan “_“	<i>Short Answer</i>	<i>... diisi oleh responden</i>

*Section 3* merupakan section untuk responden yang tidak memiliki ketertarikan terhadap seni teater. Pada *section* ini penulis bertujuan untuk mengetahui alasan responden tidak menyukai atau tidak tertarik serta mengetahui peluang responden menyukai seni teater.

<b>SECTION 3: Tidak tertarik dengan seni teater</b>		<b>Goal:</b> Mengetahui preferensi dan sikap responden baru terhadap seni teater
<b>PERTANYAAN</b>	<b>MODEL OPSI JAWABAN</b>	<b>JAWABAN</b>

<p>Apa yang membuat Anda tidak tertarik menonton seni teater?</p>	<p><i>Multiple Choice (Single Ans)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi yang jauh</li> <li>- Harga tiket mahal</li> <li>- Jadwal padat</li> <li>- Tidak tertarik dengan ceritanya</li> <li>- Tidak mengetahui tentang seni teater</li> </ul>
<p>Jika Anda berkesempatan menonton seni teater dengan tiket gratis, Apakah Anda akan menonton seni teater tersebut?</p>	<p><i>Multiple Choice (Single Ans)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ya</li> <li>- Tidak</li> </ul>
<p>Jika lokasi Anda dekat dengan pertunjukan seni teater, Apakah Anda akan menonton seni teater tersebut?</p>	<p><i>Multiple Choice (Single Ans)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ya</li> <li>- Tidak</li> </ul>
<p>Jika Anda memiliki waktu luang, Apakah Anda akan menonton seni teater tersebut?</p>	<p><i>Multiple Choice (Single Ans)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ya</li> <li>- Tidak</li> </ul>
<p>Jika terdapat seni teater yang memiliki cerita dan tema yang menarik, Apakah Anda akan menonton seni teater tersebut?</p>	<p><i>Multiple Choice (Single Ans)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ya</li> <li>- Tidak</li> </ul>

Jika Anda bersedia menonton seni teater, Apa yang Anda harapkan ketika menonton seni teater?	<i>Multiple Choice (Single Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terhibur</li> <li>- Mendapatkan suasana baru</li> <li>- Bersosialisasi</li> <li>- Tempat pelarian</li> <li>- Mencari inspirasi</li> <li>- Lainnya...</li> </ul>
Apa yang terlintas di benak anda ketika mendengar kata seni teater?	<i>Short Answer</i>	<i>... diisi oleh responden</i>

*Section* terakhir yaitu *section 4* akan membahas mengenai preferensi media yang biasa responden gunakan. Media tersebut terdapat media sosial sebagai media yang umum digunakan, *platform streaming* dan *e-ticketing* sebagai salah satu tempat strategis untuk meletakkan iklan, serta OOH (*Out of Home*) media sebagai media peluang untuk menggapai target audiens.

<b>SECTION 4: Media yang digunakan audiens (likert)</b>		<b>Goal:</b> Mengetahui preferensi media yang sering digunakan oleh audiens
<b>PERTANYAAN</b>	<b>MODEL OPSI JAWABAN</b>	<b>JAWABAN</b>
Seberapa sering Anda membuka Instagram <i>Story</i> ?	<i>Likert</i>	Skala 1: Jarang Skala 4: Sangat Sering
Seberapa sering Anda membuka Instagram <i>Feed</i> ?	<i>Likert</i>	Skala 1: Jarang Skala 4: Sangat Sering

Seberapa sering Anda membuka TikTok?	<i>Likert</i>	Skala 1: Jarang Skala 4: Sangat Sering
Seberapa sering Anda membuka X (Twitter)?	<i>Likert</i>	Skala 1: Jarang Skala 4: Sangat Sering
Seberapa sering Anda membuka Spotify?	<i>Likert</i>	Skala 1: Jarang Skala 4: Sangat Sering
Apakah Anda sering melakukan aktivitas diluar? (cth; nongkrong di café, pergi ke mall)	<i>Likert</i>	Skala 1: Jarang Skala 4: Sangat Sering
Apakah Anda sering menggunakan transportasi umum?	<i>Likert</i>	Skala 1: Jarang Skala 4: Sangat Sering
Apakah Anda sering menonton <i>film</i> di bioskop?	<i>Likert</i>	Skala 1: Jarang Skala 4: Sangat Sering
Berikut merupakan <i>list</i> media sosial yang umum digunakan.  Berdasarkan <i>list</i> tersebut, media sosial mana yang paling sering Anda gunakan untuk		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instagram</li> <li>- TikTok</li> <li>- X (Twitter)</li> <li>- WhatsApp <i>Story</i></li> <li>- Facebook</li> </ul>

membagikan pengalaman dan cerita Anda?		
Berikut merupakan <i>list</i> untuk <i>platform streaming</i> yang ada di Indonesia.  Berdasarkan <i>list</i> tersebut, <i>platform</i> mana yang paling sering Anda kunjungi dan gunakan?	<i>Multiple Choice</i> <i>(Multiple Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- YouTube</li> <li>- VIU</li> <li>- iFlix</li> <li>- WeTV</li> <li>- Bstation</li> <li>- Vidio</li> </ul>
Berikut merupakan <i>list</i> untuk <i>platform e-ticketing</i> yang ada di Indonesia.  Berdasarkan <i>list</i> tersebut <i>platform</i> mana yang paling sering Anda kunjungi dan gunakan?	<i>Multiple Choice</i> <i>(Multiple Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TIX ID</li> <li>- m-tix</li> <li>- Cinepolis</li> <li>- Cgv</li> </ul>

Daftar kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan data serta informasi yang sesuai dengan topik penelitian melalui perspektif target audiens. Kuesioner ini juga menggali opini, pandangan, pengalaman, serta preferensi responden terhadap Gedung Kesenian Jakarta dan seni teater.

### 3.3.5 Studi Eksisting

Pada studi eksisting ini penulis akan melakukan analisa kompetitor terhadap Gedung Kesenian Jakarta. Kompetitor yang dimaksud adalah Teater TIM dan Ciputra Artpreneur yang masing-masing berlokasi di Jakarta. Penulis akan membahas dan menganalisa masing-masing kompetitor menggunakan analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity,*

*Threats*). Studi ini akan membantu penulis untuk memposisikan Gedung Kesenian Jakarta serta mempelajari kelebihan serta kekurangan kompetitor.

### **3.3.6 Studi Referensi**

Studi referensi merupakan studi penelitian yang penulis gunakan sebagai referensi dalam perancangan desain kampanye promosi. Pada studi ini, penulis akan menganalisa elemen visual yang digunakan mulai dari warna, tipografi, ilustrasi dan fotografi, penggunaan media, dan gaya visual keseluruhan yang digunakan. Penulis menemukan beberapa proyek melalui aplikasi Behance yang memiliki desain yang sesuai dengan *personality* Gedung Kesenian Jakarta, diantaranya terdapat *Museum of Archaeology and Ethnography*, *Chromatique Theatre* dan *The Metropolitan Museum*.

