

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Pada perancangan tugas akhir ini, penulis melakukan berupa subjek perancangan pada target *audiens* yang dituju pada tugas akhir ini. Berikut merupakan subjek perancangan pada perancangan kampanye sosial interaktif mengenai etika dalam bermain *Game Online Multiplayer*:

3.1.1 Geografis

Pada penelitian ini batasan geografi adalah komunitas gamer yang ada di Indonesia, namun untuk mempersempit penelitian ini adalah komunitas *gamer* yang tinggal di Tangerang Selatan karena terdapat di wilayah uban.

3.1.2 Demografis

Pada penelitian ini batasan geografi adalah komunitas gamer yang ada di Indonesia, namun untuk mempersempit penelitian ini adalah komunitas *gamer* yang tinggal di Tangerang karena di wilayah uban.

- a) Jenis Kelamin: Laki-laki & perempuan
- b) Usia: 16–23 tahun
- c) Pendidikan: SMA hingga S1
- d) Kelas Sosial Ekonomi (SES): B-C (menengah ke atas & menengah ke bawah).
- e) Domisili: Fokus di Tangerang, tetapi tetap relevan untuk seluruh Indonesia

3.1.3 Psikografis

- a) Memiliki minat tinggi dalam bermain game online multiplayer (Mobile Legends, PUBG, Valorant, Dota 2, Genshin Impact, dsb.)
- b) Aktif dalam komunitas gamer, baik online (Discord, forum game, Facebook Group) maupun offline (warnet, esports lokal).
- c) Sering terpapar perilaku toxic dalam game, baik sebagai korban maupun pelaku.

- d) Tidak semua sadar akan pentingnya etika bermain game, tetapi tertarik dengan konten game dan komunitasnya.
- e) Terpengaruh oleh tren digital, terutama melalui platform seperti TikTok, YouTube Gaming, dan Instagram.

3.1.4 Behavior

- a) Rata-rata bermain game 3-6 jam per hari (terutama setelah jam sekolah atau kuliah).
- b) Bermain dalam mode multiplayer yang memungkinkan interaksi langsung dengan pemain lain.
- c) Sering menggunakan voice chat atau teks chat saat bermain.
- d) Lebih menyukai media interaktif dibandingkan bacaan panjang (lebih responsif terhadap video pendek, infografis visual, atau gamifikasi).
- e) Terpengaruh oleh komunitas gamer & influencer gaming dalam membentuk opini dan kebiasaan bermain.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Penulis menggunakan metode perancangan design thinking yang dikemukakan oleh Tim Brown (2009) yang berjudul *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*. Pada metode perancangan tersebut terdiri dari *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *test*.

Pada penelitian ini penulis menggunakan pengambilan data kualitatif dengan tujuan untuk mendapatkan data secara mendalam mengenai pengaruh etika buruk maupun baik *gamer* dalam bermain *game online multiplayer*. Penulis mengumpulkan data dengan melakukan kuesioner, FGD, observasi, dan studi literatur.

3.2.1 Empathize

Pada tahapan *empathize* penulis melakukannya dengan tujuan untuk memahami kebutuhan, perasaan, dan pengalaman target sasaran. Penulis melakukan ini untuk mengetahui bagaimana para *gamer* beretika dalam komunitas *game* menjadi hal yang sangat penting.. Penulis melakukan data

berupa wawancara, kuesioner, dan FGD kepada narasumber yang bersangkutan dalam perancangan kampanye sosial mengenai etika dalam bermain *game online multiplayer*.

3.2.2 Define

Pada tahapan *define* pemahaman permasalahan yang dihadapi *gamer* dapat merumuskan masalah utama yang harus diselesaikan dalam kampanye sosial interaktif ini. Pada perancangan ini kampanye sosial penulis harus memberikan edukasi yang menarik, interaktif, dan mudah dipahami oleh *gamer*, agar mereka dapat mengadopsi perilaku bermain yang lebih positif.

3.2.3 Ideate

Pada tahapan *ideate* berbagai ide dikembangkan untuk menyelesaikan masalah yang telah diidentifikasi. Fokus utama dari kampanye ini adalah menciptakan *brainstroming*, *big idea*, *copywritting* dan konsep untuk perancangan kampanye sosial ini.

3.2.4 Prototype

Setelah berbagai ide dikembangkan, tahap *prototype* dilakukan untuk merealisasikan konsep yang akan dilakukan. Tujuan tahap ini untuk merancang wireframe serta UI/UX dengan memanfaatkan alat seperti Figma atau Adobe XD. Selain itu penulis menerapkan prinsip desain interaktif dan keterbacaan agar konten semakin menarik bagi para *gamer*.

3.2.5 Test

Pada tahap *test* dilakukan dengan menguji website kepada pengguna target setelah melakukan tahap *prototype* dengan tujuan untuk mengevaluasi desain berdasarkan pengalaman pengguna. Tahap *test* ini mengarah kepada kelompok *gamer* untuk mendapatkan *feedback* agar dapat meningkatkan kualitas kampanye sosial interaktif yang dirancang penulis.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Pengumpulan data pada prosedur perancangan penulis dengan teknik penelitian observasi, wawancara, kuesioner, FGD, dan studi literatur untuk melakukan perancangan kampanye sosial interaktif ini. Pengumpulan data menggunakan teknik ini dengan tujuan untuk mendapatkan data secara mendalam pandangan target mengenai masalah yang ditemukan.

3.3.1 Observasi

Penulis melakukan observasi dengan mengunjungi tempat para *gamer* bermain *game online multiplayer* untuk mengetahui perilaku *gamer* selama bermain *game online multiplayer* dengan temannya maupun *random player* untuk. Penulis melakukan observasi secara non partisipan dengan tujuan mengamati secara menyeluruh dari setiap *gamer* bermain. Tujuan dari pengumpulan data secara observasi ini untuk mengetahui etika apa saja yang dilakukan para *gamer* saat mengalami kekalahan ataupun mengalami kemenangan terhadap teman satu tim atau lawannya.

3.3.2 Wawancara

Penulis melakukan wawancara terhadap narasumber yang sesuai dengan kebutuhan penelitian ini. Penulis melakukan wawancara dengan *developer game online multiplayer* untuk mendapatkan tanggapan mengenai etika buruk maupun baik *gamer* saat bermain *game online multiplayer* dari sudut pandang pengembang *game*. Selain itu penulis juga melakukan wawancara dengan ahli kampanye untuk mendapatkan *insight* dan pengetahuan secara mendalam dalam perancangan kampanye sosial yang dilakukan penulis. Penulis melakukan pertanyaan wawancara didasarkan pada teori yang terstruktur dan dapat berubah menyesuaikan jawaban yang diberikan sehingga jawaban dapat lebih tepat dan fokus.

1) Wawancara dengan Pengembang *Game Online Multiplayer*

Penulis melakukan wawancara dengan pengembang *game online multiplayer* untuk mendapatkan data mengenai respons pengembang *game* mengenai player yang melakukan etika buruk saat

bermain *game online multiplayer*. Berikut pertanyaan yang digunakan penulis untuk wawancara.

- a) Bagaimana Anda mendefinisikan perilaku beretika dalam game online multiplayer yang Anda kembangkan?
- b) Sejauh mana etika bermain memengaruhi pengalaman pemain dari perspektif desain dan komunitas?
- c) Seberapa sering perilaku toksik (cheating, flaming, dll.) Anda temui, dan bagaimana bentuk dominannya?
- d) Apakah ada perbedaan karakteristik etika bermain antara pemain baru dan berpengalaman?
- e) Menurut Anda, faktor apa yang paling mendorong perilaku tidak etis di game online multiplayer?
- f) Bagaimana efektivitas sistem report dan moderasi dalam mengurangi perilaku negatif menurut Anda?
- g) Apakah pemberian reward untuk perilaku positif berpengaruh terhadap ekosistem komunitas gamer?
- h) Bagaimana Anda menilai peran edukasi dan kampanye sosial dalam membentuk kesadaran etika bermain?
- i) Apa bentuk dukungan yang dapat diberikan developer terhadap terbentuknya komunitas gamer yang etis?

2) Wawancara dengan Ahli Kampanye

Pada wawancara dengan ahli kampanye, pertanyaan yang penulis gunakan untuk mengetahui insight dan pengetahuan mengenai teknik perancangan kampanye sosial interaktif. Pertanyaan wawancara yang dituju kepada ahli dapat berubah sesuai dengan alur jawaban yang diberikan oleh ahli kampanye. Berikut pertanyaan yang digunakan penulis untuk wawancara.

- a) Bagaimana anda mendefinisikan kampanye sosial yang interaktif dalam konteks digital?

- b) Apa elemen utama yang membuat kampanye sosial lebih efektif di media web dibandingkan dengan media lainnya
- c) Bagaimana cara menentukan target *audiens* yang tepat untuk sebuah kampanye sosial berbasis web?
- d) Seberapa besar peran UI/UX dalam menarik dan mempertahankan audiens pada kampanye sosial berbasis web untuk kampanye sosial?
- e) Fitur interaktif apa saja yang paling efektif dalam meningkatkan keterlibatan pengguna dalam kampanye sosial berbasis web?
- f) Apa indikator utama untuk mengukur keberhasilan kampanye sosial interaktif berbasis web?
- g) Apa indikator utama untuk mengukur keberhasilan kampanye sosial interaktif berbasis web?
- h) Apa tantangan terbesar dalam menjalankan kampanye sosial yang interaktif di media web?

3.3.3 Kuesioner

Penulis melakukan kuesioner kepada masyarakat yang berusia 16-23 tahun yang bermain *game online multiplayer* di Tangerang sebagai target perancangan. Kuesioner dilakukan dengan tujuan mendapatkan data informasi yang general mengenai tanggapan masyarakat terhadap etika yang dilakukan oleh *gamer* saat bermain *game online multiplayer*. Responden 5-8 orang dari kuesioner ditujukan kepada tahap FGD. Berikut pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner

- 1) Data Responden
 - a) Usia (<16, 16-23, 24-30, >30)
 - b) Jenis Kelamin (Laki-laki atau perempuan)
 - c) Domisili (Jakarta, Tangerang, Bogor, Depok, Bekasi, Cianjur)
 - d) Pengeluaran (<2.000.000, 2.100.000-3.500.000, 3.600.000-5.000.000, >5.000.000)
- 2) Kebiasaan Bermain Game

- a) Seberapa sering anda bermain *game online multiplayer* dalam seminggu (0-1 jam sehari, 1-2 jam sehari, 3-5 jam sehari, diatas 6 jam sehari)
- b) *Game online multlayer* apa yang paling sering anda mainkan?
- c) Apakah anda lebih sering bermain dengan teman, komunitas *game* atau *random player*? (teman, komunitas *game*, random player, yang lain)

3) Perilaku & Etika Bermain

- a) Menurut anda, seberapa penting etika dalam bermain *game online multiplayer*? (1 tidak penting – 5 sangat penting)
- b) Apakah anda pernah mengalami atau menyaksikan perilaku tidak etik dalam bermain game online? (Ya/Tidak)
- c) Jika ya, perilaku tidak etis apa yang paling sering anda temui? (Menghina, *cheat*, *scaming*, sikap egois)
- d) Jika anda melihat seseorang melakukan etika buruk dalam bermain game online multiplayer, bagaimana anda biasanya beraksi? (Melaporkan player ke sistem game, Menegur langsung, Mengabaikan, Ikut serta dalam perilaku tersebut)
- e) Apakah menurut anda sanksi dalam game sudah cukup untuk menangani pelanggaran etika?
- f) Seberapa besar pengaruh edukasi dalam game terhadap perilaku pemain? (1 tidak berpengaruh – 5 sangat berpengaruh)

3.3.4 FGD (*Focus Group Discussion*)

Pada jawaban yang didapatkan pada kuesioner didapatkannya responden yang digunakan untuk membantu FGD. Tujuan pada dilakukannya FGD untuk mendapatkan data mendalam dari segi argumen masing-masing responden terhadap etika dalam bermain *game online multiplayer*. Berikut topik yang dibahas dalam topik FGD.

- a) Apa yang dimaksud dengan etika baik dan buruk dalam bermain game online?
- b) Apa contoh perilaku positif yang sebaiknya diterapkan saat bermain game multiplayer?
- c) Apa yang pemain simpulkan bahwa orang tersebut melakukan etika buruk?
- d) Bagaimana dampak etika buruk (seperti cheat, flaming, atau toxic behavior) terhadap pengalaman bermain?
- e) Kenapa ada orang yang ingin lapor atau tidak setelah mengalami etika buruk tersebut?
- f) Apakah sistem report dan banning dalam game sudah cukup efektif dalam menangani pelanggaran etika?
- g) Apa langkah yang bisa dilakukan oleh pemain, developer, atau komunitas untuk menciptakan lingkungan game yang lebih sehat?

3.3.5 Studi Eksisting

Pengambilan data secara studi eksisting berdasarkan jurnal yang ada adalah metode penelitian di mana data dikumpulkan dari sumber yang sudah tersedia. Penulis melakukan cara ini dalam penelitian kualitatif maupun kuantitatif untuk menganalisis dan membandingkan penelitian sebelumnya, atau mendukung hipotesis dengan data yang telah divalidasi. Penulis melakukan penelitian studi eksisting untuk menganalisis *strength*, *weakness*, *oppurnity*, *threats* untuk data tambahan dalam perancangan kampanye yang dilakukan.