

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Dalam proses perancangan penelitian, berikut adalah subjek yang dipilih pada perancangan website mengenai pembuatan konten yang berkelanjutan untuk *content creator* pemula:

3.1.1 Demografis

1. Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
2. Usia: 18-25 Tahun

Usia tersebut dipilih karena banyaknya *user* dalam rentang usia berikut yang menggunakan internet dalam kehidupan sehari-harinya. Berdasarkan data dari APJII tahun 2024, usia pengguna internet di Indonesia di awal tahun 2024 terbanyak berada pada rentang usia Gen Z.

3. Pendidikan: SMA
4. *Socio-Economic Status*: B-A

Menurut Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) SES B sudah memiliki aksesibilitas ke teknologi yaitu Internet yang sudah cukup baik, dibanding kelas ekonomi yang ada dibawahnya.

3.1.2 Geografis

Jabodetabek

Menurut Data Badan Pusat Statistik (2024), jumlah penduduk gen z di Indonesia terbanyak ada di Jakarta yaitu mencapai 2,6 juta jiwa dan diikuti oleh kota sekitarnya.

3.1.3 Psikografis

1. Individu yang memiliki minat pada profesi *content creator*.
2. Individu yang tidak tahu cara membuat konten

Dalam proses pembuatan perancangan ini, data primer akan berasal dari hasil wawancara dengan narasumber yang memiliki cukup pengalaman dalam pembuatan konten yang berkelanjutan, kemudian data sekunder merupakan hasil dari penyebaran kuesioner ke beragam partisipan yang berdomisili jabodetabek berusia 18-25 tahun. Penyebaran kuesioner ini dilakukan untuk melihat familiaritas para partisipan mengenai dunia *content creator* juga pandangan pribadi dalam sudut pandang sebagai penonton juga sebagai profesi.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metodologi yang digunakan dalam proses perancangan ini adalah metodologi kualitatif. Menurut Bogdan & Taylor (1975, h.5), metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dan detail, karena itu penulis akan menyebar kuesioner dan mewawancarai beberapa narasumber. Hal ini dilakukan untuk melihat sudut pandang dan opini dari beragam partisipan untuk kuesioner dan bisa mendapat informasi lebih jelas lagi dari narasumber yang memiliki pengalaman serta bidang yang sesuai dengan judul perancangan yang sedang dibuat. Proses perancangan penelitian ini menggunakan metode *design thinking* yang dimana menurut Landa (2019, h.65) adalah pendekatan inovatif dalam manusia yang digunakan untuk memecahkan masalah. Berikut adalah tahapan metode *design thinking* dalam prosedur perancangan.

3.2.1 *Empathize*

Empathize merupakan tahap pertama dari *design thinking*. pada tahap ini penulis harus mengesampingkan asumsi pribadi untuk mendapatkan pemahaman empati untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Pada kali ini penulis akan menggunakan beberapa cara mulai dari mewawancarai orang yang sudah berpengalaman berada di bidang *content creator* untuk mendapat informasi seputar keberlanjutan dalam bidang pembuatan konten. Dilanjut oleh menyebar kuesioner berisi sudut pandangnya tentang bidang ini, dalam pandangan sebagai penonton juga

sebagai profesi. Diakhiri dengan mencari studi referensi yang berhubungan dengan media yang digunakan yaitu website juga bidang *content creator*.

3.2.2 Define

Pada tahap ini, penulis akan menggambarkan sebuah konsep atau ide sesuai dengan pandangan target audiens, dimana proses ini digunakan untuk menjadi dasar dari media yang nantinya akan dibuat. *Define* adalah memecahkan masalah yang sudah terkumpul pada tahap *empathize*

3.2.3 Ideate

Ideate adalah tahap dimana penulis menghasilkan ide solusi dari masalah yang terkumpul. Pada tahap ini penulis akan mencari solusi terbaik setelah hasil riset, wawancara dan kuesioner telah terkumpul melalui sketsa secara digital, mulai dari menentukan nama media, warna hingga konsep visual secara keseluruhan. Penulis akan membuat minimal 3 buah konsep visual secara digital, proses ini dilakukan dengan menggunakan teori yang sudah dijelaskan mulai dari pemilihan warna, tipografi dan lain sebagainya.

3.2.4 Prototype

Prototype adalah tahap mengimplementasikannya sebuah hasil dari solusi dan sketsa yang dipilih untuk menjadi sebuah visual. Pada tahap ini penulis akan membuat visual dari beragam sketsa visual yang telah dilakukan di tahap sebelumnya.

3.2.5 Test

Pada tahap terakhir yaitu *test*, penulis akan menguji hasil *prototype* kepada pengguna untuk mencoba dan menanyakan pendapat tentang hasil yang dibuat, tahap ini berguna untuk mendapat evaluasi atau identifikasi masalah yang harus diperbaiki.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Metode pengambilan data yang digunakan adalah secara kualitatif dengan cara wawancara dan didukung oleh penyebaran kuesioner. Wawancara

dilakukan agar mendapatkan informasi yang lebih dalam seputar bidang ini mulai dari proses awal karir, mempertahankan *traffic*, hingga hal yang perlu diperhatikan dalam sebuah konten untuk mengidentifikasi kenapa sebuah konten bisa ramai begitu pula sebaliknya. Wawancara akan dilakukan secara offline yaitu tatap muka dengan lokasi dan waktu mengikuti jadwal narasumber. Selama proses wawancara, penulis akan merekam proses wawancara sebagai bukti dan bahan penelitian lebih lanjut juga akan mendokumentasikan pada akhir wawancara dengan foto bersama.

Penyebaran kuesioner ini dilakukan untuk mengambil data mengenai sudut pandang banyak orang terutama pemula yang ingin memasuki bidang ini mengenai *content creator*, sebagai penonton juga sebagai profesi. Selain itu edukasi seputar pembuatan konten juga di tes untuk melihat pengetahuan dasar responden. Penyebaran ini dilakukan kepada target yang tinggal di area jabodetabek serta berusia 17-30 tahun yang sering melihat konten di internet atau memiliki minat untuk mencoba bidang *content creator*.

3.3.1 Wawancara

Wawancara akan dilakukan kepada satu orang yang sudah berada lama dan berpengalaman dalam bidang ini. Wawancara ini dilakukan untuk mendapat *insight* baru dalam merancang sebuah media informasi agar mengerti perjalanan narasumber dalam proses menjadi *content creator* juga sudut pandangnya dalam memberikan edukasi

Wawancara akan dilakukan untuk mencari informasi mengenai bidang *content creating* mulai dari cerita tahap awal dalam menjalaninya hingga tips agar tetap bisa berkelanjutan dan konsisten selalu memiliki *traffic* hingga pasarnya sendiri. Wawancara ini dilakukan kepada satu orang yang sudah berada lama dan berpengalaman dalam bidang ini dengan ketentuan sudah memiliki pengikut paling sedikit seratus ribu *followers* dan sudah berada lama dalam bidang *content creator* minimal 5 tahun dengan media konten utama berupa video. Berikut adalah pertanyaan yang akan disampaikan saat wawancara ke *content creator*.

1. Apasih hal yang membuat Anda memutuskan untuk serius jadi *content creator*?
2. Apa yang membuat Anda bisa konsisten lanjut sampai tahap ini dan kenapa?
3. Menurut Anda, konten yang menarik itu seperti apa?
4. Apa langkah awal Anda dalam membuat sebuah konten untuk menjadi konten yang diinginkan?
5. Bagaimana cara Anda mempertahankan *traffic* media agar tetap stabil tinggi?
6. Apa Anda memiliki pesan untuk orang yang ingin memulai di bidang *content creator*?

3.3.2 Kuesioner

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk Google *Forms* yang dilakukan secara disebar kepada target audiens melalui berbagai media sosial. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 45 sampel dengan metode *random sampling*. Kuesioner memiliki ketentuan dalam partisipannya yang mengisi hanya boleh berdomisili Jabodetabek dengan umur 18-25 tahun.

Partisipan akan di tanya mengenai pengetahuan tentang bidang *content creator* dalam sudut pandang sebagai pengguna dan profesi. Dalam kuesioner juga terdapat informasi mengenai pengetahuan atau familiaritas terhadap beberapa proses dalam pembuatan sebuah konten, dan pertanyaan mengenai ketertarikan dalam profesi bidang ini untuk melihat seberapa banyak partisipan yang tertarik untuk mencoba dan belajar.

Kuesioner disebar ke berbagai partisipan yang sesuai dengan kriteria, kuesioner ini disebar melalui media sosial dan diisi oleh partisipan yang sesuai dengan kriteria. Kuesioner berisi 3 *section* dengan jenis pertanyaan yang berbeda-beda dimulai dari menanyakan opini, preferensi, hingga pengetahuannya dalam bidang *content creator*. Daftar pertanyaan pada kuesioner sebagai berikut:

1. Data diri partisipan

Pada *section* pertama, penulis menanyakan data diri partisipan mulai dari umur, domisili, pekerjaan, pendidikan hingga pengeluaran perbulan. Section ini berfungsi untuk melihat kondisi partisipan mulai dari status ekonomi, kesibukan yang dialaminya saat ini hingga pendidikan yang telah di tempuh. Berikut adalah pertanyaan pada *section* pertama:

- a. Usia Responden
- b. Domisili
- c. Pekerjaan
- d. Ijazah Terakhir
- e. Pengeluaran per bulan

2. Sudut pandang *content creator* sebagai penonton

Dikarenakan konten dari *content creator* sudah umum menjadi konsumsi publik, maka pada *section* kedua ini penulis menanyakan pertanyaan yang mengarah ke sudut pandang partisipan mengenai tontonan *content creator* yang biasa dikonsumsi atau dilihat. Partisipan akan ditanya mengenai preferensi partisipan dalam menonton *content creator*. Penulis juga menanyakan seberapa sering para partisipan menonton konten dalam satu harinya. *Section* ini digunakan untuk melihat jenis konten yang diminati para penonton dan seberapa *update*-nya dalam melihat trend pada konten yang selalu berubah dengan pertanyaan sebagai berikut:

- a. Sebagai *user*, apa genre *content creator* favorit yang paling sering Anda tonton? Pilih 3
- b. Kenapa alasannya?
- c. Seberapa *update* Anda dengan viral trend yang digunakan oleh para *content creator* tiap musimnya?
- d. Apa jenis konten yang Anda sukai dalam menonton video *content creator*? Pilih 3
- e. Kira-kira, seberapa sering Anda melihat konten para kreator?

3. Sudut pandang *content creator* sebagai profesi

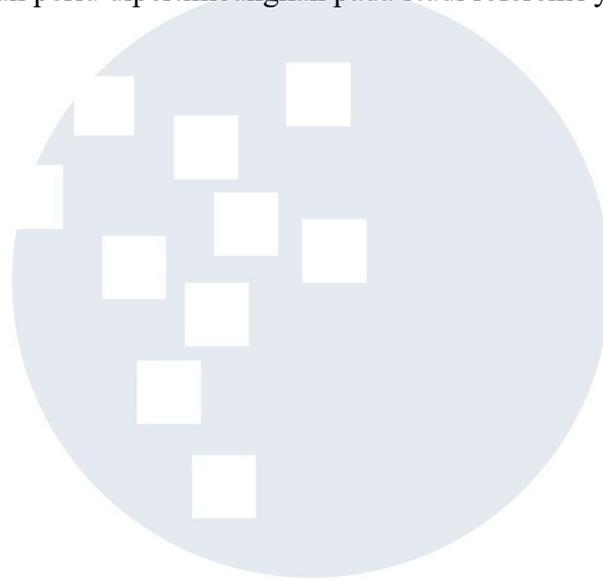
Section terakhir berisi pertanyaan yang mengarah ke sudut pandang responden dalam melihat *content creator* sebagai pekerjaan. Partisipan akan ditanya mengenai familiaritas dalam proses pembuatan konten hingga ketertarikan partisipan dalam menjadi *content creator*. Opini para partisipan pun juga ditanya mengenai profesi yang sedang naik daun ini. Partisipan juga ditanya mengenai skill yang dimiliki dalam membuat sebuah konten dan harga yang cocok jika ada panduan untuk mengikuti kelas tentang cara pembuatan konten yang berkelanjutan. *Section* ini berfungsi untuk melihat pengetahuan dan ketertarikan user dalam menjadi *content creator*. Berikut adalah pertanyaan pada *section* ketiga:

- a. Seberapa familiar Anda dengan pekerjaan sebagai *content creator*?
- b. Seberapa familiar Anda dengan kata kerja dibawah ini dalam bidang *content creator*?
- c. Menurut Anda mengapa banyak sekali masyarakat yang mencoba untuk menjadi *content creator*?
- d. Menurut Anda, bagaimana seorang *content creator* bisa tetap konsisten memiliki *views* yang banyak? Pilih 3
- e. Apakah Anda tertarik menjadi *content creator*?
- f. Apakah Anda memiliki pengalaman dan skill untuk membuat suatu konten?
- g. Dalam belajar tentang membuat suatu konten, apa yang paling ingin Anda pelajari?

3.3.3 Studi Referensi

Studi yang penulis lakukan nanti bertujuan untuk mencari beragam referensi dari *mobile website* atau sejenisnya yang menyerupai dengan perancangan yang ingin dibuat sebagai bahan perbandingan dan inspirasi dalam proses membuat *mobile website* nantinya. Penulis akan mencari dengan minimal tiga referensi *website* atau *digital app* yang memiliki tema edukasi dan melihat

kelebihan juga kekurangan pada ketiga referensi yang dipilih menggunakan metode SWOT yaitu memiliki arti *Strength, Weakness, Opportunities* dan *Threat*. Adanya pendekatan ini penulis mengharapkan untuk mendapatkan wawasan yang lebih luas seputar topik perancangan sekaligus menganalisa aspek penting yang ada dan perlu dipertimbangkan pada studi referensi yang dipilih.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA