

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan pada media sosial mengenai *Touring* untuk pengguna Vespa klasik:

1. Demografis

- Jenis dan Kelamin: Pria dan Wanita
- Usia: 18–25 Tahun

Menurut Rahmat (2018, h.154) Masa dewasa dini (dewasa awal), yang berlangsung antara usia 18 hingga 25 tahun, adalah periode penyesuaian terhadap pola-pola kehidupan dan harapan-harapan baru. Pada tahap ini, individu mulai menghadapi tantangan dan tanggung jawab yang lebih besar, serta membentuk identitas diri yang lebih jelas.

- Pendidikan: Pelajar/Mahasiswa, Pekerja Kantoran, dan Pekerja Swasta
- SES: A-B

2. Geografis

- Area: Jakarta

Pada website Kaptenseo (2023) umur 18-25 tahun merupakan kelompok usia yang paling aktif menggunakan media social, mereka menggunakan media sosial untuk berbagi sehari-hari, berintraksi dengan teman, dan mendapatkan informasi terkini. Selain itu pengguna media sosial di Indonesia setiap tahun ke tahun mengalami peningkatan, data terakhir pada tahun 2023 pengguna

media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang dan Jakarta memiliki pengguna media sosial yang sangat banyak.

3. Psikografis

- Pengguna Vespa klasik yang antusias namun masih kurang paham mengenai panduan *Touring*.
- Pengguna Vespa klasik yang aktif, tetapi merasa bingung dan frustrasi dalam mencari informasi spesifik mengenai *Touring*.
- Pengguna Vespa klasik yang sangat sosial, bersemangat, dan aktif berinteraksi di media sosial, khususnya Instagram.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini *design process*, menurut Landa (2019, h.68) *design process* terdiri dari 5 tahap: Penelitian, analisis, konsep, desain, implementasi. Tahap penelitian berfokus pada pengumpulan data yang relevan terkait kebutuhan dan konteks sasaran. Tahap analisis mencakup penilaian dari hasil penelitian untuk mengidentifikasi masalah utama dan peluang desain. Selanjutnya, pada tahap konsep, ide-ide kreatif mulai dikembangkan, diikuti oleh tahap desain, di mana gagasan tersebut diwujudkan dalam bentuk konkret seperti sketsa. Terakhir, tahap implementasi melibatkan pengujian dan penerapan hasil desain ke dalam format akhir yang dapat digunakan oleh target desain.

Metode penelitian Penulis menerapkan metode penelitian campuran (*hybrid*), yaitu menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif secara bersamaan. Menurut Yusuf (2014), *hybrid* ini bertujuan untuk memperoleh data yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai fenomena yang diteliti, sehingga dapat memberikan bukti yang lebih tepat (h.430).

Pendekatan ini mencakup wawancara, observasi, dan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Wawancara bertujuan untuk memperoleh pemahaman lebih dalam mengenai pengalaman *Touring* dengan Vespa klasik dari perspektif

pengguna dan komunitas. Observasi dilakukan untuk menilai sejauh mana informasi tentang Vespa klasik muncul di media sosial Instagram, sedangkan kuesioner digunakan untuk mengumpulkan tanggapan yang lebih terstruktur dari para responden. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema utama, serta dilakukan triangulasi data untuk memastikan keabsahan dan kredibilitas hasil penelitian.

3.2.1 Penelitian

Pada tahap awal, penulis melakukan penelitian dengan mengumpulkan informasi melalui berbagai metode, termasuk pengumpulan data, wawancara, observasi, dan kuesioner, untuk memahami fenomena, pengalaman, dan kebutuhan yang berkaitan dengan *Touring*.

Wawancara dengan pengguna dan anggota komunitas Vespa klasik bertujuan untuk mendalami perspektif mengenai *Touring* dari sudut pandang personal. Observasi yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk mengetahui informasi dari instagram lain yang membahas Vespa klasik dan mengidentifikasi masalah apa yang belum dibahas seputar Vespa klasik, sedangkan penyebaran kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data, isu, dan pandangan dari sasaran perancangan. Berbagai langkah dalam proses penelitian ini diambil untuk membangun landasan yang kuat dalam merancang solusi kreatif yang relevan dan efektif dengan topik yang dibahas oleh penulis.

3.2.2 Analisis

Dalam proses ini, penulis melakukan identifikasi alur tantangan berdasarkan hasil wawancara, pengumpulan data, observasi, dan penyebaran kuesioner untuk merumuskan masalah secara spesifik yang menghalangi akses informasi bagi pengguna Vespa klasik. Dengan perumusan masalah yang jelas, penulis dapat menetapkan tujuan penggunaan Instagram sebagai media informasi yang akan dirancang, serta menyampaikan pesan secara efektif untuk meningkatkan

pemahaman target mengenai *Touring* di kalangan pengguna Vespa klasik.

3.2.3 Konsep

Pada tahap konsep, penulis fokus pada pengembangan ide kreatif utama yang akan menjadi dasar untuk seluruh desain media sosial Instagram. Mengacu pada metode Robin Landa, konsep desain berfungsi sebagai landasan strategis yang memandu semua keputusan visual, termasuk pemilihan warna, tipografi, dan elemen visual lainnya. Di fase ini, penulis mulai membuat sketsa kasar visual yang menyampaikan informasi tentang *Touring*.

3.2.4 Desain

Pada tahap selanjutnya, konsep akan diwujudkan melalui beberapa proses, termasuk menentukan komposisi, ruang, dan nilai yang tepat dengan menggunakan perangkat lunak desain. Penulis kemudian membuat karya visual yang berfungsi sebagai panduan terstruktur untuk dasar konten yang akan disajikan. Elemen-elemen seperti gambar, teks, dan grafik akan diatur sedemikian rupa sehingga setiap langkah dapat memenuhi aspek estetika dan fungsionalitas dalam desain, guna memudahkan pembaca memahami informasi tentang *Touring* Vespa klasik dengan lebih baik.

3.2.5 Implementasi

Pada tahap terakhir, yaitu Implementasi, penulis akan melaksanakan desain yang telah dirampungkan pada tahap sebelumnya. Setelah desain diterapkan, penulis akan melibatkan berbagai pihak, termasuk bimbingan spesialis, untuk memastikan keberhasilan informasi mengenai *Touring* Vespa klasik ini. Penulis akan bekerja sama dengan komunitas dan narasumber terkait guna memastikan desain dan informasi yang disajikan relevan. Jika semua informasi dianggap akurat dan mendapatkan respon positif, penulis akan melanjutkan ke tahap pengunggahan di media sosial Instagram. Dengan demikian, Instagram akan menjadi platform yang dapat diakses oleh komunitas dan pengguna

Vespa klasik, sehingga memberikan sumber informasi yang bermanfaat mengenai *Touring* menggunakan Vespa klasik.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik perancangan media sosial Instagram terkait *Touring* bagi pengguna Vespa klasik ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan kuesioner untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang informasi dan masalah yang dihadapi dalam *Touring* Vespa klasik. Menurut Theliana dkk (2023) *Touring* merupakan salah satu aspek yang melekat pada komunitas pengguna Vespa klasik, selain sebagai sarana untuk bertemu dan menjalin hubungan dengan penggemar Vespa dari berbagai kota, juga sebagai cara untuk berwisata dan mengenal lebih dalam setiap kota di Indonesia (h.4). Metode pengumpulan data ini bertujuan untuk memperkaya pengetahuan dan wawasan mengenai tantangan yang dihadapi oleh pengguna dan komunitas saat melakukan *Touring*, sehingga hasil akhir penelitian ini dapat sesuai dan efektif.

3.3.1 Observasi

Penulis memutuskan untuk menggunakan observasi sebagai salah satu teknik pengumpulan data yang efektif dalam mengamati dan mempelajari perilaku nonverbal dari target penelitian (Yusuf, 2014, h.384). Metode ini diterapkan untuk mengamati situasi di akun media sosial Instagram yang terkait dengan Vespa klasik. Hasil dari observasi ini sangat penting untuk memastikan bahwa perancangan media sosial Instagram dapat menjadi solusi yang tepat.

1. Pengamatan Tidak Langsung

Penulis melakukan observasi tidak langsung secara online melalui media sosial Instagram dengan mengamati beberapa akun yang membahas Vespa klasik. Fokus pengamatan mencakup aspek-aspek seperti sejarah, perawatan, serta masalah yang dihadapi oleh Vespa klasik.

3.3.2 Wawancara

Wawancara adalah proses interaksi antara peneliti dan narasumber, di mana peneliti mengajukan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya mengenai objek yang sedang diteliti (Yusuf, 2014, h.372).

Wawancara dilakukan dengan pengguna, pemilik bengkel, dan anggota komunitas Vespa klasik. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai beberapa aspek penting. Melalui wawancara ini, peneliti dapat mengumpulkan informasi tentang *Touring* dari sudut pandang pengguna, pemilik bengkel, dan komunitas yang terlibat dalam kegiatan *Touring*, sehingga dapat membantu mengidentifikasi elemen-elemen penting yang perlu ditekankan dalam informasi mengenai *Touring*.

1. Wawancara Pengguna Vespa Klasik

Penulis melakukan wawancara melalui *Whatsapp* dengan seorang pengguna Vespa klasik bernama Nugie. Ia adalah anggota komunitas Vespa klasik. Nugie memiliki beberapa Vespa yang disesuaikan dengan kebutuhannya, baik untuk *Touring*, investasi, maupun sekadar berkendara santai. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh wawasan dari seseorang yang sering terlibat dalam kegiatan *Touring*, dengan fokus pada pengetahuan, pengalaman, dan persiapan yang diperlukan. Berikut adalah beberapa pertanyaan yang diajukan kepada narasumber:

- Bagaimana Anda mulai tertarik dengan Vespa klasik?
- Apa yang membuat Anda memilih Vespa klasik untuk *Touring* dibandingkan dengan kendaraan lain?
- Apa saja persiapan yang Anda lakukan sebelum memulai *Touring* dengan Vespa klasik?
- Bagaimana Anda memastikan Vespa Anda dalam kondisi prima sesudah perjalanan jauh?
- Pengalaman *Touring* apa yang paling berkesan bagi Anda?

- Apa rute atau destinasi favorit Anda saat touring dengan Vespa klasik?
- Apa tantangan terbesar yang pernah Anda hadapi saat touring dan bagaimana Anda mengatasinya?
- Bagaimana peran komunitas Vespa dalam mendukung kegiatan touring Anda?
- Seberapa sering Anda membagikan pengalaman touring di media sosial, khususnya Instagram?
- Apa jenis konten yang biasanya Anda bagikan terkait touring dengan Vespa klasik?
- Apakah menurut anda informasi *Touring* sudah cukup di media sosial Instagram?
- Apa tips dan trik yang bisa Anda bagikan untuk mereka yang baru mulai touring dengan Vespa klasik?
- Bagaimana cara Anda menjaga Vespa tetap dalam kondisi baik selama dan setelah touring?

3.3.3 Kuesioner

Penulis akan menerapkan teknik kuesioner yang akan disebarakan kepada komunitas Vespa klasik di Jakarta, dengan target sebanyak 25 responden. Penyebaran kuesioner ini difokuskan pada kelompok usia dewasa awal, yaitu 18-25 tahun. Tujuan dari pengumpulan data ini adalah untuk mengidentifikasi minat pengguna Vespa klasik terhadap informasi Touring dan untuk mengetahui apakah mereka mencari informasi tersebut melalui media sosial. Berikut adalah beberapa pertanyaan yang diajukan kepada responden:

- Apakah Anda pernah menggunakan Vespa klasik untuk touring? (ya/tidak)
- Touring sendiri atau bersama komunitas? (sendiri, komunitas, keduanya)
- Seberapa sering Anda melakukan kegiatan touring dengan Vespa klasik? (setiap minggu, setiap bulan, setiap beberapa bulan)

- Apa alasan utama Anda melakukan touring dengan Vespa Klasik? (hobi, komunitas, pengalaman)
- Seberapa jauh biasanya Anda melakukan perjalanan touring? (<50 km, 50-100 km, 100-200 km, 200 km >)
- Menurut Anda, mempersiapkan segala hal untuk touring menggunakan Vespa klasik itu perlu? (ya/tidak)
- Apakah informasi mengenai touring Vespa klasik penting untuk pengguna dan komunitas? (ya/tidak)
- Informasi apa saja yang menurut anda penting mengenai touring Vespa klasik? (jawaban terbuka)
- Apakah media sosial efektif dan menjadi solusi untuk membahas informasi mengenai touring Vespa klasik? (sangat efektif, efektif, cukup efektif, tidak efektif)

