

## **BAB III**

### **METODOLOGI PERANCANGAN**

#### **3.1 Subjek Perancangan**

Berikut di bawah ini merupakan kriteria dari subjek perancangan kampanye untuk meningkatkan partisipasi *volunteer* pada program Gernas Tastaba:

##### 1) Demografis

- a. Jenis Kelamin : Perempuan dan Laki-laki
- b. Usia : 18-24 tahun

Usia remaja akhir (18-24 tahun) merupakan masa-masa dimana remaja mulai memiliki fisik dan pemikiran yang lebih berkembang bahkan lebih mampu berpikir jauh lebih matang. Remaja akhir umumnya memiliki fokus untuk pengembangan diri dan mewujudkan cita-cita mereka (Rahma, 2021). Selain itu, berdasarkan pengamatan penulis sebagai salah satu relawan dari Gernas Tastaba pada tahun 2025, penulis menemukan rata-rata relawan Gernas Tastaba merupakan kategori usia remaja akhir yang tengah menempuh pendidikan di bangku perkuliahan bahkan hingga yang sudah lulus kuliah.

- c. Pendidikan : SMA, Kuliah

Untuk menjadi seorang *volunteer* pada kategori program yang menyelam di ranah pendidikan, maka target ditujukan kepada orang-orang yang sudah menempuh pendidikan minimal SMA hingga kuliah. Hal ini diupayakan untuk mendapatkan sumber daya *volunteer* yang berpendidikan karena akan bekerja sebagai relawan di dalam dunia pendidikan.

- d. SES : B-A

Status sosial ekonomi seseorang merupakan salah satu pengaruh yang menciptakan keberhasilan dan kualitas manusia dalam hal

pendidikan. Faktor tersebut merupakan bagian yang mampu mempengaruhi kualitas belajar yang diterima oleh orang-orang dengan SES tinggi cenderung mampu menerima pembelajaran tambahan dan akses dalam teknologi Pendidikan (Rohmah et al., 2025). Selain itu, Nieebur et al., (2018) juga berpendapat bahwa seseorang yang memiliki pendidikan tinggi memiliki minat yang lebih besar untuk berpartisipasi sebagai *volunteer*. Selain itu, data ini juga didukung dengan banyaknya relawan dari Gernas Tastaba yang termasuk ke dalam kategori mahasiswa/i yang berpendidikan berdasarkan hasil pengamatan yang penulis lakukan sebagai salah satu relawan dari Gernas Tastaba pada bulan Januari hingga Juni 2025.

## 2) Geografis

Berdomisili di daerah Jabodetabek dikarenakan pusat kantor Gernas Tastaba terletak di daerah Gandul, Kota Depok.

## 3) Psikografis

- a. Menyukai kegiatan *volunteer*
- b. Peduli terhadap isu yang ada
- c. Memiliki ketertarikan untuk mencoba hal baru
- d. Memiliki keinginan untuk mempelajari suatu hal

## 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode yang memiliki fokus dalam menganalisis motivasi, keinginan, dan kebutuhan target untuk menjadi *volunteer*. Untuk itu, metode yang digunakan adalah metode Design Thinking versi Stanford (2011). Metode ini memiliki 5 tahapan, yakni: Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test.

Metode penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dalam memperoleh data-data dan informasi yang dibutuhkan dalam menunjang penelitian ini. Kedua metode ini diyakini memiliki fokus dalam

melakukan pengamatan yang lebih mendalam tentang pengalaman, persepsi, dan motivasi target.

### **3.2.1 Emphatize**

Pada tahap empathize, penulis akan melakukan analisis mengenai perspektif, pengalaman, motivasi, dan kebutuhan target dalam menjadi *volunteer* untuk menangani kasus buta membaca. Untuk itu, penulis bermaksud untuk mengumpulkan data dengan melakukan wawancara, FGD, studi eksisting, dan studi referensi. Kegiatan wawancara akan dilakukan dengan salah satu penggerak dari lembaga Gernas Tastaba, tujuannya untuk mengetahui segala informasi dan kebutuhan dari gerakan tersebut. Kemudian FGD akan dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan seputar minat dan motivasi mereka, juga segala hambatan dalam mengikuti kegiatan kegiatan *volunteer*. Setelah mengumpulkan data berupa wawancara dan FGD, penulis akan melakukan studi eksisting terhadap media atau *platform* yang digunakan oleh Gernas Tastaba, serta melakukan studi referensi untuk meninjau karya-karya terdahulu yang dapat dijadikan referensi pada rancangan kampanye nantinya.

### **3.2.2 Define**

Segala data yang telah diperoleh pada tahap empathize akan dirumuskan dan diolah kembali pada tahap define. Tahapan ini berfungsi untuk mengidentifikasi beberapa masalah dan hambatan yang dapat dialami oleh Gernas Tastaba dan target (remaja akhir). Pada tahapan define ini, penulis akan merancang user persona, *user journey*, dan menyusun *emphaty map*. Hal ini diupayakan untuk menemukan pesan dan solusi yang tepat dalam meningkatkan minat *volunteer* dari target.

### **3.2.3 Ideate**

Tahap selanjutnya adalah Ideate. Tahapan ini merupakan tahapan dimana penulis akan mengembangkan ide kreatif dalam merancang solusi dari segala data yang telah diperoleh dari tahapan sebelumnya. Dalam mengeksplor

ide yang lebih mendalam, penulis akan melakukan studi referensi beberapa karya terdahulu untuk dijadikan sebagai referensi. Tahapan ini akan dijalankan dengan teknik *mindmapping* dan berbagai teknik lainnya untuk mengeksplor berbagai ide kreatif yang muncul dan menemukan titik terang dalam menentukan solusi.

### 3.2.4 Prototype

Setelah mengeksplorasi segala ide kreatif dan solusi perancangan, langkah selanjutnya adalah tahapan prototype, dimana penulis akan melakukan uji coba terhadap rancangan ide yang telah diciptakan. Tahapan ini akan dilakukan dengan membuat versi awal rancangan sebelum dikembangkan menjadi hasil yang fix atau sudah siap untuk dipublikasikan. Terdapat dua jenis *prototyping* yang akan digunakan dalam rancangan ini. Yang pertama adalah adalah *Digital Prototyping*, yaitu jenis *prototype* yang mengandalkan perangkat lunak dalam menciptakan produk digital seperti *interactive storytelling*, *website*, dan media sosial Gernas Tastaba. Jenis *prototyping* ini dilakukan dengan membuat sketsa dan *low fidelity* dari produk *digital* sebelum dikembangkan menjadi hasil yang *final*. Lalu jenis yang kedua adalah *Printed Prototyping*, yaitu merupakan *prototype* yang dicetak menjadi sebuah produk fisik yang dapat disentuh bahkan digunakan, contohnya seperti produk *freebies*.

### 3.2.5 Test

Setelah melakukan *prototype* dalam hasil perancangan, langkah selanjutnya adalah menyerahkan hasil *prototype* tersebut kepada target untuk melakukan uji coba agar penulis dapat memperoleh *feedback* terhadap hasil rancangan tersebut. Nantinya, hasil *feedback* tersebut dapat mendukung perkembangan dan perbaikan solusi rancangan menjadi lebih baik lagi dan bersifat lebih efektif. Kegiatan ini memungkinkan penulis untuk menciptakan keterlibatan target secara langsung terhadap rancangan *prototype*. Penulis akan melakukan *alpha test* dan *beta test* dalam memperoleh *feedback*.

### **3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan**

Chatra et al. (2023) menyatakan bahwa metode kualitatif merupakan metode yang memiliki tujuan untuk mendapatkan data atau informasi mengenai pengalaman, makna, perspektif, dan sudut pandang seseorang terhadap suatu permasalahan atau topik yang diangkat. Untuk itu, metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk mendapatkan data mengenai pengalaman dan perspektif target tentang minat, motivasi, dan kebutuhan target terhadap kegiatan *volunteer* pemberantasan buta membaca. Metode kualitatif dalam penelitian ini menggunakan dua teknik perancangan, yaitu wawancara, FGD, studi eksisting, dan studi referensi untuk memahami kebutuhan dan motivasi remaja akhir terhadap kegiatan *volunteer* program-program dari Gernas Tastaba.

#### **3.3.1 Wawancara**

Menurut Chatra et al. (2023), teknik wawancara merupakan salah satu metode penelitian yang berbentuk bahasa tertulis ataupun lisan dari seseorang atau sekelompok pelaku yang diamati. Teknik ini menargetkan narasumber yang memiliki wawasan, seorang ahli, atau memiliki pengalaman di bidang tertentu dan sesuai dengan topik penelitian. Hasilnya, penulis akan mendapatkan data berupa suatu fenomena, peristiwa, dinamika sosial, kebiasaan, sikap, persepsi, dan lain sebagainya yang didasari dengan argumen mendasar dan diolah dengan teori atau data yang telah dikumpulkan. Dalam teknik ini, penulis memiliki dua kategori narasumber dengan tujuan perolehan informasi yang berbeda, yaitu yang pertama adalah wawancara dengan Gernas Tastaba dan yang kedua adalah wawancara dengan remaja akhir yang memiliki pengalaman dalam kegiatan *volunteer*.

Pertanyaan yang akan diberikan kepada narasumber dalam teknik wawancara ini didasari dengan teori fenomenologi yang digagas oleh Hasbiansyah (2005). Menurut Hasbiansyah, studi fenomenologi merupakan ilmu yang berfokus pada pencarian jawaban tentang suatu makna dari fenomena tertentu dalam teknik wawancara. Mariyono (2024) juga menyatakan bahwa fenomenologi merupakan teori yang menggali suatu ilmu

yang didasari dengan pengalaman dan perspektif seseorang. Ada dua hal yang perlu dipertimbangkan dalam merancang pertanyaan wawancara berbasis fenomenologi, yaitu *text description* dan *structural description*. *Text description* merupakan bentuk pertanyaan yang berfokus pada hal apa saja yang dialami oleh narasumber dalam menghadapi suatu fenomena yang bersifat objektif, faktual, dan terjadi secara nyata melalui pengamatan secara langsung. Sedangkan *Structural Description* merupakan bentuk pertanyaan wawancara yang berfokus pada pendapat, penilaian, perasaan, dan harapan narasumber terhadap suatu fenomena yang dihadapinya.

Wawancara akan dilakukan dengan salah seorang penggerak dari Gernas Tastaba yang bernama Trimadona B Wiratrisna, seorang Master Trainer dari Gernas Tastaba. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan data berupa informasi dasar Gernas Tastaba, program-program yang pernah ada dan yang akan dijalankan, penyebab kurangnya tenaga kerja dari program Gernas Tastaba, dan segala *platform* yang digunakan oleh gerakan tersebut. Informasi ini akan membantu penulis dalam merancang kampanye yang dapat meningkatkan motivasi dan minat remaja akhir untuk menjadi *volunteer*. Proses wawancara dengan Gernas Tastaba ini menggunakan jenis wawancara semi terstruktur, dikarenakan penulis ingin mengeksplorasi setiap jawaban dari narasumber dan seluruh harapan yang terpendam dari beliau terhadap lembaga tersebut. Selain itu, penulis juga ingin membuka kesempatan untuk memunculkan ide-ide terhadap solusi rancangan kampanye yang sesuai dengan kebutuhan lembaga tersebut. Berikut ini merupakan beberapa instrumen pertanyaan wawancara berdasarkan kategorinya masing-masing dan diukur dengan teori dari Hasbiansyah (2005):

### 3.3.1.1 Text Description

Berikut ini merupakan beberapa pertanyaan wawancara *text description* yang akan diberikan kepada narasumber beserta tujuannya:

Tabel 3.1 Tabel Indikator 1 Wawancara Gernas Tastaba

No	Pertanyaan	Tujuan Pertanyaan
1	Program apa saja yang telah dijalankan oleh Gernas Tastaba?	Untuk mengetahui lebih dalam mengenai program-program milik Gernas Tastaba secara umum
2	Program apa saja yang akan segera dijalani?	Untuk mengetahui program apa yang bisa dijadikan sebagai fokus kampanye
3.	Seberapa banyak kah tenaga kerja yang dibutuhkan oleh Gernas Tastaba dalam beberapa kurun waktu tertentunya?	Untuk mengetahui besar jumlah <i>volunteer</i> guna menyesuaikan skala perancangan kampanye. Semakin besar yang dibutuhkan semakin besar jangkauan target kampanye yang akan dirancang
4.	Media dan <i>platform</i> apa saja yang selama ini digunakan oleh Gernas Tastaba dalam menjalankan segala program tersebut?	Untuk mengetahui media ataupun <i>platform</i> apa saja yang perlu dikembangkan maupun ditambahkan
5.	Kegiatan apa saja yang sudah pernah menggunakan tenaga kerja berupa <i>volunteer</i> dengan rentang usia remaja akhir? Dan seberapa banyak kah	Untuk mengetahui apakah Gernas Tastaba sudah berpengalaman dalam merangkul <i>volunteer</i> remaja akhir dan seberapa banyak jumlah <i>volunteer</i> yang dibutuhkannya pada saat itu

	peserta <i>volunteer</i> tersebut?	
6.	Bagaimana strategi Gernas Tastaba dalam mengajak mereka untuk mau mengikuti kegiatan tersebut?	Untuk mengetahui strategi apa saja yang perlu dikembangkan ke depannya

### 3.3.1.2 Structural Description

Berikut ini merupakan beberapa pertanyaan wawancara *structural description* yang akan diberikan kepada narasumber beserta tujuannya:

Tabel 3.2 Tabel Indikator 2 Wawancara Gernas Tastaba

No	Pertanyaan	Tujuan Pertanyaan
1	Apakah sebelumnya sudah ada yang menolak untuk menjadi tenaga kerja / <i>volunteer</i> pada program Gernas Tastaba? Apa alasan yang diberikan oleh mereka untuk menolak kegiatan tersebut?	Untuk mengantisipasi adanya penolakan yang terjadi kembali dalam rancangan kampanye
2	Bagaimana reaksi dari seluruh peserta yang	Untuk mengetahui apakah ada suatu hal yang dapat meningkatkan minat

	terlibat ketika program tersebut tengah berjalan?	<i>volunteer</i> terhadap program Gernas Tastaba agar dapat dijadikan sebagai referensi dan diaplikasikan melalui rancangan kampanye
3	Hal apa yang diharapkan oleh Gernas Tastaba terkait jumlah tenaga kerja pada program-program yang akan dijalankan?	Untuk mengetahui hal apa saja yang diharapkan oleh Gernas Tastaba terhadap keberhasilan rancangan kampanye

### 3.3.2 Focus Group Discussion

*Focus Group Discussion* atau yang biasa disebut dengan FGD, merupakan teknik pengumpulan data jenis kualitatif yang mendefinisikan karakteristik utamanya dalam mendalami suatu isu yang lebih spesifik melalui diskusi yang dilakukan oleh sekelompok orang yang telah ditentukan. Jumlah peserta dari diskusi kelompok tersebut umumnya dilakukan sebanyak 6 – 8 maupun 5 – 10 peserta tergantung pada tujuan dari FGD yang dilakukan. (Hennink, 2014).

Pelaksanaan teknik FGD dalam penelitian ini, penulis akan mengumpulkan sebanyak 5-7 remaja akhir dengan usia 17 – 24 tahun dengan kategori yang berbeda. Beberapa diantaranya ada yang memiliki minat tinggi dalam melaksanakan kegiatan *volunteer*, kemudian ada yang tidak memiliki minat dalam melakukan kegiatan *volunteer*. Peserta FGD dengan minat yang berbeda tersebut memungkinkan penulis untuk menilai bagaimana peserta dengan memiliki minat *volunteer* dapat memotivasi peserta yang tidak memiliki minat *volunteer*. Kemudian sebaliknya, penulis juga akan menganalisis beberapa kemungkinan yang harus dihindari ketika peserta yang tidak memiliki minat *volunteer* mempengaruhi peserta dengan minat *volunteer*.

yang tinggi dalam rancangan kampanye pada penelitian ini. Selain itu, penulis juga akan menyangkut pembicaraan mengenai kasus buta membaca di Indonesia untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kepedulian peserta terhadap kasus tersebut. Penulis juga akan menggali hal apa saja yang mampu membuat peserta menjadi lebih peduli dalam menanggapi kasus buta membaca tersebut melalui beberapa pertanyaan dan jawaban yang diberikan oleh penulis. Berikut dibawah ini merupakan beberapa pertanyaan yang akan penulis berikan kepada peserta FGD beserta tujuan dari setiap pertanyaannya tersebut.

Tabel 3.3 Tabel Indikator *Focus Group Discussion*

No	Pertanyaan	Tujuan Pertanyaan
1	Perkenalan diri (Nama, usia, pekerjaan saat ini)	Untuk mengetahui status ataupun kesibukan setiap peserta FGD
2	Apakah sebelumnya sudah pernah mengikuti kegiatan <i>volunteer</i> ? Sudah berapa kali dan program apa saja yang diikuti?	Untuk mengukur seberapa tinggi minat <i>volunteer</i> setiap peserta
3	Seberapa penting kegiatan <i>volunteer</i> menurut kamu?	Untuk mengetahui kesadaran setiap peserta FGD terhadap kegiatan <i>volunteer</i>
4	Hal apa saja yang dapat memotivasi kamu atau bahkan membuat kamu tidak tertarik dalam mengikuti kegiatan <i>volunteer</i> ?	Untuk dijadikan sebagai referensi terhadap rancangan kampanye nantinya

5	Menurut kamu, apa saja faktor yang menghalangi seseorang untuk mengikuti kegiatan <i>volunteer</i> ?	Untuk mengantisipasi adanya hal-hal yang disebutkan oleh peserta FGD dalam rancangan kampanye nantinya
6	Jika ada program <i>volunteer</i> baru, apa yang akan membuat remaja itu tertarik untuk ikut? Apakah dari segi ajakan atau masalah sosial yang ditangani?	Untuk dijadikan sebagai referensi terhadap rancangan kampanye nantinya
7	Bagaimana sistem perekrutan atau ajakan <i>volunteering</i> yang dilakukan oleh program yang sudah kamu jalani tersebut? (misal melalui sosial media, ajakan melalui kampanye, dll). Atau dari mana biasanya kamu mengetahui ada kegiatan <i>volunteer</i> yang akan dilakukan?	Untuk dijadikan sebagai referensi rekruitmen ataupun ajakan dalam rancangan kampanye nantinya

### 3.3.3 Studi Eksisting

Dalam menemukan kekurangan maupun kelebihan pada suatu hal yang diteliti, maka dibutuhkannya studi eksisting untuk mengamati segala hal yang perlu dianalisa pada hal yang diteliti tersebut. Menurut Prabowo (2014), studi ini juga berguna dalam mendukung penggalian konsep dan ide pengembangan proyek perancangan yang sesuai dengan kebutuhan. Maka dari itu, studi eksisting yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menganalisis media yang digunakan oleh Gernas Tastaba dalam mempublikasikan maupun menginformasikan program-program yang dijalankannya dan dapat diakses oleh publik. Berdasarkan pra-riset yang telah

dilakukan, penulis menemukan adanya media sosial yang digunakan oleh Gernas Tastaba saat ini, yaitu Instagram. Berikut ini merupakan dokumentasi dari akun Instagram milik Gernas Tastaba dengan jumlah postingan, *followers*, dan *following* yang dimilikinya.



Gambar 3.1 Profil Gernas Tastaba  
Sumber : Instagram Gernas Tastaba (2025)

Selain dokumentasi profil akun Instagram, Penulis juga mencantumkan dokumentasi beberapa postingan *feeds* yang diunggah oleh Gernas Tastaba. Penulis akan menganalisa desain dari *feeds*, komunikasi persuasi yang dilakukan, interaksi yang tercipta dari segala postingan, dan sejauh mana konsistensi Gernas Tastaba dalam menginformasikan segala programnya. Beberapa hal yang diteliti dari segi desain adalah gambar (ilustrasi dan foto), *typeface*, warna, dan komposisi. Kemudian dari segi konten atau informasi, penulis akan menganalisis kualitas topik atau konten yang diangkat, gaya Bahasa (persuasi), dan interaksi yang tercipta dalam postingan tersebut.

### 3.3.4 Studi Referensi

Dalam mengolah konsep dan ide pada proses perancangan, dibutuhkannya beberapa karya maupun proyek terdahulu yang dapat dijadikan sebagai referensi perancangan dengan konteks yang berbeda-beda. Analisis ini merupakan studi referensi. Studi referensi ini merupakan aspek yang penting

dalam mengembangkan ide menjadi lebih luas lagi. Dalam studi referensi ini penulis menemukan proyek terdahulu berupa program yang pernah ada dan memiliki topik ataupun tujuan yang serupa dalam perancangan ini. Program ini merupakan kampanye yang diciptakan oleh organisasi yang bernama ‘Campaign’. Organisasi ini merupakan komunitas relawan asal Indonesia yang memiliki fokus bagi para penyelenggara kampanye sosial dan bertujuan untuk mengembangkan perilaku sosial yang baik. Terdapat beberapa *page* dari *website* Rangers yang mencantumkan segala informasi ataupun *profile* dari Campaign, seperti tahun terciptanya, *reviews* dari publik, jumlah dari tantangan kampanye yang diciptakan, banyaknya *support* yang ikut serta, visi, misi, dan lain sebagainya. Dalam *page* tersebut, penulis akan menjadikan segala informasi tentang organisasi tersebut sebagai referensi dalam mengenalkan Gernas Tastaba. Hal yang akan diteliti adalah dari segi desain, konten, dan gaya bahasa yang disajikan dalam website tersebut. Selain *page* tersebut, terdapat *page* lainnya yang membubuhkan segala kampanye yang dijalankan. Website pada *page* ini merupakan ruang untuk mempublikasikan segala kampanye yang tersedia. Publik dapat melihat beberapa kampanye yang variatif dan ikut serta dalam menjalankan maupun mendukung kampanye tersebut. Dalam *page* ini, penulis akan mengambil referensi berupa cara dari organisasi tersebut dalam mengenalkan dan mengajak masyarakat dalam mengikuti kampanye-kampanye tersebut melalui desainnya yang menarik, gaya bahasa, dan informasi yang disajikan. Penulis juga akan meneliti tingkat popularitas dan banyaknya jumlah *volunteer* yang mengikuti beberapa kegiatan kampanye yang diselenggarakan tersebut untuk memperoleh data efektivitas pengenalan kampanye tersebut dalam menarik minat masyarakat.

**N U S A N T A R A**