

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Subjek perancangan dari perancangan *mobile website* mengenai bahasa tubuh anjing dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Demografis
 - a. Jenis Kelamin: Laki-laki & Perempuan
 - b. Usia: 26 – 35 tahun

Menurut Kemenkes RI (2016), usia 26-35 tahun dikelompokkan sebagai dewasa awal. Dimana menurut Hurlock (1980), masa dewasa awal merupakan masa komitmen, dimana individu mulai sadar akan pentingnya komitmen dan mulai membentuk pola hidup, tanggung jawab, dan komitmen baru (Paputungan, 2023). Sehingga kategori usia 26-35 ditetapkan karena individu dapat lebih berkomitmen dan bertanggung jawab dalam merawat binatang peliharaan (anjing) mereka.

Selain itu, usia 26-35 tahun (dewasa awal) merupakan masa dimana individu mampu mendapatkan penghasilan yang memadai. Menurut Pieter (2011), individu pada dewasa awal mulai menunjukkan kemandirian secara ekonomi. Mereka memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun keluarga, serta mampu mengelola keuangan dengan baik (Dwilianto et al., 2024, h. 8821). Sehingga kategori usia 26-35 tahun ditetapkan karena kemapanan secara ekonomi yang membuat mereka mampu membiayai diri sendiri maupun binatang peliharaan (anjing) mereka.

Usia 26-35 tahun juga merupakan pengguna internet aktif. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023 menunjukkan bahwa pengguna internet tertinggi terdapat pada usia 25 tahun keatas

(60,36%) yang merupakan rata-rata usia bekerja atau kuliah (Fadhilah, 2024).

c. SES: A-B

Berdasarkan kategori SES Indonesia 2021, kategori SES B memiliki pengeluaran diantara Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 per bulan dan kategori SES A memiliki pengeluaran di antara Rp 5.000.000 – Rp 7.500.000 (A2) atau bahkan lebih dari Rp 7.500.000 (A1). Kategori SES A-B ditetapkan karena pemilik anjing harus mampu mengeluarkan sejumlah biaya untuk kebutuhan anjing per bulannya. Hal ini kemudian didukung oleh data dari goodstat.id (2024), dimana survei menunjukkan bahwa rata-rata biaya yang dikeluarkan orang Indonesia untuk memelihara anjing adalah Rp 1.360.000 per bulan (Lubis, 2024).

2. Geografis

Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)

Jumlah pemilik anjing di daerah Jawa Barat yang termasuk Jabodebek diperkirakan mencapai 7,5 juta pemilik anjing (Arie, 2020). Selain itu, Jabodetabek merupakan wilayah dengan pertumbuhan ekonomi tinggi yang dipenuhi masyarakat dari berbagai kelas termasuk menengah ke atas. Hal ini sejalan dengan kebiasaan masyarakat menengah ke atas yang memilih anjing sebagai hewan peliharaan dan terkenal sangat loyal dengan binatang peliharaan mereka (Aurellia, 2024).

3. Psikografis

- a. Pemilik anjing yang kurang memahami atau kurang dapat membaca bahasa tubuh anjing.
- b. Pemilik anjing yang sering mensalahartikan atau keliru dalam membaca bahasa tubuh anjing.
- c. Pemilik anjing yang aktif mencari informasi mengenai bahasa tubuh anjing atau perilaku anjing.
- d. Pemilik anjing yang ingin lebih mengenal atau memperkuat hubungan dengan anjing mereka.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan ini adalah *Design Thinking*. *Design thinking* merupakan sebuah proses iteratif yang dilakukan dengan usaha untuk memahami pengguna atau mendefinisikan ulang masalah untuk kemudian menemukan sebuah solusi atau strategi inovatif yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya. *Design thinking* tidak hanya menghadirkan sebuah solusi yang dapat menyelesaikan masalah, namun juga berfokus kepada kebutuhan dan orang-orang yang menjadi target perancangan (Interaction Design Foundation, 2018, h. 10). Tahapan *design thinking* menurut Hasso-Plattner Institute of Design at Stanford dapat dijabarkan sebagai berikut (h. 11):

3.2.1 *Empathize*

Tahapan pertama yaitu *empathize* berfokus dalam memahami atau berempati dengan kebutuhan dan permasalahan yang dialami target dengan memanfaatkan riset. Pada tahapan ini, riset atau penggalian informasi dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, kuesioner, dan FGD (*Focus Group Discussion*), studi eksisting, dan studi referensi. Wawancara dilakukan dengan seorang *dog behaviorist* dan dokter hewan, sedangkan kuesioner dan FGD dilakukan dengan pemilik anjing, berusia 26-35 tahun yang berdomisili di Jabodetabek.

3.2.2 *Define*

Tahapan kedua yaitu *define* berfokus dalam mengolah data-data yang sudah didapatkan dari tahapan *empathize*, yaitu data wawancara, kuesioner, dan FGD (*Focus Group Discussion*). Hasil dan data yang dikumpulkan dari wawancara dengan *animal behaviorist*, dokter hewan, lalu kuesioner dan FGD dengan target perancangan diolah, lalu dicerutukan, untuk kemudian menemukan permasalahan utama.

3.2.3 *Ideate*

Tahapan ketiga yaitu *ideate* berfokus pada penciptaan sebuah solusi desain inovatif yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan maupun kebutuhan target. Di tahapan ini, terciptalah sebuah ide dan solusi desain

dengan bentuk luaran media yaitu *mobile website*. Selanjutnya akan dibuat sebuah konsep karya yang meliputi *mind map*, *keyword*, *big idea*, *moodboard*, *styleescape*, serta elemen visual untuk perancangan media tersebut.

3.2.4 Prototype

Tahapan keempat yaitu *prototype* berfokus pada penciptaan perancangan desain sesuai dengan bentuk media yang ditentukan, yaitu *mobile website*. Konsep karya yang dibuat pada tahapan sebelumnya akan divisualisasikan dalam tahapan ini. Pada tahapan ini, dilakukan perancangan terhadap *information architecture*, *flowchart*, *low fidelity*, elemen-elemen UI, *high fidelity*, interaktivitas, dan media sekunder.

3.2.5 Test

Tahapan terakhir yaitu *test* berfokus pada pengujian *prototype* yang sudah dibuat melalui *alpha test* dan *beta test*. Proses *alpha test* dilakukan kepada pengguna melalui acara *prototype day*. Sedangkan *beta test* dilakukan secara langsung kepada target perancangan atau pengguna sesungguhnya. Pengujian *prototype* melalui *alpha test* dan *beta test* dapat dilakukan secara tatap muka langsung ataupun memanfaatkan “Google Form”.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner, FGD (*focus group discussion*), studi eksisting, dan studi referensi. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai topik bahasa tubuh anjing, tingkat pemahaman dan pengalaman pemilik anjing terkait topik tersebut, serta kondisi media dan preferensi target untuk kebutuhan perancangan kedepannya.

Anjing merupakan hewan yang mengkomunikasikan pesan lewat bahasa tubuh, dan sebagai pemilik anjing, pemahaman mengenai sinyal-sinyal dasar bahasa tubuh anjing merupakan hal yang penting untuk membantu mencegah masalah-masalah perilaku seperti gigitan anjing (Cooper, 2015, h. 32). Tujuan teknik pengumpulan data adalah untuk memperoleh wawasan yang lebih luas dan

dalam mengenai bahasa tubuh anjing untuk mendukung proses perancangan media agar lebih efektif.

3.3.1 Wawancara

Teknik pengumpulan data pertama yang digunakan adalah wawancara. Wawancara dilakukan dengan *dog behaviorist* dan dokter hewan. Tujuan penggunaan teknik wawancara adalah untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam sehubungan dengan topik bahasa tubuh anjing untuk memperkaya kebutuhan dalam proses perancangan kedepannya.

1. Wawancara dengan *Dog Behaviorist*

Wawancara yang pertama dilakukan dengan seorang *dog behaviorist* bernama Jimmy Chan untuk menggali informasi mengenai bahasa tubuh anjing, hubungan dengan gigitan anjing, dan kebutuhan edukasi berdasarkan pengalaman narasumber yang sudah sering terjun ke lapangan. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data tambahan, serta melengkapi dan memperkuat data-data yang sudah didapatkan sebelumnya. Hasil dari wawancara dengan narasumber akan digunakan untuk membantu pengambilan keputusan dalam perancangan media serta konten yang berhubungan dengan perilaku anjing. Berikut merupakan daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber:

Tabel 3.1 Pertanyaan Wawancara dengan *Dog Behaviorist*

No	Pertanyaan
1	Bagaimana cara anjing berkomunikasi atau mengungkapkan perasaan kepada pemiliknya? (anggota tubuh yang terlibat dan contohnya)
2	Mengapa mempelajari bahasa tubuh anjing penting untuk pemilik anjing?
3	Apa saja dampak dari memahami bahasa tubuh anjing bagi pemilik anjing? <i>Follow-up:</i> Apa resikonya jika tidak bisa memahami?
4	Apa saja dampak dari memahami bahasa tubuh anjing bagi anjing? <i>Follow-up:</i> Apa resikonya jika tidak bisa memahami?
5	Ketika anjing merasa tidak nyaman atau siap menggigit, sinyal-sinyal bahasa tubuh apa yang biasanya terlihat?
6	Apakah ada sinyal stres anjing yang seringkali disalahartikan oleh pemilik?
7	Apakah anda pernah menghadapi kasus serupa? (kesalahpahaman yang berujung ke gigitan atau masalah perilaku lainnya)

8	Ketika anjing sudah menunjukkan tanda-tanda ketidaknyamanan atau siap menggigit, bagaimana pemilik seharusnya merespon? <i>Follow-up:</i> Kesalahan yang seringkali dilakukan pemilik?
9	Apakah edukasi mengenai bahasa tubuh anjing dapat menjadi sebuah solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut?
10	Apakah edukasi mengenai bahasa tubuh anjing sudah maksimal di kalangan pemilik anjing di Indonesia?
11	Menurut anda, apakah kondisi media informasi yang tersedia saat ini sudah cukup efektif dalam membantu pemilik anjing memahami bahasa tubuh anjing mereka?
12	Menurut anda, jenis media atau metode edukasi apa yang efektif untuk mengedukasi pemilik anjing mengenai topik ini?

Sebelum wawancara, narasumber akan menandatangani *form NDA (Non-Disclosure Agreement)* untuk memastikan bahwa data-data yang diberikan akan murni dan sudah mendapatkan persetujuan untuk digunakan untuk kepentingan penelitian. Wawancara dilakukan secara tatap muka di House of Coffjack (HOC) yang terletak di Sunter, Jakarta Utara pada Sabtu, 6 September 2025. Peralatan yang digunakan untuk kebutuhan wawancara adalah *handphone* untuk merekam *audio* dan dokumentasi wawancara, serta buku catatan dan pena untuk mencatat jawaban narasumber.

2. Wawancara dengan Dokter Hewan

Wawancara kedua dilakukan dengan dokter hewan yaitu Drh. Denny Ervita. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi seputar hubungan antara pemahaman bahasa tubuh anjing dan kasus gigitan yang ditinjau dari sisi medis, serta kebutuhan edukasi mengenai topik yang diangkat. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data tambahan, serta melengkapi dan memperkuat data-data yang didapatkan sebelumnya. Hasil wawancara akan digunakan menjadi bahan pertimbangan dalam perancangan media dan konten. Berikut merupakan daftar pertanyaan yang akan diajukan:

Tabel 3.2 Pertanyaan Wawancara dengan Dokter Hewan

No	Pertanyaan
1	Mengapa mempelajari bahasa tubuh anjing penting untuk pemilik anjing? (dari sudut pandang medis)

2	Apa dampak dari ketidakpahaman mengenai bahasa tubuh anjing bagi pemilik anjing?
3	Apa dampak dari ketidakpahaman mengenai bahasa tubuh anjing bagi anjing?
4	Berdasarkan pengalaman anda, apakah kurangnya pemahaman terhadap bahasa tubuh anjing dapat berdampak pada peningkatan kasus secara medis, seperti gigitan?
5	Apa dampak medis dan psikologis yang seringkali dialami pemilik anjing yang terkena gigitan?
6	Berdasarkan pengalaman anda, apa yang biasa dilakukan anjing ketika merasa tidak nyaman atau takut saat diperiksa? (seperti saat disuntik atau melakukan <i>check-up</i>)
7	Sinyal-sinyal apa yang seringkali ditunjukkan anjing ketika sedang stres?
8	Menurut anda, apakah edukasi mengenai bahasa tubuh anjing diperlukan bagi setiap pemilik anjing?
9	Di Indonesia sendiri, apakah edukasi mengenai bahasa tubuh anjing sudah berjalan secara maksimal?
10	Apakah anda memiliki saran, seperti jenis media atau metode edukasi yang efektif diterapkan untuk mengedukasi pemilik anjing?

Narasumber akan menandatangani form NDA (*Non-Disclosure Agreement*) sebelum dilakukan wawancara untuk memastikan bahwa data-data yang diberikan akan murni dan sudah mendapatkan persetujuan untuk digunakan untuk kepentingan penelitian. Wawancara dilakukan secara tatap muka di Klinik Drh. Rajanti & Friends yang berlokasi di Melati Mas, Kecamatan Pondok Jagung, Serpong Utara, Tangerang Selatan pada Rabu, 10 September 2025. Peralatan yang digunakan untuk kebutuhan wawancara adalah *handphone* untuk merekam *audio* dan dokumentasi wawancara, serta buku catatan dan pena untuk mencatat jawaban narasumber.

3.3.2 Kuesioner

Teknik pengumpulan data kedua yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner ditujukan kepada responden yaitu pemilik anjing, berusia 26-35 tahun yang tinggal di Jabodetabek. Teknik kuesioner dilakukan untuk mendapatkan informasi seputar tingkat pengetahuan, pandangan, dan kebutuhan edukasi mengenai bahasa tubuh anjing dan gigitan anjing. Selain itu, kuesioner juga digunakan untuk mencari tahu kebiasaan dan preferensi

target dalam menggunakan media. Hasil kuesioner akan digunakan untuk melengkapi serta memvalidasi data yang sebelumnya sudah dikumpulkan, dan membantu pengambilan keputusan dalam hal desain dan konten perancangan. Berikut merupakan daftar pertanyaan yang akan dimasukkan dalam kuesioner:

Tabel 3.3 Pertanyaan Kuesioner

No	Pertanyaan	Opsi
Data Responden		
1	Usia	a. 26-28 tahun b. 29-32 tahun c. 33-35 tahun
2	Domisili	a. Jakarta b. Bogor c. Depok d. Tangerang e. Bekasi
3	Pengeluaran per bulan	a. < Rp 3.000.000 b. Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 c. Rp 5.000.000 – Rp 7.500.000 d. > Rp 7.500.000
4	Pekerjaan	a. Karyawan b. <i>Freelancer</i> c. Wirausaha d. Ibu Rumah Tangga e. Tenaga Kerja Profesional f. Lainnya
5	Lama memelihara	a. Kurang dari 1 tahun b. 1-2 tahun c. 3-4 tahun d. 5 tahun lebih
Bahasa Tubuh Anjing		
6	Apakah anda pernah mendengar mengenai bahasa tubuh anjing (<i>dog body language</i>)?	a. Ya b. Tidak
7	Sejauh mana kemampuan anda dalam mengenali bahasa tubuh anjing anda?	1 = Sangat Tidak Mampu 4 = Sangat Mampu
8	Perhatikan gambar berikut, apa yang dirasakan anjing tersebut? (Sumber gambar: eileenanddogs.com)	a. Lelah b. Senang c. Cemas d. Tidak tahu
9	Ketika anjing memalingkan kepalanya ketika didekati atau diberikan sesuatu, hal tersebut menunjukkan bahwa anjing sedang...? (Sumber gambar: Freepik)	a. Tidak tertarik b. Marah c. Merasa tidak nyaman d. Tidak tahu

10	Perhatikan gambar berikut. Gambar tersebut menunjukkan bahwa anjing sedang...? (Sumber gambar: Chin (2020))	a. Bermain dengan perasaan gembira b. Melepas energi atau stress c. Meminta perhatian pemilik d. Tidak tahu
11	Apakah anjing yang menunjukkan perutnya selalu berarti ia ingin dielus (<i>belly rub</i>)?	a. Ya b. Tidak
12	Ketika anjing merasa takut atau cemas, apa biasa respons pertama yang anda berikan sebagai pemilik?	a. Memeluk anjing b. Menenangkan dengan mengelus c. Memberikan waktu agar anjing tenang d. Menggendong anjing e. Lainnya
13	Menurut anda seberapa penting edukasi mengenai bahasa tubuh anjing untuk pemilik anjing?	1 = Sangat Tidak Penting 4 = Sangat Penting
14	Apakah anda pernah kesulitan mendapatkan informasi mengenai bahasa tubuh anjing?	a. Ya b. Tidak
15	Kendala apakah yang seringkali anda temukan ketika mencari informasi mengenai bahasa tubuh anjing? (Pilih maksimal 3)	a. Bahasa yang digunakan sulit untuk dipahami b. Informasi sulit ditemukan c. Tidak tahu harus mencari dimana d. Informasi tidak menyertakan visualisasi yang relevan e. Tidak yakin sumber mana yang harus dipercaya f. Tidak pernah mengalami kendala g. Lainnya
Gigitan Anjing		
16	Apakah anda pernah digigit anjing anda?	a. Ya b. Tidak
17	Sebelum anda digigit, apakah anda menyadari adanya sinyal yang diberikan anjing anda yang tidak anda sadari?	a. Ya b. Tidak Yakin c. Tidak
18	Menurut anda, seberapa besar pengaruh mempelajari bahasa tubuh anjing dalam mencegah potensi terjadinya kasus gigitan anjing?	1 = Sangat Tidak Besar 4 = Sangat Besar

Preferensi Media		
20	Jenis media apa yang paling sering anda gunakan untuk mengakses informasi? (Pilih maksimal 3)	a. Aplikasi b. Website c. Media Sosial d. Portal berita internet e. Media Cetak (koran, buku, majalah) f. E-Book g. Lainnya
21	Faktor apa yang menjadi pertimbangan anda memilih media tersebut? (Pilih maksimal 3)	a. Kemudahan untuk diakses b. Kelengkapan informasi c. Kemudahan dalam membaca informasi d. Media rutin digunakan dalam kehidupan sehari-hari e. Penyampaian informasi yang menarik f. Efisien waktu g. Interaktif h. Lainnya
22	Perangkat apa yang paling sering anda gunakan untuk mengakses informasi? (Pilih maksimal 2)	a. Handphone b. Laptop c. PC d. Tablet e. Lainnya
23	Apabila ada media informasi yang khusus memberikan informasi mengenai bahasa tubuh anjing, apakah anda tertarik?	a. Ya b. Tidak
24	Apakah Anda tertarik untuk mengikuti FGD (<i>Focus Group Discussion</i>) mengenai bahasa tubuh anjing? (Jika ya, mohon isi dengan nama dan nomor whatsapp yang dapat dihubungi. Jika tidak, isi dengan “-”)	

Kuesioner dibuat memanfaatkan “Google Form” dan disebarluaskan melalui media sosial seperti “Instagram”, “LINE”, “Whatsapp”, dan lainnya. Kuesioner mulai disebarluaskan mulai dari Rabu, 3 September 2025 dan akan dibuka selama 2 - 3 minggu kedepan. Jumlah responden yang ditargetkan adalah minimal 100 responden.

3.3.3 Focus Group Discussion (FGD)

Teknik pengumpulan data selanjutnya yang digunakan adalah *focus group discussion* (FGD). *Focus group discussion* akan dilakukan dengan 5 pemilik anjing, berusia 26-35 tahun yang tinggal di Jabodetabek. FGD dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan pandangan lebih dalam seputar topik bahasa tubuh anjing, pengalaman pemilik anjing dalam berkomunikasi dengan anjing, serta preferensi media mereka. Hasil dari *focus group discussion* akan digunakan menjadi bahan pertimbangan keputusan dalam perancangan konten dan desain. Berikut merupakan daftar pertanyaan yang akan diajukan:

Tabel 3.4 Pertanyaan *Focus Group Discussion*

No	Pertanyaan
1	Seberapa sering anda menghabiskan waktu dengan anjing anda? Aktivitas apa yang dilakukan?
2	Apa yang pertama kali melintas di pikiran anda ketika mendengar mengenai bahasa tubuh anjing?
3	Bagaimana cara anda mengetahui ketika anjing anda sedang merasa senang. Adakah bahasa tubuh yang seringkali diperlihatkan anjing anda?
4	Bagaimana cara anda mengetahui ketika anjing anda sedang merasa cemas atau takut. Adakah bahasa tubuh yang seringkali diperlihatkan anjing anda?
5	Bagaimana cara anda mengetahui ketika anjing anda sedang marah atau berperilaku agresif. Adakah bahasa tubuh yang seringkali diperlihatkan anjing anda?
6	Bagaimana cara anda mengetahui ketika anjing anda sedang merasa stres? Adakah bahasa tubuh yang seringkali diperlihatkan anjing anda?
7	Ketika anjing anda sedang takut atau cemas, bagaimana biasanya respons pertama anda?
8	Apakah anda pernah digigit anjing anda? Jikalau ya, apakah anda menyadari adanya sinyal atau tanda yang diberikan anjing anda sebelum menggigit?
9	Apakah anda sering mencari informasi mengenai bahasa tubuh anjing? Jikalau ya, dimana anda biasa mencari informasi tersebut? Jikalau tidak, apa kesulitan yang anda alami?
10	Menurut anda, apa kekurangan atau kelemahan media informasi mengenai bahasa tubuh anjing yang pernah anda lihat sebelumnya?
11	Jikalau ada media informasi yang membahas mengenai bahasa tubuh anjing, apakah anda akan tertarik?

Follow-up: Apakah anda memiliki saran mengenai gaya visual, penyampaian konten, atau fitur yang menarik untuk diterapkan?

Sebelum melakukan FGD, masing-masing peserta akan menandatangani NDA (*Non-Disclosure Agreement*) untuk memastikan bahwa data-data yang diberikan sudah mendapatkan persetujuan untuk digunakan untuk kepentingan penelitian. FGD akan dilakukan secara *online* memanfaatkan *software* “Google Meet”. Hal ini dikarenakan lokasi peserta FGD yang terpencar serta agar sesi FGD dalam berjalan lebih fleksibel. Peralatan yang digunakan untuk melaksanakan FGD adalah laptop untuk menjalankan pertemuan “Google Meet” dan melakukan dokumentasi berupa rekaman serta *handphone* untuk mendapatkan rekaman suara *backup*.

3.3.4 Studi Eksisting

Teknik pengumpulan data yang digunakan selanjutnya adalah studi eksisting. Studi eksisting dilakukan untuk melihat perancangan serupa yang pernah dibuat sebelumnya untuk dianalisis dan dievaluasi untuk memperkuat proses perancangan yang akan dibuat kedepannya. Studi eksisting dilakukan terhadap *website* “Ezypolis”, “Cesar”, dan “Halodoc”.

3.3.5 Studi Referensi

Teknik pengumpulan data terakhir yang digunakan adalah studi referensi. Studi referensi dilakukan untuk mencari referensi dari media-media eksisting serupa yang dapat membantu proses perancangan kedepannya. Studi referensi bermanfaat proses pengambilan keputusan agar dapat merancang media yang lebih efektif, relevan, dan tepat sasaran dengan kebutuhan target desain. Studi referensi dilakukan terhadap *website* “Kin Dog Food”, “Woof”, “Recorder Factory” dan buku “Doggie Language” karya Lili Chin.