

## **BAB III**

### **METODOLOGI PERANCANGAN**

#### **3.1 Subjek Perancangan**

Berikut ini merupakan subjek perancangan pada perancangan buku aktivitas Museum Lampung Ruwa Jurai:

##### **1. Demografi**

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- b. Usia : 18-25 tahun

Individu yang memasuki fase dewasa awal umumnya berada pada rentang usia 18 hingga 25 tahun, yang merupakan tahap transisi perkembangan dari masa remaja menuju kedewasaan (Arnett, dalam Ningtias & Andriani, 2022).

- c. Pendidikan : SMA/K, D3, S1
- d. SES : SES B

Pemilihan SES B dikarenakan harga tiket masuk ke Museum Lampung “Ruwa Jurai” yaitu sebesar Rp1.000 untuk anak-anak, Rp2.000 untuk mahasiswa, dan Rp5.000 untuk dewasa, serta tingginya biaya transportasi menuju ke lokasi Museum Lampung “Ruwa Jurai” yang disebabkan karena jarak tempuh yang jauh. Menurut Realdy (2022) pengeluaran tingkat SES B sebanyak Rp3.000.00 hingga Rp5.000.000 per bulannya.

## 2. Geografis

Sebagai pusat pendidikan dan pemerintahan, Bandar Lampung memiliki konsentrasi tinggi masyarakat muda usia 18–25 tahun, baik mereka mahasiswa maupun pelajar perguruan tinggi lainnya. Oleh karena itu, akses internet di wilayah ini sangat luas dan dapat digunakan untuk kebutuhan informasi digital. Karena alasan tersebut, *website* Museum Lampung memiliki tingkat kesuksesan yang besar sebagai media yang efektif untuk minat kunjungan dan peningkatan pemahaman budaya. Menurut Departemen Kesehatan Republik Indonesia, kategori usia dewasa muda adalah 18 hingga 25 tahun (dalam Puspitasari, Damayanti, & Kusumadewi, 2022).

## 3. Psikografis

- a. Dewasa muda yang memiliki minat terhadap sejarah serta budaya lokal
- b. Dewasa muda yang menghargai warisan budaya sebagai bagian dari identitas diri
- c. Suka eksplorasi pengetahuan melalui media digital yang interaktif dan menarik

### 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

*Design Thinking* merupakan metode pemecahan masalah yang diterapkan dalam berbagai bidang seperti desain komunikasi, desain informasi, industri, hingga desain interior. Pendekatan ini digunakan untuk mendorong inovasi, mengidentifikasi peluang baru, serta mendukung perkembangan bisnis dan organisasi (Landa, 2019). Dalam konteks perancangan media informasi destinasi wisata Museum Lampung "Ruwa Jurai", pendekatan ini digunakan untuk menciptakan solusi visual yang informatif, menarik, serta sesuai dengan kebutuhan dan perilaku pengguna.

### **3.2.1 *Empathize***

Makna dari *empathize* dalam *Design Thinking* adalah proses memahami pengguna secara menyeluruh, mulai dari apa yang mereka butuhkan, bagaimana mereka bertindak, apa yang mereka rasakan, hingga cara mereka berpikir dan berhubungan dengan sekitarnya (Landa, 2019). Dalam konteks perancangan media informasi destinasi wisata Museum Lampung "Ruwa Jurai", proses *empathize* dilakukan dengan mengamati perilaku pengunjung secara langsung, melakukan wawancara kepada pihak pengelola.

### **3.2.2 *Define***

Makna dari *define* dalam *design thinking* adalah merumuskan masalah secara jelas dan fokus berdasarkan pemahaman mendalam tentang pengguna, agar solusi yang dibuat benar-benar sesuai kebutuhan mereka (Landa, 2019). Pada tahap *define*, data dari tahap *empathize* dianalisis untuk merumuskan masalah utama pengguna. Masalah difokuskan agar solusi yang dibuat tepat sasaran. Hasilnya adalah pernyataan masalah yang jelas dan berbasis kebutuhan pengguna, yang akan menjadi acuan dalam perancangan solusi berikutnya.

### **3.2.3 *Ideate***

*Ideate* berarti tahap menghasilkan ide-ide kreatif dan beragam solusi dengan berpikir bebas dan terbuka. Hal ini merupakan salah satu proses eksplorasi berbagai kemungkinan sebelum memilih ide terbaik untuk dikembangkan. (Landa, 2019). Dalam perancangan media informasi destinasi wisata Museum Lampung "Ruwa Jurai", tahap *ideate* dilakukan dengan mengumpulkan berbagai ide tentang konten, tampilan, dan fitur media yang bisa menarik perhatian pengunjung. Brainstorming dilakukan untuk berdiskusi dan mencatat semua ide tanpa menilai dulu. Setelah itu, ide-ide tersebut dipilih mana yang sesuai dan mampu memberikan hasil yang maksimal ketika diterapkan dalam media informasi tersebut.

### 3.2.4 *Prototype*

*Prototyping* merupakan langkah krusial dalam proses Design Thinking yang berfungsi untuk mewujudkan ide ke dalam bentuk konkret sehingga dapat diuji dan disempurnakan. Tahap ini bukan sekadar proses menciptakan, melainkan juga sarana untuk belajar melalui pengalaman langsung. Dengan membuat prototype, desainer dapat mengevaluasi apa yang efektif dan tidak, berdasarkan sudut pandang pengguna (Landa, 2019). Pada tahap prototyping dalam perancangan media informasi destinasi wisata Museum Lampung "Ruwa Jurai", prototipe yang dibuat berupa sebuah *website*. *Website* ini dirancang sebagai media utama untuk menyampaikan informasi seputar museum, termasuk sejarah, lokasi, jam operasional, hingga fitur interaktif seperti galeri foto dan peta digital.

### 3.2.5 *Test*

*Testing* merupakan tahap terakhir yaitu evaluasi yang berfokus pada mendapatkan masukan langsung dari pengguna untuk memastikan solusi yang dirancang sesuai dengan kebutuhan mereka. Melalui tahap ini, maka dapat mengidentifikasi kekurangan, melakukan sebuah revisi, dan memperbaiki desain *website*. Oleh sebab itu, perubahan yang dihasilkan menjadi lebih tepat sasaran dan terus berkembang (Landa, 2019). Pada tahap *testing* dalam perancangan media informasi destinasi wisata Museum Lampung "Ruwa Jurai". *Test* akan dilakukan menggunakan *website* yang telah dirancang. Oleh sebab itu, diminta untuk mengakses dan menavigasi *website* tersebut. Kemudian mendapatkan kritik dan saran terkait kemudahan *website*, informasi *website* yang jelas, visualisasi *website*, dan fitur yang tersedia.

Melalui interaksi pada *website*, maka dapat diamati bagaimana pengguna berinteraksi dengan *website*, memahami bagian mana yang bekerja dengan baik, dan mengidentifikasi bagian mana yang membingungkan atau tidak efektif. Feedback ini dapat dijadikan acuan untuk memperbaiki dan

menyempurnakan *website*, agar memastikan hasil akhirnya benar-benar memenuhi kebutuhan para pengguna.

### 3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Metode yang digunakan mengkombinasikan teknik kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan data lengkap dalam membuat media informasi tentang destinasi wisata Museum Lampung "Ruwa Jurai". Metode penelitian campuran adalah metode mengumpulkan data yang melalui dua cara, yaitu data angka (kuantitatif) dan data deskripsi (kualitatif) (Rasyid, 2022). Metode ini juga bisa menggunakan berbagai rancangan penelitian yang berdasarkan pemikiran dan teori tertentu. lalu menggabungkan keduanya. Metode ini juga bisa menggunakan berbagai rancangan penelitian yang berdasarkan pemikiran dan teori tertentu.

Untuk data kualitatif, peneliti menggunakan wawancara, observasi, dan studi eksisting. Wawancara dilakukan dengan pengurus museum untuk mendapatkan informasi dan pendapat mereka tentang kebutuhan dan masalah yang ada (Nuralan, Ummah, & Haslinda, 2022). Observasi dilakukan langsung di museum untuk melihat kondisi dan kegiatan pengunjung secara langsung (Ichsan & Ali, 2020). Studi referensi dilakukan dengan membaca berbagai sumber dan dokumen yang berkaitan agar memahami teori dan informasi penting yang mendukung penelitian. Untuk data kuantitatif, peneliti menggunakan kuesioner dengan pertanyaan tertutup yang disebarluaskan kepada pengunjung museum, bertujuan untuk mengetahui pengetahuan, minat, dan kebutuhan mereka (Dewi & Sudaryanto, 2020). Data dari semua cara ini akan dianalisis supaya media informasi yang dibuat bisa tepat guna dan sesuai dengan keinginan pengguna.

#### 3.3.1 Observasi

Observasi adalah teknik yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Selama ini, observasi lebih banyak mengandalkan indera penglihatan daripada pendengaran. Hal ini terlihat dari catatan lapangan yang biasanya berisi hal-hal yang dilihat langsung oleh peneliti atau melalui kamera sebagai alat bantu observasi (Ichsan & Ali, 2020). Pada tahap observasi, peneliti akan

mengamati langsung kondisi Museum Lampung “Ruwa Jurai” dan aktivitas pengunjung. Berikut ini merupakan objektif observasi yang akan dilakukan oleh peneliti:

### **1. Pengamatan Deskriptif**

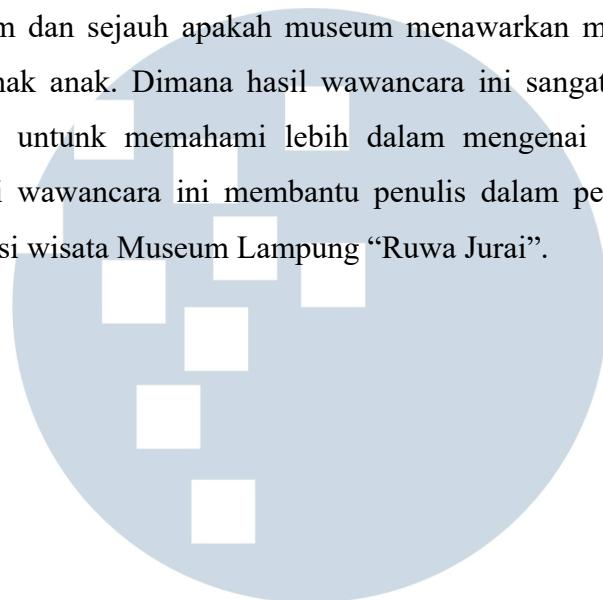
Dengan teknik observasi deskriptif, penulis dapat mengamati bagaimana Museum Lampung memberikan manfaat dalam penyelenggaraan kegiatan kunjungan bagi masyarakat dan mempelajari ragam konten pameran yang disajikan. Serta, proses dokumentasi berupa pengambilan foto di berbagai area Museum Lampung “Ruwa Jurai” yang menjadi data pendukung analisis dan foto yang akan diambil menjadi isi konten dari perancangan *website*.

#### **3.3.2 Wawancara**

Wawancara merupakan sebuah bentuk dari penyampaian informasi antara dua orang yang saling menyalurkan informasi dan ide melalui diskusi interaktif agar memperdalam pemahaman suatu topik tertentu, dengan tujuan memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai suatu topik tertentu (Nuralan, Ummah, & Haslinda, 2022). Pada tahap wawancara, peneliti akan bertemu langsung dengan pihak pengurus museum terkait untuk menggali informasi, pendapat, dan pengalaman mereka terkait destinasi wisata Museum Lampung "Ruwa Jurai". Pertanyaan disusun secara terarah untuk memahami kebutuhan serta kendala yang mereka alami. Hasil wawancara ini digunakan sebagai dasar dalam merancang media informasi yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan pengguna. Berikut ini merupakan pertanyaan wawancara yang akan dilakukan oleh peneliti

## 1. Wawancara dengan Pamong Budaya Ahli Madya Museum Lampung

Wawancara dilakukan dengan Pamong Ahli Madya Museum Lampung yaitu I Made Giri Gunadi, S.S., M.Si untuk memperoleh dan menggali lebih dalam pengetahuan mengenai Museum Lampung Ruwa Jurai, bagaimana pengelolaan sistem informasi, pengunjung mayoritas museum dan sejauh apakah museum menawarkan media pembelajaran bagi anak-anak. Dimana hasil wawancara ini sangatlah berguna bagi penulis untuk memahami lebih dalam mengenai museum sehingga melalui wawancara ini membantu penulis dalam perancangan *website* destinasi wisata Museum Lampung “Ruwa Jurai”.



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Tabel 3.1 Pertanyaan Wawancara

No.	Pertanyaan	Tujuan
1.	Boleh memperkenalkan dirinya terlebih dahulu pak nama panjang, jabatan apa dan dari institusi mana	Untuk mengetahui data diri dari nara sumber
2.	Bagaimanakah sejarah singkat awal berdirinya Museum Lampung "Ruwa Jurai"?	Untuk mengetahui lebih dalam latar belakang dan sejarah awal berdirinya Museum Lampung "Ruwa Jurai"
3.	Siapakah mayoritas pengunjung Museum ini dan apa tujuan utama mereka dalam berkunjung?	Untuk mengetahui lebih dalam profil dan motivasi utama pengunjung museum.
4.	Apa saja koleksi utama yang ada di museum saat ini?	Untuk memahami ragam koleksi yang menjadi daya tarik utama museum.
5.	Informasi apa yang sering ditanyakan oleh pengunjung?	Untuk mengetahui kebutuhan informasi yang paling diminati pengunjung.
6.	Adakah informasi penting yang sebaiknya diketahui pengunjung, namun belum disampaikan, misalnya terkait kewajiban berpakaian sopan dan rapi?	Untuk menggali informasi tambahan yang perlu disampaikan demi kenyamanan pengunjung.
7.	Bagaimana saat ini pengelolaan informasi museum dilakukan?	Untuk memahami sistem pengelolaan dan penyebaran informasi di museum.
8.	Apa alasan Museum Lampung hingga saat ini belum memiliki <i>website</i> resmi sebagai media informasi digital?	Untuk mengetahui kendala yang menyebabkan belum adanya <i>website</i> resmi museum.
9.	Apakah Museum Lampung sudah memiliki dokumentasi digital tentang koleksi dan sejarah yang bisa diakses secara online?	Untuk menilai sejauh mana proses digitalisasi koleksi dan sejarah museum telah dilakukan.
10.	Saat ini apakah ada platform digital yang dimiliki oleh museum?	Untuk mengetahui media digital apa saja yang digunakan museum dalam menyebarkan informasi.
11.	Menurut Anda apa harapan di masa depan terhadap pengembangan media informasi digital untuk Museum Lampung?	Untuk menggali pandangan dan harapan museum terkait pemanfaatan teknologi digital di masa depan.
12.	Sejauh apakah museum menawarkan media pembelajaran?	Untuk mengetahui sejauh mana peran museum sebagai sarana pembelajaran

### 3.3.3 Kuesioner

Kuesioner merupakan alat ukur pengumpulan data yang berfungsi sebagai mengidentifikasi sebuah situasi atau kejadian, yang di dalamnya terdapat serangkaian pertanyaan guna mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan penelitian (Dewi & Sudaryanto, 2020). Pada tahap kuesioner, peneliti akan menyebarkan formulir berisi pertanyaan tertutup kepada responden. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan data mengenai pengetahuan, minat, dan kebutuhan mereka terhadap destinasi wisata Museum Lampung "Ruwa Jurai". Hasil dari kuesioner ini akan dianalisis untuk membantu merancang media informasi yang lebih tepat sasaran dan sesuai harapan pengguna. Berikut ini merupakan pertanyaan kuesioner yang akan dilakukan oleh peneliti:

Tabel 3.2 Kuesioner Section 1

<b>SECTION 1: Profile Responden</b>		<b>Goal:</b> Untuk mengetahui data dari responden
<b>PERTANYAAN</b>	<b>MODEL OPSI JAWABAN</b>	<b>JAWABAN</b>
Domisili	<i>Multiple choice</i> ( <i>Single Ans</i> )	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bandar Lampung</li><li>• Jabodetabek</li></ul>
Usia	<i>Multiple choice</i> ( <i>Single Ans</i> )	<ul style="list-style-type: none"><li>• 18 - 25</li><li>• 26 – 35</li><li>• 36 - 45</li></ul>
Jenis Kelamin	<i>Multiple choice</i> ( <i>Single Ans</i> )	<ul style="list-style-type: none"><li>• Laki – Laki</li><li>• Perempuan</li></ul>

*Section* awal dari kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh informasi demografis dari responden, sehingga penulis dapat mengenali latar belakang responden dengan lebih baik.

Tabel 3.3 Tabel Kuesioner *Section 2*

<b>SECTION 2:</b> Preferensi Media Informasi		<b>Goal:</b> Untuk mengetahui preferensi media infromasi dari responden.
PERTANYAAN	MODEL OPSI JAWABAN	JAWABAN
Dari mana biasanya anda mendapatkan informasi tentang tempat wisata? (Pilih maximal 2 jawaban)	<i>Multiple choice</i> ( <i>Multiple Ans</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artikel wisata</li> <li>• <i>Website</i> resmi</li> <li>• Media sosial</li> <li>• Teman atau keluarga</li> </ul>
Apakah anda sebelumnya pernah berkunjung ke museum?	<i>Multiple choice</i> ( <i>Single Ans</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sudah pernah</li> <li>• Belum pernah</li> </ul>
Apa tujuan utama anda berkunjung ke museum?	<i>Multiple choice</i> ( <i>Single Ans</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menambah pengetahuan dan wawasan</li> <li>• Rekreasi atau hiburan</li> <li>• Kegiatan edukasi sekolah/kampus</li> </ul>

Kuesioner pada *section* kedua bertujuan mengumpulkan data mengenai perilaku, preferensi, dan kebiasaan responden yang membantu penulis dalam mengenali responden lebih dalam.

Tabel 3. 4 Tabel Kuesioner *Section 3*

<b>SECTION 3:</b> Pengetahuan Mengenai Museum Lampung		<b>Goal:</b> Untuk menggali sejauh mana pemahaman responden tentang Museum Lampung.
PERTANYAAN	MODEL OPSI JAWABAN	JAWABAN
Apakah anda pernah mendengar tentang Museum Lampung sebelumnya?	<i>Multiple choice</i> ( <i>Single Ans</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pernah</li> <li>• Belum pernah</li> </ul>
Apakah anda sebelumnya pernah mengunjungi Museum Lampung?	<i>Multiple choice</i> ( <i>Single Ads</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sudah pernah</li> <li>• Belum pernah</li> </ul>

*Section* kuesioner ini dibuat untuk mengidentifikasi pemahaman responden mengenai Museum Lampung dimana dengan begitu penulis dapat mengenali target responden lebih mendalam.

Tabel 3.5 Tabel Kuesioner Section 4

<b>SECTION 4:</b> Kebutuhan Konten Museum Lampung		<b>Goal:</b> Untuk mengetahui kebutuhan konten yang relevan bagi Museum Lampung.
<b>PERTANYAAN</b>	<b>MODEL OPSI JAWABAN</b>	<b>JAWABAN</b>
Informasi dalam bentuk gambar atau visual lebih mudah saya pahami dibandingkan hanya teks.	<i>Likert</i>	Skala 1 = Sangat Tidak Setuju  Skala 4 = Sangat Setuju
Saya lebih suka membaca informasi melalui platform digital dibandingkan media cetak.	<i>Likert</i>	Skala 1 = Sangat Tidak Setuju  Skala 4 = Sangat Setuju
Dari fitur berikut, manakah yang menurut Anda paling penting untuk tersedia di sebuah website museum? (Pilih maksimal 3 jawaban)	<i>Multiple choice (Multiple Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi koleksi</li> <li>• Jadwal acara atau pameran khusus</li> <li>• Infomasi tiket, jam buka, dan lokasi museum</li> </ul>
Dari informasi berikut, manakah yang menurut Anda paling penting untuk tersedia di sebuah website	<i>Multiple choice (Multiple Ans)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sejarah dan profil museum</li> <li>• Koleksi dan deskripsi pameran</li> </ul>

<p>museum? (Pilih maksimal memilih 3 jawaban)</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jadwal acara atau pameran khusus</li> <li>• Informasi tiket, jam buka, dan lokasi museum</li> </ul>
<p>Menurut Anda, seperti apa <i>website</i> museum yang ideal? Jika ada, Anda juga dapat menyebutkan contoh atau rekomendasi <i>website</i> yang menurut Anda menarik. (Jika tidak ada bisa menjawab dengan tanda -)</p>	<p><i>Short Answer</i></p>	<p>Jawaban dilengkapi oleh responden</p>

