

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut adalah subjek perancangan dari website mengenai kebutakan dini pada dewasa awal:

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- b. Usia : 21 – 35 tahun

Masa dewasa awal berlangsung pada umur 16 – 40 tahun, di masa ini menjadi peranan penting dalam kehidupan individu yang mengalami berbagai perubahan dan penyesuaian. Ciri – ciri ini dapat dilihat dari perubahan emosiaonal dan pembentukan identitas diri (Dwilianto et al., 2024).

- c. Pekerjaan : Mahasiswa dan Pekerja
- d. SES : A

Pada SES ini kepemilikan *smartphone* dan akses untuk internet luas di wilayah perkotaan. Gaya hidup perkotaan yang membutuhkan akses internet serta kepemilikan *smartphone* untuk kepentingan pekerjaan dan pendidikan dalam membantu aktivitas .

2. Geografis

Menurut data APJII 2025 pengguna internet di Indonesia mencapai 229,4 juta jiwa dengan rata – rata penggunaan lebih dari 5 jam per hari. Gen z menjadi kelompok paling banyak menggunakan internet selain beberapa generasi sebelumnya dan sesudahnya serta wilayah

perkotaan yang menjadi dominasi penggunaan internet serta *smartphone* karena gaya hidup.

3. Psikografis

Dewasa awal menjadi sasaran target oleh penulis karena penggunaan internet yang aktif serta memiliki kemudahan dan dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta gaya hidup yang menjadi faktor utama penggunaan internet dan *smartphone* untuk mencari informasi, hiburan, pekerjaan, dan kehidupan sosial.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang dipakai dalam perancangan media informasi ini adalah dengan metode design thinking oleh Tim Brown (2008) dalam bukunya yang berjudul “The Basics of User Experience Design”. Design thinking terdapat lima tahapan yaitu *emphasize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pada tahap *Emphasize* dilakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner untuk memahami target audiens. Tahap *Define* akan dilakukan analisis merumuskan masalah dan menentukan masalah ini yang akan diidentifikasi untuk menyelesaikan permasalahan target audiens. Tahap *Ideate* dimana tahap ini akan menghasilkan ide dari brainstorming untuk menciptakan solusi baru. Tahap *Prototype* pembuatan desain awal yang berasal dari ide dan solusi tahapan sebelumnya, lalu tahap *Test* dimana *prototype* yang sudah jadi akan diberikan langsung ke target audiens untuk di coba dan mendapatkan masukan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan wawancara dan kuesioner untuk mendapatkan data yang lebih banyak sebagai pendukung. Teknik tersebut dibutuhkan untuk mengumpulkan data dari masyarakat dan akan dianalisis untuk dijadikan ide kemudian solusi yang diberikan ke target audiens yang disasar.

3.2.1 *Emphasize*

Pada tahap *Emphasize*, penulis akan melakukan pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner, dan studi referensi untuk memahami

kebutuhan untuk audiens. Wawancara yang akan dilakukan dengan ahli dilakukan untuk memperluas pemahaman dan masalah untuk menentukan solusi yang efektif. Kuesioner sebagai data pendukung yang dapat diisi oleh banyak responden dan menjadi referensi dan data pendukung.

3.2.2 Define

Pada tahap Define, penulis akan melakukan olah data yang sudah diperoleh melalui wawancara ahli, wawancara target, kuesioner, dan studi referensi. Di tahap ini penulis akan menyusun dan menentukan masalah inti untuk memfokuskan terhadap masalah untuk dapat menentukan merancang strategi informasi yang efektif.

3.2.3 Ideate

Pada tahap Ideate, penulis akan melakukan brainstorming untuk menentukan sebuah ide yang dapat membantu penyelesaian masalah dan memperkuat pesan pada media informasi. Tahap ini penulis menggabungkan ide – ide sebelumnya yang akan dirancang menjadi satu solusi terbaik.

3.2.4 Prototype

Pada tahap Prototype, penulis membuat sebuah key visual media informasi yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah dengan key visual yang merupakan ide yang sudah ditentukan sebelumnya, lalu pembuatan prototipe yang secara berulang untuk menghasilkan solusi masalah yang sesuai dalam menyelesaikan masalah.

3.2.5 Beta Test

Pada tahap tes, merupakan dimana prototipe yang sudah dihasilkan akan diberikan langsung kepada target audiens untuk mendapatkan feedback, setelah itu penulis akan fokus kepada penyelesaian error pada prototipe dan feedback dari prototipe yang sudah teruji untuk dikembangkan lagi dan menjadi desain akhir.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik perancangan dalam penelitian akan menggunakan wawancara, kuesioner dan studi referensi untuk memahami secara mendalam pemahaman masyarakat tentang kebotakan dini. Dampak yang bisa terjadi ketika kebotakan dini tidak ditanggulangi akan menjadi masalah yang serius tidak hanya kepada fisik juga pada mental seseorang. Tujuan utama teknik pengumpulan data ini adalah untuk mendapatkan wawasan luas tentang kebotakan dini dan cara yang paling efektif untuk mencegahnya sehingga media informasi ini dirancang untuk lebih relevan dan efektif.

3.3.1 Wawancara

Penulis akan melakukan wawancara kepada beberapa narasumber yaitu kepada dokter ahli kulit dan kelamin untuk memperluas pemahaman tentang kebotakan dini dari aspek medis dan ahli. Selanjutnya wawancara akan dilakukan juga kepada target audiens yaitu dewasa awal untuk melihat pemahaman awam dari masyarakat umum tentang kebotakan dini dan cara mencegah kebotakan tersebut.

1. Wawancara Dokter Ahli Kulit dan Kelamin

Wawancara ini dilakukan dengan dokter ahli kulit dan kelamin. Untuk mendapatkan pengetahuan tentang penyakit kebotakan dini sesuai pemahaman medis gejala – gejala awal mulainya seseorang terkena penyakit tersebut dan cara mengatasinya. Melalui wawanca ini, penulis dapat melihat dari aspek profesional tentang kebotakan dini. Informasi tersebut akan membantu dalam merancang website sebagai informasi yang terpercaya dan dapat memberikan panduan kepada audiens tentang pencegahan kebotakan dini tersebut. Berikut adalah pertanyaan – pertanyaan wawancara untuk topik kebotakan dini:

- a. Menurut pandangan medis apa definisi dari kebotakan dini dan rata - rata di umur berapa kebotakan ini terjadi ?
- b. Pernahkah bapak/ibu menemukan pengidap kebotakan dini yang berumur muda ?

- c. Menurut bapak/ibu perkembangan masalah kebotakan dini di indonesia ini apakah dewasa awal atau remaja sudah mulai sadar tentang permasalahan ini ?
- d. Apakah ada cara khusus untuk menekan kebotakan dini ini dari awal terjadinya kebotakan ?
- e. Seberapa berpengaruh produk kesehatan rambut untuk kebotakan menurut bapak/ibu ?
- f. Menurut bapak/ibu apakah sudah ada media persuasi yang mengajak dewasa awal atau remaja untuk lebih sadar tentang masalah ini ?
- g. Menurut bapak/ibu kebotakan dini ini bisa menjadi permasalahan yang serius jika tidak di sadari sejak awal ?
- h. Apakah ada penyakit lain yang dapat memicu kebotakan dini tersebut ?
- i. Menurut bapak/ibu apakah ada kegiatan sehari - hari dewasa awal atau remaja yang mempercepat kebotakan dini ini terjadi ?
- j. Apakah produk seperti minoxidil dapat membantu dan menghilangkan permasalahan kebotakan dini tersebut ?
- k. Menurut bapak/ibu apakah kebotakan dini ini bisa selesai dengan menggunakan produk - produk yang diperjual belikan ?
- l. Apa yang menjadi permasalahan terbesar menurut bapak/ibu tentang kebotakan dini ini pada dewasa awal atau remaja
- m. Apa yang bapak ibu harapkan dan pesan yang ingin diberikan untuk dewasa awal atau remaja yang mengalami kebotakan dini ?

3.3.2 Kuesioner

Penulis menggunakan teknik kuesioner berjenis *random sampling* yang ditujukan kepada masyarakat tangerang dan jakarta sebanyak 50 orang dan difokuskan pada responden berusia 21 – 35 tahun untuk mengumpulkan

data mengenai pemahaman umum tentang kebotakan dini. Pertanyaan dibagi menjadi tiga bagian, yaitu tentang kesehatan rambut yang menjadi awal mula kebotakan dini dapat terjadi dan menyebar, tentang pemahaman kebotakan dini dan pandangan umum tentang kebotakan dini, dan pertanyaan tentang media yang digunakan, informasi yang didapatkan untuk menjadi data pendukung dan solusi efektif bagi target audiens. Pertanyaan kuesioner kepada dewasa awal adalah sebagai berikut:

- a. Pernahkah anda menggunakan produk – produk rambut ? (Ya/Tidak)
- b. Produk rambut apa saja yang pernah anda gunakan untuk sehari – hari (Produk Gel/Hair Powder/ Pengereng Rambut/ Tidak Pernah)
- c. Pernahkah anda melakukan pewarnaan rambut ? (Ya/Tidak)
- d. Seberapa sering anda mengubah warna rambut dengan bleaching ? (Perminggu/Perbulan/Pertahun/Tidak pernah)
- e. Pernahkah anda merasakan rambut yang kering setelah mengubah warna rambut ? (Ya, merasakan/Tidak pernah merasakan)
- f. Apakah anda pernah merasakan rambut anda yang semakin menipis ? (Ya/Tidak)
- g. Menurut anda seberapa penting perawatan rambut ? (Skala likert 1 - 6)
- h. Pernahkah anda mengetahui tentang masalah kebotakan dini ? (Ya/Tidak)
- i. Apakah anda pernah merasakan pembotakan seperti gambar berikut ? (Gambar 1. Alopecia andogenetik/Gambar 2. Alopecia Areata)
- j. Apakah anda pernah menemukan teman atau keluarga yang mengalami kebotakan dan bagaimana anda menilainya ? (Jawaban terbuka)
- k. Menurut anda, apakah kebotakan ini mempengaruhi citra diri anda ? (Jika ya, jelaskan/Tidak)

- l. Menurut anda, seberapa peduli anda dengan kebotakan dini tersebut ?
(Skala likert 1-6)
- m. Apakah kebotakan dini ini mempengaruhi aktivitas sehari – hari anda ?
(Ya, Jelaskan/ Tidak)
- n. Pernahkah anda menemukan media persuasi tentang masalah kebotakan dini ? (Ada/Belum ada)
- o. Media apa yang sering anda gunakan dalam mencari informasi ?
(Media sosial/ Website/ Buku)
- p. Pernahkah anda menemukan kampanye digital kebotakan dini pada media website maupun platform lainnya ? (Ya, Sebutkan/ Tidak)
- q. Apakah kampanye desain yang ditemukan sudah sesuai dengan topik yang dibahas ? (Ya/Tidak)
- r. Menurut anda, seberapa berpengaruh gaya visual pada kampanye digital terhadap efektivitas kampanye ? (Tentang gejala/ Pencegahan/ Pengalaman)
- s. Menurut anda, seberapa berpengaruh gaya visual untuk efektivitas kampanye desain ? (Skala likert 1-6)
- t. Bagaimana penggunaan gaya bahasa yang anda minati untuk kampanye digital ? (Formal/ Informal)
- u. Seberapa berpengaruh kampanye digital yang anda temui dalam merubah perilaku anda ? (Skala likert 1-6)

3.3.3 Studi Referensi

Penulis melakukan studi referensi sebagai dasar untuk membuat konsep sebelum merancang objek dan seluruh elemen visual pada hasil akhir. Studi referensi dilakukan untuk mencari dan mempelajari elemen yang dihasilkan agar memiliki fungsi dan estetika yang dapat diterima oleh target audiens serta bagaimana cara efektif dalam mengkomunikasikan pesan yang baik dan

menarik perhatian target audiens. Studi referensi ini dilakukan kepada beberapa website yang membahas atau memiliki tujuan untuk memberikan edukasi terhadap suatu isu seperti kesehatan atau pola hidup.

3.3.4 Studi Eksisting

Penulis akan melakukan studi eksisting pada satu website yang bergerak pada media informasi mengenai kebotakan dan kesehatan kulit. *Website* ini adalah Erha Ultimate yang digunakan penulis untuk menjadi studi eksisting berbentuk website. Dari website ini penulis akan melakukan analisis cara penyampaian komunikasi pada audiensnya menggunakan SWOT yang dibagi menjadi *strength*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats*.

