Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan metode *mixed method*. Penulis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kualitatif yang digunakan adalah dengan wawancara (*in depth interview*) dan FGD (*Focus Group Discussion*). Penulis mendokumentasikan wawancara dan FGD tersebut dalam bentuk video dan audio. Penulis juga melakukan penelitian kuantitatif dengan survei *online*.

3.2. Metode Kualitatif

3.2.1. Wawancara (*In Depth Interview*)

Salah satu metode pengambilan data kualitatif yang digunakan penulis adalah dengan wawancara atau *in depth interview*. Hal ini dilakukan penulis untuk mengetahui pandangan mahasiswa DKV di luar Universitas Multimedia Nusantara tentang DKV Universitas Multimedia Nusantara. Responden yang peneliti ambil adalah tiga orang mahasiswa SoD (*School of Design*) Bina Nusantara dan dua orang mahasiswa SoD (*School of Design*) Universitas Pelita Harapan.

3.2.1.1. Teori Wawancara

Menurut Patton, seperti dikutip oleh Sarwono (2006, hlm. 224), wawancara atau *in depth interview* dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

1. Wawancara dengan cara melakukan pembicaraan informal (*informal conversational interview*)

2. Wawancara umum yang terarah (*general interview guide approach*)

3. Wawancara terbuka yang standar (*standardized open-ended interview*)

Sarwono (2006, hlm. 224) menyatakan bahwa wawancara dimulai dengan mengemukakan topik yang umum. Ia menambahkan bahwa hal ini sesuai dengan dasar penelitian kualitatif, yakni hasil yang didapatkan harus mengungkapkan perspektif dari objek yang diteliti, bukan perspektif peneliti itu sendiri. Sarwono (2006, hlm. 225) menambahkan bahwa pewawancara harus memiliki kemauan untuk mendengar dengan sabar agar proses wawancara dapat berhasil. Selain itu, pewawancara juga harus dapat melakukan interaksi dengan responden dengan baik, dapat mengemas pertanyaan dengan baik, dan mampu menanyakan lebih dalam secara halus jika responden belum memberikan informasi yang ia harapkan.

Keunggulan utama wawancara adalah kemungkinan untuk peneliti dalam mendapatkan data yang banyak. Sementara itu, kelemahan teknik wawancara yaitu sangat dibutuhkannya kerjasama yang baik karena wawancara melibatkan aspek emosi. Pewawancara harus dapat membuat pertanyaan yang tidak menimbulkan jawaban tidak fokus. Subjek yang

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

diwawancarai dapat menjadi tertutup dan enggan menjawab secara terbuka dan jujur.

3.2.1.2. Wawancara dengan Maria Hubertin dan Kintari Mandira

Wawancara pertama dilakukan dengan responden dua orang mahasiswa SoD Bina Nusantara Kemanggisan, yaitu Nita dan Kintari. Mereka adalah mahasiswa dengan peminatan *New Media*, yang mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan desain grafis. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 25 Februari 2017 di Starbucks Bintaro.

Gambar 3.1. Wawancara dengan Maria Hubertin dan Kintari Mandira
(data pribadi penulis)

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Saat akan memilih universitas untuk belajar DKV, baik Nita dan Kintari mempertimbangkan ITB dan Bina Nusantara. Mereka menganggap DKV di ITB yang paling baik di Indonesia. Pada akhirnya Nita memilih Bina Nusantara karena merasa lebih tau hasil karya mahasiswa DKV Bina Nusantara dari pameran yang sering dilakukan. Sedangkan Kintari memilih Bina Nusantara karena menurutnya, Bina Nusantara adalah pilihan universitas swasta terbaik untuk mempelajari DKV. Mereka melihat sulit masuk ke ITB karena persaingan yang ketat.

Mereka mengaku belum mendengar banyak tentang kualitas DKV dari Universitas Multimedia Nusantara. Hal ini dikarenakan umur DKV Universitas Multimedia Nusantara pada saat itu yang masih terbilang baru.

Sistem pembelajaran di DKV Bina Nusantara dimulai dengan pemberian materi dari dosen di awal pelajaran dan diikuti dengan pemberian dan pengumpulan tugas. Menurut mereka, pembelajaran DKV di Bina Nusantara terhitung santai.

Menurut Nita, fasilitas di Bina Nusantara terhitung lengkap. Fasilitas tersebut dapat digunakan oleh mahasiswa untuk membuat tugas.

Kintari berkata bahwa pembelajaran manual dan digital di Bina Nusantara terhitung seimbang. Namun ia merasa bahwa pembelajaran DKV secara digital di Bina Nusantara tidak sedalam di Universitas Multimedia Nusantara. Di Bina Nusantara, mereka hanya diajari dasar-

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

dasar penggunaan *software*, selebihnya tergantung pada kemauan masing-masing mahasiswa untuk bereksplorasi. Nita juga menambahkan bahwa ia merasa kurang diajari untuk berkarya dari konsep.

Setelah menjadi mahasiswa DKV, mereka menganggap bahwa DKV Universitas Multimedia Nusantara sudah berkembang dengan pesat. Menurut mereka, DKV Universitas Multimedia Nusantara sedang "naik daun". Mereka juga melihat bahwa DKV Universitas Multimedia Nusantara sangat mengajarkan teknik-teknik digital.

Saat penulis bertanya tentang ciri khas DKV Universitas Multimedia Nusantara, Nita dan Kintari tidak dapat menjawab.

Secara keseluruhan, Nita dan Kintari menilai DKV Universitas Multimedia Nusantara dengan nilai 7,75 dari 10. Hal ini karena mereka melihat perkembangan DKV Universitas Multimedia Nusantara yang terhitung cepat. Mereka juga merasa DKV di Bina Nusantara sedikit menurun.

3.2.1.3. Wawancara dengan Eleonora Niza

Wawancara kedua dilakukan dengan responden seorang mahasiswa SoD Bina Nusantara Kemanggisan, yaitu Niza. Niza adalah mahasiswa dengan peminatan *Creative Advertising*, yang mempelajari periklanan dan hal-hal komersil. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 25 Februari 2017 di J.Co Gandaria City.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Gambar 3.2. Wawancara dengan Eleonora Niza
(data pribadi penulis)

Saat akan memasuki perguruan tinggi DKV, pilihan pertama Niza adalah ITB. Pilihan keduanya adalah Bina Nusantara. Ia mengaku pernah terpikir untuk masuk ke Universitas Multimedia Nusantara, tetapi pada akhirnya memilih Bina Nusantara karena DKV Universitas Multimedia Nusantara lebih muda daripada DKV Bina Nusantara. Tetapi Niza juga percaya bahwa Bina Nusantara dan Universitas Multimedia Nusantara seimbang. Di satu sisi orang lebih banyak mendengar tentang Bina Nusantara dan di sisi lain Universitas Multimedia Nusantara berada di bawah nama Kompas Gramedia. Karena Niza tidak diterima oleh ITB, ia pun masuk ke DKV Bina Nusantara.

Menurut Niza, pembelajaran DKV di Bina Nusantara sangat santai. Peraturan pun tidak ketat. Dosen juga memahami mahasiswa yang

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

membutuhkan waktu istirahat saat jam mata kuliah. Pelajaran dimulai dengan dosen yang memberi *briefing* kepada mahasiswa. Setelah itu mahasiswa dibebaskan untuk mengerjakan tugas di luar kelas, makan, dan minum. Mahasiswa diharuskan kembali ke kelas pada jam yang sudah ditentukan dengan tugas yang sudah selesai.

Niza menyatakan bahwa pembelajaran materi digital di DKV Bina Nusantara lebih banyak daripada materi manual. Materi manual yang didapat contohnya menggambar, mengecat, nirmana, dan lainnya. Materi manual dipelajari dari semester 1-3, sedangkan materi digital dipelajari dari semester 3-6.

Sama seperti Nita dan Kintari, Niza juga berpendapat bahwa materi digital yang dipelajari di DKV Bina Nusantara kurang dalam. Materi yang diajarkan hanya dasar-dasar penggunaan *software*. Bahkan, sebagai mahasiswa *Creative Advertising*, Niza tidak mendapatkan materi tentang penggunaan *software* Adobe Premiere dan Adobe AfterEffects.

Niza juga menjelaskan beberapa acara yang rutin diadakan oleh Bina Nusantara, antara lain Expo, TKH (Temu Keakraban Himpunan), *Plaza Design*, dan *Fresh & Brite*. Expo merupakan acara puncak ospek mahasiswa baru di mana seluruh fakultas dan jurusan membuka *booth* untuk mempromosikan nama mereka. TKH merupakan sebuah acara untuk mengakrabkan mahasiswa DKV Bina Nusantara dengan *outbound*. *Plaza Design* merupakan pameran yang dibuka untuk umum. Fresh & Brite

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

merupakan pameran Tugas Akhir mahasiswa DKV Bina Nusantara dengan nilai A.

Niza mengaku bahwa ia terkesan dengan hasil karya Fotografi mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara. Salah satu dosen DKV Bina Nusantara yang kebetulan juga dosen DKV Universitas Multimedia Nusantara, Mas Ari Santosa, pernah menyemangati mahasiswa DKV Bina Nusantara dengan menunjukkan hasil Fotografi mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara. Dari Fotografi tersebut terlihat semangat mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara dalam membuat tugas di mana kostum model mereka buat sendiri.

Tidak seperti Nita dan Kintari, Niza merasa bahwa DKV Bina Nusantara lebih banyak mempelajari materi digital dibandingkan dengan DKV Universitas Multimedia Nusantara. Hal ini mungkin dikarenakan perbedaan peminatan mereka.

Niza berkata hal yang unik dari DKV Universitas Multimedia Nusantara adalah keunikan masing-masing individu mahasiswanya sendiri. Menurut Niza, masing-masing mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara memiliki ciri khas masing-masing yang membedakannya dengan mahasiswa lainnya. Sedangkan di DKV Bina Nusantara, karya mahasiswanya cenderung serupa dan dapat dikenali.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Saat penulis bertanya tentang ciri khas DKV Universitas Multimedia Nusantara, Niza tidak dapat memikirkan hal apapun yang menjadi ciri khas DKV Universitas Multimedia Nusantara.

Beberapa orang yang berkecimpung di bidang kreatif pernah berkata pada Niza bahwa tiga universitas yang memilik program studi DKV yang baik adalah Bina Nusantara, Universitas Multimedia Nusantara, dan Universitas Pelita Harapan.

Secara keseluruhan, Niza menilai DKV Universitas Multimedia Nusantara dengan nilai 8,5 dari 10, sama dengan nilai yang diberikannya bagi DKV Bina Nusantara. Sementara itu ia menilai DKV Universitas Pelita Harapan dengan nilai 8 dari 10. Sebagai mahasiswa DKV Bina Nusantara, Niza percaya bahwa DKV Bina Nusantara tetap menempati posisi tertinggi.

3.2.1.4. Wawancara dengan Agnezia Margareta

Wawancara ketiga dilakukan dengan responden seorang mahasiswa SoD Universitas Pelita Harapan, yaitu Agnez. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 28 Februari 2017 di Starbucks Lippo Mall Karawaci.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Gambar 3.3. Wawancara dengan Agnezia Margareta
(data pribadi penulis)

Saat akan memilih di kampus mana ia akan belajar DKV, Agnez mempertimbangkan antara Bina Nusantara dan Universitas Pelita Harapan. Ia mengaku telah mendengar banyak hal positif tentang DKV di Bina Nusantara. Tetapi kemudian ia memilih DKV di Universitas Pelita Harapan karena mereka menawarkan program trisemester, yang berarti bahwa mahasiswa dapat selesai dengan waktu yang lebih cepat. Selain itu, ia merasa bahwa fasilitas di Universitas Pelita Harapan lebih lengkap.

Agnez juga mengaku tidak pernah mempertimbangkan Universitas Multimedia Nusantara. Tetapi ia pernah mendengar program beasiswa yang diadakan oleh Universitas Multimedia Nusantara.

Menurut Agnez, mayoritas dosen DKV Universitas Pelita Harapan santai. Mereka juga bersedia untuk membimbing mahasiswa yang belum mengerti meski di luar jam pelajaran. Agnez juga menjelaskan bahwa

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

pembelajaran mata kuliah di DKV Universitas Pelita Harapan dimulai dengan teori terlebih dahulu dan kemudian diikuti dengan praktek. Di Universitas Pelita Harapan, lebih banyak pembelajaran teori di awal-awal semester, sedangkan pembelajaran praktek lebih banyak di akhir-akhir semester.

Agnez juga merasa bahwa fasilitas di Universitas Pelita Harapan cukup lengkap. Salah satu contohnya, Universitas Pelita Harapan memiliki studio foto. Tetapi sayangnya, belum ada alat-alat milik kampus yang dapat dipinjam oleh mahasiswa, seperti kamera. Jadi, mahasiswa harus memiliki kamera atau meminjam pada orang lain untuk mempelajari mata kuliah Fotografi.

Saat ditanya mengenai apa saja yang ia ketahui tentang DKV Universitas Multimedia Nusantara, Agnez mengaku ia mengetahui tentang Ultigraph. Ia juga mengetahui tentang majalah Masterpiece. Ia mengaku terkesan dengan Ultigraph dan Masterpiece. Selain itu, ia juga pernah melihat beberapa karya mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara. Menurutnya karya-karya tersebut menunjukkan kualitas mahasiswa yang kompeten.

Agnez tidak dapat menjawab saat ditanyai tentang ciri khas DKV Universitas Multimedia Nusantara. Saat ditanyai tentang perbandingan DKV Universitas Multimedia Nusantara dengan DKV Universitas Pelita Harapan, menurutnya DKV Universitas Multimedia Nusantara sering

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

melakukan publikasi terhadap karya-karya mahasiswanya. DKV Universitas Pelita Harapan jarang melakukan pameran. Menurut Agnez, pameran hanya memamerkan Tugas Akhir saja. Pameran juga hanya dilakukan di kampus tanpa publikasi yang luas meski terbuka untuk umum.

Selain itu, di Universitas Pelita Harapan ada program trisemester. Agnez merasa bahwa ini berdampak pada jumlah materi yang diberikan. Ia pernah *sharing* dengan teman-temannya yang merupakan mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara dan ia merasa bahwa pembelajaran DKV di Universitas Multimedia Nusantara lebih banyak dan mendalam daripada di Universitas Pelita Harapan.

Universitas Pelita Harapan juga cukup jarang mengadakan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan DKV. Acara yang diadakan biasanya merupakan *workshop* di mana orang yang sudah kondang dipanggil untuk menjadi pembicara. Ada juga acara *bonding* tahunan untuk mahasiswa-mahasiswanya, *Designer's Amazing Race*. Tetapi untuk acara di mana mahasiswa bisa berkarya, Universitas Pelita Harapan cukup jarang mengadakannya.

Agnez menilai DKV di Universitas Multimedia Nusantara dengan nilai 8,5 dari 10. Hal ini karena ia melihat organisasi di DKV Universitas Multimedia Nusantara dengan rutin mempublikasikan karya-karya mahasiswanya. Selain itu, ia juga memberikan nilai 8,5 karena ia merasa

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

materi yang diajarkan di DKV Universitas Multimedia Nusantara lebih mendalam.

3.2.1.5. Wawancara dengan Archie Eka Pramudita Wijaya

Wawancara keempat dilakukan dengan responden seorang mahasiswa SoD Universitas Pelita Harapan, yaitu Archie. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 28 Februari 2017 di Starbucks Lippo Mall Karawaci.

Gambar 3.4. Wawancara dengan Archie Eka Pramudita Wijaya
(data pribadi penulis)

Saat Archie lulus SMA, ia mempertimbangkan beberapa universitas untuk mempelajari DKV, yaitu Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Pelita Harapan, Bina Nusantara, dan lainnya. Ia sempat mempertimbangkan Universitas Multimedia Nusantara karena menganggap DKV Universitas Multimedia Nusantara cukup baik. Namun, pada akhirnya ia tetap memilih Universitas Pelita Harapan karena

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Universitas Pelita Harapan mengadakan kerja sama dengan sekolahnya dulu, SMA Regina Pacis Bogor.

Archie menyatakan bahwa suasana pembelajaran DKV di Universitas Pelita Harapan dapat dibagi menjadi dua, mencekam dan menyenangkan. Suasana mencekam yang dimaksud Archie adalah saat-saat di mana dosen tidak kompeten dalam mengajar. Ia juga mengatakan bahwa ada beberapa dosen yang sering mengakhiri pelajaran jauh sebelum jam kuliah berakhir. Selain itu, ada beberapa dosen yang menurutnya terlalu tegas. Suasana menyenangkan yang dimaksud Archie adalah saat-saat di mana dosen mengajar dengan kompeten dan terstruktur.

Menurut Archie fasilitas di Universitas Pelita Harapan cukup lengkap. Baru-baru ini Universitas Pelita Harapan menyediakan *iMac Lab*. Sebelumnya, mahasiswa Universitas Pelita Harapan menggunakan Windows. Universitas Pelita Harapan juga memiliki *render studio*, studio fotografi, *mini theatre*, ruang *video editing*, dan ruang *green screen*. Universitas Pelita Harapan juga menyediakan alat-alat untuk digunakan mahasiswa di kampus seperti pen tablet, kamera, tripod, *studio lighting*, dan sebagainya.

Universitas Pelita Harapan memiliki galeri bersama. Galeri tersebut bukan hanya milik SoD dan DKV saja, tetapi juga seluruh fakultas dan jurusan Universitas Pelita Harapan. Menurut Archie, pameran

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

di galeri tersebut hanya selama satu minggu. Setelah itu karya dilepas dan diganti dengan karya dari jurusan lain.

Archie menyatakan bahwa ia mempelajari banyak teori di awal-awal semester, contohnya Filsafat. Pembelajaran di Universitas Pelita Harapan menekankan konsep dan teori. Archie menilai bahwa pembelajaran teknik terhitung kurang mendalam. Pada semester-semester terakhir, mahasiswa DKV Universitas Pelita Harapan banyak melakukan riset.

Archie mengetahui tentang Ultigraph, HMFSD, dan Galeri FSD UMN. Ia juga mengaku pernah melihat karya mahasiswa-mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara. Menurutnya, mayoritas karya-karya tersebut menggambarkan Indonesia. Ia merasa bahwa karya-karya tersebut kurang dieksplorasi, terutama dari segi referensi visual.

Saat ditanya mengenai ciri khas DKV Universitas Multimedia Nusantara, Archie tidak dapat menjawab. Namun ia berkata bahwa hasil karya animasi Universitas Multimedia Nusantara lebih baik daripada Universitas Pelita Harapan. Menurutnya, Universitas Multimedia Nusantara terlalu menekankan teknik dalam pembelajaran. DKV di Universitas Multimedia Nusantara kurang mengajarkan konsep.

Archie mengakui bahwa ia tidak mempelajari *sculpting* di Universitas Pelita Harapan. Sebagai anak Animasi, ia langsung mempelajari 3D, seperti membuat maket. Di Universitas Pelita Harapan,

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

painting merupakan mata kuliah elektif. Mahasiswa DKV Universitas Pelita Harapan juga tidak mempelajari Adobe AfterEffects. Mereka membuat *motion graphics* dengan Adobe Flash. Archie juga menyatakan bahwa pembelajaran Adobe Photoshop dirasa kurang.

Menurut Archie, nama fakultas SoD di Universitas Pelita Harapan baru berubah tiga tahun yang lalu. Sebelumnya nama fakultasnya adalah FDTP, yaitu Fakultas Desain Teknik dan Perencanaan. Saat itu ada Jurusan Sipil di fakultas tersebut. Kemudian Jurusan Sipil dipindah ke Fakultas Teknik. Semenjak itu, FDTP diubah menjadi SoD, *School of Design*. Jurusan-jurusannya antara lain Arsitektur, Interior, dan DKV. Jurusan DKV sendiri memiliki tiga peminatan, yaitu *Graphic Design*, *Animation*, dan *Cinematography*. Menurut Archie, hal ini juga bersamaan dengan diadakannya pergantian kurikulum di SoD.

Acara-acara di DKV Universitas Pelita Harapan antara lain makrab, *Dare* (*Designers' Amazing Race*), pameran, dan *workshop*.

Dari skala 1 sampai 10, Archie memberi nilai 6 untuk DKV Universitas Multimedia Nusantara. Hal ini dikarenakan karya-karya mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara kurang dieksplor, baik dari *genre*, konsep, referensi visual, dan sebagainya.

3.2.1.6. Wawancara dengan Bapak Yusup Sigit Martyastiadi

Selain melakukan wawancara dengan pihak-pihak di luar DKV Universitas Multimedia Nusantara, penulis juga melakukan wawancara

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

terkait dengan pihak-pihak di dalam DKV Universitas Multimedia Nusantara untuk mendapatkan *insight* yang sebenarnya mengenai DKV Universitas Multimedia Nusantara.

Pada 19 April 2017, penulis mendapat kesempatan untuk mewawancarai Ketua Program Studi DKV Universitas Multimedia Nusantara, Bapak Yusup Sigit Martyastiadi. Wawancara ini dilakukan di ruang dosen DKV Universitas Multimedia Nusantara, tepatnya di Gedung A Lantai 8 Universitas Multimedia Nusantara.

Gambar 3.5. Wawancara dengan Bapak Yusup Sigit Martyastiadi
(data pribadi penulis)

Pada awalnya, Bapak Yusup melihat terdapat dua pilihan untuk dirinya, yaitu industri atau pendidikan.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Bapak Yusup mengatakan bahwa ia merasa dirinya adalah pecandu *games* dan ia merasa bahwa menjadi pecandu *games* bukanlah hal yang baik. Namun ia bertekad untuk merubah hal itu menjadi hal yang baik. Ia kemudian memutuskan untuk mempelajari *games*. Tetapi, pada saat itu, di Indonesia belum ada sekolah *games* sehingga Bapak Yusup harus mempelajari *games* di luar negeri. Ia pun mencari program beasiswa dan akhirnya berhasil mendapatkan program beasiswa di Australia.

Salah satu pertimbangannya untuk masuk ke dunia industri adalah gajinya yang cukup tinggi dibandingkan dengan dunia pendidikan. Setelah melewati serangkaian proses untuk masuk menjadi Tim Produser GameLoft, pada tahap negosiasi terjadi perbedaan pendapat mengenai gaji antara Bapak Yusup dan pihak GameLoft.

Setelah itu Bapak Yusup mulai berpikir bahwa jika beliau masuk ke dunia industri, dirinya akan terus berkembang. Namun jika beliau masuk ke dunia pendidikan, beliau dapat membantu orang-orang lain untuk ikut berkembang.

Melihat beberapa pilihan kampus-kampus yang ada, Bapak Yusup melihat bahwa mayoritas kampus di Yogyakarta dan Jakarta memiliki konsep yang sama, terutama dalam perihal gedung. Bapak Yusup melihat Universitas Multimedia Nusantara membawa konsep yang baru. Hal ini terlihat dari gedung Universitas Multimedia Nusantara di Tangerang. Selain itu, Bapak Yusup juga mengetahui bahwa Universitas Multimedia

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Nusantara berada dalam naungan Kompas Gramedia Group. Pihak Universitas Multimedia Nusantara juga cepat dalam memberitakan informasi penerimaan Bapak Yusup sebagai dosen. Selain itu, dari segi gaji, Universitas Multimedia Nusantara juga menawarkan lebih. Faktor-faktor inilah yang kemudian membuat Bapak Yusup memilih DKV Universitas Multimedia Nusantara.

Bapak Yusup melamar saat ia masih berkuliah di Australia pada bulan Agustus 2010. Pada awalnya, beliau tertarik pada DKV Universitas Multimedia Nusantara karena berhubungan dengan latar belakang pendidikan beliau yang mempelajari *games* dalam multimedia. Di DKV Universitas Multimedia Nusantara juga ada mata kuliah yang berkaitan dengan *games*. Setelah melewati serangkaian proses, akhirnya Bapak Yusup dinyatakan diterima sekitar bulan November 2010. Pada bulan Desember 2010, Bapak Yusup dimintai bantuan oleh pihak kampus mengenai pengembangan kurikulum untuk tahun pengajaran berikutnya. Bapak Yusup seharusnya mulai bekerja di DKV Universitas Multimedia Nusantara pada tanggal 3 Januari 2011, tetapi saat itu beliau masuk ICU dikarenakan radang pada saluran pernapasannya karena abu volkanis saat beliau menjadi relawan erupsi Gunung Merapi. Akhirnya, beliau mulai bekerja pada tanggal 10 Januari 2011.

Menurut Bapak Yusup, DKV Universitas Multimedia Nusantara sudah banyak berkembang dari pertama kali ia masuk bekerja hingga sekarang menjabat sebagai Ketua Program Studi DKV Universitas

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Multimedia Nusantara. Bapak Yusup merupakan orang yang cukup tegas mengenai hal-hal kecil seperti aturan, administrasi, dan hal-hal lainnya. Menurut Bapak Yusup, hal-hal tersebut berpengaruh pada hal-hal yang lebih besar seperti kualitas mahasiswa itu sendiri. Bapak Yusup merasa bahwa administrasi dalam DKV Universitas Multimedia Nusantara sudah menjadi lebih baik sehingga penjaminan mutunya menjadi cukup kuat. Saat administrasi dan penjaminan mutu membaik, manajerial juga ikut membaik.

Bapak Yusup juga merasa bahwa proses dalam desain itu penting. Orientasinya tidak hanya terletak pada hasil. Alasan dan konsep di balik desain itu juga penting. Hal inilah yang melahirkan sistem sidang Tugas Akhir yang baru bagi mahasiswa-mahasiswa Desain Komunikasi Visual, di mana sidang tidak hanya terletak di akhir, tetapi juga ada sidang-sidang untuk melihat proses.

Bapak Yusup melihat bahwa kurikulum sekarang menjadi fondasi yang sangat kuat di DKV karena yang dibahas bukan hanya tentang konsep, tetapi juga implementasi. Misalnya, ITB cenderung kuat di konsep sedangkan kurang dalam hal implementasi. ISI juga kuat dalam perihal konsep. Menurut Bapak Yusup, konsep dan implementasi harus disatukan dalam DKV sehingga mahasiswa DKV siap turun ke industri maupun menjadi *entrepreneur*. Hal ini penting agar saat berhadapan dengan klien, mahasiswa dapat berbicara soal konsep maupun implementasinya. Hal inilah yang menjadi pembeda DKV zaman dulu dan sekarang.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Dengan sistem penilaian yang sudah lebih jelas dalam beberapa tahun terakhir, pihak kampus mulai memasukkan aspek Nusantara dalam kurikulum. Menurut Bapak Yusup, nama Nusantara dalam Universitas Multimedia Nusantara harus diimplementasikan dengan baik. Akhirnya, kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan karya menjadi berkaitan dengan Nusantara, baik secara visual maupun konseptual. Salah satu hal tentang Nusantara yang diimplementasikan dalam pembelajaran adalah semangat gotong royong. Hal ini dapat dinilai dalam bentuk *peer assessment*.

Menurut Bapak Yusup, penilaian sekarang juga sudah lebih objektif. Beberapa tahun yang lalu keobjektifan dalam penilaian masih kurang karena belum adanya sistem penilaian yang tetap sehingga standar masing-masing dosen berbeda-beda. Sekarang sudah ada rubrik penilaian sehingga penilaian pun lebih objektif. Hal ini kembali pada peningkatan penjaminan mutu.

Bapak Yusup juga melihat bahwa kegiatan pendukung akademis sudah berkembang pesat. Contohnya adalah Ultigraph, Nusakarya, Imago, dan sebagainya. Dulu, kegiatan-kegiatan tersebut masih diragukan kemungkinannya untuk dilakukan. Sekarang, yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana cara melakukannya. Menurut Bapak Yusup, mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara harus membanggakan baik di dalam maupun di luar Universitas Multimedia Nusantara. Kegiatan-

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

kegiatan ini menjadi wadah berkembangnya potensi mahasiswa untuk keluar dari kampus.

Bapak Yusup percaya bahwa salah satu faktor yang menjadi pembeda DKV Universitas Multimedia Nusantara dan DKV di kampus-kampus lainnya adalah Nusantara. DKV Universitas Multimedia Nusantara harus dapat mengimplementasikan aspek Nusantara ke dalam karya, baik secara visual maupun konseptual. Nusantara bukan hanya tentang batik dan wayang saja. Batik sendiri pun memiliki makna tersendiri, sedangkan batik masih digunakan tidak sesuai maknanya. Bapak Yusup menyatakan bahwa DKV Universitas Multimedia Nusantara adalah DKV yang memiliki jiwa Nusantara. Salah satu contohnya adalah nilai 5C Kompas Gramedia Group.

New media juga menjadi salah satu hal yang berusaha diusung dalam DKV Universitas Multimedia Nusantara, di mana karyamahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap munculnya media-media baru, baik media yang berbentuk fisik maupun digital. Kata "*new*" sendiri merupakan suatu istilah yang selalu beradaptasi. Kebaruan *new media* akan selalu baru. Tantangannya adalah bagaimana DKV Universitas Multimedia Nusantara akan selalu baru dapam menghadapi *new media* tersebut.

Jadi, kesimpulannya adalah, keunggulan DKV Universitas Multimedia Nusantara adalah memiliki nilai Nusantara dan pengembangan

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

new media. *New media* mungkin dapat diimplementasikan oleh kampus lain, tetapi nilai Nusantara tersebut yang menjadi keunggulannya.

Bapak Yusup merasa bahwa Universitas Multimedia Nusantara memiliki induk perusahaan yang kuat. Hal itu dapat membantu dalam menyediakan data-data riil yang berguna dalam pembelajaran.

Bapak Yusup percaya bahwa karya-karya mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara dapat menjadi *sustainable*. Ia juga percaya bahwa karya-karya tersebut harus dapat mengatasi masalah di dalam Indonesia itu sendiri.

Dalam membentuk kurikulum pembelajaran, pertama-pertama pihak kampus menentukan profil mahasiswa yang diinginkan. Dari situ muncul kurikulum baru yang akan diterapkan. Menurutnya akan ada peminatan-peminatan baru dalam DKV Universitas Multimedia Nusantara. *Interactive Media Design* akan berubah menjadi *Interaction Design* dan *Graphic Design* akan berubah menjadi *Brand Design*. Sementara itu, terdapat dua peminatan yang masih dalam tahap perancangan, yaitu *Illustration Design* dan *Information Design*. Pihak kampus percaya bahwa empat peminatan ini peluang dan kebutuhan pasarnya cukup besar.

Dari segi fasilitas, pihak kampus DKV Universitas Multimedia Nusantara memiliki komitmen untuk selalu *up to date* terhadap *hardware* maupun *software*. DKV Universitas Multimedia Nusantara bekerja sama

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

dengan perusahaan-perusahaan *software* untuk mendapatkan harga pendidikan sehingga *software* dapat didapatkan dengan harga yang lebih murah.

Secara pribadi, sebagai Ketua Program Studi DKV Universitas Multimedia Nusantara, Bapak Yusup harus memastikan bahwa visi dan misi DKV Universitas Multimedia Nusantara terlaksana dengan baik. Ia ingin mengembangkan kompeten Nusantara dalam DKV dalam bentuk *new media*. Jika hal ini terlaksana, hal lainnya juga pasti mengikuti. Bapak Yusup percaya bahwa bukan hanya kualitas mahasiswa saja yang penting, tetapi juga kualitas dosen.

Bapak Yusup melihat adanya peluang besar bagi DKV Universitas Multimedia Nusantara di masa depan. Tantangannya adalah bagaimana kita siap beradaptasi dengan apa yang dibutuhkan oleh pasar. DKV Universitas Multimedia Nusantara didominasi oleh orang-orang muda yang bekerja dengan cepat. Akibatnya, perkembangan DKV Universitas Multimedia Nusantara itu sendiri juga sangat cepat.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Gambar 3.6. Foto bersama Bapak Yusup Sigit Martyastiadi setelah wawancara (data pribadi penulis)

3.2.1.7. Wawancara dengan Bapak Mohammad Rizaldi

Pada tanggal 26 April 2017, penulis juga melakukan wawancara dengan Sekretaris Program Studi DKV Universitas Multimedia Nusantara, Bapak Mohammad Rizaldi. Wawancara ini dilakukan di ruang dosen DKV Universitas Multimedia Nusantara.

Gambar 3.7. Foto bersama Bapak Mohammad Rizaldi setelah wawancara
(data pribadi penulis)

Pertama kali beliau bergabung dengaan DKV Universitas Multimedia Nusantara sebagai dosen *part time* sejak tahun 2008, sebagai dosen tetap pada tahun 2011, dan sebagai dosen *full time* pada tahun 2014. Awalnya, beliau memutuskan untuk bergabung dengan DKV Universitas Multimedia Nusantara karena DKV Universitas Multimedia Nusantara berada di bawah naungan Kompas Gramedia Group. Beliau menyampaikan bahwa pada tahun 2008, kampus Universitas Multimedia

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Nusantara berlokasi di gedung BRI lantai 44, dan hanya menempati dua lantai saja.

Awalnya, beliau melihat bahwa Universitas Multimedia Nusantara begitu kecil, hanya seperti tempat kursus dengan murid dan dosen yang masih terbilang sangat sedikit. Bahkan, DKV Universitas Multimedia Nusantara pada waktu itu hanya memiliki dua buah kelas.

Bapak Rizaldi sebelumnya bukanlah seorang dosen, melainkan seorang profesional. Suatu ketika, ketika ia sedang melakukan sholat Jumat, seorang temannya berkata kepadanya, "Kita ini, kok, kerjaannya memperkaya orang yang sudah kaya". Memang, bekerja sebagai seorang profesional berarti salah satu kebutuhan, tepatnya aktualisasi dari hasil kompetensi yang dimiliki, dapat terpenuhi. Ekspansi *skill* dan kemampuan juga dapat dilakukan dengan baik. Tetapi ketika itu semua dilakukan dengan repetitif, beliau mengakui bahwa ada satu hal yang kurang, yaitu berbagi. Menurut beliau, bekerja sebagai seorang profesional berarti dirinya mendapat kesempatan untuk melakukan ekspansi diri tanpa dapat *sharing*. Setelah itu beliau memutuskan untuk mencari kesibukan lain. Menurut beliau, kejenuhan itu terjadi karena sesuatu dilakukan secara repetitif. Beliau menemukan dirinya semakin miskin ketika terus memperkaya orang yang sudah kaya.

Beliau kemudian melamar ke beberapa tempat, dan yang pertama kali memanggilnya adalah Universitas Multimedia Nusantara. Waktu itu,

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

beliau baru merupakan lulusan sarjana. Atas alasan tersebut, beliau mendapatkan pekerjaan sebagai dosen *part time*. Akhirnya, dalam satu minggu, beliau bekerja empat hari di kantor dan sehari di kampus. Karena beliau memiliki prestasi yang baik, maka atasannya mengabulkan permintaan ini dengan syarat bahwa beliau tidak diperkenankan untuk menceritakan hal ini kepada rekan kerja yang lain, agar tidak muncul kecemburuan sosial. Syarat yang kedua, adalah bahwa status beliau yang sudah permanen harus diturunkan menjadi karyawan kontrak. Setelah mengajar selama dua semester, beliau mendapati dirinya "mentok" lagi. Maka dari itu, ia memutuskan untuk mengambil S2 di ITB. Setelah itu, beliau baru menjadi dosen tetap. Beliau mengaku bahwa awalnya beliau juga dipanggil untuk bekerja sebagai dosen di Lasalle College, namun menolak tawaran tersebut karena Universitas Multimedia Nusantara memiliki gaji per jam yang lebih tinggi.

Menurut beliau, perkembangan DKV Universitas Multimedia Nusantara selama sembilan tahun terakhir mengerikan secara positif. Dulu, satu kelas yang diajarnya hanya berisikan 15 mahasiswa, dan sekarang berisikan 40 siswa. Kalau dibedakan dengan kampus lain, Universitas Multimedia Nusantara dikelola secara profesional oleh orang-orang hebat dari Kompas, sehingga organisasi yang ada lebih teratur dan dapat berkembang dengan pesat. Selain itu, perkembangan akreditasi Universitas Multimedia Nusantara juga mengerikan secara positif. Dari yang tidak terakreditasi, menjadi terakreditasi B, kemudian terakreditasi A, dalam

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

kurun waktu yang tidak mencapai 10 tahun. Pada tahap ini, Universitas Multimedia Nusantara masih berusaha mencapai rasio dosen dan mahasiswa yang berarti DKV Universitas Multimedia Nusantara membutuhkan banyak sekali dosen. Beliau juga mengatakan bahwa banyak terdapat profesional yang tertarik bergabung dengan akademi Universitas Multimedia Nusantara.

Ketika ditanya mengenai faktor pendorong perkembangan DKV Universitas Multimedia Nusantara, beliau mengatakan bahwa salah satu faktor terpenting yang mendorong keberhasilan ini adalah karena DKV Universitas Multimedia Nusantara di-*manage* oleh orang-orang profesional dari sebuah perusahaan yang sudah berpengalaman selama sekian puluh tahun. Faktor lain seperti ketersediaan sarana dan prasarana dan profesionalitas pengajar juga tidak kalah penting dalam berkembangnya DKV Universitas Multimedia Nusantara.

Menurut beliau, hal yang harus diperbaiki adalah mengenai kurikulum. Kurikulum menjadi dasar dari cara mengajar, konten pembelajaran, serta kompetensi kelulusan. Kurikulum yang ada belum ideal. Dalam artian, kurikulum ini belum sesuai dengan standar yang ada. Ketika membicarakan edukasi, kita tidak dapat terlepas jauh dari industri. Hal ini dikarenakan sektor pendidikanlah yang menentukan kualitas dan kompetensi SDM yang akan bekerja di bidang industri. Maka dari itu, kurikulum yang ada harus menjadi *link and match* dengan kebutuhan

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

industri. Kurikulum harus selalu dievaluasi dan diperbaiki seiring berjalannya waktu.

Ciri khas DKV Universitas Multimedia Nusantara menurut beliau adalah bahwa Universitas Multimedia Nusantara adalah bagian dari Kompas. Nilai-nilai DKV Universitas Multimedia Nusantara tidak terlepas dari nilai-nilai kampus. Nilai-nilai yang ada ini juga terbawa sampai ke alumni DKV Universitas Multimedia Nusantara. Salah satu nilai yang harus terus diperjuangkan, adalah Nusantara. Meskipun demikian, Nusantara tetap harus dikemas dalan ICT, yang juga merupakan nilai dari DKV Universitas Multimedia Nusantara. Yang terakhir, adalah transformasi media. Dimana terjadi perubahan bentuk produk dari manual menjadi digital, atau dari digital menjadi 4D.

Bapak Rizaldi melihat bahwa DKV Universitas Multimedia Nusantara pasti akan lebih berkembang lagi. Ia berharap agar Universitas Multimedia Nusantara dapat menjadi kampus rujukan terhadap permasalahan yang terjadi di dunia. Tetapi untuk itu, DKV Universitas Multimedia Nusantara sendiri harus membuktikan kemampuannya. Baik dari sisi kurikulum, maupun mahasiswa, serta dosen.

Perbandingan DKV Universitas Multimedia Nusantara dengan DKV pada kampus lain, menurut beliau, adalah bahwa kurikulum yang digunakan DKV Universitas Multimedia Nusantara masih di bawah kampus lain. Akan tetapi, kurikulum yang sedang diperbaiki menurutnya

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

akan menjadi jauh lebih baik. Perbedaan kedua, ada pada sisi kemampuan konsep, kemampuan berpikir, kemampuan berargumen, serta eksekusi karya cukup baik jika dibandingkan dengan kampus lain.

3.2.1.8. Wawancara dengan Bapak Gideon K. Frederick

Wawancara dengan Bapak Gideon K. Frederick dilakukan pada 28 April 2017 di ruang dosen DKV Universitas Multimedia Nusantara.

Gambar 3.8. Foto bersama Bapak Gideon K. Frederick setelah wawancara (data pribadi penulis)

Pertama kali Bapak Gideon bekerja di DKV Universitas Multimedia Nusantara adalah pada tahun 2009 sebagai dosen *part time*. Ia kemudian menjadi dosen *full time* pada tahun 2013.

Pada awalnya, Bapak Gideon memilih untuk masuk ke DKV Universitas Multimedia Nusantara karena DKV Universitas Multimedia Nusantara berada di bawah naungan Kompas Gramedia Group. Ia melihat

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

bahwa induk perusahaan ini merupakan *brand* yang sangat kuat. Sebelumnya ia menjadi dosen di Universitas Pelita Harapan, Bina Nusantara, dan Universitas Pembangunan Jaya.

Dari tahun 2009, Bapak Gideon melihat bahwa DKV Universitas Multimedia Nusantara telah berkembang baik secara kuantitas maupun kualitas. Contohnya dapat dilihat dari akreditasi DKV Universitas Multimedia Nusantara yang sekarang sudah A. DKV Universitas Multimedia Nusantara dapat meraih akreditasi A dalam kurun waktu kurang dari 10 tahun. Sementara itu, DKV Bina Nusantara meraih akreditasi A dalam kurun waktu 25 tahun. Kampus-kampus lainnya membutuhkan waktu lebih lama lagi. Hal ini berarti bahwa Kompas Gramedia dan seluruh *staff* DKV Universitas Multimedia Nusantara serius dalam mengembangkan DKV Universitas Multimedia Nusantara.

Bapak Gideon menyatakan bahwa kurikulum merupakan sesuatu yang *intangible*. Kurikulum adalah sesuatu yang dirasakan, baik oleh mahasiswa maupun oleh dosen. Kurikulum harus terus direvisi sesuai dengan berkembangnya zaman. Tetapi, pada kenyataannya, kurikulum baru direvisi satu kali, yaitu sekarang. Bapak Gideon merasa bahwa hal ini kurang *up to date* dengan kebutuhan industri. Kurikulum DKV Universitas Multimedia Nusantara masih kurang mampu memberikan apa yang dibutuhkan oleh alumni ketika mereka masuk ke industri kreatif. Contohnya, dilihat dari mata kuliah Magang, kemampuan konseptual

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara masih terhitung rendah, tetapi tingkat *skill* dalam mengimplementasi karya sangat tinggi.

Bapak Gideon juga merasa bahwa masih ada beberapa mata kuliah yang kurang optimal. Ia merasa bahwa ada beberapa mata kuliah yang perlu ditingkatkan, ada yang perlu ditiadakan, dan ada juga yang perlu ditambahkan. Hal ini menambah alasan bahwa revisi kurikulum penting. Namun, revisi yang terlalu sering juga tidaklah baik. Bapak Gideon merasa bahwa revisi kurikulum yang ideal dalam dunia desain kurang lebih lima tahun sekali.

Bapak Gideon melihat mahasiswa-mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara terhitung cerdas. Sayangnya, mereka kurang kritis. Mereka juga kurang aktif, terutama dalam kegiatan-kegiatan pendukung akademis.

Salah satu ciri khas mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara adalah *sense of design*-nya yang selalu *up to date*. Hal ini berangkat dari demografi mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara itu sendiri, yang rata-rata *gadget savvy*. Sayangnya, hal ini tidak dilatarbelakangi oleh teori dan konsep yang kuat, melainkan hanya ikut-ikutan tren desain semata. Dengan latar belakang teori dan konsep yang kuat, mahasiswa tidak hanya bisa mengikuti tren saja, tetapi juga dapat menghasilkan sesuatu yang original. Sayangnya hal itu belum

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

tercerminkan di DKV Universitas Multimedia Nusantara. Hal ini berarti bahwa dasar teori dan konsep yang diberikan belum cukup kuat.

Menurut Bapak Gideon, Nusantara belum menjadi ciri khas DKV Universitas Multimedia Nusantara. Ciri khas Nusantara itu lebih pantas diberikan kepada Institut Teknologi Bandung, di mana kurikulum mereka berdasarkan pada Nusantara. Mahasiswa Institut Teknologi Bandung pun terbiasa melihat desain dari sudut pandang Nusantara. Mereka percaya desain dari sudut pandang Nusantara dapat menjadi baik, sehingga mereka tidak lagi melihat desain dari luar.

3.2.1.9. Wawancara dengan Bapak Aditya Satyagraha

Wawancara dengan Bapak Aditya Satyagraha dilakukan pada 19 April 2017 di ruang dosen DKV Universitas Multimedia Nusantara.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Gambar 3.9. Foto bersama Bapak Aditya Satyagraha setelah wawancara
(data pribadi penulis)

Bapak Aditya pertama kali masuk dan bekerja di Universitas Multimedia Nusantara adalah satu tahun yang lalu. Ia menjadi dosen *part time* selama satu semester, setelah itu ia menjadi dosen *full time*.

Awalnya, ia memilih DKV Universitas Multimedia Nusantara karena ia merasa nyaman di DKV Universitas Multimedia Nusantara. Ia merasa bahwa suasana di antara *staff*, dosen, karyawan, dan mahasiswa cocok dan menyenangkan. Ia mengetahui hal ini saat menjadi dosen *part time*.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Selama satu tahun bekerja di DKV Universitas Multimedia Nusantara, ia merasa belum banyak perubahan yang signifikan. Namun ia merasa bahwa kurikulum sedang membaik karena sedang dalam tahap perbaikan. DKV Universitas Multimedia Nusantara juga mendapatkan akreditasi A dan hal ini menandakan kualitas yang baik di mata masyarakat.

Bapak Aditya melihat bahwa salah satu keunggulan DKV Universitas Multimedia Nusantara adalah fasilitasnya yang lengkap dan memadai. Di sisi lain, Bapak Aditya melihat salah satu kekurangan DKV Universitas Multimedia terletak pada sumber daya manusianya. Bapak Aditya merasa bahwa jumlah tenaga dosen di DKV Universitas Multimedia Nusantara masih terhitung kurang jika dibandingkan dengan jumlah mahasiswanya yang banyak.

Bapak Aditya merasa bahwa ciri khas DKV Universitas Multimedia Nusantara terletak pada faktor ICT-nya. ICT tersebut bukan merupakan faktor diferensiasi, tetapi menjadi salah satu kekuatan DKV Universitas Multimedia Nusantara. DKV Universitas Multimedia Nusantara sangat mengikuti perkembangan teknologi. Selain itu, dosen DKV Universitas Multimedia Nusantara dituntut untuk selalu tau situasi dan kondisi di lapangan sehingga dapat mengajarkan kepada mahasiswa hal-hal yang sesuai dengan yang berada di lapangan.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

3.2.1.10. Wawancara dengan Kak Lalitya Talitha

Wawancara dengan Kak Lalitya Talitha dilakukan pada 19 April 2017 di ruang dosen DKV Universitas Multimedia Nusantara.

Gambar 3.10. Foto bersama Kak Lalitya Talitha setelah wawancara
(data pribadi penulis)

Kak Lalitya sudah bekerja di Universitas Multimedia Nusantara selama kurang/lebih satu tahun. Ia memilih DKV Universitas Multimedia Nusantara karena pembelajaran DKV-nya sesuai dengan apa yang dipelajarinya dulu sehingga ia merasa nyaman.

Menurut Kak Lalitya, selama satu tahun ini, ia melihat bahwa DKV Universitas Multimedia Nusantara telah berkembang menjadi lebih fokus. Menurutnya juga mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara mau bekerja keras sehingga dapat bersaing di luar kampus.

Dibandingkan dengan kampus tempat ia mengajar sebelumnya, Kak Lalitya merasa bahwa DKV Universitas Multimedia Nusantara lebih konsisten. Di kampus tersebut, masing-masing dosen membuat silabus masing-masing sehingga pencapaian masing-masing mahasiswa tidak dapat diukur rata. Kelebihan lainnya adalah DKV Universitas Multimedia Nusantara terus-menerus berkembang. Ia juga melihat bahwa dosen-dosen DKV Universitas Multimedia Nusantara mau terus belajar. Pihak kampus terus-menerus mengevaluasi apa yang dibutuhkan di luar sana, dan hal ini menjadi dasar pembuatan kurikulum. Hal ini dilakukan dengan harapan mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara siap terjun ke industri kreatif sehabis lulus.

Di sisi lain, Kak Lalitya merasa bahwa sumber daya manusianya masih kurang. Jumlah dosen belum sesuai dengan jumlah mahasiswa.

Menurut Kak Lalitya, salah satu faktor berkembangnya DKV Universitas Multimedia Nusantara adalah tingginya daya saing mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara di luar kampus. Mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara sering mengikuti kompetisi-kompetisi. Dosen-dosen DKV Universitas Multimedia Nusantara juga terus

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

mengarahkan mahasiswanya untuk mau mengikuti lomba-lomba. Kak Lalitya merasa bahwa karya-karya mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara sudah dapat merepresentasikan akreditasi A.

Kak Lalitya merasa bahwa kurikulum DKV Universitas Multimedia Nusantara belum ideal. Menurutnya, ada beberapa hal yang perlu dipelajari tetapi terpaksa dikalahkan oleh hal-hal yang sebenarnya tidak perlu dipelajari. Selain itu, jumlah SKS per mata kuliah juga belum sesuai. Tetapi ia menyatakan bahwa sekarang sedang diadakan evaluasi untuk pembentukan kurikulum baru yang lebih ideal.

Dari segi fasilitas, menurut Kak Lalitya fasilitas di DKV Universitas Multimedia Nusantara sudah sangat memadai. Dibandingkan dengan kampus-kampus lain, fasilitas DKV Universitas Multimedia Nusantara terhitung di atas rata-rata. Di sini fasilitas diakomodasi sepenuhnya.

Kak Lalitya merasa bahwa pengembangan kampus dapat diukur dari berbagai sisi. Ada yang berkembang hanya dengan bertambahnya cabang, ada juga yang berkembang dengan bertambahnya mahasiswa tanpa meningkatnya kualitas. Ia percaya bahwa DKV Universitas Multimedia dapat berkembang menjadi lebih baik lagi. Tidak hanya dari segi kuantitas, tetapi juga kualitas.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

3.2.1.11. Wawancara dengan Ibu Endang

Selain melakukan wawancara dengan mahasiswa DKV di luar Universitas Multimedia dan dosen DKV Universitas Multimedia Nusantara, penulis juga melakukan wawancara dengan pihak *marketing* Universitas Multimedia Nusantara. Penulis mewawancarai Ibu Endang pada tanggal 4 Mei 2017 di ruang *marketing* Universitas Multimedia Nusantara.

Gambar 3.11. Foto bersama Ibu Endang setelah wawancara
(data pribadi penulis)

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Ibu Endang menyatakan bahwa tim *marketing* melakukan promosi tahunan dalam bentuk *campus visit* yang dimulai pada tahun ajaran baru SMA/SMK/sederajat. Targetnya adalah sekolah-sekolah di seluruh Indonesia, khususnya di Jabodetabek. Kegiatan yang dilakukan dalam *campus visit* adalah pengenalan Universitas Multimedia Nusantara secara langsung. Tim *marketing* juga menginformasikan mengenai program beasiswa yang dapat diberikan kepada calon mahasiswa. Mereka dapat merasakan kuliah singkat di Universitas Multimedia Nusantara dalam program *workshop*. Tim *marketing* bekerja sama dengan Himpunan Mahasiswa Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara untuk menyampaikan materi *workshop*. Hal ini dilakukan agar pendekatan yang dilakukan dapat lebih mudah karena perbedaan umur yang tidak begitu jauh.

Slogan tim *marketing* dalam *campus visit* adalah "Sopan, Santun, Sapa". Mereka juga menyebut siswa-siswa dari sekolah yang mengikuti *campus visit* sebagai "Sahabat UMN". Hal ini dilakukan agar mereka merasa lebih dekat. Tim *marketing* juga menghimbau para panitia *campus visit* untuk memberikan kontak *social media* kepada siswa-siswa tersebut sehingga mudah bagi mereka untuk menanyakan segala sesuatunya.

Selain *campus visit*, tim *marketing* juga mendatangi sekolah-sekolah untuk presentasi maupun mengikuti pameran pendidikan. Mereka juga melakukan promosi lewat *social media*. Kontennya adalah berita-berita prestasi mahasiswa-mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

itu sendiri. Selain itu, mereka juga melakukan tes beasiswa per daerah serta pertemuan orang tua dan calon mahasiswa. Hal ini dilakukan pada bulan September hingga Januari.

Ibu Endang menyatakan bahwa promosi yang paling efektif dilakukan adalah promosi yang melibatkan tatap wajah langsung. Hal ini dikarenakan calon mahasiswa dapat langsung bertanya jika ada perihal yang tidak dipahami. Tim *marketing* juga dapat langsung memberikan jawaban tersebut.

Menurut Ibu Endang, tim *marketing* Universitas Multimedia Nusantara selalu membicarakan Kompas Gramedia Group dalam melakukan promosi. Tim *marketing* juga membicarakan tentang fasilitas, kurikulum, tenaga pengajar, dan prospek kerjanya.

Ibu Endang merasa bahwa mempromosikan DKV Universitas Multimedia Nusantara lebih mudah dibandingkan dengan program studi-program studi lainnya. Hal ini dikarenakan hasil karya mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara sudah banyak yang ada di *social media*. Hal ini menjadi portofolio mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara. Tim *marketing* dapat memperlihatkan karya-karya tersebut kepada para calon mahasiswa.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

3.2.1.12. Kesimpulan Hasil Wawancara

Berdasarkan empat wawancara yang sudah dilakukan dengan mahasiswa DKV luar Universitas Multimedia Nusantara, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. DKV Universitas Multimedia Nusantara lebih mempelajari hal-hal digital dibandingkan dengan kampus lain.
2. Acara-acara DKV Universitas Multimedia Nusantara sudah terdengar hingga ke luar kampus.
3. DKV Universitas Multimedia Nusantara berkembang pesat selama tiga tahun belakangan ini.
4. Belum ada ciri khas DKV Universitas Multimedia Nusantara yang dapat terpikirkan oleh para responden.

Berdasarkan lima wawancara yang sudah dilakukan dengan mahasiswa DKV luar Universitas Multimedia Nusantara, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Para dosen tidak memilih DKV Universitas Multimedia Nusantara karena ciri khasnya.
2. Salah satu ciri khas DKV Universitas Multimedia Nusantara adalah nilai-nilai Nusantara dalam *new media*.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

3. DKV Universitas Multimedia Nusantara berkembang dengan sangat pesat.

4. Kekurangan DKV Universitas Multimedia Nusantara adalah kurikulum yang belum ideal dan jumlah tenaga kerja yang masih kurang.

Berdasarkan wawancara yang sudah dilakukan dengan salah satu anggota tim *marketing* Universitas Multimedia Nusantara, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Selama ini tim *marketing* hanya mengkomunikasikan *emotional benefits* Universitas Multimedia Nusantara saja. *Functional benefits* Universitas Multimedia Nusantara belum pernah dikomunikasikan.

2. Tim *marketing* mempromosikan seluruh program studi Universitas Multimedia Nusantara secara bersamaan. Mereka tidak pernah mempromosikan hanya satu program studi secara khusus.

3. Cara paling efektif dalam berkomunikasi adalah dengan tatap wajah.

3.2.2. FGD (*Focus Group Discussion*)

3.2.2.1. Teori FGD

Menurut Lupton (2011, hlm. 30), *focus group discussion* adalah diskusi terstruktur dengan beberapa sampel target. Lupton (2011, hlm. 31) juga menjelaskan beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam FGD, yaitu:

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

1. *Plan your questions*

2. *Assign a moderator and assistant moderator*

3. *Create a comfortable environment*

4. *Be open-minded*

5. *Empower your participants*

6. *Be supportive but neutral*

7. *Ask one question at a time*

3.2.2.2. Proses FGD

Penulis mengadakan FGD terhadap enam mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara pada tanggal 23 Maret 2017. Nama peserta FGD yaitu:

1. Albert Christian

2. Zuhayr Izza S. Q.

3. Anchilia Alexandra

4. Staysya Dinka

5. Edvyn Tanu

6. Damai Arungsamudra

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

FGD diadakan di ruangan belakang *Student Lounge* Universitas Multimedia Nusantara. FGD ini diadakan dari pukul 18:30 hingga 20:00. FGD didokumentasikan dengan rekaman video dan audio.

Gambar 3.12. Penulis dengan para peserta FGD
(data pribadi penulis)

FGD dimulai dengan penulis menanyakan kampus-kampus DKV yang dikenal oleh responden. Mereka menjawab Universitas Multimedia Nusantara, Bina Nusantara, Universitas Pelita Harapan, Universitas Negeri Solo, Matana, Institut Teknologi Bandung, Institut Seni Indonesia, dan Maranatha. Namun, saat ditanya satu kampus DKV yang terbersit di benak responden, mayoritas menjawab Universitas Multimedia Nusantara dan Bina Nusantara. Ada juga yang menjawab Institut Teknologi Bandung dan Universitas Pelita Harapan.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Mereka mengaku telah mendengar tentang kualitas Bina Nusantara dari banyak orang. Ada juga teman mereka yang berkuliah di sana. Setelah melihat karyanya, mereka pun mengakui kualitas DKV Bina Nusantara. Di sisi lain, Universitas Multimedia Nusantara juga terngiang karena mereka percaya akan prospek kerja mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara. Hal ini juga berhubungan dengan nama Kompas Gramedia yang menaungi Universitas Multimedia Nusantara.

Saat memilih di kampus mana mereka mau mempelajari DKV, mereka mempertimbangkan Universitas Multimedia Nusantara, Bina Nusantara, Institut Teknologi Bandung, dan Universitas Pelita Harapan. Ada yang tertarik pada Universitas Pelita Harapan karena Universitas Pelita Harapan menawarkan program trisemester.

Beberapa perbandingan antara DKV Universitas Multimedia Nusantara lebih mempelajari DKV dengan teknologi. Selain itu, responden lain merasa bahwa peminatan di DKV Universitas Multimedia Nusantara kurang fokus.

Saat ditanya mengapa pada akhirnya memilih Universitas Multimedia Nusantara, sebagian besar dari mereka percaya pada nama Kompas Gramedia yang menaunginya. Ternyata hal ini juga penting di mata para orangtua. Banyak juga dari mereka yang mengaku telah mendengar tentang Universitas Multimedia Nusantara atas promosi atau kerja sama di sekolah mereka. *Public relations* Universitas Multimedia

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Nusantara juga dikenal ramah dan bersedia memberikan segala informasi yang dibutuhkan oleh para calon mahasiswa. Mereka juga bersedia menyediakan konsumsi dan transportasi bagi para calon mahasiswa. Ada juga yang mengaku memilih Universitas Multimedia Nusantara karena ia mendengar bahwa dosen-dosen DKV Universitas Multimedia Nusantara berkompeten. Selain itu, Universitas Multimedia Nusantara juga menawarkan berbagai jalur beasiswa. Mereka juga tertarik pada fasilitas lengkap dan gedung *eco-friendly* Universitas Multimedia Nusantara yang juga sering dibicarakan orang.

Para responden menjelaskan beberapa keunggulan DKV Universitas Multimedia Nusantara. Salah satunya, kurikulum yang diterapkan mendalam dan dimulai dari dasar. Menurut responden lainnya, DKV Universitas Multimedia Nusantara sering melakukan acara-acara yang terkait dengan DKV itu sendiri, seperti Ultigraph, Imago, Nusakarya, dan sebagainya. Hal ini membuat nama DKV Universitas Multimedia Nusantara semakin didengar. Selain itu, hal ini juga menunjukkan karakteristik mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara yang kreatif dan proaktif. Responden lainnya menimpali bahwa hal ini membawa keuntungan tersendiri bagi mahasiswa karena membantu mahasiswa mempromosikan diri sendiri dan karya mereka.

Selain itu, salah satu responden menambahkan bahwa ia sangat menghargai ketersediaan alat-alat kampus yang dapat dipinjam oleh mahasiswa. Hal ini sangat membantu mahasiswa yang tidak memiliki alat-

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

alat tersebut sehingga mahasiswa tidak harus membeli alat-alat tersebut untuk belajar.

Responden lainnya sangat menyukai keberadaan *ambient media* di kampus. *Ambient media* adalah media-media di luar kertas yang memanfaatkan keadaan.

Responden lainnya juga menganggap bahwa "multimedia" dalam nama Universitas Multimedia Nusantara merupakan salah satu keunggulan yang signifikan juga. Hal ini dikarenakan teknologi yang merupakan aspek penting di zaman sekarang.

Saat ditanyakan mengenai kekurangan DKV Universitas Multimedia Nusantara, salah satu responden yang pernah mempelajari desain sebelumnya menganggap bahwa materi yang diajarkan masih terlalu dangkal. Ia juga mengatakan bahwa masih ada beberapa dosen yang kurang memahami materi yang diajarkan. Beberapa dosen juga masih berpemikiran tertutup dan subjektif dalam menilai suatu tugas. Tetapi responden lainnya menganggap bahwa hal itu mungkin terjadi karena keetidaksesuaian hasil akhir dengan *brief* yang diberikan oleh dosen.

Responden lain menganggap bahwa sering terdapat masalah dalam *lab*, seperti komputer yang mati, *software* yang tidak dapat dibuka, dan sebagainya. Responden lainnya tidak setuju. Menurutnya hal ini dapat langsung dikomunikasikan kepada asisten mahasiswa dan pihak IT untuk dapat segera diselesaikan.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Saat ditanyakan mengenai kekhasan DKV Universitas Multimedia Nusantara, mereka menjawab penggunaan *ambient media* dan mahasiswa yang kreatif dan proaktif.

3.2.2.3. Kesimpulan Hasil FGD

Berdasarkan FGD yang sudah dilakukan, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Responden belum dapat menyebutkan ciri khas DKV Universitas Multimedia Nusantara secara signifikan.
2. *Public relations* Universitas Multimedia Nusantara sering melakukan promosi ke sekolah-sekolah.
3. Responden memilih DKV Universitas Multimedia Nusantara karena *emotional benefits*-nya, seperti naungan Kompas Gramedia, fasilitas yang lengkap, dan gedung yang *eco-friendly*.

3.3. Metode Kuantitatif

3.3.1. Survei *Online*

3.3.1.1. Teori Survei *Online*

Menurut Sarwono (2006, hlm. 177), tahapan dalam melaksanakan survei *online* adalah:

1. Merumuskan masalah dan tujuan penelitian
2. Menentukan sistem yang akan digunakan untuk membuat kuesioner

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

3. Membuat kuesioner untuk mengambil data

Terdapat berbagai model jawaban dalam kuesioner *online*, antara lain:

a. Mengisi

b. Memilih satu jawaban yang benar

c. Memilih lebih dari satu jawaban

d. Jawaban yang tidak berstruktur

4. Memilih calon responden

Teknik *sampling* dalam survei *online* sama dengan penelitian di lapangan, yakni dengan mempertimbangkan tujuan penelitian dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Perbedaannya terletak pada cara mengambil sampel dan menentukan sumbernya. Menurut Sarwono (2006, hlm. 184), terdapat tiga kategori sampel dalam survei *online*, yaitu:

a. *Unrestricted sample* (sampel yang tidak dibatasi)

Dalam teknik ini, siapapun pengunjung survei *online* diperbolehkan mengisi kuesioner yang disediakan. Kelemahan dari teknik ini adalah adanya kemungkinan responden tidak mewakili populasi yang dikehendaki oleh peneliti.

b. *Screened sample* (sampel yang disaring)

Dalam teknik ini, peneliti menambahkan beberapa persyaratan

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

yang berfungsi untuk membatasi responden agar sesuai dengan populasi yang dikehendaki oleh peneliti. Hasil teknik ini lebih baik dibanding dengan teknik pertama karena peneliti dapat menyaring responden yang menjawab kuesionernya.

c. *Recruited sample* (sampel yang dipilih)

Teknik ini menargetkan populasi tertentu yang akan dijadikan sampel dalam penelitian. Peneliti menentukan terlebih dahulu kriteria responden yang dipilih kemudian mengirimkan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria tersebut. Teknik ini merupakan teknik yang paling ideal karena tingkat representasinya yang tinggi.

5. Memberikan kuesioner kepada responden

Cara memberikan kuesioner kepada responden tergantung pada teknik yang digunakan dalam membuat kuesioner. Cara pertama adalah dengan memberikan *link* kuesioner kepada responden di mana responden dapat mengisinya. Cara kedua adalah dengan memasukkan kuesioner di dalam *email* yang dikirim ke responden dan meminta mereka mengisi kuesioner tersebut dengan membalas *email* tersebut.

6. Menentukan lokasi penyimpanan data jawaban responden

7. Menganalisis data

8. Menampilkan hasil penelitian secara bertahap (*progress report*)

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

9. Menjabarkan hasil penelitian akhir

Menurut Sarwono (2006, hlm. 188), keunggulan-keunggulan survei *online* adalah:

1. Jumlah populasi
2. Penghematan waktu dan biaya
3. Motivasi
4. Persyaratan *hardware* yang mudah didapatkan
5. Persyaratan *software* yang dapat dibuat sendiri

Sebaliknya, terdapat juga kelemahan-kelemahan survei *online* dan cara mengatasinya (Sarwono, 2016, hlm. 189), yaitu:

1. Jawaban tidak lengkap

   Ada kemungkinan di mana responden mengirimkan jawaban yang tidak lengkap. Hal ini dapat diatasi dengan cara mengatur sistem yang digunakan di internet untuk menolak jawaban responden yang tidak lengkap.

2. Jawaban yang tidak dapat diproses

   Ada kemungkinan di mana responden mengisi jawaban yang tidak dapat diproses, contohnya jika responden mengisi jawaban dengan teks di mana ia seharusnya mengisi jawaban dengan angka. Hal ini dapat diatasi dengan mengatur sistem yang digunakan di internet

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

untuk mengingatkan responden untuk mengirisi kuesioner dengan benar.

3. Pengiriman jawaban berulang-ulang

   Responden dapat dengan tidak sengaja mengirimkan formulir lebih dari satu kali. Hal ini dapat diatasi dengan mengatur sistem untuk memproses kuesioner yang dikirim oleh responden pertama kali saja.

4. Keamanan dan integritas data

   Salah satu kelemahan yang paling rawan di Internet adalah adanya kemungkinan siapa pun untuk mengakses kuesioner *online* tersebut. Hal ini dapat diatasi dengan memasang *password* untuk mengurangi resiko pengisian oleh orang yang tidak diinginkan.

5. Validitas

   Terdapat kecenderungan bagi para pengguna Internet untuk tidak memberikan data demografi yang benar dalam pengisian kuesioner. Hal ini berakibat pada hasil penelitian yang tidak dapat digeneralisasi. Itulah sebabnya, pencarian di Internet lebih cocok ditargetkan untuk populasi yang sudah didefinisikan secara spesifik. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan data demografi yang benar dan cocok untuk dijadikan kriteria sampel.

6. Berbagai *browser* menampilkan hasil yang berbeda

   Hal ini dapat terjadi jika peneliti menggunakan *script* dan membuat *coding* kuesioner tersebut sendiri. Hal ini dapar dicegah adalah

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

dengan menggunakan perintah tabel pada HTML dengan ukuran tidak penul pada layer monitor, mengunci posisi tampilan ke dalam kolom atau barus tabel, dan membuat *top alignment* pada setiap tampilan dalam kolom tabel.

3.3.1.2. Teori Sampel

Sarwono (2006, hlm. 120) menyimpulkan rumus pengukuran sampel oleh Isaac dan Michael sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

di mana:

n = sampel

N = populasi

d = derajat kebebasan / tingkat kesalahan

Semakin besar tingkat kesalahan yang ditoleransi maka semakin kecil jumlah sampel yang diambil. Sebaliknya, semakin kecil tingkat kesalahan yang ditoleransi, semakin besar jumlah sampel yang harus diambil.

3.3.1.3. Proses Survei *Online*

Penulis memutuskan sistem yang digunakan untuk membuat kuesioner *online*. Penulis memilih untuk menggunakan Typeform karena faktor kemudahan dalam publikasi dan ketepatan dalam statistika. Kemudian penulis merencanakan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan dalam

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

kuesioner *online*. Setelah itu penulis menentukan sampel untuk mengisi kuesioner tersebut. Penulis menggunakan teori *recruited sample* oleh Sarwono (2006, hlm. 184) di mana penulis menentukan kriteria sampel yang paling sesuai berdasarkan populasi target. Teori ini merupakan teori *sampling* paling ideal karena tingkat representasinya yang tinggi. Penulis juga menggunakan teori Isaac dan Michael yang disimpulkan oleh Sarwono (2006, hlm. 120) untuk menentukan jumlah sampel yang harus diambil. Penulis menentukan tingkat kesalahan sebesar 9% sehingga jumlah sampel yang diperlukan berjumlah 113,5946062533. Angka tersebut dibulatkan menjadi 114 orang. Penulis kemudian memberikan tautan survei *online* tersebut kepada 114 mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara.

3.3.1.4. Hasil Survei *Online*

Berikut merupakan daftar pertanyaan dan hasil survei *online* dengan total responden sebanyak 114 orang mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara:

1. Nama lengkap Anda?

   Responden diharuskan untuk mengisi jawaban. Pertanyaan ini diberikan untuk mencegah submisi hasil survei dua kali dengan responden yang sama.

2. *Email* Anda?

   Responden diharuskan untuk mengisi jawaban. Pertanyaan ini

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

diberikan agar penulis dapat menghubungi responden untuk pertanyaan lebih lanjut, baik dengan wawancara maupun FGD.

3. Pada awalnya, mengapa Anda memilih Universitas Multimedia Nusantara untuk mempelajari DKV?

   Responden diharuskan untuk memilih satu atau lebih jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

   a. UMN berada di bawah naungan Kompas Gramedia.

   b. Tertarik akan jalur beasiswa atau jalur prestasi.

   c. Lokasi yang dekat dengan rumah.

   d. Kurikulum dan pilihan peminatan.

   e. Reputasi yang baik.

   f. Kualitas alumni yang baik.

   g. Karya mahasiswa yang kompeten.

   h. Rekomendasi dari orang lain.

   i. Promosi di sekolah.

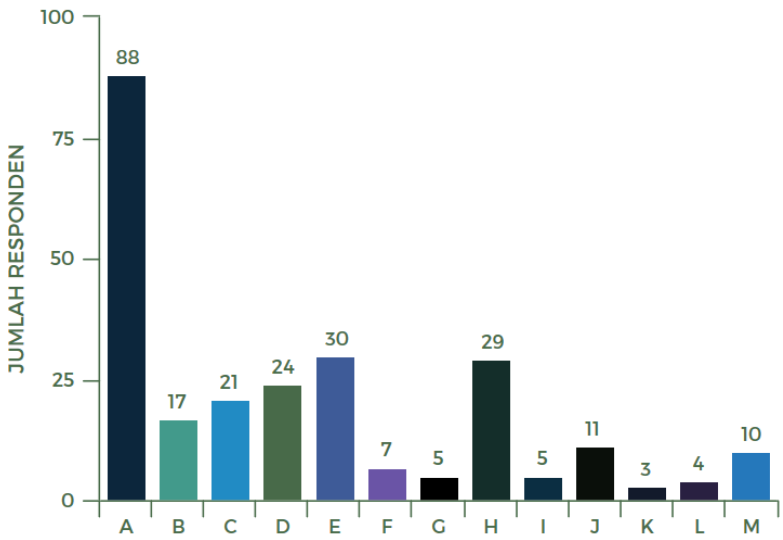
   j. Fasilitas yang canggih dan lengkap.

   k. Gedung yang unik dan *eco-friendly*.

   l. Lingkungan di sekitar kampus yang baik.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

m. Lainnya, sebutkan.



Gambar 3.13. Diagram alasan memilih DKV UMN

(data pribadi penulis)

Berdasarkan diagram tersebut, Kompas Gramedia merupakan alasan pertama dipilihnya Universitas Multimedia Nusantara untuk mempelajari DKV. Dapat juga dilihat bahwa ada 10 responden yang memilih jawaban "Lainnya". Jawaban mereka yaitu:

a. Untuk mewujudkan mimpi.

b. Sudah membayar pendaftaran.

c. UMN sering mengikuti lomba.

d. UMN merupakan pilihan satu-satunya.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

e. Tidak ada pilihan selain UMN.

f. UMN merupakan kampus baru.

g. Biaya kuliah di UMN yang terjangkau.

h. Mengikuti teman.

i. Banyak teman di UMN.

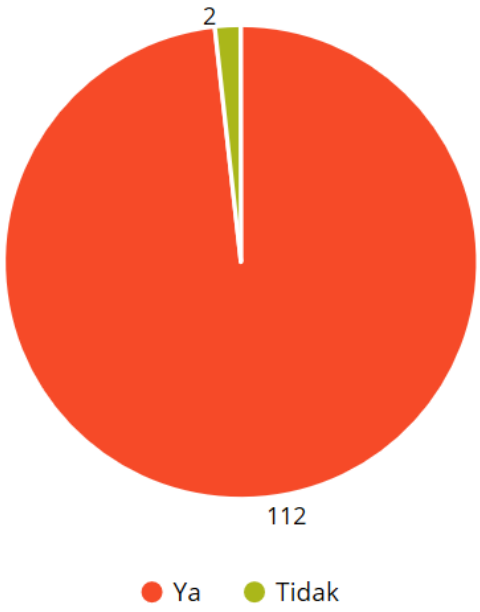
j. UMN memiliki himpunan DKV terbesar.

Tidak ada satupun responden yang menjawab bahwa ia memilih Universitas Multimedia Nusantara karena ciri khasnya.

4. Seiring waktu, pertumbuhan perguruan tinggi DKV di Indonesia semakin banyak. Menurut Anda, apakah *branding* penting bagi sebuah jurusan DKV di Indonesia untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan *positioning* mereka di masyarakat?

   Responden diharuskan memilih satu jawaban antara "Ya" dan "Tidak".

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017



Gambar 3.14. Diagram pentingnya *branding*
(data pribadi penulis)

Berdasarkan diagram tersebut, 112 dari 114 responden berpendapat bahwa *branding* penting. Penulis telah menghubungi dua responden yang menjawab bahwa *branding* tidak penting. Menurut mereka, untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan *positioning* DKV Universitas Multimedia Nusantara, kualitas internal seperti kurikulum dan kualitas pengajar juga perlu ditingkatkan.

3.3.1.5. Kesimpulan Hasil Survei *Online*

Hasil survei *online* membuktikan bahwa mayoritas mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara memilih Universitas Multimedia

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

Nusantara karena *emotional benefits*, yaitu keunggulan-keunggulan eksternal jurusan itu sendiri. Tidak ada responden yang memilih Universitas Multimedia Nusantara karena kekhasannya.

3.4. Metodologi Perancangan

Lee & Johnson (2014, hlm. 218) menjelaskan enam langkah proses perancangan periklanan sebagai berikut:

1. Mengulas rencana pemasaran

   Pada tahap pertama, perancang memahami ke mana arah perusahaan berkembang, strategi apa yang telah digunakan, dan peran yang akan dimainkan periklanan ke depannya.

2. Analisis situasi internal dan eksternal perusahaan

   Perancang kemudian menentukan situasi dan kondisi perusahaan sekarang, target pasar, tujuan periklanan, serta situasi dan kondisi pasar.

3. Menentukan tujuan periklanan

   Periklanan memiliki dua jenis tujuan, sebagai sarana pemasaran atau sarana komunikasi. Tidak semua kampanye dirancang untuk meningkatkan penjualan.

4. Mengembangkan dan melaksanakan strategi periklanan atau kreatif

   Dalam tahapan ini, perancang menentukan khalayak sasaran, konsep produk atau jasa, media periklanan yang efisien, serta pesan periklanan.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017

5. Mengembangkan dan melaksanakan strategi media

   Perancang menentukan media yang akan digunakan dengan beberapa pertimbangan seperti khalayak seperti apa yang ingin diraih, kapan dan di mana kita ingin meraih mereka, seberapa banyak orang yang perlu kita raih, dan sebagainya.

6. Mengevaluasi efektivitas periklanan

   Efektivitas sebuah iklan dapat diuji sebelum, sedang, atau sesudah disajikan ke khalayak target.

Perancangan Brand Communication..., Bernadeth Natasha, FSD UMN, 2017