

BAB III METODOLOGI DESAIN

3.1 Sistematika Perancangan Penelitian

Pada tahap awal yaitu pra-produksi, peneliti melakukan pengembangan konsep desain antarmuka yang mencerminkan identitas dan kebutuhan dari “Racelab”. Peneliti menetapkan fitur-fitur yang dibutuhkan berdasarkan analisis kebutuhan pengguna serta tujuan dari *website* ini. Selain itu, peneliti membuat *sitemap* yang menggambarkan struktur navigasi *website* untuk mempermudah peneliti dalam menavigasi halaman-halaman yang ada dalam merancang desain antarmuka. Setelah tahap pra-produksi selesai, langkah selanjutnya adalah tahap produksi, dimana peneliti merancang tata letak halaman untuk memastikan keterbacaan dan kemudahan akses informasi bagi pengguna. Menerapkan *grid* yang konsisten untuk memudahkan peneliti merancang elemen desain pada desain antarmuka pengguna dan menghasilkan konsistensi *visual* dengan pemilihan warna dan jenis huruf yang sesuai dengan identitas dari “Racelab” dan memastikan kenyamanan pengguna dalam menerima informasi. Pada tahap pasca-produksi, peneliti membangun prototipe desain antarmuka berdasarkan desain yang telah disetujui untuk diuji coba dan dievaluasi lebih lanjut. Metode *design thinking* yang digunakan untuk perancangan antarmuka *website* media promosi “Racelab” dimulai dengan tahap empati. Melalui wawancara langsung dengan pihak “Racelab”, dan Ahli Motorsport, peneliti berusaha memahami secara mendalam visi, misi, serta kebutuhan dari “Racelab” terkait penggunaan *website*. Observasi kegiatan dari “Racelab” yang menjadi kunci dalam merancang solusi yang relevan. Tahap berikutnya, tahap definisi, melibatkan analisis mendalam terhadap data wawancara, observasi, dan studi literatur untuk mengidentifikasi masalah dan peluang yang dihadapi oleh komunitas *simulator* balap.

3.2 Metode Pencarian Data

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan cara mengumpulkan dan menganalisis kedua metode tersebut. Oleh karena itu, langkah-langkah berikut diambil untuk mengumpulkan data untuk proses analisis penelitian:

1. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik “Racelab“ untuk mendapatkan informasi tentang “Racelab“, perwakilan komunitas *simulator* balap di Jabodetabek, serta wawancara dengan desainer antarmuka *website* yang telah memiliki pengalaman tentang perancangan desain antarmuka untuk mengetahui perancangan desain antarmuka yang disukai pengguna.

2. Kuesioner

Kuesioner penelitian disebarkan melalui media sosial yaitu Discord, dan Instagram Story kepada komunitas *simulator* balap untuk mendapatkan data terkait kebutuhan komunitas yang dapat diimplementasikan dalam desain antarmuka.

3. Observasi

Peneliti melakukan observasi *website* “Low Fuel Motorsport” dan “FACEIT” sebagai sumber objek penelitian dengan observasi kedua *website* tersebut dapat memberikan gambaran mengenai fitur yang dibutuhkan oleh pengguna.

3.3 Lokasi Penelitian



Gambar 3. 1 Kantor RACELAB Sim Racing.

Penelitian dilakukan secara 2 tahap yaitu wawancara online melalui Whatsapp *voice call*, dan observasi tempat penelitian dengan alamat Ruko T-Plaza, Jl. Penjernihan 1 No.1 B8, RT.10/RW.6, Bend. Hilir, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10210, dan Universitas Pembangunan Jaya.

3.4 Pengumpulan Data

1. Wawancara

Peneliti mewawancarai *founder* dan CEO dari “Racelab” yang bernama Erick Derian, beliau adalah seorang ahli *motorsport*.

Tabel 3.1 Hasil Wawancara dengan CEO “Racelab”.

No	Pertanyaan	Narasumber: Erick Derian
1	Silahkan Pak Erick untuk memperkenalkan diri, dan apa itu “Racelab” secara singkat?	Kenalkan saya Erick Derian sebagai <i>Founder</i> dan CEO dari “Racelab”, “Racelab” adalah perusahaan manufaktur peralatan <i>sim racing</i> yang berdiri sejak 2018, awalnya “Racelab” awalnya hanya projek iseng-iseng, dan ketika Covid di tahun 2020, penjualan lumayan naik sampai sekarang.
2	Kalo boleh tau, produk yang ditawarkan “Racelab” apa saja?	Produk yang kita tawarkan itu berupa Perangkat <i>Simulator</i> seperti, <i>Simulator Rig</i> , <i>Steering Wheel</i> , dan beberapa perintilan lainnya, semua kita bikin sendiri dan biasanya banyak permintaan macam-macam dari <i>customer</i> .
3	Kira-kira produk “Racelab” dijual dikisaran harga berapa?	kita jual mulai dari 8 jutaan sampai ratusan juta, balik lagi tergantung pada permintaan dan keinginan dari <i>customer</i> . Semakin <i>advanced</i> maka akan semakin mahal.
4	Dimana lokasi kantor pusat “Racelab”?	Kita punya <i>headquarter</i> di Bendungan Hilir, lebih tepatnya di Tanah Abang.
5	Apakah “Racelab” sudah mempunyai kantor cabang?	Untuk saat ini, kita baru punya 1 kantor, dan belum punya cabang dimana-mana.
6	Berapa jumlah karyawan yang bekerja di “Racelab”?	Untuk saat ini, kita sudah punya 9 karyawan, dan masih mencari beberapa teknisi.
7	Bagaimana cara “Racelab” memasarkan produk yang dijualnya?	Saat ini, kita hanya memasarkan produk melalui Tokopedia dan Instagram, dan kita juga ingin mencoba media pemasaran baru mungkin melalui <i>website</i> sekaligus untuk promosi “Racelab” yang dapat membantu komunitas <i>sim racing</i> .

8	Menurut Pak Erick, Apakah “Racelab” perlu memiliki <i>platform</i> esport <i>community-based</i> pendukung <i>Game Simulator Racing</i> , sekaligus untuk memperkenalkan <i>brand</i> “Racelab” kepada penggunanya?	Pastinya kita perlu banget, waktu itu kita belum ada kepikiran buat ngedevelop itu, tapi karena sekarang kita udah lumayan settle. Jadi kita terima kalo ada yang mau ajak kerjasama.
9	Apakah Pak Erick berkenan, jika saya mengajak dan menggunakan brand “Racelab” untuk bekerjasama dalam Perancangan Antarmuka <i>Community-Based Website</i> yang akan saya buat?	Oh boleh banget, saya dan “Racelab” bersedia untuk bekerjasama dalam menghidupkan komunitas Sim Racing di Indonesia.
10	Apa visi dan misi dari Racelab?	Visi kami, ingin menjadi produk <i>bespoke simulator</i> yang bisa bersaing secara <i>global</i> . Sedangkan misi kami, ingin membangun komunitas <i>simracing</i> Indonesia untuk bisa bersaing secara <i>global</i> .
11	Mengapa “Racelab” menggunakan warna merah, abu-abu, dan putih sebagai identitas?	Karena kami ingin memberikan kesan eksklusif pada warna hitam, putih dan kesan adrenalin untuk warna merah.

Tabel 3.2 Hasil wawancara dengan pengguna simulator balap dan ahli motorsport.

No	Pertanyaan	Narasumber: Dimas Maulana
1	Silahkan untuk memperkenalkan diri anda secara singkat	Perkenalkan, nama saya Dimas Maulana, Saya penggemar yang mendalami dunia <i>motorsport</i> .
2	Apakah anda mengenal brand “Racelab”?	Oh iya, setahu saya “Racelab” itu <i>brand</i> yang menjual perangkat <i>sim racing</i> yang baru-baru ini muncul.
3	Bagaimana menurut anda tentang produk “Racelab”?	Untuk produk “Racelab”, sangat direkomendasi untuk para pebalap <i>simulator</i> . Karena produk yang mereka buat itu cukup bagus secara <i>build quality</i> .
4	Bagaimana anda mengenal “Racelab”?	Saya mengenal “Racelab” karena diberitahui oleh teman saya, tapi untuk sekarang “Racelab” sudah punya Instagram.
5	Menurut anda, apa kekurangan dari media sosial “Racelab”?	Menurut saya, “Racelab” masih kurang informasi terkait acara yang dia selenggarakan.
6	Permainan <i>simulator</i> apa yang paling anda sering mainkan?	Permainan <i>simulator</i> yang sering saya mainkan mulai dari F1 23, Assetto Corsa, dan Euro Truck Simulator.
7	Menurut anda, apa solusi yang dapat membuat komunitas <i>simulator</i> balap berkembang?	Mungkin lebih mendukung produk-produk seperti “Racelab” dalam menyelenggarakan acara, atau mungkin

		menyediakan <i>platform</i> media untuk menyatukan komunitas.
8	Apa <i>device</i> yang sering anda gunakan untuk bermain <i>simulator</i> balap?	<i>Device</i> yang saya gunakan, Laptop dan Komputer tergantung kondisi.
9	Apakah anda punya perangkat pendukung permainan <i>simulator</i> ?	Untuk saat ini, saya baru mempunyai <i>steering wheel</i> dan belum mempunyai <i>simulator rig</i> .
10	Apakah anda tertarik untuk membeli produk “Racelab”?	Tertarik banget, berhubung saya masih mempunyai banyak kebutuhan. mungkin tidak untuk dalam waktu dekat ini, tapi akan dipertimbangkan jika dana sudah mencukupi dan sesuai kebutuhan.

Tabel 3.3 Hasil wawancara dengan pengguna produk “Racelab” dan Youtuber Formula 1.

No	Pertanyaan	Narasumber: Mike Denaldi
1	Silahkan untuk memperkenalkan diri anda secara singkat	Perkenalkan, nama saya Mike Denaldi, Saya seorang yang youtuber permainan <i>simulator</i> Formula 1.
2	Apakah anda mengenal brand “Racelab”?	“Racelab” adalah <i>brand</i> lokal yang menjual produk <i>sim racing</i> di Indonesia.
3	Bagaimana menurut anda tentang produk “Racelab”?	Produk “Racelab” secara menyeluruh bagus, karena saya juga punya salah satu produk andalannya, saya merekomendasi untuk pebalap <i>simulator</i> yang serius seperti saya.
4	Bagaimana anda mengenal “Racelab”?	Saya mengenal “Racelab” karena kebetulan Erick Derian, CEO “Racelab” kontak saya dan ingin mengajak kerjasama, dan “Racelab” yang saya tahu mereka mempunyai akun Instagram @racelabsim.
5	Menurut anda, apa kekurangan dari media sosial “Racelab”?	Menurut saya, media sosial “Racelab” masih kurang jelas terkait informasi produk ataupun acara yang mereka jalani.
6	Permainan <i>simulator</i> apa yang paling anda sering mainkan?	Permainan <i>simulator</i> yang paling sering saya mainkan itu F1 23, dan Assetto Corsa karena konten youtube saya tentang permainan <i>simulator</i> Formula 1.
7	Menurut anda, apa solusi yang dapat membuat komunitas <i>simulator</i> balap berkembang?	Mungkin menyediakan <i>platform</i> media yang bisa menghubungkan komunitas <i>simulator racing</i> .
8	Apa <i>device</i> yang sering anda gunakan untuk bermain <i>simulator</i> balap?	<i>Device</i> yang saya gunakan Komputer karena untuk <i>streaming</i> dan bikin konten.
9	Apakah anda punya perangkat	Saya menggunakan produk “Racelab”

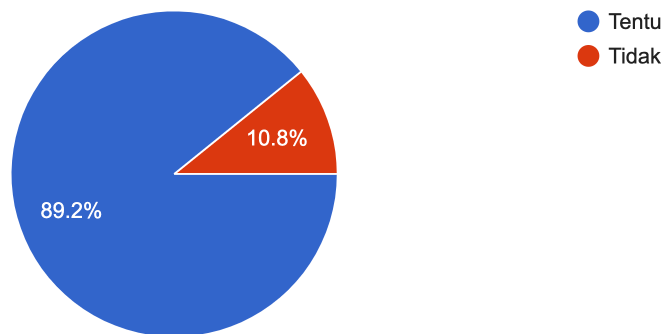
	pendukung permainan <i>simulator</i> ?	jenisnya 'Forte Series'.
10	Apakah anda tertarik untuk membeli produk "Racelab" lagi?	Pasti tertarik, karena dari dulu saya ingin punya <i>motion simulator rig</i> , mungkin suatu hari nanti, karena harganya lumayan mahal.

2. Kuesioner

Kuesioner penelitian disebarluaskan melalui media sosial yaitu Discord, dan Instagram Story kepada komunitas *simulator* balap untuk mendapatkan data terkait kebutuhan komunitas yang dapat diimplementasikan dalam desain antarmuka. Kuesioner memiliki beberapa tahap yaitu pengguna dengan umur 18-30 tahun yang berdomisili disekitar JABODETABEK yang dimulai sejak tanggal 19 Januari 2024 hingga 26 Januari 2024, dengan jumlah total responden 37 responden yang menjawab 15 pertanyaan terkait ketertarikannya dalam penggunaan media promosi sesuai preferensinya tentang *simulator* balap.

Apakah anda bermain game simulator balap?

37 responses

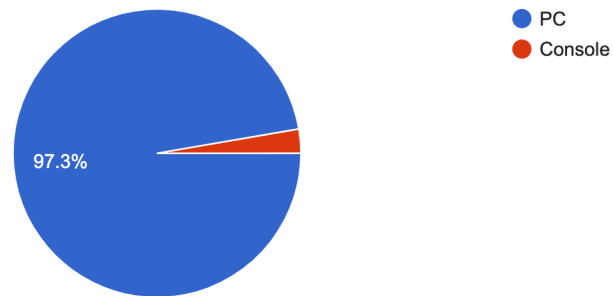


Gambar 3. 2 Kuesioner presentase pemain game simulator.

Secara keseluruhan responden kuesioner menjawab 'tentu' mengenai pengguna *game simulator* balap. Dari data ini dapat menampilkan ketertarikan pengguna khususnya komunitas *simulator* balap untuk mendukung adanya situs web media promosi berbasis komunitas. Sehingga permintaan website berbasis komunitas sebagai salah satu sarana untuk mawadahi komunitas *simulator* balap.

Apa perangkat yang anda gunakan untuk bermain game simulator balap?

37 responses

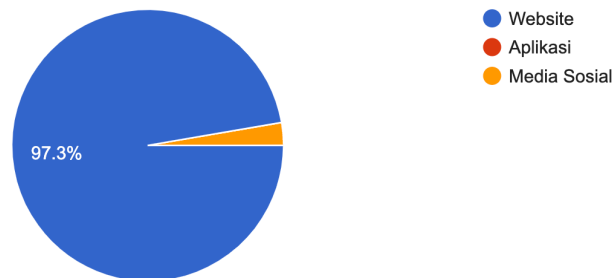


Gambar 3. 3 Presentase perangkat yang digunakan saat bermain game simulator.

Secara keseluruhan responden menggunakan perangkat PC (*Personal Computer*) untuk memainkan *game simulator* balap.

Menurut anda, media promosi seperti apa yang mudah untuk di akses saat anda bermain game?

37 responses

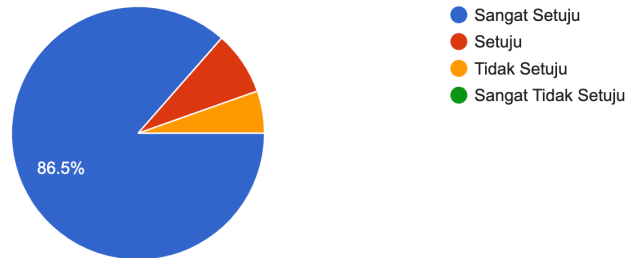


Gambar 3. 4 Presentase media promosi yang mudah diakses pengguna.

Secara keseluruhan pada pertanyaan diatas, responden memiliki preferensi untuk menggunakan *website* ketika mengakses media promosi saat bermain.

Saya setuju jika "Racelab" memiliki media promosi berbasis komunitas

37 responses

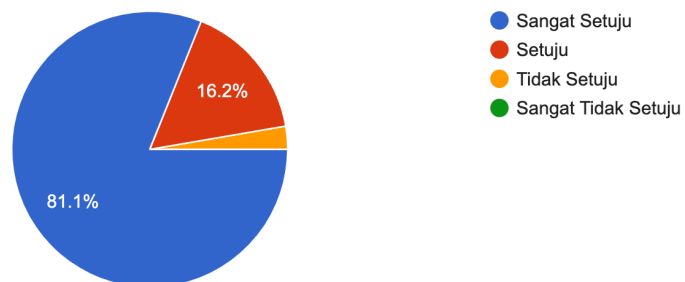


Gambar 3. 5 Presentase pengguna yang setuju dengan media promosi berbasis komunitas.

Pernyataan ini menggunakan range jawaban dengan istilah sebagai berikut 1 Sangat Setuju, 2 Setuju, 3 Tidak Setuju dan 4 Sangat Tidak Setuju. Dari jawaban pengguna yang menjawab Sangat Setuju dan Setuju lebih unggul yang dapat menggambarkan bahwa pengguna saat ini setuju jika penggunaan *website* dapat diimplementasikan oleh "Racelab" sebagai media promosi yang efektif.

Saya setuju jika website "Racelab" memiliki forum komunitas untuk sharing

37 responses



Gambar 3. 6 Presentase pengguna yang setuju dengan forum komunitas dalam website.

Pernyataan ini menggunakan range jawaban dengan istilah sebagai berikut 1 Sangat Setuju, 2 Setuju, 3 Tidak Setuju dan 4 Sangat Tidak Setuju. Dari jawaban pengguna yang menjawab Sangat Setuju dan Setuju lebih unggul yang dapat menggambarkan bahwa pengguna setuju jika forum komunitas penting dalam sebuah *website*.

3. Observasi *Website*

Peneliti melakukan observasi terhadap *community-based website* yang sudah ada dan berjalan saat ini. Peneliti menggunakan dua website sebagai acuan dalam perancangan desain antarmuka. Kedua website tersebut adalah lowfuelmotorsport.com dan faceit.com.

Tabel 3.4 Observasi website *Low Fuel Motorsport* dan *FACEIT.com*.

	Low Fuel Motorsport	FACEIT.com
Fitur	Fitur <i>matchmaking</i> yang memiliki ranking system, terfokus pada permainan <i>simulator</i> balap yaitu <i>Assetto Corsa</i> , <i>Assetto Corsa Competizione</i> , <i>WRC</i> . Informasi terkait <i>rating</i> , <i>leaderboard</i> , <i>event</i> yang akan datang cukup memadai.	FACEIT.com juga terdapat fitur <i>matchmaking</i> yang memiliki ranking system, terfokus pada permainan FPS dan AAA yaitu <i>CS2</i> , <i>LoL</i> , <i>Rocket League</i> , <i>Rainbox Six Siege</i> , <i>Dota 2</i> , <i>Team Fortress 2</i> . Informasi terkait <i>rating</i> , <i>leaderboard</i> , <i>event</i> yang akan datang cukup memadai.
Warna	Penggunaan warna <i>background</i> gelap, dengan konsistensi yang kurang selaras	Penggunaan warna <i>background</i> gelap, dengan konsistensi dan kombinasi warna yang baik.
Icon	Penggunaan <i>icon</i> yang cukup menggambarkan suatu interaksi	Penggunaan <i>outline</i> dari <i>icon</i> yang

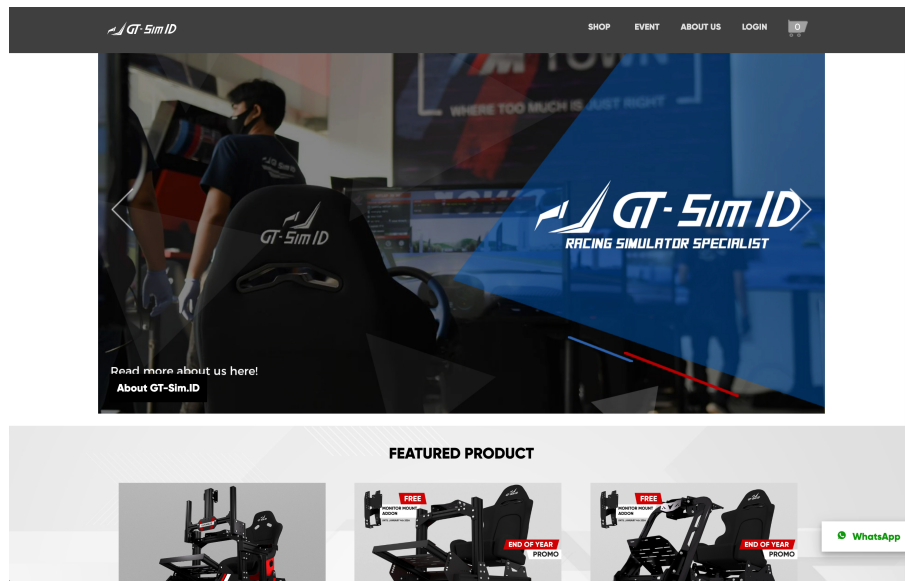
		<i>rounded.</i>
<i>Layout</i>	<i>Layout</i> yang digunakan Low Fuel Motorsport tergolong <i>fixed-layout</i> .	Layout yang digunakan FACEIT.com memiliki banyak variasi layer (progressive layout).
Tipografi	Penggunaan tipografi dengan font jenis Sans-Serif	Penggunaan font Sans-Serif yang lebih dinamis membuatnya lebih menarik.

3.5 Teknik Analisa Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis data dengan tujuan untuk mengetahui informasi dari pengguna. Teknik ini digunakan untuk memastikan bahwa desain antarmuka tidak hanya fokus terhadap aspek teknis, tetapi juga memperhatikan *feedback* dari pengalaman pengguna. Dalam penelitian ini, diperlukan beberapa teknik analisa data, sebagai berikut:

3.5.1 Analisis Pesaing

Pada penelitian ini, pesaing dari “Racelab” hanya “GT-Sim.id” yang merupakan salah satu pelopor terciptanya komunitas *simulator* balap di Indonesia. “GT-Sim.id” hadir pada awal tahun 2018 sebagai produsen perangkat *simulator*, meskipun demikian produk “GT-Sim.id” tertinggal dari segi teknologi, serta produk yang ditawarkan memiliki sedikit variasi dan tidak membebaskan konsumen dalam memenuhi keinginannya. “GT-Sim.id” telah memiliki situs web sebagai Media Promosi.



Gambar 3. 7 Website Pesaing “GT-Sim.id”.

Situs web “GT-Sim.id” tidak memiliki fitur forum bagi para penggunanya untuk berinteraksi secara langsung dengan pengguna lainnya sehingga tidak dapat bertukar informasi terkait informasi seputar *motorsport*, atau *simulator* balap. Penggunaan font pada situs web “GT-Sim.id” menggunakan jenis Sans Serif.

3.5.2. Analisis Wawancara dengan CEO “Racelab” dan Ahli Motorsport

Hasil analisis dari wawancara dengan Erick Derian, Founder dan CEO Racelab, mengungkap beberapa poin penting terkait perusahaan Racelab:

1. **Sejarah dan Produk:** Racelab adalah perusahaan manufaktur peralatan sim racing yang berdiri sejak 2018. Pada tahun 2020, penjualan produk Racelab mengalami peningkatan yang signifikan. Produk yang ditawarkan Racelab mencakup Perangkat *Simulator* seperti *Simulator Rig*, *Steering Wheel*, dan beberapa perintilan lainnya, yang semuanya diproduksi sendiri.
2. **Harga dan Lokasi:** Harga produk Racelab bervariasi mulai dari 8 jutaan hingga ratusan juta. Racelab memiliki kantor pusat di Bendungan Hilir, Tanah Abang, Jakarta.
3. **Pemasaran dan Distribusi:** Saat ini, Racelab memasarkan produknya melalui platform online seperti Tokopedia dan Instagram. Tertarik untuk

menjajaki media pemasaran baru, termasuk melalui *website*, untuk mempromosikan produk mereka secara luas.

4. **Visi dan Misi:** Visi Racelab adalah menjadi produk bespoken simulator yang mampu bersaing secara global, sementara misi mereka adalah membangun komunitas *simracing* Indonesia agar dapat bersaing di kancah global.
5. **Identitas Branding:** Racelab menggunakan warna merah, abu-abu, dan putih sebagai identitas mereka untuk memberikan kesan eksklusif dan adrenalin kepada pelanggan.

Dari hasil analisis wawancara, terlihat bahwa Racelab memiliki visi yang jelas dalam mengembangkan produknya secara global dan membangun komunitas *simulator* balap di Indonesia. Mereka juga terbuka untuk kerjasama dalam pengembangan platform esport dan desain *website* komunitas.

3.6 Kesimpulan Analisis Data

Racelab adalah pesaing utama GT-Sim.id dalam industri perangkat *simulator* balap di Indonesia. Meskipun GT-Sim.id adalah salah satu pelopor dalam komunitas *simulator* balap, mereka tertinggal dalam hal teknologi dan variasi produk yang ditawarkan. Sebaliknya, Racelab, yang didirikan pada tahun 2018, mengalami peningkatan penjualan yang signifikan pada tahun 2020 dan menawarkan berbagai produk simulator, termasuk *simulator rig* dan *steering wheel*, dengan harga bervariasi mulai dari 8 jutaan hingga ratusan juta. Racelab menjalankan operasinya dari kantor pusat di Bendungan Hilir, Tanah Abang, Jakarta, dan memasarkan produknya melalui *platform online* seperti Tokopedia dan Instagram. Mereka memiliki visi untuk menjadi pemain utama dalam industri *simulator* balap *global* dan misi untuk membangun komunitas *simracing* di Indonesia. Identitas merek Racelab ditandai dengan warna merah, abu-abu, dan putih, yang memberikan kesan eksklusif dan adrenalin kepada pelanggan.

3.7 Pemecahan Masalah

Peneliti telah menganalisis visi, misi dan kebutuhan dari “Racelab“ serta meneliti website pesaing. Berdasarkan hasil analisis tersebut, langkah pertama yang dilakukan yaitu dengan menyusun konsep desain antarmuka yang sesuai dengan visi, misi, dan kebutuhan utama “Racelab“. Membuat *sitemap* untuk mempermudah navigasi pada saat merancang. Desain tata letak halaman dan gaya *visual* akan dikembangkan secara konsisten. Proses pengembangan prototipe akan mengikuti metode *design thinking* yang diawali dengan tahap empati hingga pengujian dan evaluasi. Informasi akan disajikan secara terstruktur. *Key visual* pada perancangan *website* “Racelab” akan menyesuaikan dari karakteristik dan visi misi dari “Racelab”.