

BAB III

METODOLOGI DESAIN

3.1 Rancangan Penelitian

Pada tahap pra-produksi penelitian, dimulai dengan mengidentifikasi topik yang akan dibahas. Setelah menetapkan topik, data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, dan tinjauan literatur. Selanjutnya, konsep desain dan jenis media yang akan digunakan ditentukan. Pemilihan jenis media. Penulis menggunakan metode *design thinking*, yaitu proses yang berfokus pada pengguna untuk memahami masalah yang terjadi, dan mencari solusi alternatif. *Design thinking* terdiri dari beberapa bagian, yaitu:

- a. Empathize: Memahami dengan baik kebutuhan masyarakat.
- b. Define: Mengidentifikasi masalah utama yang sedang dihadapi saat ini.
- c. Ideate: Mengembangkan ide-ide kreatif, inovatif, dan mudah dipahami oleh masyarakat.
- d. Prototype: Membuat model awal dari solusi kampanye sosial yang dipilih menggunakan peralatan sederhana. Langkah berikutnya adalah fase produksi, di mana pembuatan desain dimulai dengan mengembangkan elemen desain yang sudah direncanakan.

Pada tahap terakhir, pengujian dilakukan untuk mengidentifikasi kesalahan dan kekurangan yang dapat diperbaiki selama tahap evaluasi, sehingga hasil penelitian dapat diimplementasikan pada desain yang telah selesai.

3.2 Jenis Penelitian

Proposal ini dirancang dengan menggunakan jenis metode penelitian yaitu, metode riset. penelitian ini dipilih untuk memastikan penggalian data yang mendalam serta solusi yang inovatif dalam rangka mencapai tujuan penelitian ini, berikut penjelasan mengenai metode kualitatif:

1. Metode Riset

Masyarakat Tangsel masih belum sadar akan dampak buruk dari penggunaan plastik bagi lingkungan, Hal ini dapat menimbulkan banyak masalah bagi lingkungan dan kehidupan, mulai dari bencana alam hingga penyakit serius bagi makhluk hidup.

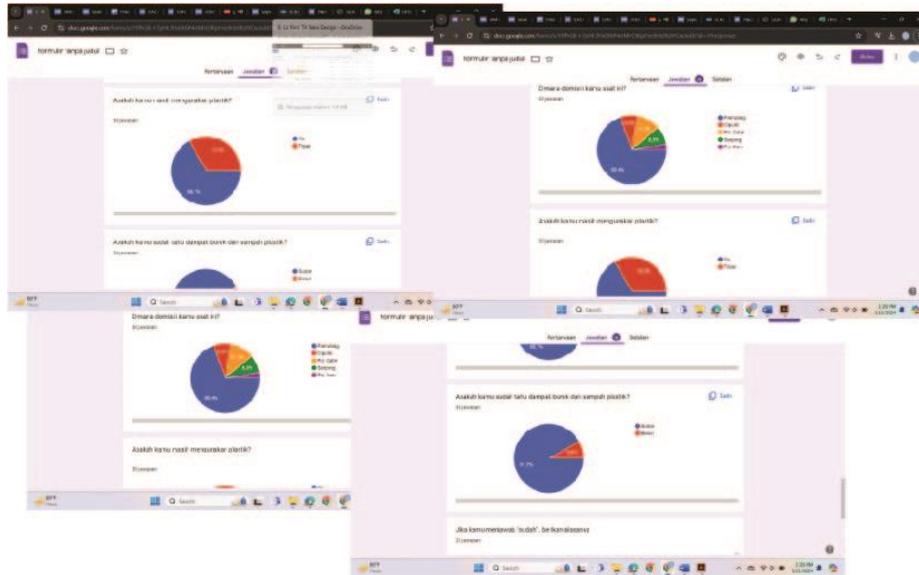
3.3 Lokasi Penelitian

Penelitian dan pengumpulan dilakukan secara Online oleh penulis menggunakan kuesioner yang diisi oleh masyarakat Tangerang Selatan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang tepat sangat penting untuk memastikan hasil yang akurat dan informatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuesioner: Peneliti menggunakan metode kuesioner yang diisi secara online melalui Google Form. Kuesioner ini merupakan alat untuk mengumpulkan data primer (Maria, 2012). Berdasarkan observasi penulis, target responden kuesioner adalah masyarakat berusia 25-30 tahun, termasuk ibu rumah tangga dan pekerja baik pria maupun wanita yang menggunakan plastik.



Gambar III.1 Tabel survei

1. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan membandingkan penelitian terhadap penelitian terdahulu. Beberapa sumber literatur yang dijadikan perbandingan:

- a. *Communication Campaign*
Buku *Communication Campaign* yang di tulis oleh Rogers, E. M., dan Storey J.D pada tahun 1987.
- b. Buku yang ditulis oleh I Ketut Suda pada tahun 2019 membahas tentang upaya penanggulangan sampah plastik selama upacara piodalan di Pura Besakih.
- c. Jurnal yang ditulis oleh Risvi Pangestu membahas tentang cara menerapkan kampanye sosial melalui desain komunikasi visual.
- d. Jurnal yang ditulis oleh Siti Qona'ah membahas strategi kampanye gerakan #BijakBerplastik PT Danone Aqua dalam memperingati Hari Lingkungan Hidup Sedunia 2018.
- e. Jurnal yang ditulis oleh Ririn Setyowati dan Surahma Asti Mulasari pada tahun 2013 membahas tentang pengetahuan dan perilaku ibu rumah tangga dalam mengelola sampah plastik.

3.5 Teknik Analisa Data

Peneliti dalam perancangan media kampanye dengan pendekatan kualitatif, kita perlu mengumpulkan informasi dari masyarakat dengan cara yang lebih mendalam. Ini dilakukan agar perancangan media kampanye tidak hanya berfokus pada aspek desain, tetapi juga memperhatikan kebiasaan dan

kesadaran masyarakat secara menyeluruh. Dalam rangka penelitian ini, diperlukan teknik-teknik pengumpulan data.

3.5.1 Analisa Kampanye Sejenis

Kampanye “berubah dari rumah” kurangi sampah plastik #berubahderumah, mulai dari bali: Berita ini melaporkan tentang kampanye yang diluncurkan oleh Liputan6.com, Jakarta, Kampanye ini merupakan aksi kolektif dari masyarakat untuk mulai mengurangi penggunaan plastik sekali pakai selama 30 hari .

