

BAB III

METODOLOGI DESAIN

3.1 Rancangan Penelitian

Metode *Design Thinking* merupakan suatu pendekatan analitis yang kritis dalam mengatasi permasalahan dan memenuhi kebutuhan pengguna. Design Thinking didefinisikan sebagai suatu strategi yang berfokus pada solusi permasalahan dan inovasi, dengan penekanan khusus pada kepentingan pengguna. Pendekatan ini membawa sejumlah keuntungan, termasuk merangsang kreativitas, pemahaman mendalam terhadap kebutuhan, dan peningkatan kepuasan pelanggan. Ada pula lima tahapan *Design Thinking* yang dapat memberikan dukungan yang signifikan dalam melaksanakan penelitian pada proyek tugas akhir ini.

1. Emphatize

Pada fase ini, peneliti melakukan pengumpulan informasi terkait komunitas skateboard Iceworks dan kondisi skatepark di Tangerang Selatan. Permasalahan yang terjadi adalah kurangnya relasi skater muda terhadap komunitas dan skater lain yang berada di Tangerang Selatan

2. Define

Pada fase ini, peneliti melakukan eksplorasi data terkait teori-teori pendukung yang dapat menjadi dasar penelitian untuk memahami penyebab kurangnya relasi para skater di Tangerang Selatan dan kurangnya fasilitas skatepark.

3. Ideate

Dalam fase ini, peneliti menemukan resolusi terhadap isu yang telah diidentifikasi dalam latar belakang serta menganalisis data yang telah terkumpul. Setelah mencapai hasil yang akan dihasilkan, langkah berikutnya bagi peneliti adalah memasuki tahap perancangan.

4. Prototype:

Setelah merancang, peneliti menguji prototype yang telah dikembangkan untuk mengevaluasi kesesuaian dan kecukupannya serta memastikan solusi memenuhi kebutuhan yang telah diidentifikasi.

5. Test:

Peneliti mengevaluasi hasil uji coba prototype untuk menentukan apakah memenuhi persyaratan dan kebutuhan yang diidentifikasi sebelumnya, memberikan kesimpulan tentang kelayakan dan kinerja prototype.

3.1.1 Jenis Penelitian

1. Metode Riset:

Pemilihan metode riset dalam penelitian tugas akhir bergantung pada jenis penelitian dan pertanyaan yang ingin dijawab. Metode yang umum digunakan termasuk kualitatif, kuantitatif, eksperimen, dan campuran. Metode kualitatif mengumpulkan data tanpa variabel atau hipotesis (Rahmawati, 2023). Penelitian menggunakan metode yaitu kualitatif deskriptif melalui wawancara dan kuesioner, yang kemudian diinterpretasikan secara deskriptif tanpa analisis statistik. Tujuannya adalah memahami fenomena secara mendalam dan menggambarkan karakteristik kualitatif data.

2. Metode Design Thinking:

Menurut Sampoerna University, Metode ini melibatkan lima tahap: empathize, define, ideate, prototype, dan test, serta analisis literatur untuk referensi teori yang relevan (Sampoerna University, 2022). Metode ini memfasilitasi peneliti dalam menggali data, mulai dari mengidentifikasi masalah hingga menemukan solusi, melalui tahapan Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test.

3.2 Lokasi Penelitian Iceworks

Lokasi penelitian ini tepatnya berada di BSD Tangerang Selatan.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan wawancara mendalam terhadap anggota komunitas serta melakukan observasi langsung di lokasi tempat komunitas bermain skateboard. Wawancara bertujuan untuk mendapatkan pandangan dan pengalaman pribadi anggota komunitas, sementara observasi memungkinkan peneliti memahami dinamika dan interaksi yang terjadi di lingkungan bermain skateboard tersebut.

Pertanyaan	Jawaban
1. Sejak kapan komunitas ini berdiri?	Mulai terbentuk tahun 2016 bertepatan di ice bsd.
2. Bagaimana komunitas ini bisa berdiri sampai sekarang?	Keseruan dan konsistensi yang membuat komunitas ini masih eksis sampai sekarang di bsd
3. Keseharian apa saja yang dilakukan oleh komunitas?	Tetap masih seputar skateboarding dengan cek spot atau nongkrong bahas skateboarding.
4. Sudah berapa event yang diadakan?	Hari hari besar seperti go sakteboarding day. Event tahunan
5. Event ini bertujuan untuk apa?	Karena pemain skate masih sedikit dan minim maka kita buat event. Untuk nyatuin anak-anak skate di Tangerang Selatan
6. Pandangan dari anggota untuk para skater yang ingin bergabung?	Sangat bagus karena komunitas Iceworks membutuhkan regenerasi untuk melanjutkan perkembangan skateboard di Tangerang Selatan BSD
7. Pandangan skateboard di Tangerang Selatan	Sudah berkembang pesat banyak para skater yang baru terjun bahkan sudah jago menguasai banyak trik

8. Video Profil apa yang dibutuhkan komunitas	Mendokumenterkan para anggota dengan berbagai macam spot dan trik yang digunakan.
---	---

Tabel 3. 1 Tabel Wawancara

3.3.1 Wawancara

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan narasumber menghasilkan data bahwa komunitas ingin para skater muda Tangerang Selatan ikut bergabung untuk mengembangkan skateboard di Tangerang Selatan. Selain itu harapan dari komunitas adalah terus beregenerasinya pemain-pemain skateboard di Tangerang Selatan.



Gambar 3. 1 Wawancara dengan Narasumber

3.3.2 Observasi

Berdasarkan hasil observasi yang di lakukan ke beberapa tempat peneliti mendapatkan data bahwa masih banyak para skater yang tidak mempunyai relasi luas. Selain itu juga banyak fasilitas skatepark yang sudah tidak layak untuk di gunakan contoh nya di Taman kota 1 dan 2.



Gambar 3. 2 Observasi Tempat

3.3.3 Hasil Studi Literatur

Penulis membahas jurnal yang berjudul ‘Perancangan Video Dokumenter Olah Raga Flag Football Sebagai Sarana’. Yang di tulis oleh Jordan Hendrico, Prayanto W.H, Hen Dian Yudani. Yang diterbitkan pada tahun 2014.

Jurnal ini memiliki latar belakang untuk mempromosikan olahraga Flag Football di Surabaya melalui pembuatan video dokumenter yang menarik dan berbeda dari video dokumenter olahraga pada umumnya. Olahraga Flag Football masih kurang dikenal di Indonesia, sehingga perlu dilakukan upaya promosi yang efektif untuk menarik minat masyarakat. Dalam jurnal ini, penulis menggunakan metode kualitatif untuk merancang video dokumenter yang dapat menarik minat masyarakat dan mencapai viewers yang banyak. Tujuan dari jurnal ini adalah untuk meningkatkan popularitas olahraga Flag Football di Surabaya dan memperkenalkannya kepada masyarakat luas. (Jordan Hendrico, 2014)

Permasalahan yang dihadapi dalam jurnal ini adalah kurangnya popularitas olahraga Flag Football di Surabaya dan Indonesia pada umumnya. Hal ini membuat masyarakat kurang tertarik untuk mencoba olahraga ini. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya promosi yang efektif untuk menarik minat masyarakat dan memperkenalkan olahraga ini kepada mereka. Selain itu, pembuatan video dokumenter yang menarik dan berbeda dari video dokumenter olahraga pada umumnya juga menjadi tantangan dalam jurnal ini. Penulis harus merancang video dokumenter yang dapat menarik minat masyarakat dan mencapai viewers yang banyak agar tujuan promosi dapat tercapai. (Jordan Hendrico, 2014)

Solusi yang diusulkan dalam jurnal ini adalah dengan merancang sebuah video dokumenter yang menarik dan berbeda untuk mempromosikan olahraga Flag Football. Dengan menggunakan metode kualitatif, penulis berhasil menciptakan video dokumenter yang efektif dalam menarik minat masyarakat. Video ini kemudian diunggah di platform seperti Youtube, yang terbukti efektif dalam mencapai viewers sebanyak 100 dalam waktu 1 hari setelah di unggah. Selain itu, penulis juga menyarankan agar pemerintah lebih memperhatikan olahraga rekreasi baru yang memiliki potensial seperti Flag Football, serta memfasilitasi cabang olahraga baru minimal dengan organisasi resmi yang

menaunginya . Dengan demikian, diharapkan olahraga Flag Football dapat berkembang dan dikenal luas oleh masyarakat. (Jordan Hendrico, 2014)

Perbandingan antara jurnal ini dengan perancangam tugas akhir penulis adalah mempromosikan suatu komunitas olahraga skateboard yang sudah berkembang untuk sebagai , relasi, dan pembelajaran dengan video profil..

Penulis meninjau jurnal yang berjudul Perancangan Film Dokumenter Film Dokumenter Noon Boardshop Skateshop Surabaya. Yang ditulis oleh Yonatan Christie Yusanto, Erandaru, Hen Dian Yudani. Yang diterbitkan pada tahun 2019

Jurnal ini memiliki latar belakang membahas tentang perkembangan kultur skateboard di Surabaya dan peran penting Noon Boardshop dalam membangun komunitas skateboard. Dokumen ini berisi tentang permasalahan yang dihadapi oleh Noon Boardshop, cara mengatasinya, serta bagaimana dokumenter ini dapat memotivasi dan memberikan semangat kepada komunitas skateboard di Surabaya. Tujuan dari dokumen ini adalah untuk memberikan informasi dan inspirasi kepada pembaca tentang bagaimana sebuah toko skateboard dapat memainkan peran penting dalam membangun komunitas skateboard yang kuat dan berkembang di suatu daerah. (Yusanto, 2019)

Permasalahan yang terjadi Permasalahan yang dihadapi oleh Noon Boardshop antara lain adalah perpindahan pelanggan dari pelanggan fisik atau offline ke pelanggan online, yang menyebabkan penurunan pengunjung toko. Selain itu, teknologi juga semakin mengikis semangat para komunitas skateboarder di Surabaya untuk rutin berlatih dan berkomunitas. Hal ini dapat berdampak pada penurunan minat dan aktivitas di toko skateboard seperti Noon Boardshop. Selain itu, permasalahan lain timbul dari dalam komunitas Surabaya skateboard yang sudah mulai kurang aktif dalam berkegiatan, sehingga Noon

Boardshop kurang mendapat dukungan baik dalam segi prestasi maupun segi pemasukan modal. (Yusanto, 2019)

Solusi yang muncul bahwa salah satu solusi yang diusulkan adalah membuat film dokumenter biografi mengenai sosok Om Iput, pemilik Noon Boardshop. Film ini akan menggunakan format HD dan akan didistribusikan melalui akun media sosial seperti Instagram dan Youtube . Dengan demikian, bentuk video yang diusulkan adalah dalam bentuk film dokumenter yang akan memuat kisah inspiratif tentang perjalanan pemilik Noon Boardshop dalam membangun dan mengembangkan komunitas skateboard di Surabaya. (Yusanto, 2019).

Perbandingan jurnal dengan perancangan tugas akhir penulis adalah merencanakan video profil untuk memperkenalkan sisi komunitas skateboard iceworks untuk sebagai relasi dan pembelajaran, selain itu juga untuk mengembangkan merch komunitas berupa kaos dan lain lain.

Penulis meninjau jurnal yang berjudul Perancangan Video 'Back To The Basics' Sebagai Media Edukasi Olahraga Skateboard. Yang ditulis oleh Bramastya Bayu Sadewa. Yang diterbitkan pada tahun 2019

Dari berbagai informasi yang disampaikan, dapat disimpulkan bahwa perancangan video "Back To The Basics" merupakan solusi yang diusulkan untuk mengatasi permasalahan kurangnya literasi dan pemahaman akan pentingnya dasar-dasar dan keamanan dalam bermain olahraga skateboard. Video ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada para pemain skateboard dan masyarakat umum tentang pentingnya memahami dasar-dasar bermain skateboard, serta mendorong mereka untuk tetap berprestasi dalam bidang tersebut. Dengan menggunakan media video, informasi dapat disampaikan secara lebih interaktif dan mudah dipahami oleh target audiens, sehingga diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan kesadaran akan keselamatan dalam bermain skateboard. (Sadewa, 2019)

Perbandingan jurnal dengan perancangan tugas akhir penulis adalah merencanakan video promosi untuk memperkenalkan sisi komunitas skateboard iceworks untuk sebagai relasi dan pembelajaran agar dunia skateboard di Tangerang Selatan terus berkembang dan beregenerasi.

3.4 Teknik Analisa Data

Untuk mempermudah analisis data, peneliti juga melakukan identifikasi Segmentasi, Targeting, dan Positioning guna menyediakan pendekatan yang lebih terfokus dalam memahami karakteristik yang lebih spesifik.

3.4.1 Analisa Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning*

1. Segmentasi

Dalam proyek tugas akhir ini segmentasi dilakukan melalui beberapa aspek seperti geografis, demografis dan status sosial. Dari segi geografis yang di ambil pada wilayah kota Tangerang Selatan. Dari segi demografis adalah rentan umur dari 17 – 25 terutama laki-laki yang sudah mendalami dunia skateboard tetapi belum mempunyai relasi dalam dunia skateboard. Tujuannya agar bergabung terhadap komunitas. Dengan status sosial tipe b sampai a.

2. Targeting

Video profil ini dibuat tidak hanya untuk remaja melainkan untuk yang suka dengan gaya lifestyle skateboarding di usia remaja sampai dewasa.

3. Positioning

Dari hasil segmentasi dan targeting video profil ini juga mencakup komunitas luar daerah dengan status sosial a, yang hanya sekedar suka terhadap dunia skateboarding

3.4.2 Strategi 5W+1H

1. What

Video profil komunitas skateboard adalah presentasi visual yang menyoroti kegiatan seru yang dilakukan oleh anggota komunitas skateboard, Seperti aksi trik dalam skateboard, tempat yang di jelajahi untuk bermain. Selain itu video ini juga mempromosikan merchandise komunitas seperti kaos, topi dan lainnya.

2. Who

Video ini akan menampilkan berbagai anggota komunitas skateboard, mulai dari pemula hingga pemain berpengalaman, serta menyoroti keragaman dalam kelompok tersebut. Selain itu target dari video profil ini adalah skater muda yang belum memiliki relasi dan komunitas agar bisa bergabung terhadap komunitas

3. When

Video ini dapat dirilis secara berkala, seperti setiap bulan atau saat ada acara besar atau kompetisi skateboard di komunitas tersebut. Hal ini akan memberikan kesan yang terus-menerus dan tetap relevan.

4. Why

Tujuan dari video ini adalah untuk memperkenalkan komunitas skateboard kepada masyarakat luas, meningkatkan kesadaran tentang kegiatan seru yang dapat diikuti, dan mendorong partisipasi baru terhadap para skater muda yang belum mempunyai komunitas dan relasi yang lebih luas untuk bergabung.

5. Where

Video ini akan diunggah dan dipromosikan melalui platform online seperti YouTube, Instagram, dan Tiktok komunitas skateboard. Selain itu, dapat diputar juga di acara lokal atau pertemuan komunitas untuk menjangkau audiens yang lebih luas

6. How

Video akan menggunakan teknik sinematografi yang menarik, termasuk pengambilan gambar aksi skateboard, wawancara dengan anggota komunitas, dan cuplikan dari acara-acara atau kegiatan seru. Musik dengan beat yang energik dapat digunakan untuk meningkatkan suasana dan semangat dalam video.

3.4.3 Analisa Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning*

1. Segmentasi

Dalam proyek tugas akhir ini segmentasi dilakukan melalui beberapa aspek seperti geografis, demografis dan status sosial. Dari segi geografis yang di ambil pada wilayah kota Tangerang Selatan. Dari segi demografis adalah rentan umur dari 17 – 25 terutama laki-laki yang sudah mendalami dunia skateboard tetapi belum mempunyai relasi dalam dunia skateboard. Tujuannya agar bergabung terhadap komunitas. Dengan status sosial tipe b sampai a.

2. Targeting

Video profil ini dibuat tidak hanya untuk remaja melainkan untuk yang suka dengan gaya lifestyle skateboarding di usia remaja sampai dewasa.

3. Positioning

Dari hasil segmentasi dan targeting video profil ini juga mencakup komunitas luar daerah dengan status sosial a, yang hanya sekedar suka terhadap dunia skateboarding

3.4.4 Analisa Pesaing

Bintaro Skateboarding adalah komunitas skateboard yang aktif di wilayah Bintaro. Komunitas ini sering mengadakan berbagai macam acara seperti kompetisi skateboard, sesi latihan bersama, dan workshop teknik skateboard. Selain itu, mereka juga terlibat dalam kegiatan sosial seperti penggalangan dana dan pembersihan lingkungan. Dengan semangat kebersamaan dan dedikasi tinggi, komunitas Bintaro Skateboarding tidak hanya menjadi tempat berkumpulnya para penggemar skateboard, tetapi juga menjadi wadah untuk mengembangkan keterampilan dan memperluas jaringan pertemanan di kalangan skater.



3.4.5 Analisa SWOT

<p style="text-align: center;">Internal</p> <p style="text-align: center;">Eksternal</p>	<p style="text-align: center;">Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> *Komunitas yang solid: Iceworks memiliki anggota yang aktif dan berdedikasi. *Skill skateboard yang tinggi: Banyak anggota yang memiliki kemampuan skateboard yang mengesankan. *Lokasi yang strategis: Tempat berkumpul komunitas yang mudah diakses dan menarik. *Kreativitas dalam berkarya: Banyak anggota yang memiliki kemampuan kreatif, seperti editing video dan fotografi. *Hubungan baik dengan komunitas lain: Iceworks dikenal dan dihormati oleh komunitas skateboard lainnya. 	<p style="text-align: center;">Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> *Sumber daya terbatas: Terbatasnya dana dan peralatan untuk pembuatan video. *Kurangnya pengalaman dalam produksi video profesional: Banyak anggota mungkin belum memiliki pengalaman dalam pembuatan video berkualitas tinggi. *Waktu yang terbatas: Anggota komunitas mungkin memiliki komitmen lain yang membatasi waktu yang tersedia untuk proyek ini. *Promosi yang belum optimal: Kegiatan komunitas belum banyak dikenal di luar lingkup lokal.
<p style="text-align: center;">Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> *Tren skateboard yang meningkat: Skateboarding semakin populer di kalangan anak muda. *Platform media sosial: Adanya platform seperti YouTube dan Instagram untuk mempromosikan video profil. *Kolaborasi dengan brand lokal: Potensi untuk bekerjasama dengan brand atau sponsor lokal yang mendukung kegiatan skateboard. *Event dan kompetisi: Adanya event dan kompetisi skateboard yang bisa menjadi ajang promosi. *Teknologi yang mudah diakses: Akses mudah ke software editing dan perangkat perekaman yang semakin terjangkau. 	<ul style="list-style-type: none"> *Manfaatkan skill tinggi dan kreativitas untuk membuat konten menarik: Gunakan kemampuan skateboard anggota dan kreativitas mereka dalam editing video untuk membuat konten yang menarik dan unik, yang bisa dipromosikan di platform media sosial. *Jalin kerjasama dengan brand lokal: Gunakan hubungan baik dengan komunitas lain untuk menjalin kerjasama dengan brand atau sponsor lokal yang dapat mendukung produksi video. 	<ul style="list-style-type: none"> *Cari sumber daya tambahan melalui crowdfunding atau sponsor: Atasi keterbatasan sumber daya dengan mencari dana tambahan melalui crowdfunding atau mencari sponsor dari brand yang mendukung skateboard. *Manfaatkan platform online untuk belajar: Gunakan teknologi yang mudah diakses untuk meningkatkan kemampuan produksi video anggota dengan mengikuti tutorial dan kursus online.
<p style="text-align: center;">Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> *Persaingan dengan komunitas lain: Banyaknya komunitas skateboard lain yang juga aktif membuat persaingan ketat. *Perubahan tren: Perubahan tren di kalangan anak muda yang bisa mempengaruhi minat terhadap skateboard. *Keterbatasan regulasi dan fasilitas: Terbatasnya tempat dan regulasi yang mendukung aktivitas skateboard. *Kritik dan ekspektasi publik: Kritik dari publik atau ekspektasi tinggi yang mungkin tidak terpenuhi. 	<ul style="list-style-type: none"> *Tingkatkan promosi melalui event dan kompetisi: Gunakan kekuatan komunitas yang solid dan kemampuan skateboard yang tinggi untuk berpartisipasi dalam event dan kompetisi, sehingga bisa meningkatkan eksposur dan menonjolkan komunitas di antara persaingan. *Adaptasi dengan perubahan tren: Manfaatkan kreativitas anggota untuk terus mengikuti tren terkini dalam skateboard dan produksi video, sehingga konten yang dibuat tetap relevan dan menarik. 	<ul style="list-style-type: none"> *Optimalkan waktu dan sumber daya yang ada: Buat jadwal yang efisien dan pastikan penggunaan sumber daya yang ada dimaksimalkan untuk menghasilkan video yang berkualitas meski dengan keterbatasan. *Bangun strategi promosi yang efektif: Kembangkan strategi promosi yang kuat untuk meningkatkan visibilitas komunitas, sehingga bisa menarik lebih banyak dukungan dan mengurangi dampak dari persaingan dan kritik publik.

Tabel 3 1 SWOT Matriks

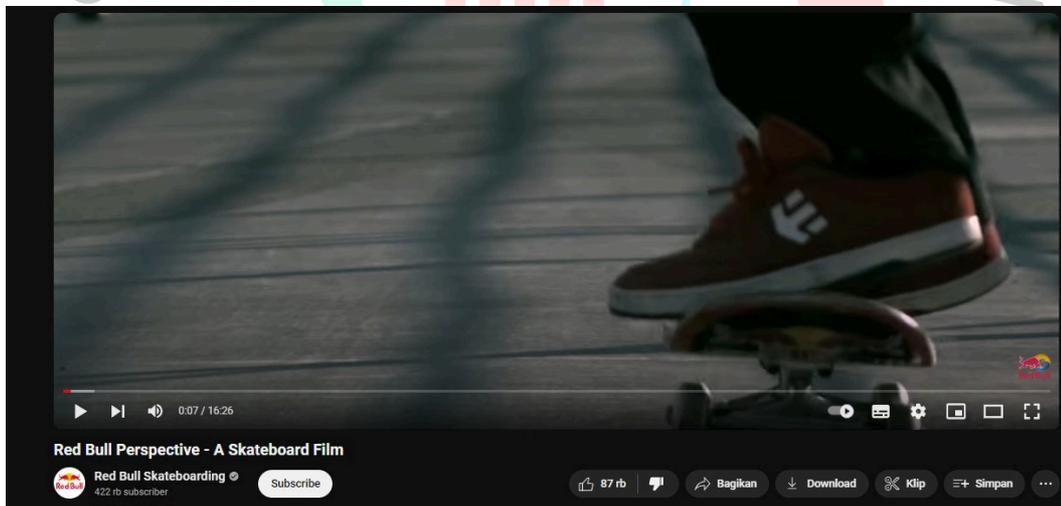
Perancangan video profil untuk Komunitas Skateboard Iceworks memiliki beberapa kekuatan utama seperti komunitas yang solid, kemampuan skateboard yang tinggi, dan kreativitas yang kuat. Meskipun menghadapi keterbatasan sumber daya dan pengalaman dalam produksi video profesional, ada banyak peluang yang bisa dimanfaatkan, termasuk tren skateboard yang meningkat dan platform media sosial yang tersedia.

Untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, Iceworks dapat membuat konten yang menarik dan unik serta menjalin kerjasama dengan brand lokal. Mengatasi ancaman dan kelemahan dapat dilakukan dengan meningkatkan promosi melalui event dan kompetisi, serta adaptasi dengan perubahan tren dan penggunaan platform online untuk meningkatkan kemampuan produksi video anggota.

Dengan strategi yang tepat, Iceworks dapat mengatasi tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang untuk membuat video profil yang tidak hanya memperkuat identitas komunitas tetapi juga meningkatkan eksposur dan daya tarik komunitas di mata publik.

3.4.6 Referensi Video

Redbull Video (Skateboard)



Gambar 3. 3 Referensi Video

Redbull video menjadi sebuah referensi peneliti dari segi visual dan sinematografi saat shooting video skateboard.