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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB III

METODOLOGI

3.1. Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Teknik untuk mendapatkan data yang dilakukan oleh penulis yaitu:

1. Wawancara

Suharsaputra (2014) wawancara adalah teknik pengambilan data atau informasi yang dilakukan dengan sebuah perbincangan langsung dengan narasumber. Penulis melakukan wawancara langsung terhadap narasumber yaitu beberapa kolektor mainan, penjual, dan juga pembuat atau *sculptur* mainan hobi lokal yang bertujuan utuk mendapatkan kajian informasi pada ahlinya pada bidang tersebut.

2. Observasi

Penulis telah melakukan pengamatan terhadap informasi mengenai *hobbies toys* yang berlokasi di toko buku Gramedia. Observasi dilakukan dengan mengumpulkan data-data kajian yang didapatkan dari tempat masing-masing yang dikunjungi dan di observasi.

3. Kuisioner

Penulis menyebar kuisioner kepada target yang ditelah ditinjau adan dibataskan berdasarkan kebutuhan data. Kuisoner disebar di daerah Jakarta, Tangerang dan juga Bekasi.

3.1.1. Wawancara dengan Dolanan Keren

Gambar 3.1 Foto Wawancara dengan DolananKeren

Wawancara dilakukan terhadap Bayu, selaku marketing dan *founder* dari DolananKeren dimana mengatakan bahwa sekarang ini trend dalam mengoleksi maianan hobi sangat marak di Indonesia sekarang ini khususnya di ibukota Jakarta. Dalam market trend yang sangat marak ini banyak orang awam yang tadinya tidak mengerti akan mainan hobi menjadi ingin lebih mengetahui lebih lagi tentang mainan hobi.

Dengan maraknya trend ini beliau selaku pembuat hobi maianan melihat ini menjadi sebuah peluang bahwa kita orang lokal juga bisa membuat Action Figure. Pak Bayu mengtakan bahwa Indonesia sejak dahulu kala sudah memiliki *action figure* yaitu wayang. Pak Bayu mengatakan wayang sebagai *action figure* karena secara harafiah wayang memiliki artikulasi dan juga sebuah model dari karakter atau tokoh adat jawa. Pak Bayu juga mengatakan mengapa membikin action figure karena hobi yang dapat menghasilkan uang adalah kebahagiaan yang tidak dapat diartikan.

Pak Bayu juga mengatakan bahwa di Indonesia sedang boomingnya jagoan-jagoan Indonesia karena adanya film Gundala yang tidak lama keluar belakangan ini. Beliau mendapatkan lisensi dari bumi langit selaku lisensi yang membuat karakter gundala. Beliau mengatakan mengapa bisa mendapatkan lisensi tersebut karena sebelumnya beliau atau DolananKeren sering membuat *action figure* dengan berupa tokoh-tokoh pemimpin di Indonesia sehingga pada akhirnya dilihat oleh bumi langit dan ditugaskan unuk membuat *action figure* Gundala.

Selaku pembuat *action figure* lokal beliau mengatakan bahwa masyarakat di Indonesia masih belum menyadari atau mengetahui bahwa Indonesia sendiri memiliki atau mempunyai brand lokal *action figure*. Oleh maka itu beliau mengatakan bahwa sering mengadakan *pop store* dan juga pengenalan DolananKeren di sosial media.

3.1.2. Wawancara dengan pegiat mainan hobi

Gambar 3.2 Foto wawancara dengan pegiat mainan hobi

Penulis melakukan wawancara terhadap Frederick Tan, selaku pegiat dan juga penjual hobbies toys. Frederick mengatakan sudah10 tahun lebih mendalami hobi ini. Beliau mengatakan bahwa perkemangan *hobbies toys* di Indonesia berkembang sangat pesat. Frederick mengatakan ada banyaknya komunistas yang bermunculan.

Hobbies toys sendiri merupakan sebuah hobi yang bisa dikatakan memilki nilai yang sangat postif. Karena selain menambah wawasaan baru juga menambah kenalan baru. Tidak hanya mengoleksi beliau juga mengatakan bahwa ia adalah penjual atau *seller*. Frederick melihat bahwa pasar di Indonesia terhadap mainan hobi itu sangat banyak peminat. Oleh karena itu Frederick menggunakan kesempatan ini untuk berjualan.

Frederick juga mengatakan walaupun pasar terhadap mainan hobi ini sangat tinggi, beberapa orang masih belum memahami apa mainan hobi itu sendiri. Banyak orang masih belum mengetahu bahwa banyak sekali keuntungan yang didapatkan dari mainan hobi. Salah satu contohnya adalah bisa melakukan investasi jangka panjang yaitu dengan cara menjual mainan yang akan menjadi sangat langka kedepanya. Frederick juga mengatakan informasi mengenai *hobbies toys* ini memang sangatlah dibutuhkan untuk menarik lebih orang-orang yang ingin mengetahui lebih tentang *hobbies toys.* Frederick mengatakan bahwa selama ini informasi menganai *hobbies toys* hanya bisa ia peroleh melalui media sosial dan lingkup komunitas saja.

3.1.3. Observasi

Penulis melakukan observasi, observasi di lakukan di toko buku Gramedia. Pada tanggal 24 Februari 2020, dimana penulis mengamati pada bagian rak buku *lifestyle* dan hobi bahwa tidak ditemukan buku informasi mengenai apa itu *hobbies toys.* Dari hasil observasi penulis hanya mendapatkan sebuah buku hobi mengenai cara merajut pakaian untuk boneka, memotret kereta api dan juga buku hobi menanam.

Gambar 3.3 Observasi toko buku

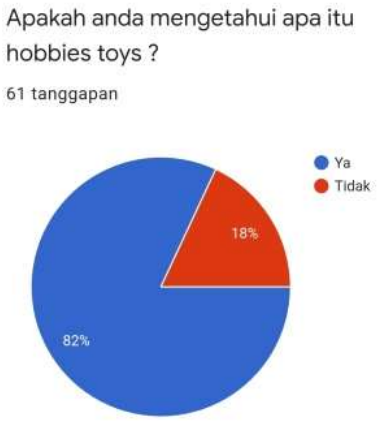
Gambar 3.4 Observasi Jakarta *Toys Fair*

Penulis melakukan observasi pada acara Jakarta toys fair pada tanggal 29 februari 2020, dimana penulis mengamati banyaknya antusiasme terhadap *hobbies toys.* Pasar untuk *hobbies toys* ini sangatllah besar dengan dibuktikannya oleh banyak sekali pengunjung yang berasal dari Jakarta, Depok, Tangerang, dan juga Bekasi. Dan juga banyak sekali komunitas-komunitas *hobbies toys* yang berkumpul dan membuka *booth* untuk membahas dan memperkenalkan komunitas mereka kepada masyarkat. Dan banyak juga penjual mainan yang membuka *booth* pada acara Jakarta toys fair.

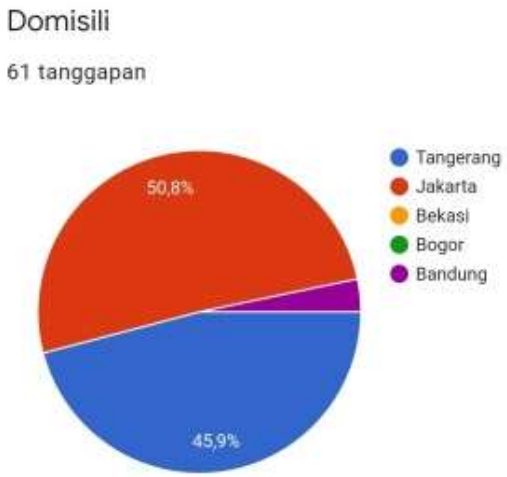
3.1.4. Kuesioner

Penulis melakukan penyebaran kuisioner yang bertujuaan untuk mnecari data pendukung agar pembuatan buku informasi ini dapat dirancang dengan baik dan sesuai terhadap target yang akan dituju oleh penulis. Kuisioner ini melibatkan 61 responden yang berdomisili pada wilayah Jabodetabek dan juga luar wilayah Jabodetabek.

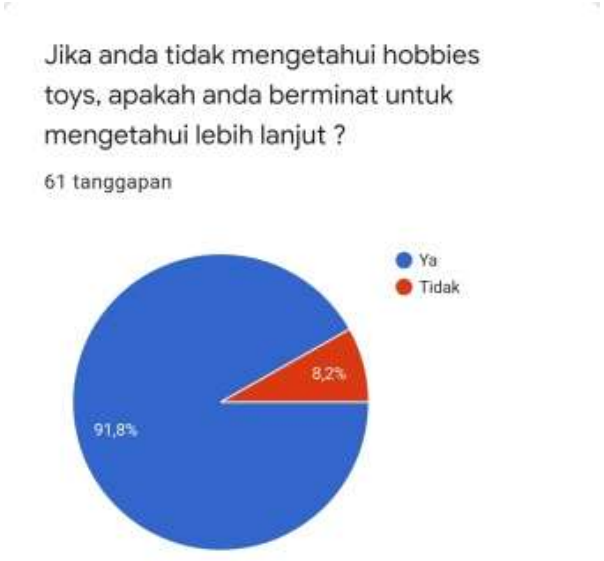
Gambar 3.5. Pertanyaan mengenai hobbies toys



Gambar 3.6. Pertanyaan mengenai pengetahuan hobbies toys



Gambar 3.7. Pertanyaan mengenai domisili



Gambar 3. 8. Pertanyaan mengenai minat *hobbies toys*

Berdasarkan hasil kuisioner yang telah disebarkan penulis sebanyak 61 responden yang berdomisli Jabodetabek, 78,7% mengatakan bahwa perlu adanya media informasi mengenai *hobbies toys* yang dapat memantu untuk mengathui lagi apa saja keuntungan, bagaiaman cara merawat, dan juga cara informasi lebih yang belum diberitahu kepada masyarkat tentang *hobbies toys.*

Para responden juga menyatakan ketertarikan akan *hobbies toys* yang dapata dibuktikan dengan adanya 91,8% responden yang ingin mengetahui lebih lanjut mengenain *hobbies toys* itu sendiri. Dari hasil kuisioner tersebut penulis juga mendapatkan bahwa banyak penggemar *hobbies toys* berdomisili pada daerah Tangerang dan Jakarta. Hal ini dibuktikan dari hasil kuisioner yang telah disebarkan oleh penulis yaitu 50,8% responden berdomisili Jakarta dan 45,9% berdomisili Tangerang.

3.2. Metode Perancangan

Menurut Haslam (2006), mengatakan bahwa dalam merancang sebuah buku memiliki poin metodologi yang sangat penting yaitu adanya dokumentasi, analisis, ekspresi, dan konsep.

1. Dokumentasi

   Merupakan langkah awal yang dibutuhkan dalam merancang sebuah buku. Karena dokumenatasi memberikan informasi penting berupa gambar, ilustrasi dan beberapa hal lainya.

2. Analisis

   Dalam proses analisa atau langkah kedua dalam merancang buku dilakukan dengan cara pendakatan *analytical thinking* yaitu mengembangkan ide-ide dan membuat sebuah rangkuman data-data melalui kuisioner, wawancara, dan observasi.

3. Ekspresi

   Langkah ketiga dalam perancangan buku, pada tahap ini adalah tahap pembuataan atau penyesuaian *layout*, tipografi dan ilustrasi yang dirancang sesuai dengan konsep yang diinginkan.

4. Konsep

   Langkah keempat dalam merancang buku yaitu dengan melaukan studi literatur dengan topik pembahasan awal atau bisa juga dikatan proses untuk menemukan ide besar atau *brainstorming* untuk mendapatkan hasil desain yang nantinya diinginkan oleh pembuat buku.