

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metodologi penelitian dan pengambilan data berupa metode Kualitatif dan Kuantitatif dalam perancangan media informasi pengenalan karakter wayang kisah *Mahabharata*. Pengambilan data Kualitatif diambil dari wawancara bersama ahli di bidang pewayangan baik itu secara praktik maupun teori tentang informasi-informasi seputar pewayangan, proses wawancara dapat dilakukan secara online melalui media sosial maupun *platform* untuk berdiskusi seperti *Zoom*. Bukti wawancara berupa video, foto, rekaman suara, dan juga transkrip pembicaraan. Selain wawancara, pengumpulan data juga diambil dari buku-buku sumber yang terpercaya. Pengambilan data Kuantitatif diambil berdasarkan hasil survei kepada target perancangan dengan jumlah yang banyak, dan data yang diambil hanya data-data yang dibutuhkan untuk membantu pengumpulan data. Semua data yang dikumpulkan akan dijaga kerahasiaannya. Selain itu, peneliti juga melakukan secondary research dengan melakukan studi eksisting mengenai media yang menjadi referensi dan kompetitor perancangan.

3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif digunakan untuk mengambil data yang sifatnya dapat dipertanggungjawabkan dan pengumpulan hasil data dapat lebih akurat dengan lebih akurat, karena dalam penelitian ini melibatkan diskusi dan analisis data yang benar-benar dapat dipertanggungjawabkan validitasnya (Creswell, 2014). Dalam metode ini, peneliti menyusun semua pertanyaan dan data yang didapatkan secara sistematis dan terstruktur sebagai satu kesatuan data yang valid, dan bukti dari hasil pengumpulan data yang disimpan oleh peneliti berupa video, foto, rekaman suara, dan salinan kata-kata. Tujuan peneliti menggunakan metode ini dalam pengambilan data adalah untuk mendapatkan data-data yang susah bahkan tidak dapat ditemukan dari internet dan buku, mengumpulkan pandangan

dari perspektif baru sehingga mendapatkan *insight* yang berguna dalam perancangan. Salah satu cara dalam mengumpulkan data kualitatif adalah dengan melakukan wawancara.

3.1.1.1 Wawancara Ahli

Wawancara dilakukan bersama ahli dibidang pewayangan baik itu secara praktik maupun teori tentang informasi-informasi seputar pewayangan. Target dari wawancara ini adalah seorang Dalang dan juga seorang Dosen yang bergelut dibidang budaya. Wawancara dilakukan kepada Dr. Dewanto Sukistono, M.Sn., selaku dosen Tata Kelola Seni yang berasal dari Institut Seni Indonesia Yogyakarta sekaligus seorang Dalang. Proses wawancara dilakukan pada hari Jumat, 19 September 2022 secara online melalui salah satu media sosial yakni *WhatsApp* dan *platform Zoom* pada pukul 19:30 WIB.

1) Hasil Wawancara kepada Dr. Dewanto Sukistono, M.Sn.



Gambar 3. 1 Wawancara Bersama Dr. Dewanto Sukistono, M. Sn.

Sukistono adalah seorang dalang yang sudah secara turun-temurun diwariskan keahlian tersebut dari pihak sang ayah. Selain seorang dalang, Sukistono juga merupakan seorang dosen Tata Kelola Seni dari Institut Seni Indonesia Yogyakarta, di sana beliau mengajar tentang pedalangan. Dalam mata kuliah pedalangan, diajarkan ilmu-ilmu pewayangan mulai dari kajian, komposisi, hingga praktik pewayangan dari beberapa jenis wayang. Beliau mengatakan bahwa dia dan ayahnya tidak menjadikan dalang sebagai pekerjaan tetap, melainkan ikut

bekerja di bidang-bidang lain, seperti beliau yang saat ini sedang bekerja sebagai dosen. Untuk menjadi seorang dalang perlu menguasai berbagai jenis kesenian sebagai kemampuan tambahan, diantaranya: seni tari, musik terutama dalam karawitan, seni tari, dan juga seni rupa terutama cara menyungging. Hal ini dianggap sebagai hal dasar karena sebagai seorang dalang, orang itu harus menguasai semua pelengkap dalam pertunjukan wayang, tergantung jenis wayang yang dimainkan, bahkan seorang dalang juga harus mengerti tentang pembuatan dan perawatan wayang itu sendiri. Jenis wayang yang dimainkan tiap dalang rata-rata hanya satu jenis saja, tetapi tidak menutup kemungkinan seorang dalang bisa memainkan dua jenis wayang yang berbeda. Tetapi kebanyakan dalang memilih untuk menetap pada satu jenis wayang saja dikarenakan dinilai tidak efisien dalam menampilkan pertunjukan yang berbeda jenis wayangnya, terlebih lagi jika perbedaan sangat besar mulai dari ukuran, berat, dan tingkat kesulitan dalam memainkan. Ada juga kasus di mana seorang wayang memilih untuk beralih dari jenis wayang yang dimainkan sebelumnya, sebagai contoh adalah kakek dari Sukistono sendiri, memilih beralih dari wayang kulit menjadi wayang golek karena merasa tertarik untuk menyebarkan wayang golek di daerah Yogyakarta yang pada saat itu wayang golek di daerah tersebut benar-benar sangat sedikit.

Ketika ditanyakan apa arti wayang bagi dirinya, beliau mengatakan bahwa pertanyaan ini sedikit membingungkan karena wayang sendiri itu berbeda arti dalam setiap sudut pandang. Wayang bisa dikatakan sebagai tuntunan, tatanan, dan tontonan. Tiga istilah tadi diambil berdasarkan tuntunan dalam artian wayang memberikan pendidikan akhlak dan nilai moral sebagai bentuk pendukung dari sebuah tatanan nilai moral dalam

bertindak di masyarakat, sedangkan tontonan seperti arti katanya wayang di pertunjukan sebagai sebuah hiburan yang akan mengarah kembali sebagai sebuah tuntunan yang mengajarkan tatanan nilai moral. Hiburan dalam wayang juga ditampilkan dalam sebuah sesi khusus yang dibuat untuk membuat suasana menjadi lebih ceria dengan lelucon-lelucon yang tetap mengajarkan nilai moral.

Pertunjukan wayang sendiri terdiri atas lakon atau kumpulan konflik-konflik yang diatur dan disusun ke dalam sebuah alur cerita yang menarik dan diceritakan oleh seorang dalang sebagai pemandu atau narator cerita dan menyampaikan makna dari cerita tersebut. Dalam konsepnya bentuk, ruang, dan waktu wayang akan selalu berubah-ubah mengikuti perkembangan zaman dan situasi yang terjadi. Tantangan dalam mengikuti perkembangan zaman ada pada bagaimana menyesuaikan tanpa meninggalkan nilai-nilai dari pertunjukan wayang tersebut. Dimensi bentuk, ruang, dan waktu wayang menjadikan wayang bukan hanya sebatas pendidikan nilai moral saja tetapi juga menyinggung permasalahan atau persoalan-persoalan yang sedang terjadi yang bisa dimasukkan ke dalam sebuah lakon pewayangan. Ironi dalam pewayangan ada dalam cara penyampaian makna dalam cerita tersebut, secara tradisi seharusnya menyampaikan pendidikan, ajaran, dan hiburan. Sedangkan setelah mengikuti zaman, beberapa wayang membawakan wayang untuk hiburan semata. Sukistono sendiri merasakan ironi dari situasi ini, dalang-dalang yang menganut tradisi untuk menyampaikan pendidikan dan hiburan secara seimbang akan kalah pada dalang-dalang yang memfokuskan pewayangan untuk hiburan publik.

Perubahan pertunjukan wayang yang mengikuti zaman sebagai bentuk pelestarian bukan berarti pertunjukan itu berubah

total maupun ditambahkan, karena perubahan dalam perkembangan wayang melalui bentuk, ruang, dan waktu membuktikan eksistensi wayang itu tidak mudah goyah dan tertelan waktu melainkan dapat menyesuaikan diri dan tetap ada. Sukistono sangat menyayangkan perihal pengetahuan mengenai pewayangan tidak memiliki dokumentasi yang lengkap termasuk dari pementasan zaman dahulu, karena banyak pertunjukan dan lakon-lakon menarik yang sangat bagus telah dipertunjukkan oleh banyak dalang senior yang sudah meninggal dunia. Disisi lain, beliau juga senang karena masih ada beberapa anak muda yang masih tertarik pada kebudayaan Indonesia terutama wayang, karena itu beliau sering “memprovokasi” atau menantang anak didiknya untuk mendokumentasikan pewayangan dalam berbagai jenis cara.

Zaman sekarang peminat wayang untuk golongan anak muda sudah sangat sedikit, kebanyakan penonton pertunjukan wayang kebanyakan berdasarkan komunitas atau yang sudah angkatan tua. Karena itu perlu pendekatan yang lebih keras dan menarik untuk menyesuaikan pertunjukan wayang dengan perkembangan zaman. Dalang, panggung wayang, dan penonton ditambah dengan pengrawit yang ikut melengkapi satu kesatuan dari sebuah pertunjukan wayang. Keberhasilan sebuah pertunjukan wayang juga dipengaruhi oleh cara pembawaan seorang dalang mulai dari intonasi dan juga ekspresi seorang dalang dalam bagaimana dia bisa merangkul para penontonnya untuk tetap menonton hingga akhir pertunjukan. Bahkan yang awalnya pertunjukan wayang digelar semalam suntuk, dibuat agar waktunya dipersingkat tidak lagi semalam suntuk. Menurut Sukistono, dulu dalang itu bukanlah sebuah profesi, melainkan panggilan dan tanggung jawab yang diemban dengan penuh harga diri dan sukarela. Perbedaan antara dulu dan sekarang itu

pada saat seseorang meminta dalang untuk menampilkan pewayangan, zaman dahulu pada saat itu juga orang-orang yang ingin menampilkan pertunjukan wayang pada suatu acara akan meminta langsung pada dalang tersebut, tetapi sekarang sudah melalui perantara seorang manajer dan lakon-nya sudah ditentukan terlebih dahulu. Selain lamanya waktu sebuah pertunjukan wayang, penggunaan bahasa jawa juga merupakan sebuah halangan yang dirasakan bagi para penonton wayang. Terlebih bahasa jawa yang dipakai memiliki jenisnya sendiri berdasarkan tingkatan untuk acuan penggunaan bahasanya sendiri. Karena halangan bahasa ini, muncullah inovasi-inovasi untuk memberikan terjemahan dalam pertunjukan wayang atau bahkan mengubah bahasanya menjadi bahasa lain. Cara ini masih memiliki banyak kelemahan karena cara penyampaiannya mulai dari makna terjemahan hingga intonasinya akan berubah mengikuti bahasa yang digunakan, tapi tidak memungkinkan cara ini akan terus berkembang menjadi lebih sesuai dengan pertunjukan wayang yang sebenarnya dan dapat dinikmati banyak orang.

Wayang secara deskripsi berdasarkan sejarahnya dikatakan tidak menentu, karena bukti-bukti dan perkataan tidak selalu berkaitan dan teori-teori yang diungkapkan berbeda-beda. Karena itu, wayang secara sejarah tidak ada garansi bahwa informasi itu betul-betul merupakan informasi berdasarkan sejarah dan belum tentu fakta tersebut dapat diterima dan disepakati karena kurangnya bukti yang kuat. Ditambah asal kisah tersebut diambil dari kitab Sansekerta diterjemahkan menjadi kisah-kisah yang kita dengar dalam pewayangan sekarang masih kurang bukti dari artefak maupun relik yang menjelaskan lebih lanjut. Oleh karena itu, pewayangan tidak dipandang dari sejarahnya, namun dari lakon-lakon yang dibuat,

dari segi apakah kisah itu menarik dan pelajaran apa yang diberikan dari sebuah pertunjukan wayang itu sendiri.

Dalam membuat atau menceritakan ulang sebuah lakon dibutuhkan beberapa syarat dalam pembuatannya. Dimulai dari siapa tokoh yang akan difokuskan, dilanjutkan tokoh itu akan melakukan apa atau dalam rangka peristiwa apa, kemudian diakhiri dengan siapa saja yang terlibat dalam peristiwa tersebut. Ditambah dengan menentukan tema terlebih dahulu sebelum membuat sebuah lakon, akan menjadikan sebuah lakon menjadi punya tujuan yang lebih kuat. Pengambilan sudut pandang dari sebuah cerita yang akan diceritakan akan menjadi kunci yang memengaruhi sebuah tokoh akan dinilai menjadi tokoh antagonis, tritagonis maupun protagonis, karena sudut pandang inilah semua kebaikan dan kejahatan dalam satu tokoh akan terlihat seimbang, tergantung pada cerita apa yang ingin diceritakan. Maka dari itu, setiap lakon pewayangan akan berbeda-beda cerita dan cara penyampaiannya tergantung dalang dan apa yang ingin diceritakan. Perbedaan dari setiap cerita lakon yang sama itu bukanlah sebuah masalah besar karena hal itu merupakan hal yang wajar terjadi dalam pewayangan. Karena perbedaan ini juga akan menjadi sebuah tantangan pada setiap orang yang ingin membuat sebuah lakon, tergantung cara mereka menafsirkan sebuah lakon dan sudut pandang yang diambil akan menjadi ciri khas dan warna baru dari lakon yang diciptakan. Pengubahan sebuah lakon ini ada pengecualian, lakon yang tidak boleh diubah adalah lakon baku yang mengandung unsur ritual, baik itu pengajaran, perang maupun perjalanan spiritual yang memerlukan detail kuat yang tidak bisa diubah.

3.1.1.2 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil wawancara yang telah dilakukan penulis, didapatkan informasi-informasi mengenai pewayangan yang sangat banyak. Mulai dari bentuk, ruang, dan waktu dari wayang selalu berubah mengikuti perkembangan zaman dan situasi, tetapi perubahan tersebut bukanlah hal yang buruk, melainkan hal yang harus terjadi sesuai dengan konsepnya. Dalam pertunjukan wayang dikatakan sebuah kesatuan jika memiliki penonton, dalang, wayang, dan pengrawit dalam satu pertunjukan dan berhasil membawa suasana menyesuaikan lakon pertunjukan yang sedang dibawakan. Halangan yang ada dalam pelestarian budaya wayang ada pada dokumentasi, baik berupa rekaman, tulisan, bahkan sumbernya langsung itu sangat telat dilakukan. Terlebih lagi penggunaan bahasa jawa yang tidak umum didengar oleh orang Indonesia sendiri, dikarenakan bahasa jawa sendiri pun memiliki tingkatan tersendiri berdasarkan penggunaannya. Namun hal ini rupanya tidak hanya satu dua orang saja yang sudah memikirkan solusinya, beberapa contoh inovasi yang telah dilakukan ada pada memberikan terjemahan ke dalam bahasa lain seperti Indonesia dan Inggris ke dalam lakon pertunjukan wayang, walaupun masih ada kekurangan pada penyesuaian intonasi dan kata-kata agar makna sebenarnya tetap ada tidak menjadi masalah karena inovasi ini terus dikembangkan dan disesuaikan.

Pengenalan karakter dalam sebuah lakon tidak hanya sebatas cerita dimana si tokoh merupakan peran protagonis saja. Tetapi banyak lakon juga yang menceritakan tokoh yang sama dari sudut pandang yang lain, hal ini bisa menyebabkan tokoh tersebut menjadi peran antagonis bahkan tritagonis. Pentingnya sudut pandang siapa yang diambil dan sisi mana yang akan diceritakan menjadi salah satu poin penting dalam penyusunan lakon. Membuat sebuah lakon butuh untuk menentukan tema dari lakon itu terlebih

dahulu, dilanjutkan dengan menentukan karakter apa yang menjadi pusat perhatian atau yang akan digunakan sudut pandangnya, kemudian kegiatan atau peristiwa apa yang akan terjadi berkaitan dengan tema yang telah ditetapkan, lalu terakhir menentukan tokoh-tokoh tambahan siapa saja yang akan turut berpartisipasi dalam peristiwa tersebut. Pembuatan lakon untuk menceritakan seorang karakter dapat disesuaikan dengan kebutuhan, dengan catatan bahwa lakon yang tidak boleh diubah adalah lakon baku yang mengandung unsur ritual, baik itu pengajaran, perang maupun perjalanan spiritual yang memerlukan detail kuat yang tidak bisa diubah.

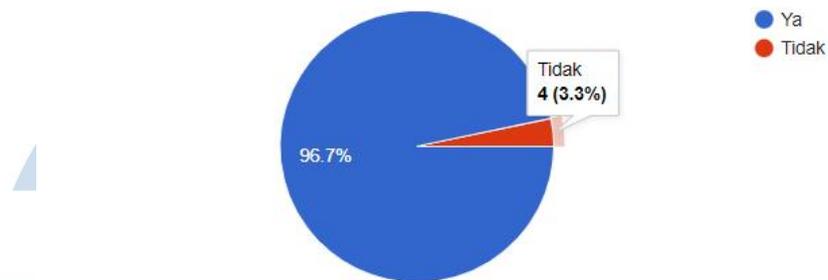
3.1.2 Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif diambil untuk menunjukkan data berdasarkan angka, metode ini disebarkan kepada target untuk mengidentifikasi sampel dan menguji hipotesis (Creswell, 2014). Teknik yang dipakai dalam metode kuantitatif ini adalah penyebaran kuesioner atau survei kepada responden yang diharapkan sesuai dengan target sasaran. Survei disebarkan melalui *online* menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *Line*, dan *WhatsApp* mulai dari tanggal 13 September—27 September 2022. Survei juga di sebar secara langsung kepada mahasiswa/ i Universitas Multimedia Nusantara pada rabu, 21 September 2022.

Penyebaran survei ditargetkan untuk remaja usia 15—22 tahun yang berada di Jabodetabek. Tujuan penyebaran survei adalah ingin membuktikan hipotesis mengenai pengetahuan remaja Indonesia mengenai wayang dan juga mengumpulkan data persentase mengenai banyaknya pengetahuan pewayangan yang diketahui. Dari survei yang di sebar didapatkan sebanyak 120 responden.

Apakah kalian tahu apa itu wayang?

120 responses

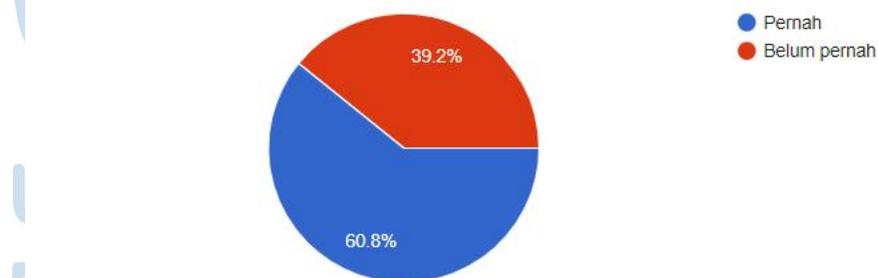


Gambar 3. 2 Diagram Mengetahui Apa Itu Wayang

Dari 120 responden, hanya 4 orang (3.3%) yang tidak mengetahui apa itu wayang, membuktikan bahwa hanya sedikit orang yang tidak mengetahui apa itu wayang dan kebanyakan sudah mengetahui atau paling tidak pernah mendengar tentang wayang. Dan untuk ketertarikan para responden sendiri terhadap wayang dapat dinilai cukup besar, jika diukur maka dapat dikatakan 47,5% (57 orang) menyatakan mereka tertarik pada wayang, sedangkan 14,5% (18 orang) menyatakan mereka tidak tertarik sama sekali, dan sisanya 37,5% (45 orang) berada di tengah-tengah yang artinya mereka tahu tapi tidak terlalu tertarik tetapi di satu sisi ada rasa ketertarikan jika dipancing.

Apakah kalian pernah melihat pertunjukan wayang? baik secara langsung maupun video rekaman

120 responses



Gambar 3. 3 Diagram Pernah Melihat Pertunjukan Wayang

NUSANTARA

Sebanyak 60.8% dari total 120 responden menjawab pernah melihat pertunjukan wayang. Saat ditanya kapan dan di mana terakhir kali menonton wayang, didapatkan jawaban yang beragam. Pertunjukan wayang yang ditonton dengan jangka waktu paling dekat dengan waktu saat ini adalah 1 bulan yang lalu, dan rata-rata menjawab 3—6 tahun yang lalu sejak terakhir kali menonton pertunjukan wayang. Kebanyakan responden menonton secara langsung ditempat, bahkan melalui media *Youtube* sebagai perantara untuk menonton.



Gambar 3. 4 Diagram Banyak Mengetahui Cerita dalam Pewayangan

Persentase banyaknya pengetahuan responden tentang cerita dalam pewayangan didapatkan hanya 1.7% saja yang benar-benar mengetahui banyak, sedangkan 10% responden benar-benar tidak mengetahui cerita pewayangan. Bertentangan dengan jumlah 4 orang yang tidak mengetahui apa itu wayang, jumlah 10% (12 orang) tidak mengetahui sama sekali memberikan indikasi bahwa bahkan orang yang mengetahui apa itu wayang belum tentu mengetahui isi dari pewayangan termasuk cerita di dalamnya.



Gambar 3. 5 Diagram Pengetahuan Pewayangan Kisah *Mahabharata*

Dari hasil survei didapatkan kebanyakan orang yang mengetahui kisah *Mahabharata* dari India sebanyak 65% responden berbeda dengan kisah pewayangannya. Jika ditanya pengetahuan mengenai kisah pewayangan *Mahabharata*, sebanyak 50.8% menyatakan tidak mengetahui kisah *Mahabharata* dalam pewayangan, rata-rata hanya pernah mendengar kisah *Mahabharata* dalam pewayangan, dan hanya 10% yang mengetahui kisah pewayangannya.

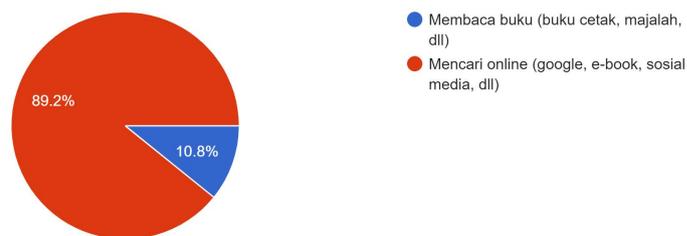
Tabel 3. 1 Tabel Kisah *Mahabharata* yang diketahui
Kisah *Mahabharata* yang Diketahui

| Kisah | Persentase |
|-----------------------------------|------------|
| Kelahiran Pandawa dan Korawa | 27,5% |
| Permainan Dadu Pandawa dan Korawa | 16,7% |
| Pengasingan Pandawa | 15% |
| Pernikahan Arjuna | 40,8 % |
| Perang Bharatayudha | 45% |
| Tidak tahu | 18,8% |

Beberapa kisah *Mahabharata* dalam pewayangan yang kisahnya diketahui oleh banyak orang, kisah-kisah ini bersumber dari cerita orang-orang secara verbal, video rekaman, pencarian digital dan pertunjukan langsung. Untuk dalam buku baik cetak dan digital sedikit susah dicerna dan kurang menarik untuk digunakan.

Cara mencari informasi mana yang lebih sering kalian gunakan?

120 responses



Gambar 3. 6 Diagram Media Informasi yang Paling Sering digunakan

Dalam mencari informasi, responden sesuai dengan targetnya yaitu para remaja generasi Z yang dekat dengan teknologi tentu saja akan lebih memilih dalam bentuk online yang lebih mudah di akses dan banyak pilihan, hal ini didukung dengan hasil survei sebanyak 89,2% memilih mencari secara online, sedangkan hanya 10,8% yang memilih mencari buku analog/cetak. Dikarenakan informasi mengenai pewayangan kisah *Mahabharata* kebanyakan berada di buku-buku analog atau cetak yang sudah lama dan terkadang susah didapat, hal ini juga menjadi sebuah pertimbangan kenapa orang umum terutama target sasaran jarang mengetahui kisah pewayangan.

Tabel 3. 2 Tabel Jenis Media yang menarik

| Media | Persentase |
|--------------------------------------|------------|
| <i>Website</i> | 73% |
| Aplikasi | 55,8% |
| Game | 52,5% |
| Buku Digital | 30,8% |
| Buku pop up | 0.8% |
| Video Televisi, Film, <i>Youtube</i> | 0.8% |
| Pertunjukan | 0.8% |
| Buku manual berwarna | 0.8% |

Berdasarkan survei dengan masing-masing responden diberikan pilihan maksimal 3 kategori berbeda mengenai media mana saja yang menarik bagi mereka, didapatkan data seperti pada tabel di atas. Dari pilihan yang disediakan, media yang paling banyak diminati adalah *website* sebanyak 73,3%, diikuti dengan aplikasi dan *game*, serta buku digital di posisi terakhir sebanyak 30,8%. Selain pilihan media yang telah disiapkan, terdapat pula masukan media lain yang dituliskan oleh responden, seperti buku *pop up*, video, televisi, film, *YouTube*, pertunjukan, dan buku manual berwarna

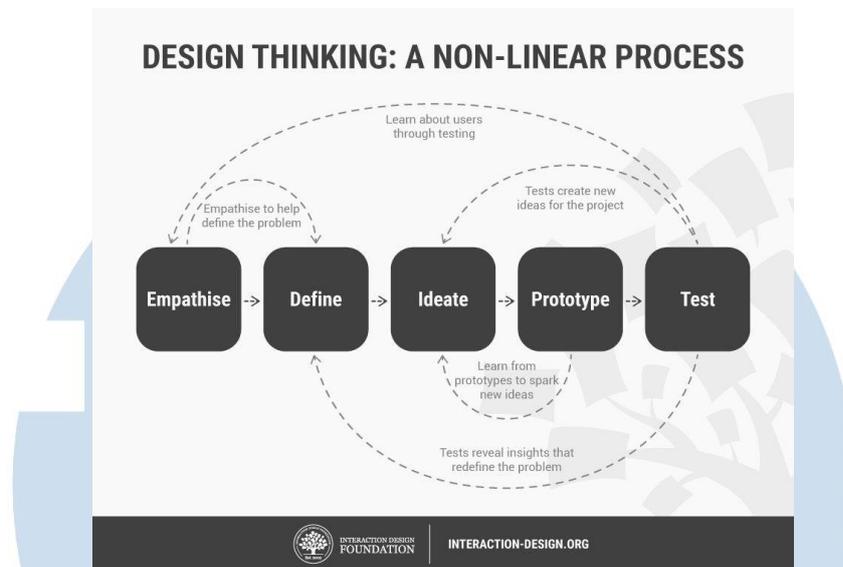
Tabel 3. 3 Tabel Cara Penyampaian yang Menarik dan Mudah dimengerti

| Cara penyampaian yang menarik dan mudah dimengerti | |
|--|------------|
| Cara | Persentase |
| Interaktif (ada interaksi selama mengakses) | 50% |
| Alur cerita yang seru | 69,2% |
| Visual yang menarik | 79,2% |
| Informasi yang lengkap | 22,5% |
| Musik/ suara yang mendukung | 30% |
| Animasi | 19,2% |

Selain media, pemilihan cara penyampaian juga penting untuk dipertimbangkan, melihat dari cara penyampaian mana yang paling banyak digemari. Berdasarkan survei dari 120 orang responden, mereka diberikan kebebasan memilih sebanyak maksimal 3 jenis cara penyampaian yang menarik bagi mereka. Didapatkan 3 cara penyampaian yang paling banyak dipilih, yakni memiliki visual yang menari, alur cerita yang seru, dan memiliki interativitas atau cara penyampaiannya interaktif.

3.2 Metodologi Perancangan

Perancangan media informasi pengenalan pengenalan karakter wayang kisah *Mahabharat*, menggunakan metodologi penelitian berupa metode *Design Thinking Process* yang diambil dari Interaction-design.org. *Design Thinking Process* adalah proses literatif *nonlinear* yang digunakan dalam perancangan desain untuk yang membantu secara sistematis memahami, mempelajari, dan menerapkan teknik *Human Centered Design* untuk menciptakan solusi yang inovatif dalam memecahkan masalah yang dialami oleh pengguna atau target sasaran. Metode ini terdapat lima tahap, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

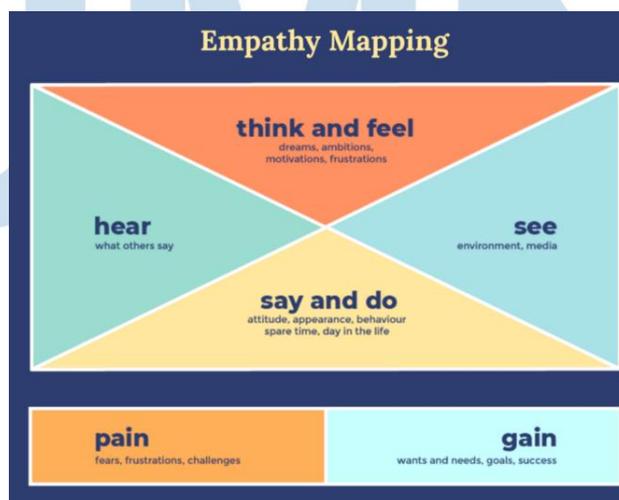


Gambar 3. 7 *Design Thinking*

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature/article/stage-2-in-the-design-thinking-process-define-the-problem-and-interpret-the-results>, (2020)

1. *Empathize*

Pada tahap ini, penulis harus bisa memahami permasalahan dan kenyataan yang dialami oleh target sasaran dengan menempatkan diri sebagai target sasaran. Proses empati kepada target sasaran ini dapat dilakukan dengan melakukan penelitian tentang sikap, perilaku, perasaan dan pola pikir dari target sasaran dengan berdasarkan prinsip *human-centered design process*.



Gambar 3. 8 Empathy Map

Sumber: https://miro.medium.com/max/828/1*N5ptT9vpDFrmoufu6Wsong.png, (2022)

Untuk memahami/ ber-empati pada target pengguna dengan lebih baik, dibuatlah sebuah peta atau *Empathy Map*. Dalam *Empathy Map*, penulis akan mulai merincikan perilaku dan pola pikir dari target, mulai dari cara berpikir dan merasakan, apa yang sering didengar, apa yang sering dilihat, apa yang sering dikatakan dan dilakukan, serta mempertimbangkan kesulitan dan apa yang akan dicapai dari sebuah perancangan dari sudut pandang target sehingga media yang dipilih menjadi lebih tepat sasaran dan lebih diminati.

2. Define

Pada tahap ini, semua data yang telah dikumpulkan pada proses sebelumnya akan dianalisis sebagai dasar pembuatan ide. Tahap ini terbagi menjadi tiga bagian inti, yaitu: pembuatan *affinity diagram* dengan menyusun dan mengelompokkan data, melakukan *mind mapping*, dan membuat *user persona* yang sesuai dengan target sasaran.

3. Ideate

Pada tahap ini, penulis akan mulai perancangan ide dengan melakukan *brainstorming* terlebih dahulu. Dengan memulai menentukan *keyword, tone of voice dari mindmap* yang sudah dibuat, barulah penulis mulai mencari ide-ide yang nantinya akan dipilah untuk menentukan ide besar dari perancangan, dari itu bisa dilanjutkan dengan membuat *moodboard* yang akan membantu perancangan secara visual dan aset pelengkap yang menunjang ide besar tersebut..

4. Prototype

Pada tahap ini, penulis mengimplementasikan ide yang telah dirancang ke dalam bentuk sesungguhnya sesuai dengan perancangan. *Prototype* terdiri dari dua bentuk, yaitu *Low-fidelity* dan *High-fidelity* sehingga dapat diperkirakan dari bentuk dan cara penggunaan dari media yang dirancang. Pembuatan *prototype* di bantu dengan adanya *Flow Chart* dan *Information Architecture* yang berisikan rincian interaktivitas di

dalamnya. Pada *Low-fidelity, prototype* biasanya berupa sketsa maupun susunan kerangka saja, barulah akan dihias hingga selesai beserta dengan konten dan interaktivitas yang sudah dirancang pada tahap *high-fidelity*, yang nantinya sudah siap untuk diuji coba.

5. Test

Pada tahap ini, penulis melakukan uji coba *prototype* yang telah dibuat kepada *user/pengguna* dari target sasaran. Penulis akan mengamati reaksi dan *feedback/* umpan balik yang diberikan dari *user/pengguna*. Hasil observasi dan *feedback/* umpan balik akan dijadikan pertimbangan untuk mengembangkan *prototype* sehingga benar-benar menjadi sebuah solusi dari permasalahan yang diangkat. *Test* dapat dilakukan berulang sesuai dengan jenis *test* yang dilakukan, dibedakan menjadi 2 tahap, yaitu *Alpha Test* maupun *Beta Test*. Alpha test dilakukan pada awal pertama kali uji coba untuk mengevaluasi *prototype* yang sudah dibuat, barulah masukan dari tahap ini akan ditindak lanjutkan, dan akan kembali diuji coba pada Beta test untuk menguji keberhasilan dan kegunaan apakah siap untuk diuji coba pada target yang sebenarnya..

3.3 Studi Eksisting

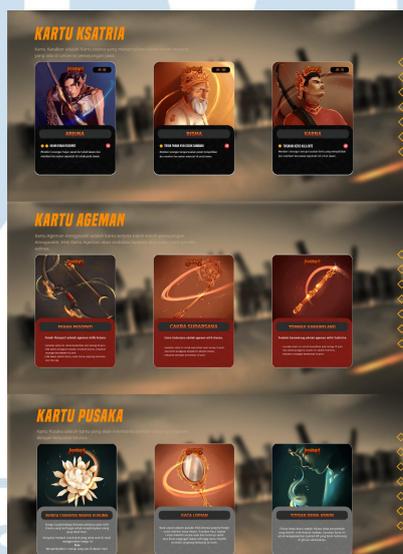
Studi eksisting dilakukan untuk melihat dan membandingkan media-media yang telah ada berkaitan dengan karakter wayang kisah *Mahabharata* maupun berkaitan dengan wayang itu sendiri. Dengan meneliti kelebihan dan kekurangan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Oportunity, and Threat*) dari setiap media yang sudah ada. Dari sekian banyak media yang berisikan wayang Indonesia, hanya sedikit yang memfokuskan pada karakter wayang dalam kisah *Mahabharata* itu sendiri. Maka dari itu, penulis mencari beberapa jenis media yang memfokuskan pada karakter wayang kulit dari kisah *Mahabharata*, mulai dari permainan, *website*, dan berbagai media lain, kemudian penulis akan memilah

A. Permainan Kartu Amogasakti



Gambar 3. 9 Permainan Kartu Amogasakti
Sumber: <https://www.amogasakti.id/>, (2022)

Permainan kartu Amogasakti diluncurkan pada bulan Juli tahun 2021, mengangkat tema pewayangan kisah *Mahabharata* yang memperkenalkan tokoh-tokoh dari perang Bharatayudha sebagai bentuk pelestarian budaya wayang Indonesia. Target dari permainan ini adalah anak-anak muda yang menyukai permainan, terutama jenis *Board game* berbasis kartu. Genre game ini adalah strategi, dilengkapi dengan bantuan teknologi aplikasi dan AR (Augmented Reality) dalam melakukan permainannya.



Gambar 3. 10 Jenis Kartu dalam Amogasakti
Sumber: <https://www.amogasakti.id/>, (2022)

Amogasakti memiliki 4 jenis kartu, yaitu kartu Ksatria yang berisikan tokoh-tokoh karakter, Energi sebagai kartu untuk memperkuat serangan, Ageman yang berisikan senjata-senjata dari tiap karakter dan harus dipasangkan sesuai pemilik aslinya jika ingin digunakan, dan terakhir adalah Kartu Pusaka yang berisikan pusaka-pusaka sakti yang dapat menambahkan kekuatan khusus. Dari pihak Amogasakti sendiri memberikan instruksi cara bermain, pemain dapat melakukan 5 hal berbeda dalam sekali giliran, yaitu:

1. Mengambil 6 kartu pertama, dan meletakkan 1 kartu Ksatria pada posisi *active hero*, dan 1 kartu karakter lagi di posisi *bench*.
2. Pengaktifan kartu karakter dilakukan dengan tambahan kartu energi yang akan menambah HP (*Health Point*) karakter atau menambah kekuatan serangan.
3. Kartu Ageman digunakan pada karakter yang cocok/ sesuai kepemilikan yang sudah tertera di keterangan untuk menambah serangan.
4. Kartu Pusaka dipakai hanya sekali saja, dan digunakan sesuai dengan keterangan yang ada pada setiap giliran, setelah digunakan maka kartu akan dipindahkan ke bagian *Trash* dan tidak bisa digunakan lagi pada ronde ini.
5. Jika ingin mengganti kartu karakter, maka kartu yang sebelumnya harus dimasukkan ke bagian *Trash* bersama dengan satu kartu energi yang ada, barulah kartu yang berada di bagian *Bench* bisa dinaikkan ke bagian *Active Hero*.

Tabel 3. 4 Analisa SWOT permainan kartu Amogasakti

| | |
|----------|---|
| Strength | - Ilustrasi yang digunakan menarik dan sesuai dengan selera anak-anak remaja zaman sekarang karena tidak terlalu berbentuk kartun/ kekanak-kanakan atau pun yang terlalu tradisional, ilustrasinya menggunakan karakter wayang yang sudah dijadikan bentuk manusia dengan busana tradisional. |
|----------|---|

| | |
|-------------|--|
| | - Bentuk <i>packaging</i> mulai dari kotak, properti, dan kartu dari produk ini menarik dan memberikan kesan nusantara yang kuat |
| Weakness | - Bahasa yang digunakan terlalu banyak dan tidak konsisten (Indonesia pada penjelasan kartu, Jawa pada penamaan kartu & properti, dan Inggris pada alas tempat bermain) - Penjelasan pada kartu masih kurang dimengerti secara umum |
| Opportunity | - Belum ada permainan kartu lain yang bertema wayang kisah <i>Mahabharata</i> , jika dipromosikan lebih luas lagi dan ditambah dengan koleksi karakter yang jauh lebih banyak lagi akan menambah daya tarik lebih besar. |
| Threat | - Karena koleksi kartu hanya itu-itu saja tanpa keterangan skill; Peminat dari permainan kartu tipe strategi sendiri hanya sedikit |

Berdasarkan analisis dari permainan kartu Amogasakti di atas, dapat diambil juga beberapa bagian untuk menjadi referensi, mulai dari segi pembuatan ilustrasi yang menyesuaikan target para remaja, hingga keterangan dan cara penyampaian informasi tentang karakter kepada masyarakat umum secara menarik dan interaktif.

B. Website Album Wayang Indonesia



Gambar 3. 11 Website Album Wayang Indonesia

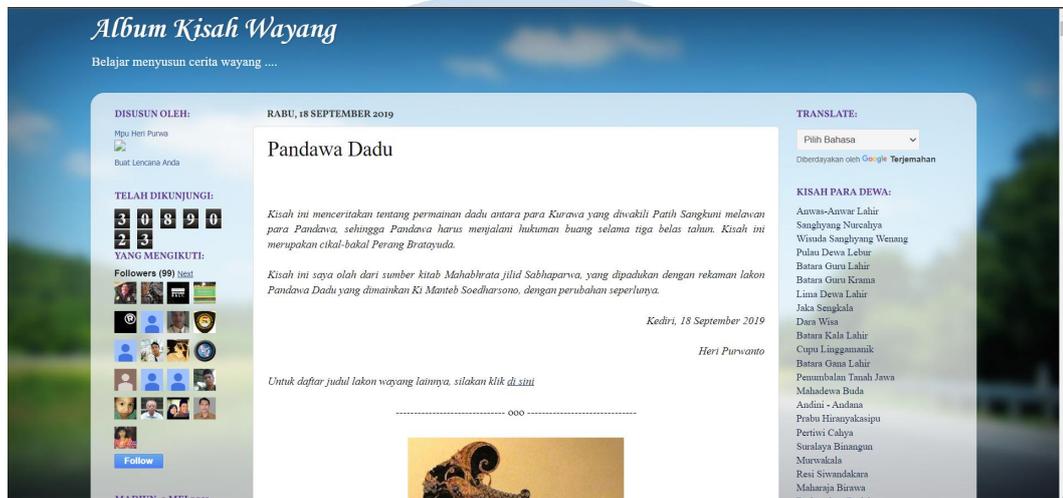
Sumber: <http://tokohwayangpurwa.blogspot.com/2009/10/duryudana.html>, (2022)

Album Wayang Indonesia merupakan sebuah blog dengan bentuk *website* yang bisa di akses secara online melalui internet, berisikan kumpulan dokumentasi bentuk wayang dari berbagai gaya, mulai dari gaya Bali, Surakarta, Yogyakarta, Cirebon, dan masih banyak lagi. Dokumentasi satu karakter wayang diurutkan berdasarkan daerah dengan masing-masing daerah memiliki 1 foto sebagai bentuk dokumentasi tanpa keterangan lebih lanjut. Penulis menganalisis kekurangan dan kelebihan dari media ini sebagai pembanding dan masukan pada media yang akan dibuat. Hasil analisa, yakni:

Tabel 3. 5 Analisa SWOT *Website* Album Wayang Indonesia

| | |
|-------------|--|
| Strength | <ul style="list-style-type: none"> - Koleksi foto karakter wayang kulit di banyak dan cukup lengkap di satu media - Koleksi foto wayang dipisahkan berdasarkan versi daerah tertentu sehingga mempermudah melihat perbedaan yang ada |
| Weakness | <ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada informasi lebih mengenai penjelasan karakter wayang yang dicari - Ada beberapa koleksi wayang dari versi daerah tertentu yang tidak ditampilkan |
| Opportunity | <ul style="list-style-type: none"> - Masih dapat menambah koleksi foto karakter wayang setiap tahunnya - Belum ada <i>website</i> yang mendokumentasikan foto karakter wayang dengan banyak versi pada satu media |
| Threat | <ul style="list-style-type: none"> - Karakter wayang yang dibuat di luar sana memiliki banyak ragam ditambah dengan modifikasi - Gambar dari google lebih banyak variasi, terlebih lagi dengan adanya foto wayang yang digunakan dengan tujuan untuk dijual. |

C. Website Album Kisah Wayang



Gambar 3. 12 Website Album Kisah Wayang

Sumber: <http://tokohwayangpurwa.blogspot.com/2009/10/duryudana.html>, (2022)

Album Kisah Wayang merupakan sebuah blog dengan bentuk website yang bisa di akses secara online melalui internet. Website ini berisikan kumpulan kisah wayang, mulai dari kisah para Dewa, zaman Purwacarita, leluhur Pandawa, Pandawa, Kurawa, putra para Pandawa dan Kurawa, dan kisah Pandawa Buang. Kumpulan kisah yang ada pada blog ini diberikan secara terperinci dengan memberikan gambar karakter, pembagian babak cerita, sumber dari mana dan versi siapa kisah diambil. Penulis menganalisis kekurangan dan kelebihan dari media ini sebagai pembandingan dan masukan pada media yang akan dibuat. Hasil analisa, yakni:

Tabel 3. 6 Analisa SWOT Website Album Kisah Wayang

| | |
|----------|--|
| Strength | <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki kumpulan cerita wayang yang lengkap, khususnya kisah <i>Mahabharata</i> - Tampilan <i>website</i> saat membaca rapi dan mudah dimengerti - Pembagian babak kisah mudah dimengerti dan dilengkapi dengan 1 karakter inti dari lakon tersebut |
| Weakness | <ul style="list-style-type: none"> - Gambar karakter yang ditampilkan hanya ada 1 dan merupakan karakter yang menjadi pemeran utama di dalamnya |

| | |
|-------------|--|
| | - Tidak dijelaskan peristiwa dan karakter secara visual bersamaan dengan penjelasan kata-kata |
| Opportunity | - Kumpulan kisah akan terus berkembang dan bertambah ke depannya - Belum ada <i>website</i> yang menyediakan kisah wayang <i>Mahabharata</i> dengan tampilan <i>website</i> yang rapi |
| Threat | - Saat ini koleksi masih sedikit jumlahnya |

3.4 Studi Referensi

Studi Referensi dilakukan oleh penulis untuk mencari beberapa contoh sebagai bahan pertimbangan perancangan media. Contoh media yang diambil secara acak dengan mempertimbangkan bentuk tampilan, layout, dan interaktifitas di dalamnya yang bisa menjadi referensi perancangan.

A. *Genshin Impact web-event*



Gambar 3. 13 *Genshin Impact Web-event*

Sumber: <https://ftw.usatoday.com/lists/genshin-impact-special-event-guide> (2022)

Genshin Impact merupakan salah satu *game RPG (Role Playing Game)* oleh *Hoyoverse* yang menjadi referensi bagi penulis. *Game* ini selain memiliki permainan utamanya, juga menyajikan *game* kecil atau *event* permainan kecil pada *website* mereka yang bisa di akses melalui

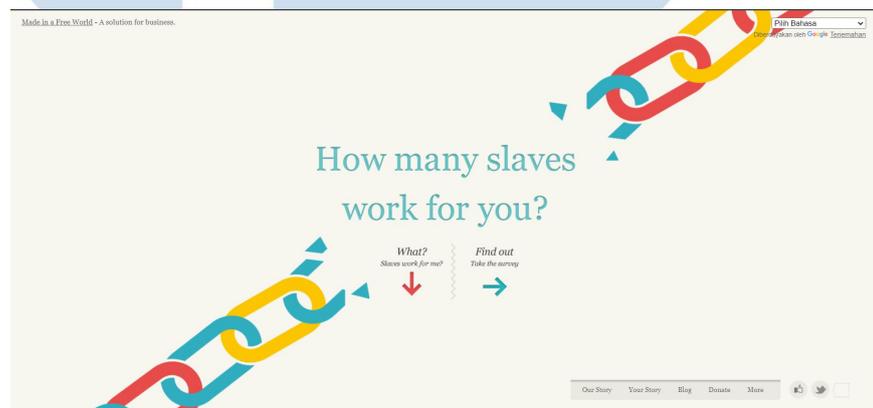
dari *game* atau aplikasi *Hoyolab*. *Web-event* yang diselenggarakan oleh *Genshin Impact* biasanya berlangsung selama kurang lebih 1 minggu dan biasanya diadakan pada saat *update* baru dan *event* tertentu. Jenis interaktivitas yang diberikan beragam mengikuti tema dari event yang diselenggarakan, bisa berupa cerita interaktif, memasak, memancing, berburu harta, perayaan acara, petualangan, dan masih banyak lagi. Hasil analisis yang dilakukan oleh penulis adalah:

Tabel 3. 7 Analisa SWOT *Web-event Genshin Impact*

| | |
|-------------|--|
| Strength | <ul style="list-style-type: none"> - Menarik para pemainnya dengan gaya baru termasuk dari gaya gambar hingga jenis permainannya, - Sederhana untuk digunakan dan di interaksikan, - Memiliki tantangan yang cukup mudah untuk dilakukan dalam sekali main tetapi berlangsung lama. - Memberikan hadiah yang berguna bagi pemain dalam mengakses permainan utama |
| Weakness | <ul style="list-style-type: none"> - Rentang waktu terbatas dengan tipe permainan yang harus diselesaikan di 2 tempat yaitu <i>website</i> dan <i>game</i> aslinya. |
| Opportunity | <ul style="list-style-type: none"> - Berhubungan langsung dengan acara pada game utama - Menambah minat para pemain untuk mengumpulkan hadiah yang berguna, terutama hadiah berupa bahan “<i>gacha</i>” yang bisa digunakan untuk mengumpulkan karakter maupun senjata pada permainan utama. |
| Threat | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Web-event</i> yang terlalu cepat selesai akan cepat juga dilupakan dan tidak di akses lagi |

Dengan mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan yang ada pada *web-event Genshin Impact*, penulis mengambil poin-poin penting sebagai referensi dan masukan terhadap pembuatan media yang dirancang. Hal yang menjadi pertimbangan untuk penulis ambil antara lain: cara menarik perhatian dan semangat *user* untuk melakukan hal atau tantangan yang diberikan, dengan menggunakan sistem target yang harus dikejar para pemain dalam sehari atau jangka waktu tertentu dan sistem pencapaian yang akan memberikan *reward* yang ditentukan dengan berdasarkan interaksi dan pencapaian tertentu, tentu saja setiap progress yang dilakukan harus tetap tercatat, selain itu adalah cara membuat interaksi sederhana tetapi tetap menarik dengan tantangan-tantangan sederhana.

B. Website interaktif: *Slaver Foot Print*



Gambar 3. 14 *Slavery Foot Point*

Sumber: https://slaveryfootprint.org/#where_do_you_live (2022)

Website Slavery Foot Print dipilih oleh penulis sebagai referensi pembuatan media, *website* ini sendiri merupakan jenis *website* interaktif dan informatif yang mengajak para *user* untuk melakukan interaksi bersama. *Website* ini memberikan informasi tentang perbudakan yang terjadi pada dunia industri, mulai dari produksi pakaian, elektronik, makanan, hingga kebutuhan-kebutuhan lain yang kita beli. Sebagai konsumen, pengguna akan di survei terhadap apa saja dan berapa banyak barang yang mereka beli dan konsumsi dari berbagai kategori. Selama

mengisi survei, pengguna akan diajak melakukan interaktivitas kecil seperti memilih, melakukan pengukuran, dan interaktivitas kecil lainnya disertai dengan informasi-informasi lain. Pada akhir survei yang diberikan data berapa banyak *slave* yang bekerja untuk membuat semua hal yang dibutuhkan secara keseluruhan, beserta informasi tambahan dan ajakan dalam bentuk kampanye mengenai topik yang sedang dibahas. Maka dari itu, penulis melakukan analisis pada media ini, dan hasil yang didapatkan oleh penulis, antara lain:

Tabel 3. 8 Analisa SWOT *Website* interaktif: *Slaver Foot Print*

| | |
|-------------|--|
| Strength | <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki interaksi yang sangat menarik mulai dari animasi, pergerakan layar, hingga arah di mana <i>user</i> harus melakukan interaksi - Memiliki pengaturan penggunaan bahasa yang disesuaikan dengan pengguna, dikategorikan berdasarkan berbagai bahasa dari masing-masing negara yang ada di dunia. - Informatif dan interkatif menjadi daya tarik dalam menyampaikan tujuan utama dari <i>website</i> ini, terutama dalam melakukan persuasi mengenai tema yang diangkat. |
| Weakness | <ul style="list-style-type: none"> - Walaupun interaksi yang diberikan sederhana, tetapi dalam jumlah yang banyak menjadikan <i>website</i> ini dapat dibilang cenderung berat untuk digunakan pada beberapa platform. |
| Opportunity | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Website</i> yang memberikan informasi mengenai topik ini secara interaktif belum banyak dijumpai - Survei yang dilakukan dapat diberikan secara interaktif dan tidak membosankan pengguna selama melakukan |

| | |
|--------|---|
| | pengisian data. |
| Threat | - Ketertarikan orang-orang pada topik yang dibahas sangat sedikit, hanya sedikit orang-orang yang peduli tentang berapa |

Dengan mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan yang ada pada *website Slavery Foot Print*, penulis mengambil poin-poin penting sebagai referensi dan masukan terhadap pembuatan media yang dirancang. Hasil analisis terhadap hal-hal menarik yang didapatkan oleh penulis, yakni sistem interaksi dan penggunaan halaman yang sangat minimal, interaktivitas seperti animasi dan interaksi diberikan dengan sederhana dengan alur yang jelas. Dengan mempertimbangkan alur interaksi pada satu halaman yang sederhana dan *to the point*. Penulis juga mengambil referensi penggunaan *whitespace* yang memberikan banyak ruang kosong agar pengguna dapat fokus pada visual dan informasi apa saja yang berada pada satu halaman tersebut. *Website* ini juga menggunakan *color palette* dengan warna yang sederhana tetapi juga menonjol pada setiap asetnya.

