

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Metodologi Penelitian merupakan proses dalam memperoleh pencarian fakta dengan dilakukan secara langsung atau di lapangan dengan tidak mengatur *variable* yang tidak diketahui menurut Yusuf (2017). Penulis melakukan wawancara sebagai metode kualitatif kepada seorang yang sudah menerapkan stoik dalam hidupnya dan juga melakukan kuantitatif yaitu kuesioner secara *online* melalui *Whatsapp*, *Line*, *Instagram* dan *Discord*. Wawancara dilakukan secara *online* dengan *Google Meet* dan dikeram sebagai dokumentasi.

##### 3.1.1 Metode Kualitatif

Pengumpulan data menggunakan wawancara dan studi referensi, pengambilan data ini berguna untuk memperdalam ilmu tentang stoik dan pengalaman mengatur diri. Sedangkan studi referensi digunakan untuk menambah pengetahuan penulis untuk perancangan yang ingin dibuat.

##### 3.1.1.1 Wawancara

Wawancara kepada Christian Welly, seorang yang menyukai *board game* dan *game master*. Wawancara bertujuan agar penulis bisa melihat sudut pandang dari seorang *game master* dan beberapa permainan *board game* yang kompleks, wawancara dilakukan secara *online* pada tanggal 17 Oktober 2023.

##### 1) Wawancara kepada Christian Welly

Penulis mewawancarai kepada seorang *game master* yang bernama Christian Welly, menurut beliau *board game* itu permainan yang sangat seru, tetapi belum banyak orang tau lebih jauh, hanya saja tau *board game* yang klasik dan lama seperti *monopoli* dan ular tangga. Di era sekarang, minat *board game* kurang banyak, tidak sebanyak *game online*, walaupun *board*

*game* sudah ada juga yang *online* tetapi masih kurang paham untuk kaum awam untuk tempat memainkannya seperti *platform*.

Menurut Christian Welly *board game* itu salah satu media yang paling asik dikarenakan bermain, dan bisa melihat reaksi lawannya. Poin utama bagi beliau adalah dengan adanya *board game* dapat melihat karakter seseorang dengan cara bermainnya, ada yang bermain dengan *gameplay* seseorang, ada yang bermain beresiko, ada juga yang hati hati tapi pasti. Unikny, selain dimainkan secara tatap muka, *board game* juga membantu bersosial.

Menurut beliau sekarang ini banyak *board game* yang mempunyai *plus minus*-nya, dan hal ini membuat *game master* menjadi agak kesulitan ketika mengajari pemain baru yang pertama kali yang ingin memainkan *board game*, menurut beliau *plus* dan *minus*-nya ada di cara permainan gamenya, bagus dari strategi tetapi terlalu banyak *set up* di awal permainan, ada juga yang ilustrasinya bagus tapi cara bermainnya tidak menarik, ada yang ilustrasinya kurang bagus tetapi cara bermainnya bagus.

Inti dari *board game* secara *genre* yaitu strategi, dengan adanya *goals* atau objektif, maka *player* juga menentukan strateginya masing masing. Genre yang paling sering dimainkan dalam *board game* adalah *bluffing*, dikarenakan saat bermain *board game* dapat melihat reaksi seseorang jika ia hampir menyelesaikan objektifnya, biasanya terlihat ekspresi kesenangan yang muncul, dan hal ini dapat diatasi dengan *bluffing*. *Bluffing* itu sendiri merupakan menipu lawan dengan ekspresi yang dikeluarkan oleh pemain agar pemain lawan tidak bisa menebak karakter.

Selain *board game*, kata beliau akir akir ini ada satu permainan yang mirip dengan *board game* tetapi ini hanya

menggunakan element kartu saja yaitu *TGC*, contoh *TGC* seperti *yugioh*, *pokemon*, *vanguard*. Kartu *TGC* ini dimainkan oleh 2 orang dikarenakan adanya *system* duel antar player dengan menyiapkan *deck* kartu. Biasanya *TGC* lebih ke strategi dan menghafal kartu yang ada.



Gambar 3.1 Wawancara dengan Chistian Welly

### 3.1.1.2 Kesimpulan wawancara

Dari hasil wawancara yang dilakukan, kesimpulan bahwa *board game* semakin mulai berkembangnya di rana *sosial media*, karena sudah banyak tempat *cafe* yang menyediakan *board game* yang artinya semua orang dapat bermain dan *board game* sendiri bisa menjadi sebuah media belajar. Untuk pembelajaran itu bisa dimasukan dengan tema atau cara bermain pada *board game* sehingga *player* dapat mengerti inti yang ingin disampaikan dari *board game* itu sendiri. Oleh karena itu, *mindful spending* dapat diaplikasikan dalam *board game* agar *player* dapat mengetahui kebutuhan dan prioritasnya.

### 3.1.1.3 Studi Referensi

Melakukan studi referensi untuk mendapatkan sebuah pengetahuan tentang *board game* dan sampai ke mekanisme *game*-nya. *Board game* yang digunakan sebagai referensi adalah

#### a. Azul

*Azul* adalah *board game* yang di desain oleh Michael Kiesling, *game* ini bersifat *abstract strategy*. *Board game* ini membaca unsur budaya *Portugal* dan *Spainol* dengan nama panjangnya *Azulejos*. Yang menjadi referensi saya adalah warna dan *pattern* dari elemen *game*-nya. Tak hanya itu, *Azul* mempunyai peraturan yang mudah dimengerti tetapi sulit untuk menyelesaikan objektif sehingga pemain memikirkan strategi yang tidak terbatas agar bisa memenangkan *game*



Gambar 3.2 Board Game Azul

Sumber: <https://www.thebearandthefox.com/review-azul-tile-your-way-to-victory-ad/azul-board-game-factory-line/>

#### b. Sheriff of Nottingham

*Board game* ini bertema tentang kejadian masuknya bahan makanan di kota *Nottingham*, dengan adanya *sherrif* yang mengawasi para penjual agar tidak membawa barang *illegal*. Yang menjadi referensi saya adalah cara bermainnya mudah dan

bergilir setiap jalannya serta menggunakan elemen yang ada seperti koin dan kartu, yang kartunya sangat *complex*.



Gambar 3.3 Board Game Sherrif of Nottingham  
Sumber: <https://www.boardgamehalv.com/sheriff-of-nottingham/>

c. *Exploding Kittens*

*Card game* ini bertema anak kucing dengan ilustrasi *stylized* dan *cartoon*. Cara bermain *card game* ini hampir mirip dengan *card game Uno*, yang menjadi bedanya ada kartu yang bisa menghancurkan lawan dengan kartu *special move*, dan menghindari beberapa kartu *kittens* yang dapat membuat *player* kalah. Dengan ilustrasi yang jenaka namun *absurd*, deskripsi pada kartu tersebut dapat di pahami dengan mudah.



Gambar 3.4 Board Game Exploding Kittens  
Sumber:

<https://www.thecoffeeapple.com.au/products/explodingkittens>

### 3.1.1.1 Kesimpulan

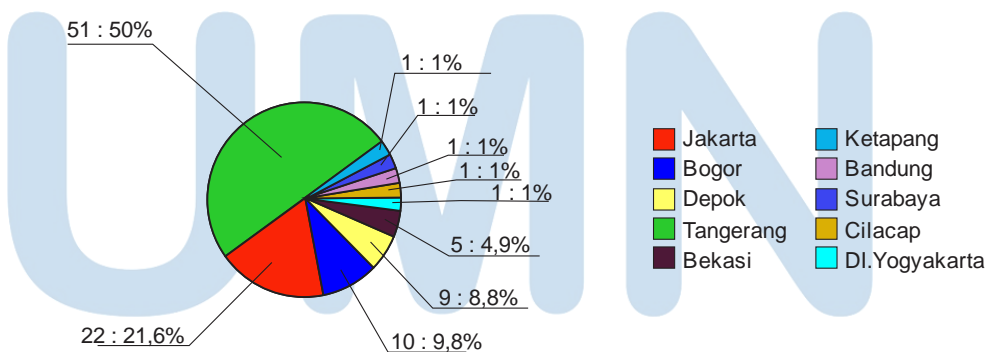
Tabel 1.1 Tabel Kesimpulan Studi Referensi

	Azul	<i>Sherrif of nothingham</i>	<i>Exploding Kittens</i>
<i>Gameplay</i>	Dari cara bermainnya mudah untuk dipahami.	Dari cara bermainnya mudah di pahami dengan memasukan kartu kedalam kantong dan menyerahkan ke <i>sherrif</i> dan <i>sherrif</i> akan mengeceknya.	Dari cara bermainnya tingkatannya mudah seperti cara bermain <i>game uno</i> dengan mengeluarkan kartu yang punya dan menghindari kartu berbentuk <i>kittens</i> yang bertulisan <i>exploding kittens</i> .
Ilustrasi	Ilustrasinya berupa <i>ornament</i> ukiran dan memiliki warna yang bagus	Ilustrasinya berupa <i>stylized</i> dikarenakan ada karakter yang memiliki postur yang tidak seperti manusia biasanya, dan juga untuk <i>item</i> -nya realistis	Ilustrasinya berupa <i>cartoon</i> dan <i>stylized</i> hal ini menjadi sebuah <i>meme</i> atau jenaka dikalangan beberapa orang.
Interaksi	Adanya <i>chip</i> kotak yang dapat di pindah pindahkan	Interaksinya memasukan kartu kedalam kantong yang nantinya di cek oleh <i>sherrif</i> dan ada juga	Intraksinya berupa hanya mengeluarkan kartu di tangan dan

		<i>coin</i> sebagai mata uang	mengambil kartu pada <i>deck</i>
<i>Rules</i>	<i>Rules</i> -nya mudah dipahami dan juga tidak banyak	<i>Rules</i> -nya banyak, dan ada beberapa <i>scenario</i> yang dijelaskan oleh <i>guide book</i>	<i>Rules</i> -nya cukup mudah, hanya dapat mengerti pada <i>action</i> kartunya.

### 3.1.2 Metode Kuantitatif

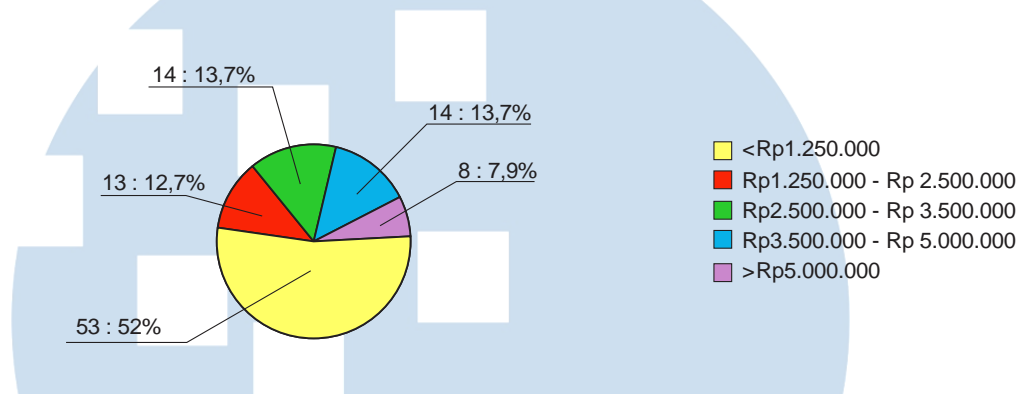
Dalam metode ini data kuantitatif diambil dengan kuesioner yang bersifat *online*, dan disebarakan melalui media sosial untuk mencari tahu tentang pemahaman kebiasaan usia umur 22 -28 yang disebut generasi Gen - Z dan pengertian tentang *mindful spending*, kriteria pengisian responden adalah remaja yang mengutamakan kesenangan. Kuesioner disebar pada tanggal 16 Oktober 2023. Dengan total mencapai 102 responden dengan hasil sebagai berikut:



Gambar 3.5 Diagram Domisili

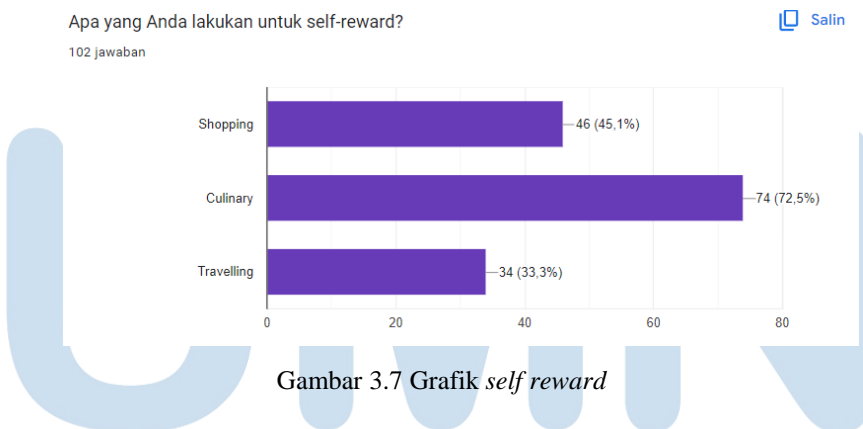
Pertanyaan tentang domisi yang menjadi target utama, dan ternyata responden yang terbanyak dari daerah Tangerang mencapai 51 responden

dengan angka 50% dan di kota Jakarta terdapat 21,6% dengan 22 responden. Selain itu ada juga beberapa responden dari kota kecil seperti Ketapang, Cilacap.



Gambar 3.6 Diagram Pendapatan

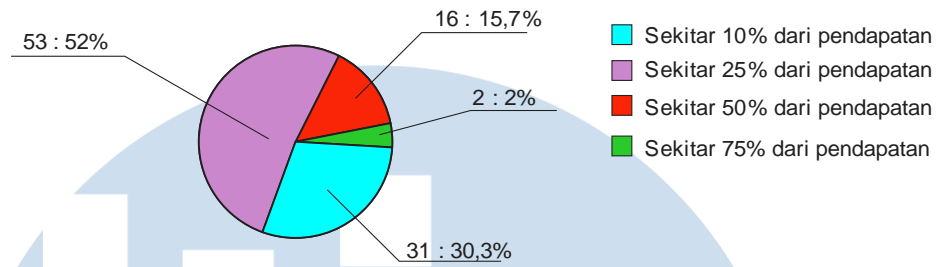
Selanjutnya, pertanyaan mengenai pendapatan perbulan yang responden paling tinggi di <Rp1.250.000 yang menjadi 52%, hal tersebut membuat terpenuhi dengan Ses C pada *target audience*



Gambar 3.7 Grafik *self reward*

Selanjutnya, untuk *self reward* yang paling tinggi adalah *Culinary* yang dimana datanya di dukung oleh IDN bahwa gen-z lebih banyak menghabiskan uang di makanan.





Gambar 3.8 Diagram self reward

Selanjutnya, dalam *budget* untuk pengeluaran dengan sekitar 25% dari responden sebanyak 52% hal ini cukup banyak untuk *self reward*. Dengan begini penulis menjadi tahu *self reward* paling banyak mengarah ke kuliner.

Tabel 2.1 Tabel Perilaku yang konsumtif

Pernyataan	Kuantitas Responden
Rutin membeli handphone terbaru	77
Nongkrong di <i>cafe</i>	52
Produk branded	74
Liburan luar negeri	29
Beli merchandise	2
Makan makan mahal	1
Beli barang berdasarkan impluse	1
Beli game	1

Menurut 102 responden dengan jawaban bisa lebih dari 2, perilaku kebiasaan paling sering membeli *handphone* terbaru, hal ini menunjukkan bahwa umur 22 - 28 tidak ingin tertinggal terhadap trend yang diikuti dengan nilai 75,5% dan yang ke 2 paling dipilih, membeli barang *branded* untuk keperluan sehari hari dengan nilai 72,5%.

### 3.2 Metodologi Perancangan

Banyak detail yang di perhatikan dalam proses pembuatan perancangan *board game*, perancangan *board game* sendiri terkesan mudah untuk dilakukan (Slack,2017). Tahapan proses sangat bergantung pada pembuatnya, yang terbagi menjadi 4 tahapan metode perancangan sebuah *board game*, yaitu:

#### 1) *Getting Started & Generating Ideas*

Sebagai fundamental hal dasar, perancang membayangkan pengalaman bermain yang diinginkan dan di tujukan kepada pemain, Setelah itu akan ada terciptanya patokan untuk membuat tema dan mekanismenya dalam game. Perancangan harus bersifat menghibur pemain sehingga mendapatkan pengalaman yang baik (Slack, 2017, hlm.91)

#### 2) *Key Elements & Considerations*

Pada tahap ini perancang melakukan *test game* secara rutin dengan alat alat *simple*. Hal ini berguna untuk mengetahui *game* tersebut tidak *error* dan *game*-nya bisa berjalan dengan baik (Slack, 2017, hlm105)

#### 3) *Designing & Playtesting Game*

Setelah tidak ada yang *error*, selanjutnya pengecekan mekanisme dan peraturan dalam *game*, juga di perhatikan visualnya agar sesuai yang diinginkan oleh perancang. Selanjutnya *game* dapat di mainkan oleh pemain.

#### 4) *Finising the Game*

Pada tahap ini, perancang menjelaskan tujuan *game* yang dibuat kepada pemain agar nilai yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik untuk edukasi tentang *Mindful spending* kepada remaja umur 12-28 dengan media Interaktif *Board Game*.