

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis dalam perancangan proposal ini adalah metode penelitian campuran. Penelitian kualitatif dilakukan dengan cara wawancara dengan ahli dalam bidang yang dibahas dan target desain, sedangkan penelitian kuantitatif dilakukan dalam bentuk kuisioner dengan menggunakan google form dan *a/b test* sebagai media pengumpulan data.

3.1.1 Metode Kualitatif

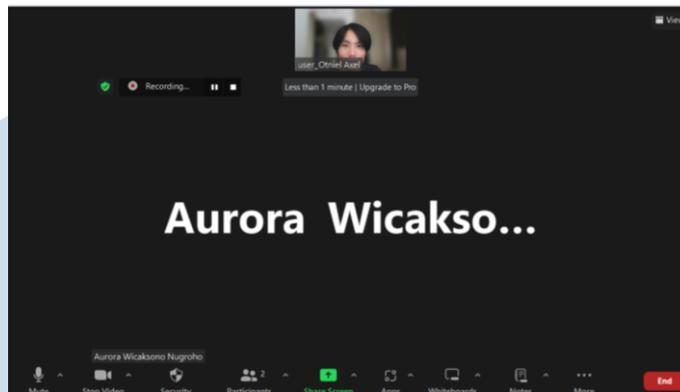
Metode kualitatif adalah metode pengumpulan data yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dari target penelitian yang tidak bisa didapatkan melalui cara pengukuran. Metode kualitatif yang digunakan oleh penulis dalam perancangan adalah *interview*, studi eksisting, dan studi referensi.

3.1.1.1 Interview

Interview dilakukan kepada tiga pihak yaitu *game producer*, *game designer*, dan dosen antropologi. Ketiga pihak ini menjadi pilihan narasumber penulis karena media perancangan akhir yang dipili penulis berupa *game*, sehingga dibutuhkan data mendalam yang berkaitan dengan proses pembuatan *game* berdasarkan *folklore*.

1) *Interview dengan Game Producer*

Interview atau wawancara dengan *game producer* dilakukan oleh penulis kepada Aurora Wicaksono Nugroho yang merupakan *executive game producer* dari studio Pansus. Proses wawancara tersebut berlangsung secara *online* melalui *Zoom* pada tanggal 26 Febuari 2024 pukul 13.00 WIB.



Gambar 3.1 Wawancara dengan *Game Producer*

Selama proses wawancara ada beberapa hal yang selalu ditekankan oleh narasumber sebagai hal-hal penting yang harus diperhatikan dalam proses perancangan *game* yaitu memiliki target yang jelas, *budget management*, *time management*, dan *people management*.

Menurut narasumber, sebelum memulai perancangan sebuah *game* setelah menentukan konsep yang diinginkan dan menentukan *game* yang akan dijadikan referensi, hal lain yang harus diketahui adalah PBN (*proven, better, new*) dari *game* referensi tersebut. *Proven* mengacu pada bagian mana dari *game* referensi yang sudah terbukti berhasil sehingga patut atau layak untuk diikuti atau diimplementasikan, *better* mengacu kepada hal apa yang bisa dibuat lebih baik dari pada *game* referensi, dan *new* mengacu pada hal baru apa yang akan dimiliki *game* yang akan dibuat jika dibandingkan dengan *game* referensi.

PBN ini dikatakan oleh narasumber sebagai hal penting yang harus dimiliki sebelum memulai pembuatan *game* agar *game* yang dibuat memiliki tujuan dan target yang jelas. Hal ini dikarenakan banyaknya jumlah *game* yang ada, sehingga dibutuhkan hal yang menjadi identitas atau pembeda dari *game* yang akan dibuat.

Narasumber juga menambahkan bahwa berdasarkan pengalamannya sebagai *game producer*, jika PBN dari *game* yang akan dibuat tidak kenali dari awal biasanya akan terjadi kekacauan pada kuartir pertama waktu pengerjaan sehingga berpotensi gagal.

2) *Interview dengan Game Designer*

Wawancara dengan *game designer* dilakukan penulis kepada dua orang ahli yaitu Indri Dwi Ayu yang merupakan *senior system designer* dan *game designer* dari Agate dan juga kepada Aaron Steven Falim, seorang *game design manager* dari Agate *International*. Wawancara dilakukan pada tanggal 27 Februari 2024 pukul 19.00 WIB dan pada tanggal 4 Maret 2024 pada pukul 14.00 WIB.



Gambar 3.2 Wawancara *Game Designer*

Melalui wawancara yang telah dilakukan, penentuan konsep dan tujuan yang jelas dari *game* yang akan dibuat Kembali menjadi sorotan dari kedua narasumber. Narasumber mengatakan

sebagai *game designer*, ketika membuat sebuah *game* perlu dilakukan penelitian yang jelas mengenai kondisi market dan juga target dari *game* yang akan dibuat. Data mengenai target desain ini akan berperan penting ketika akan menentukan genre, mekanik, *visual style*, dan berbagai macam hal lainnya dalam *game* yang akan dibuat.

Menurut narasumber terdapat beberapa hal yang memiliki peran terhadap kesuksesan sebuah *game* untuk kalangan gen Z. Salah satu hal yang menjadi kesamaan dari beberapa *game* yang sukses di kalangan gen Z berdasarkan pengamatan narasumber adalah fitur berbagi atau *sharing*. Selain itu berdasarkan dari pengalaman yang dimiliki oleh narasumber, hal lain yang memiliki peran dalam kesuksesan sebuah *game* waktu dari perilisian *game*.

Walaupun *game* yang dibuat memiliki konsep dan eksekusi yang bagus, jika ketika waktu perilisian terdapat banyak *game* lain dengan genre yang sama atau tidak sesuai dengan trend yang ada maka kesuksesan dari *game* yang dibuat akan terhalang. Hal lain yang juga perlu diperhatikan adalah ketika memberikan fitur-fitur pada *game* agar tidak berlebihan dan melenceng dari konsep *game* yang dibuat.

Ketika *game* yang sudah dibuat telah memasuki tahap *testing* atau bahkan telah rilis, *game* tersebut tentu akan mendapatkan *feedback* dari orang-orang yang telah memainkan *game* tersebut.

Walaupun mendengarkan *feedback* dari pemain merupakan hal yang baik untuk dilakukan untuk mengembangkan *game* yang telah dibuat, menurut narasumber perlu dilakukan penyaringan terhadap *feedback* yang didapatkan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

Selain itu ketika akan menerapkan *feedback* yang didapat, perlu dilakukan penelitian terhadap masalah yang menyebabkan pemain memberikan *feedback* sedemikian rupa. Hal ini perlu dilakukan untuk mengetahui apa yang menjadi *pain point* dari pemain sehingga solusi yang diberikan bisa saja bermacam-macam.

3) *Interview dengan Dosen Antropologi*

Wawancara dengan dosen antropologi dilakukan oleh penulis kepada Dra. Sri Murni, M.Kes, Ph.D yang merupakan Dosen Departemen Antropologi FISIP dari Universitas Indonesia. Narasumber sendiri juga memiliki ketertarikan dalam bidang *folklore* dan berperan aktif sebagai anggota *International Organization of Folk Art* dan anggota Asosiasi Tradisi Lisan. Wawancara dilakukan secara online melalui *Zoom* pada tanggal 26 Februari 2024 pukul 09.00 WIB.



Gambar 3.3 Wawancara Dosen Antropologi

Menurut narasumber *folklore* Indonesia sebenarnya banyak tersebar dalam kehidupan sehari-hari Masyarakat hanya saja tidak disadari oleh Masyarakat. *Folklore* yang tersebar ini memiliki banyak wujud seperti lagu daerah, makanan daerah, peribahasa, cerita horror, dan masih banyak lagi.

Menurut narasumber penyebab *folklore* Indonesia yang meulai dilupakan oleh anak muda terutama generasi Z dikarenakan kurangnya penyebaran *folklore* lokal di masa sekarang. Hal ini bisa dilihat melalui konten yang beredar di internet yang sangat didominasi oleh budaya asing sehingga tidak heran jika gen Z yang selalu terpapar oleh konten tersebut akan lebih mengetahui dan menyukai budaya asing.

Selain itu menurut narasumber, upaya pemerintah dalam menanam budaya nasional sebagai identitas nasional masih kurang jika melihat upaya yang dilakukan oleh pemerintah negara lain seperti China, Korea, dan Jepang yang kaya akan budaya nasional seperti indonesia. Hal yang bisa disimpulkan oleh penulis ketika mendengarkan penjelasan dari narasumber mengapa negara-negara tersebut dapat melestarikan budaya mereka bahkan sampai skala global adalah pemerintah dari ketiga negara tersebut memiliki rasa takut terhadap hilangnya identitas nasional mereka. Sehingga dilakukan berbagai upaya drastis untuk menanamkan identitas nasional tersebut kepada anak muda.

Oleh karena itu narasumber berpendapat bahwa untuk bisa bersaing dengan budaya asing tesebut dibutuhkan kesadaran dan kerjasama terutama dari anak muda Indonesia untuk mengangkat *folklore* Indonesia sebagai konten hiburan dalam berbagai macam media.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.1.1.2 Studi Eksisting

Studi eksisting merupakan sebuah metode pengumpulan data dengan cara melihat dan menganalisa karya dengan topik serupa yang sudah ada. Oleh karena itu penulis melakukan Analisa singkat terhadap dua *game* yang mengangkat tema *folklore* Indonesia yaitu Pamali dan *Ghost Parade*.

1) Pamali

Pamali merupakan sebuah *game* yang lokal yang mengangkat tema horror berdasarkan *folklore* Indonesia. *Game* ini di rilis pada tanggal 28 Desember 2018 lalu oleh studio *StoryTale* yang berasal dari Bandung. Didalam *game* ini terdapat empat karakter hantu Indonesia yaitu tuyul, pocong, kuntil anak, dan leak. *Game* pamali ini bersifat *storytelling* dimana pemain nanti bisa melakukan eksplorasi pada *map* yang sudah tersedia dan berinteraksi dengan benda-benda dalam *map* tersebut untuk memecahkan teka-teki yang ada. Salah satu keunikan yang dimiliki pamali adalah setiap pilihan yang dilakukan oleh pemain akan berpengaruh pada hasil akhir dari *game*, hal tersebut menarik pemain untuk mencoba semua pilihan yang ada agar bisa mendapat *ending* yang berbeda.



Gambar 3.4 *Game* Pamali

(Sumber :

https://cdn.akamai.steamstatic.com/steam/apps/1093360/capsule_616x353.jpg?t=1572505235)

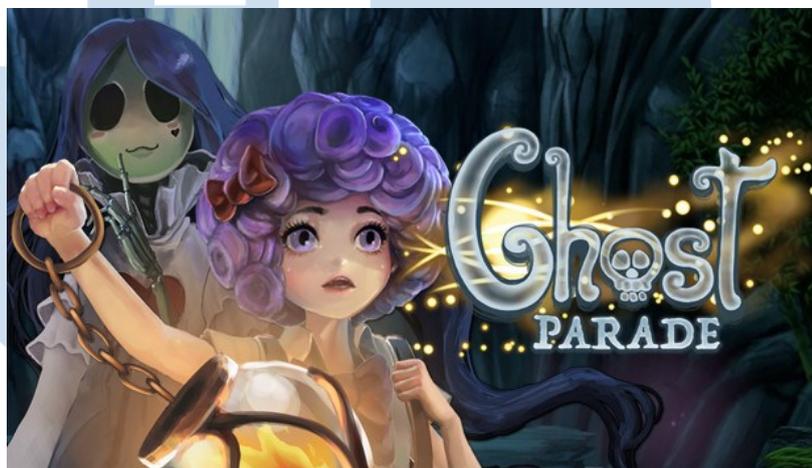
Tabel 3.1 SWOT Pamali

<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki pencahayaan yang mendukung pengalaman <i>immersive</i> dari pemain yang juga didukung dengan desain grafik dan suara yang bagus.
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • pencayahaan yang dirasa terlalu gelap untuk beberapa pemain • jumlah <i>ending</i> yang sangat banyak terkadang menjadi <i>turn-off</i> untuk beberapa pemain
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>ending</i> yang banyak berarti memiliki banyak alur dan cerita • memiliki konsep yang unik dan orisinal
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> • tema horror sudah banyak diangkat sebagai <i>game</i> di Indonesia sehingga memiliki banyak pesaing • karena mengangkat tema hantu Indonesia ada kemungkinan pemain yang berasal dari luar negeri atau tidak akrab dengan hantu tersebut akan mengalami kesulitan untuk memahami alur cerita <i>game</i>

2) *Ghost Parade*

Game Ghost Parade merupakan *game* yang mengangkat tema yang sama dengan Pamali yaitu *folklore* horror. Walaupun begitu *game* tersebut tidak ber-genre horror melainkan *adventure*. *Game* ini merupakan *game* jenis *platformer* yang bercerita tentang

seorang gadis Bernama Suri yang ingin pulang dari sekolah secepat mungkin sehingga akhirnya memilih jalan pintas untuk melewati hutan. Dimana ketika melewati hutan tersebut ia akan menjumpai banyak hantu Indonesia. *Gameplay* dari *game* ini seperti yang sudah disebutkan sebelumnya berupa *platformer* dimana nantinya pemain akan mengendalikan karakter Suri untuk melintasi rintangan dan melawan hantu-hantu yang ada.



Gambar 3.5 *Game* Ghost Parade

Sumber :

https://cdn.akamai.steamstatic.com/steam/apps/1093360/capsule_616x353.jpg?t=1572505235

Tabel 3.2 SWOT *Ghost Parade*

<p><i>Strength</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki gaya visual <i>stylized</i> sehingga dan <i>palette</i> warna yang colourfull sehingga berbeda dengan <i>game</i> bertema hantu pada umumnya. Animasi efek yang <i>flashy</i> juga menjadi keunggulan dari <i>game</i> jika dibandingkan dengan <i>game platformer</i> lainnya
------------------------	---

<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki kontrol yang kaku dan kurang <i>responsive</i> • Layout yang masih dirasa berantakan
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki <i>approach</i> tema <i>folklore</i> hantu yang berbeda dari <i>competitor</i> yang ada
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dikarenakan masih terdapat banyak <i>bug</i> membuat pengalaman bermain pemain menjadi buruk • <i>game</i> platformer lain dengan interaktifitas yang lebih bagus

3.1.1.3 Studi Referensi

Studi referensi dilakukan penulis untuk mendapatkan contoh atau referensi visual maupun mechanic dari *game* yang sudah dirilis. *Game* yang dilakukan analisis oleh penulis untuk dijadikan referensi adalah sebagai berikut :

1) *The Legend of Zelda : Breath of The Wild*

Game terbaru Zelda ini atau biasa disingkat Zelda BOTW merupakan *game* yang dirilis oleh nitendo pada tahun 2017 kemarin untuk platform nitendo *switch* dan wii. Semenjak perilisan, *game* ini telah menuai banyak pujian dan memenangkan banyak penghargaan. *Game* Zelda BOTW merupakan *game* *adventure open world* dengan *gameplay mechanic* berupa *hack and slash game*. Salah satu fitur unik yang menjadi daya Tarik dari *game* ini adalah fitur *material building* yang dimiliki sehingga pemain bisa berkreasi se bebas dan sekreatif mungkin. Penulis menjadikan *game* ini sebagai referensi untuk gaya visual dari *game* yang akan dibuat.



Gambar 3.6 Game Zelda Breath of The Wild

Sumber :

https://media.wired.co.uk/photos/606db72fef15037f588544a1/master/w_1600%2Cc_limit/zelda-full.jpg

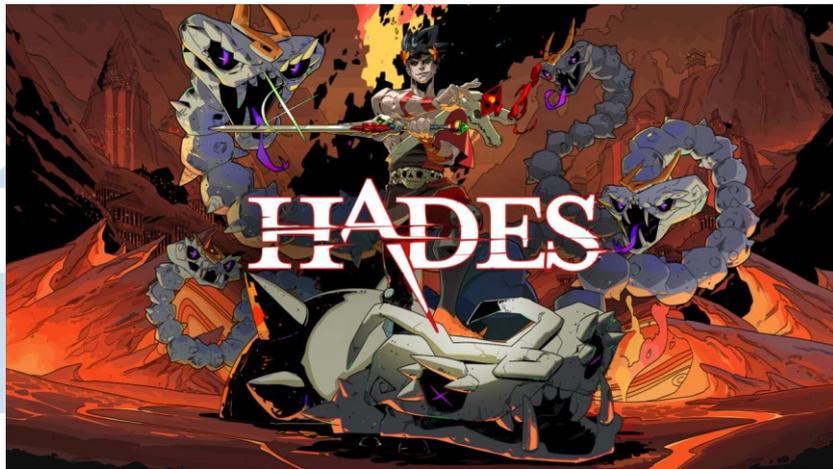
Tabel 3.3 SWOT Zelda BOTW

<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menggabungkan elemen visual 2D dan 3D sehingga menghasilkan gaya visual yang unik dan berbeda • Interaktivitas <i>game</i> yang banyak • Peta dunia yang luas
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki platform yang terbatas
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki sistem <i>item</i> yang nantinya bisa dirakut menjadi objek lain menjadikan <i>game</i> ini berbeda dengan competitor yang ada

	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki sistem lingkungan yang mengikuti hukum fisik seperti di dunia nyata
<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Game</i> petualang yang sifatnya terlalu terbuka membuat pemain yang baru terjun ke genre ini menjadi bingung

2) Hades

Hades merupakan *game* yang dibuat dan dirilis oleh *Supergiant Games* dan rilis pertama kali pada tahun 2020. *Game* ini menceritakan tentang sang karakter utama yaitu Zangreus yang merupakan anak dari Hades yang ingin keluar dari *underworld* yang menjadi latar tempat dari *game*. Pemain akan memegang kontrol dari karakter Zangreus untuk melawan monster atau melewati jebakan yang ada pada setiap *stage* untuk menyelesaikan *stage* tersebut. Dikarenakan visual yang unik dan bagus, didukung juga dengan narasi cerita, *voice acting*, *sound design*, dan lagu tema yang bagus menjadi *game* ini sebagai pemenang dalam banyak penghargaan. Salah satu hal yang menjadi strong point dari *game* Hades yang berperan dalam kesuksesan dari *game* Hades adalah desain *level* atau *stage* dari *game* yang sangat baik, dimana *progress* tingkat kesulitan dirasa sangat memuaskan oleh banyak pemain. Hal ini dikarenakan *game* memiliki rewarding yang dirasa sesuai dengan tingkat kesulitan yang harus dihadapi oleh pemain. Oleh karena itu penulis menggunakan *game* ini sebagai referensi untuk perancangan *level design* dari *game* yang akan dibuat.



Gambar 3.7 *Game Hades*

Sumber :

https://assets.nintendo.com/image/upload/ar_16:9,c_lpad,w_1240/b_white/f_auto/q_auto/ncom/software/switch/70010000033131/dbc8c55a21688b446a5c57711b726956483a14ef8c5ddb861f897c0595ccb6b5

Tabel 3.4 SWOT Hades

<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Gameplay</i> yang adiktif • Mekanisme pertarungan yang bagus • Visual yang unik dan menarik • desain <i>level</i> yang dinamis
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> • masih adanya sistem RNG yang menyebabkan pemain untuk mengulang <i>stage</i> yang sama berulang kali
<i>Oppoortunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • dibandingkan dengan <i>game rouge like action</i> lainnya, <i>hades</i> memiliki mekanik yang lebih unik dan tidak repetitif

<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> • kurangnya peminat style visual komik barat di negara-negara asia.
----------------	---

3.1.1.4 Kesimpulan

Berdasarkan dari dua wawancara yang sudah dilakukan penulis maka dapat disimpulkan bahwa dalam membuat *game* perlu dibutuhkan banyak penelitian terhadap *game* terdahulu dan juga pasar yang ada agar yang dihasilkan memiliki konsep dan tujuan yang jelas bukan asal jadi mengingat bahwa diperlukan banyak waktu dan biaya dalam membuat sebuah *game*. Sedangkan mengenai tema *folklore*, salah satu alasan mulai ditinggalkannya *folklore* adalah karena kurangnya konten digital dengan tema tersebut yang dapat terekspos ke generasi Z. oleh karena itu hal yang perlu menjadi perhatian penulis adalah ketika memilih style dan genre dari *game* yang akan dibuat agar sesuai dengan jenis *game* yang disukai oleh mayoritas dari gen Z.

3.1.2 Kuisisioner

Menurut Nazir (2003) kuisisioner atau survey adalah Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan fakta-fakta secara sistematis dari seelompok orang yang menjadi target dari penelitian. dalam pengumpulan data menggunakan kuisisioner, besaran sampel dilakukan dengan melakukan perhitungan menggunakan rumus slovin. Rumus slovin adalah rumus untuk menentukan besaran sampel yang akan digunakan dalam riset.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Slovin Formula

**Sample size needed* = $\frac{\text{Population}}{1 + Ne^2}$

Notes:

N = Population

e = error margin

Gambar 3.8. rumus slovin

(https://miro.medium.com/max/774/1*FZYrAbXJHv_wmRT4J539iQ.png)

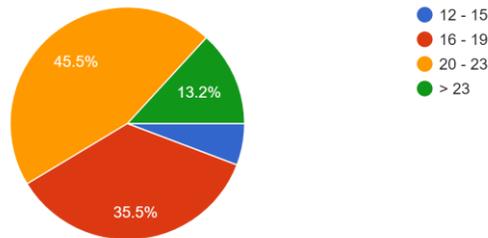
Berdasarkan data yang penulis dapatkan dari Badan Pusat Statistik Tangerang jumlah penduduk berusia 15 – 19 tahun pada tahun 2022 adalah 143.398 jiwa, sedangkan jumlah penduduk tangerang berusia 20 – 24 tahun pada tahun 2022 adalah sebanyak 145.991 jiwa. Jika dijumlahkan maka jumlah populasi dari sampel yang akan digunakan adalah 289.389 jiwa. Sehingga berdasarkan rumus maka perhitungan sample adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{289.389}{1 + 289.389(0,1^2)}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka jumlah sample yang didapat adalah 99,96 yang jika dibulatkan maka menjadi 100. Setelah menyebarkan kuisisioner penulis mendapatkan sebanyak 121 responden per 25 Febuari 2024. Kuisisioner yang dibagikan terbagi menjadi beberapa segmen yaitu demografi, pengalaman seputar kreasi budaya bersifat naratif, pengetahuan seputar *folklore*, dan media yang digunakan untuk mengakses karya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

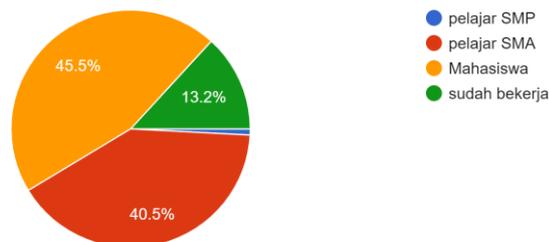
usia
121 responses



Gambar 3.9 Hasil Kuisisioner Usia

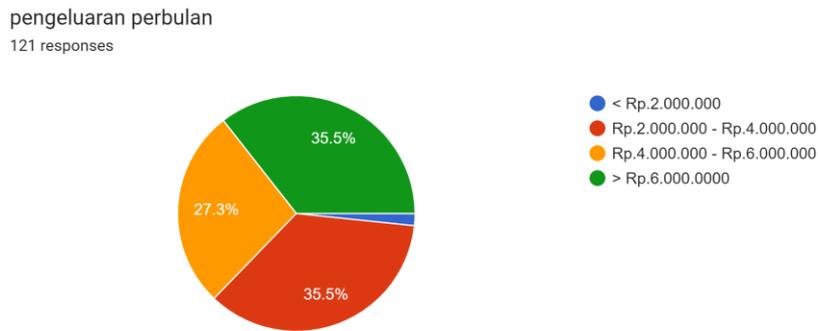
Responden yang melakukan pengisian kuisisioner didominasi oleh responden dengan usia 20 – 23 tahun dengan presentase sebesar 45,5% diikuti oleh responden berusia 16 – 19 tahun dengan presentase sebesar 35,5 persen. Sedangkan responden dengan presentase terkecil yaitu 5,8% berasal dari responden dengan usia 12 – 15 tahun.

pekerjaan atau pendidikan saat ini
121 responses



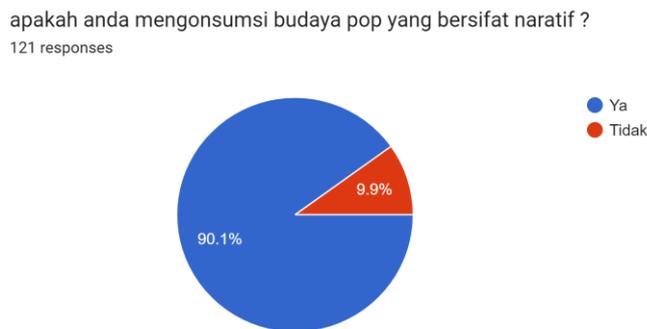
Gambar 3.10 Hasil Kuisisioner Pekerjaan atau Pendidikan

Mayoritas dari responden merupakan mahasiswa dengan jumlah sebanyak 45,5%. Pelajar Tingkat SMA juga menjadi responden dengan jumlah yang banyak yaitu 40,5%. Dari data tersebut maka bisa disimpulkan bahwa mayoritas pengisi kuisisioner berasal dari generasi Z dengan jumlah 81%.



Gambar 3.11 Hasil Kuisisioner Pengeluaran Perbulan

Dari data yang didapat mengenai pengeluaran perbulan dapat diketahui bahwa responden dengan pengeluaran sebanyak Rp.2.000.000 – Rp.4.000.000 dan pengeluaran diatas Rp.6.000.000 memiliki presentase terbanyak yaitu 35,5%. Sedangkan responden dengan pengeluaran Rp.4.000.000 memiliki jumlah 27,3%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki status menengah ke atas.



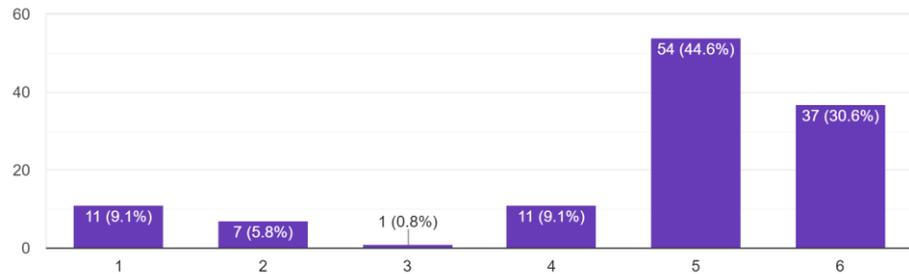
Gambar 3.12 Hasil Kuisisioner Konsumsi Budaya Pop Naratif

Pertanyaan berikutnya mengenai apakah responden mengonsumsi budaya naratif memiliki hasil yang didominasi dengan jawaban “ya” yaitu sebanyak 90,1%. Jika dikaitkan dengan data sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa

mayoritas responden gen Z dari kalangan menengah ke atas mengonsumsi kreasi budaya yang bersifat naratif.

seberapa sering anda mengonsumsi budaya pop yang bersifat naratif dalam sehari-hari ?

121 responses

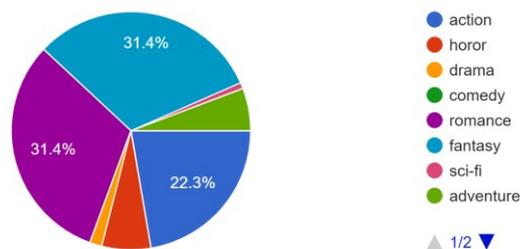


Gambar 3.13 Hasil Kuisisioner Intesitas Konsumsi Budaya Pop Naratif Dalam Keseharian

Melalui pertanyaan seberapa sering responden mengonsumsi kreasi budaya pop naratif dalam sehari-hari dengan menggunakan skala likert dimana 1 sebagai sangat jarang dan 6 sebagai sangat sering atau beberapa kali dalam sehari, jawaban yang didapat didominasi dengan responden yang sering mengonsumsi budaya pop naratif dalam keseharian dengan responden pemilih angka 5 terbanyak yaitu 44,6%.

genre apa yang paling anda sukai ketika mengonsumsi budaya pop yang bersifat naratif ?

121 responses



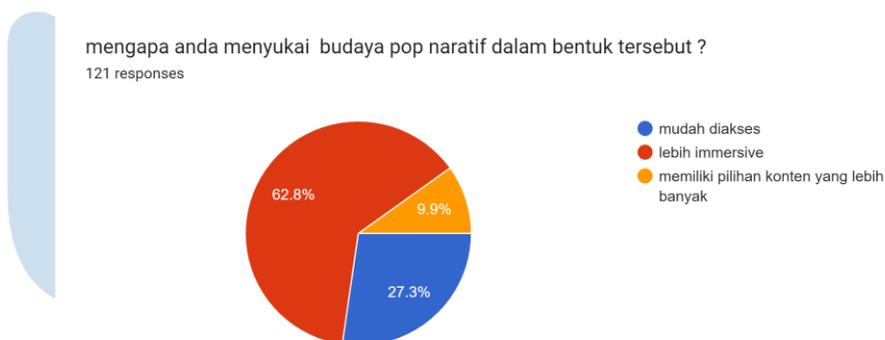
Gambar 3.14 Hasil Kuisisioner Genre Favorit Budaya Pop Naratif

Diantara beberapa genre budaya pop naratif yang disediakan, terdapat 3 genre yang paling sering dipilih sebagai favorit oleh responden yaitu genre fantasi sebanyak 31,4%, romance dengan jumlah yang sama 31,4%, dan action sebanyak 22,3 %.



Gambar 3.15 Hasil Kuisisioner Bentuk Akhir Favorit Karya Budaya Pop Naratif

Untuk pertanyaan mengenai hasil akhir atau keluaran dari karya budaya pop naratif yang paling disukai didominasi oleh karya dengan bentuk akhir berupa *film/movie* dengan presentase sebesar 80%.

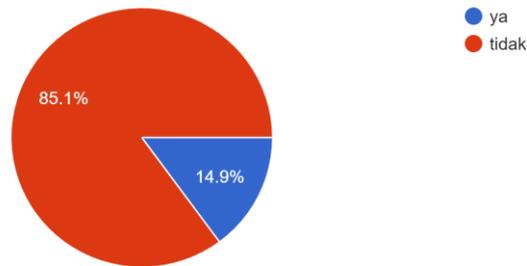


Gambar 3.16 Hasil Kuisisioner Alasan Suka Budaya Pop Naratif Dalam Bentuk Tertentu

Alasan responden memilih bentuk akhir karya budaya pop naratif yang paling disukai, mayoritas dikarenakan karya tersebut bersifat lebih immersive

hal ini dapat dilihat dengan jumlah pemilih pilihan tersebut sebesar 62,8%. Alasan mudah diakses juga menjadi pilihan yang cukup banyak dipilih dengan jumlah 27,3% dan sisanya memilih alasan pilihan konten yang lebih banyak.

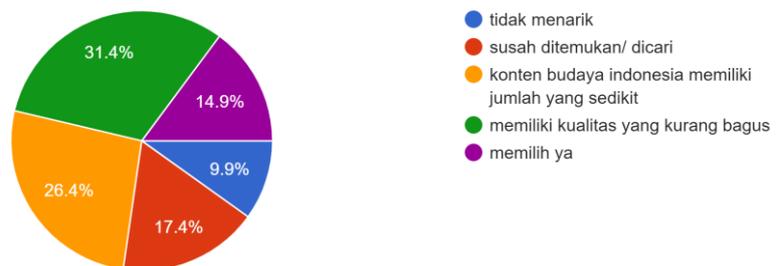
apakah anda mengonsumsi budaya lokal yang bersifat naratif ?
121 responses



Gambar 3.17 Hasil Kuisioner Konsumsi Budaya Lokal Naratif

Walaupun kebanyakan responden mengonsumsi budaya pop naratif, tapi ketika ditanyakan jika mereka juga mengonsumsi budaya lokal yang bersifat naratif sebanyak 85,1% menjawab tidak.

jika anda memilih tidak, mengapa ?
121 responses



Gambar 3.18 Hasil Kuisioner Alasan Tidak Mengonsumsi Budaya Lokal Naratif

Alasan dengan pemilih terbanyak yaitu 31,4% tentang mengapa responden tidak mengonsumsi budaya lokal yang bersifat naratif adalah kualitas karya

budaya lokal yang bersifat naratif dirasa kurang bagus. Sedangkan karena jumlah yang sedikit dipilih oleh 26,4% dari responden, alasan susah dicari dipilih oleh 17,4%, dan alasan tidak menarik dipilih oleh 9,9%.



Gambar 3.19 Hasil Kuisisioner Intensitas Konsumsi Budaya Lokal Naratif Dalam Keseharian

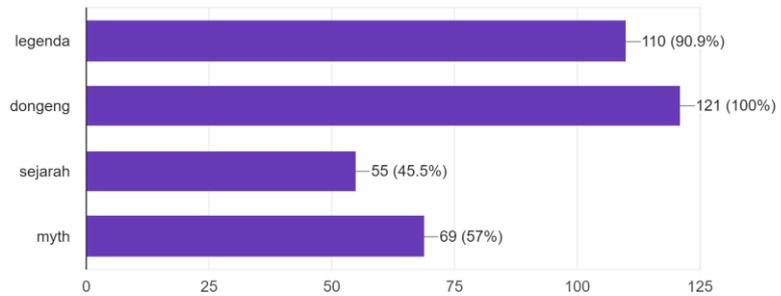
Ketika ditanyakan tentang intensitas mengonsumsi budaya lokal naratif dalam keseharian menggunakan skala likert dimana 1 sebagai sangat jarang dan 6 sebagai sangat sering, melalui data dapat dilihat jawaban responden yang paling banyak adalah sangat jarang dengan presentase pilihan angka 1 sebanyak 47,1% dan angka 2 sebanyak 41,3%.



Gambar 3.20 Hasil Kuisisioner Pengetahuan *Folklore*

Melalui pertanyaan tentang apakah responden pernah mendengar tentang *folklore*, semua responden menjawab “ya”.

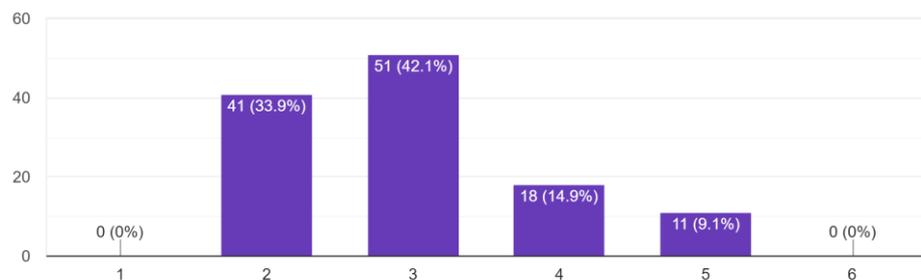
menurut anda apa saja yang termasuk di dalam folklore
121 responses



Gambar 3.21 Hasil Kuisiner Uji Pengetahuan *Folklore*

Untuk menguji pengetahuan dari responden mengenai *folklore*, maka diberikan pertanyaan untuk memilih pilihan yang dirasa termasuk sebagai *folklore*. Semua responden memilih dongeng termasuk sebagai *folklore*, sedangkan legenda dipilih oleh 90,9%, mite dipilih oleh 57%, dan Sejarah dipilih oleh 45,5%. Melalui pertanyaan ini dapat diketahui tidak semua responden mengetahui dengan jelas apa saja yang termasuk ke dalam *folklore*.

seberapa tahu anda tentang folklore yang ada di indonesia
121 responses



Gambar 3.22 Hasil Kuisiner Uji Pengetahuan *Folklore* Indonesia

Untuk pertanyaan mengenai seberapa tahu mereka tentang *folklore* yang ada di Indonesia sebanyak 42,1% memilih angka 3 dan sebanyak 33,9% memilih angka 2. Yang artinya mayoritas responden kurang mengetahui tentang *folklore* yang ada di Indonesia.



Gambar 3.23 Hasil Kuisiner Asal Daerah *Folklore* yang Diketahui

Folklore yang paling dikenali oleh responden kebanyakan berasal dari daerah Sulawesi (100%), Kalimantan (95%), dan Jawa Timur (88,4%). Sedangkan *folklore* yang berasal dari daerah Sumatera dan Jawa Barat paling jarang dikenali dengan jumlah pemilih secara berturut yaitu 57,9% dan 62,8%

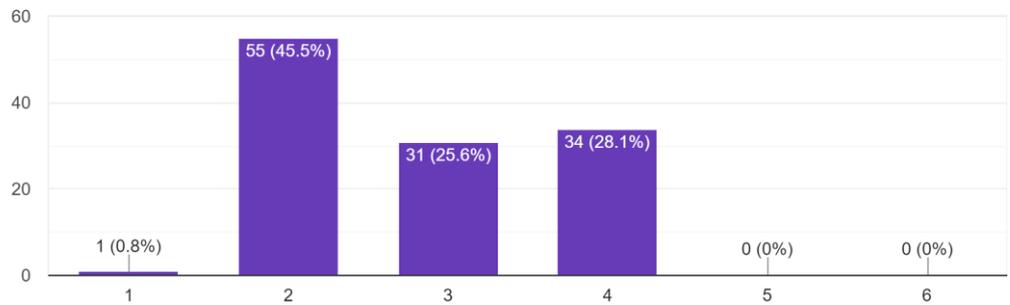


Gambar 3.24 Hasil Kuisiner Usia Sumber Informasi *Folklore* Jawa Timur

Media yang paling sering menjadi sumber informasi mengenai *folklore* Jawa timur merupakan buku cerita yang dipilih oleh 91,7% responden. Sedangkan sumber informasi mengenai *folklore* paling sedikit berasal dari media sosial yang dipilih oleh 5,8%.

seberapa tahu anda tentang folklore jawa timur ?

121 responses

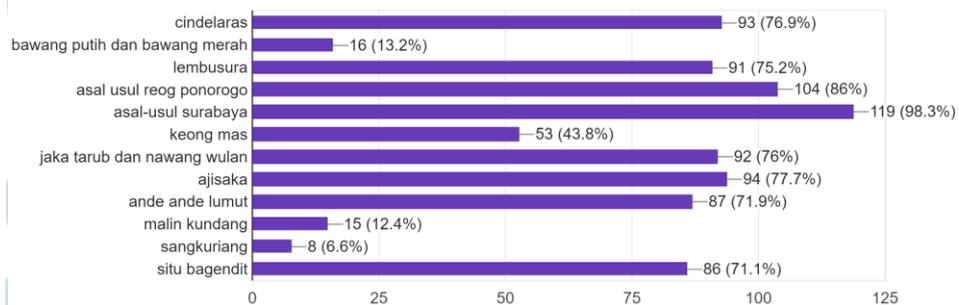


Gambar 3.25 Hasil Kuisisioner Tingkat Pengetahuan *Folklore* Jawa Timur

Sebanyak 28,1% dari responden merasa cukup tahu tentang *folklore* Jawa Timur. Sedangkan 25,6% memilih angka 3 yang berarti sedikit tahu dan sebanyak 45,5% memilih angka 2.

pilihlah folklore dibawah ini yang menurut anda berasal dari jawa timur

121 responses



Gambar 3.26 Hasil Kuisisioner Uji Pengetahuan *Folklore* Jawa Timur

Berdasarkan hasil uji pengetahuan mengenai *folklore* Jawa Timur, cerita rakyat Jawa Timur yang paling dikenali adalah asal-usul Surabaya dengan jumlah pemilih sebanyak 98,3%. Secara keseluruhan mayoritas responden dapat mengetahui cerita rakyat mana saja yang berasal dari Jawa Timur. Walaupun begitu ada beberapa yang memilih bawang putih dan bawang merah (13,2%), malin kundang (12,4%), dan sangkuriang (6,6%) yang bukan berasal dari pulau Jawa.



Gambar 3.27 Hasil Kuisioner Pendapat Terhadap *Folklore* yang Diketahui

Pertanyaan menggunakan skala likert mengenai pendapat terhadap *folklore* Jawa Timur yang diketahui memiliki jawaban mayoritas dengan kesan cukup menarik yaitu 32,3%. Pilihan angka 5 atau menarik dipilih oleh 27,3% dan no 6 atau sangat menarik dipilih oleh 26,4%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki respon yang positif untuk *folklore* yang berasal dari Jawa Timur.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

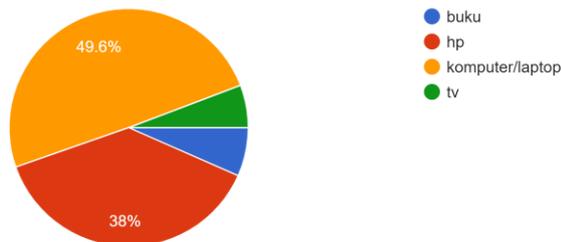
apa yang menjadi penghambat bagi anda untuk mengetahui lebih banyak folklore yang berasal dari jawa timur ?
121 responses



Gambar 3.28 Hasil Kuisisioner Penghambat Penyebaran *Folklore* Jawa Timur

Alasan yang paling sering dipilih sebagai alasan yang menjadi penghambat responden untuk mengetahui lebih banyak *folklore* dari jawa timur adalah sedikitnya *exposure* terhadap *folklore* jawa timur maupu *folklore* Indonesia secara keseluruhan dengan jumlah pilihan sebanyak 38% diikuti oleh kesulitan akses cerita sebanyak 32,2%.

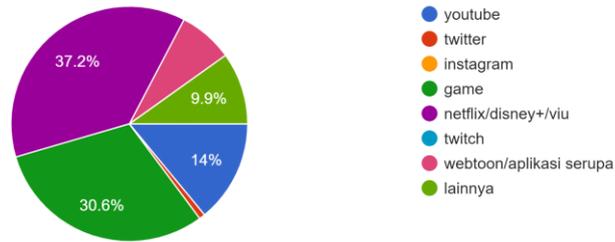
media apa yang paling sering anda gunakan untuk mengakses karya naratif ?
121 responses



Gambar 3.29 Hasil Kuisisioner Media Favorit untuk Mengakses Karya

Media yang paling sering digunakan untuk mengakses karya naaratif oleh responden adalah telpon genggam dan juga komputer pribadi dengan jumlah total pilihan secara berturut sebesar 49,6% dan 38%.

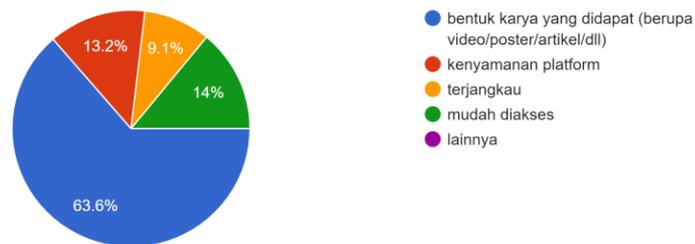
platform apa yang paling sering anda gunakan untuk mengakses karya naratif ?
121 responses



Gambar 3.30 Hasil Kuisisioner Platform Favorit untuk Mengakses Karya

Sedangkan platform yang paling sering digunakan untuk mengakses karya naratif didominasi oleh 2 pilihan platform yaitu Netflix/Disney+/Viu dan game. Netflix/Disney+/Viu dipilih sebagai platform favorit oleh 37,2% responden sedangkan game dipilih oleh 30,6% responden.

faktor apa yang menjadi pertimbangan anda ketika memilih platform untuk mengakses karya naratif ?
121 responses



Gambar 3.31 Hasil Kuisisioner Faktor Pertimbangan Pemilihan Platform yang Digunakan untuk Mengakses Karya

Faktor yang paling sering menjadi pertimbangan dari responden ketika memilih platform yang digunakan untuk mengakses karya naratif adalah bentuk karya tersebut. Pilihan tersebut dipilih oleh 63,6% responden.

3.2 Metodologi Perancangan

Metodologi perancangan yang dipakai dalam pembuatan media pembelajaran interaktif berdasarkan *folklore* Jawa Timur agar proses perancangan dapat terstruktur dengan baik adalah metode desain *game* dari Fullerton (2018) dalam bukunya yang berjudul “*Game Design Workshop: A Playcentric Approach to Creating Innovative Games, Fourth Edition*”

1) *Conceptualization*

Menurut Fullerton (2018), pencarian ide merupakan langkah pertama yang perlu dilakukan dalam metode perancangan miliknya. Terdapat berbagai macam hal yang bisa dilakukan untuk mencari ide sebagai solusi seperti studi referensi, analisis, observasi, *brainstorming*, dan masih banyak lagi.

2) *Digital Prototyping*

Proses *digital prototyping* merupakan proses dimana penulis mulai membuat *game* yang masih dalam proses pengembangan tapi sudah bisa dicoba dan berdasarkan dari ide yang sudah dikembangkan sebelumnya. Oleh karena itu proses ini merupakan proses

3) *Play Testing*

Play testing merupakan proses dimana *game* yang telah dibuat sudah bisa diuji efektivitasnya sesuai dengan tujuan dari perancangan. Proses pengujian *game* dapat dilakukan dengan cara mencoba *game* yang telah dibuat secara pribadi atau dengan melakukan pengujian langsung dari target audiens perancangan untuk mendapatkan *feedback*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A