

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan rencana dan prosedur yang akan digunakan penulis dalam pengumpulan data, analisis, dan interpretasi. Sebagai metode pengumpulan data, penulis menggunakan metode *mixed methods* research atau metode campuran antara data kuantitatif dan juga kualitatif. Dengan kombinasi dua jenis data tersebut memungkinkan munculnya pandangan atau temuan baru melebihi informasi yang di dapatkan dari salah satu jenis data (Creswell, 2018, hal. 5). Metode pengumpulan data yang penulis gunakan ialah campuran antara metode kuantitatif dan kualitatif. Pengumpulan data kuantitatif yang dilakukan meliputi kuesioner online melalui google form yang disebarakan di *platform virtual reality* (VR). Sedangkan untuk metode kualitatif, penulis melakukan wawancara terpisah dengan dua anggota yang merupakan seorang yang berpengalaman membuat avatar VR. Penulis juga melakukan studi existing pada media dan juga objek referensi dari berbagai sumber.

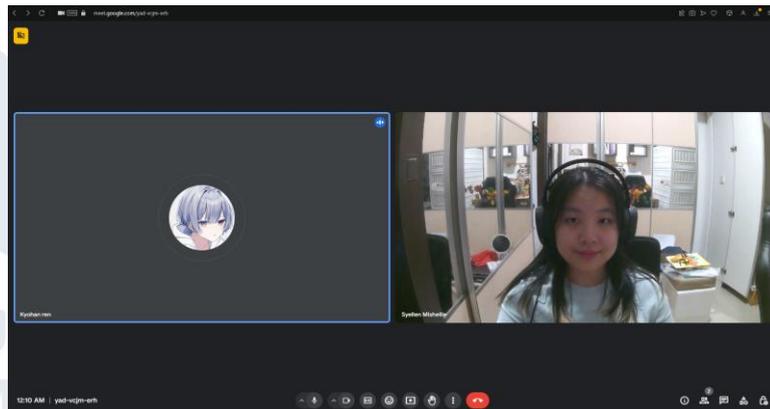
3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif merupakan pendekatan untuk memahami lebih dalam mengenai permasalahan yang ada di dalam masyarakat atau manusia berdasarkan pengetahuan atau pengalaman individu maupun seseorang (Creswell, 2018, hlm. 4). Penulis melakukan pengumpulan data kualitatif melalui wawancara dan juga studi existing.

1) Wawancara kepada Ren (Kyohan)

Hasil wawancara dilakukan dengan narasumber Ren, seorang responden yang berusia 23 tahun dan bekerja, berbicara melalui Goggle Meet. Ia berbagi pengalamannya dengan penulis tentang bermain *game virtual reality* seperti VRChat. VRChat merupakan aplikasi sosial berbasis VR dimana bisa melakukan interaksi

secara virtual. Ren menjelaskan bahwa ia telah bermain VRChat selama sekitar empat tahun, dimulai pada tahun 2020. Selama bermain, dia biasanya berbicara dengan banyak orang dan membangun koneksi, terutama dengan orang-orang dari luar negeri. Ketika ditanya mengenai motivasi orang untuk membuat karakter tersendiri di VR, Ren berpendapat bahwa orang ingin memiliki identitas unik di dalam permainan, terutama di VRChat. Ren juga berbagi bahwa meskipun sulit bagi beberapa orang untuk memiliki karakter VR yang sesuai dengan identitas pemain, ada banyak cara untuk mendapatkan aset karakter yang diinginkan, seperti melalui situs web seperti “booth.pm” atau gumroad. Ren juga mengungkapkan bahwa pemain yang baru memasang aset karakter VR mungkin mengalami kesulitan karena beberapa aset yang korup atau karena tidak terbiasa dengan *tools* yang digunakan. Namun, dia menyarankan untuk mengatasi kesulitan tersebut dengan menonton *tutorial* di YouTube atau mencari informasi di berbagai situs web.



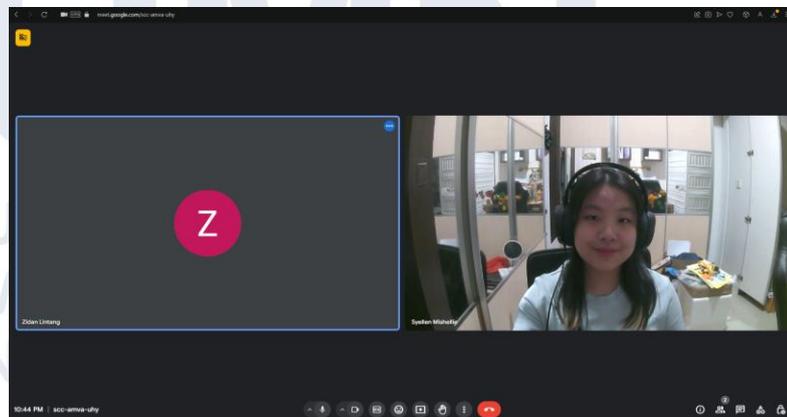
Gambar 3.1 Wawancara Ren (Kyohan)

Ren menekankan bahwa situasi yang tepat untuk seseorang mulai membuat karakter VR mereka sendiri adalah ketika mereka telah menemukan ciri khas mereka dalam sebuah *avatar* dan menguasai penggunaan *tools* yang diperlukan.

2) Wawancara kepada Zidan Lintang (Raptorious)

Hasil wawancara dilakukan dengan narasumber Zidan Lintang, atau yang lebih dikenal sebagai Raptorious, seorang *freelancer* berusia 22 tahun, bergabung dalam wawancara melalui melalui Goggle Meet. Zidan menjelaskan bahwa belakangan ini, kesibukannya adalah membuat *avatar* untuk komunitas VRChat. Zidan menjelaskan bahwa meskipun dia baru aktif sejak awal tahun 2021, akunnya telah ada sejak 2018. Ia kemudian membagikan aktivitasnya di VRChat, yang meliputi membuat avatar untuk komunitas dan berpartisipasi dalam berbagai *roleplay* dengan teman-temannya.

Ketika ditanya tentang alasan di balik keinginan orang untuk membuat karakter tersendiri di VR, Zidan mengungkapkan bahwa hal itu sering kali dipicu oleh rasa ingin tahu dan keinginan untuk menciptakan representasi dari diri mereka sendiri di dunia virtual. Ia juga berbagi pandangannya tentang kesulitan dalam memiliki karakter VR yang sesuai dengan identitas pemain, yang menurutnya tidak terlalu sulit jika identitas pemain tercermin dalam *avatar* yang mereka pilih.



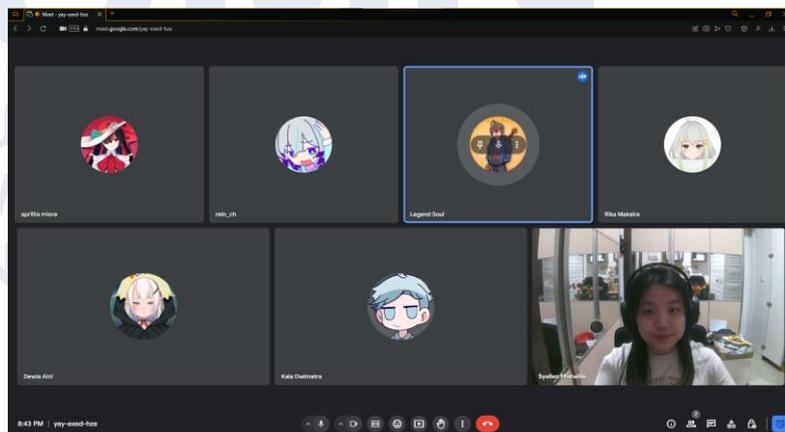
Gambar 3.2 Wawancara Zidan Lintang (Raptorious)

Zidan juga berbagi sumber daya tempat dia mencari aset karakter VR, termasuk internet, *workshop* Steam, komunitas pembuat *avatar*, dan impor dari *game* yang dimilikinya. Namun, dia

mengakui bahwa kadang-kadang sulit untuk menemukan aset yang diinginkan karena beberapa alasan, seperti keterbatasan keuangan atau kesulitan teknis. Zidan juga menguraikan bahwa siapa pun, bahkan yang mahir dalam pembuatan karakter VR, dapat mengalami kesulitan dalam memasang aset karakter. Kesulitan yang dihadapi dapat bervariasi, mulai dari kompleksitas aset hingga keterbatasan daya pemrosesan komputer.

3.1.1.1 *Focus Group Discussion (FGD)*

FGD (Focus Group Discussion) diadakan dengan enam konten kreator virtual atau yang biasa disebut *VTuber (Virtual YouTuber)*, yaitu Aprilia Watamiore, Reinch, Rika Makaria, Legend Soul (Zack), Kala Dwimatra, dan Dewia Aini, secara online melalui Google Meet. FGD tersebut diadakan pada tanggal 6 Juni 2024 pukul 20:00 WIB. Sebelumnya, para konten kreator virtual tidak boleh melakukan *doxing* atau menunjukkan informasi pribadi mereka karena akan melanggar kontrak atau *NDA (Non-Disclosure Agreement)*. Pelaksanaan FGD tersebut bertujuan untuk mendapatkan sudut pandang para konten kreator virtual mengenai kesulitan dan tantangan dalam mencari aset avatar.



Gambar 3.3 FGD Bersama konten kreator virtual

Berdasarkan FGD yang telah dilaksanakan, semua konten kreator virtual tersebut memiliki ketertarikan di bidang avatar. Setelah dijelaskan menyambut para peserta dan mengenalkan topik utama, yaitu *avatar model*. Peserta dengan antusias mengonfirmasi pemahaman mereka tentang topik tersebut. Diskusi segera beralih ke cara pembuatan karakter, dengan beberapa peserta memilih membuat sendiri karakter mereka sementara yang lain menggunakan aset yang disediakan oleh agensi atau dibeli dari pihak ketiga. Rika Makaria menjelaskan bahwa dia menggunakan jasa untuk memasang aset avatar 2.0 miliknya karena membutuhkan waktu yang lama untuk mempelajarinya kembali.

Ketika ditanya tentang pembelian aset, sebagian besar peserta pernah membeli aset untuk model mereka, dengan alasan bervariasi mulai dari kesesuaian dengan karakter hingga keinginan untuk memiliki aset yang unik. Mereka juga berbagi sumber tempat mereka mencari aset karakter VR, termasuk booth, Gumroad, dan Etsy. Diskusi juga mencakup kesulitan dalam memasang aset pada avatar, kecenderungan dalam membuat atau membeli aset, serta preferensi terhadap aset yang bergerak. Para peserta juga berbagi pandangan mereka tentang kapan mereka lebih memilih membuat aset dari awal atau membeli aset yang sudah ada, dengan mempertimbangkan faktor waktu, keinginan untuk kreativitas, dan ketersediaan anggaran.

3.1.1.2 Kesimpulan

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pembuatan karakter dalam *virtual reality*, terutama di *platform* seperti VRChat, memiliki daya tarik yang besar bagi para penggunanya. Motivasi utama untuk membuat karakter tersendiri adalah untuk menciptakan representasi unik dari diri mereka sendiri di dunia virtual. Meskipun ada tantangan dalam mencari dan memasang aset karakter, baik dari

segi teknis maupun ketersediaan sumber daya, kemauan untuk mengatasi hambatan tersebut tampak kuat. Keduanya juga menyoroti pentingnya pemahaman akan alat dan sumber daya yang tersedia untuk menciptakan karakter yang sesuai dengan keinginan pengguna. Dengan demikian, pembuatan karakter VR tidak hanya menjadi ekspresi kreativitas, tetapi juga memperkuat identitas individu dalam ruang virtualnya.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk menguji hipotesis penulis. Hipotesis ini merupakan hubungan antara variabel yang dapat diukur dan dianalisis ke dalam bentuk statistik yang bersifat objektif (Creswell, 2018, hal. 4). Metode kuantitatif yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data adalah kuesioner.

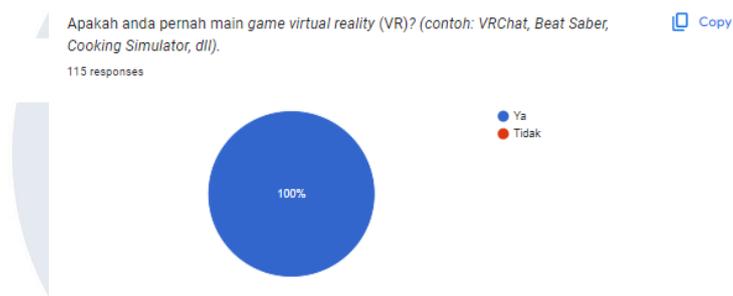
3.1.2.1 Kuesioner

Kuesioner ini disebarluaskan secara daring melalui Google form yang ditargetkan dengan spesifik bagi mereka yang berusia 19-24 tahun dan berlokasi di sekitar Jabodetabek. Kuesioner dilakukan dengan tujuan untuk mencari informasi untuk menunjukkan bahwa apa yang penulis pikirkan tentang pemahaman masyarakat terhadap *virtual reality* dan juga mencari tahu aset karakter di *virtual reality*.

Kuesioner ini telah dibagi menjadi beberapa bagian yang bertujuan untuk mengukur jenis data yang berbeda. Pada bagian pertama berisikan pertanyaan untuk menggali lebih dalam mengenai pertanyaan seputar mengenai VR, bagian kedua berisikan pertanyaan untuk mencari tahu lebih dalam mengenai pemakaian aset VR pada kreator VR, bagian ketiga berisi pertanyaan mengenai pemahaman masyarakat terhadap penggunaan aset karakter VR

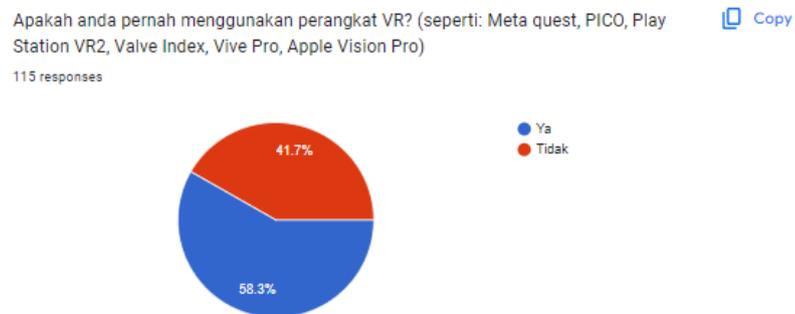
Berikut merupakan hasil kuesioner yang telah dijabarkan dan diisi oleh 115 responden melalui Google Form yang disebarakan melalui *platform* VRChat dari tanggal 25 Febuari – 2 Maret 2024.

Pada bagian satu, sebagian besar responden, sekitar 115 responden (100%), mengonfirmasi bahwa mereka telah bermain game virtual reality (VR), seperti VRChat, Beat Saber, Cooking Simulator, dan sebagainya.



Gambar 3.4 Pie chart main game VR

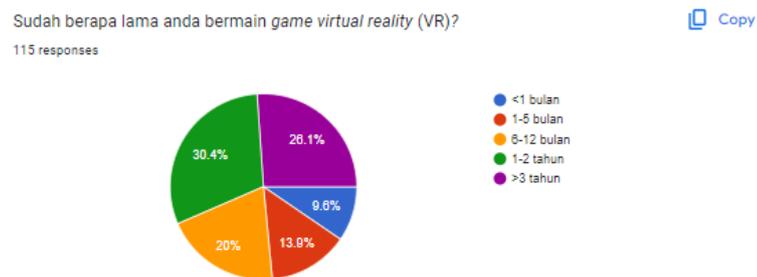
Berikutnya, sekitar 67 responden (58,3%) mengindikasikan bahwa mereka telah menggunakan perangkat VR seperti Meta Quest, PICO, PlayStation VR2, Valve Index, Vive Pro, atau Apple Vision Pro. Sementara itu, sekitar 48 responden (41,7%) menyatakan bahwa mereka belum pernah menggunakan perangkat VR.



Gambar 3.5 Pie chart menggunakan perangkat VR

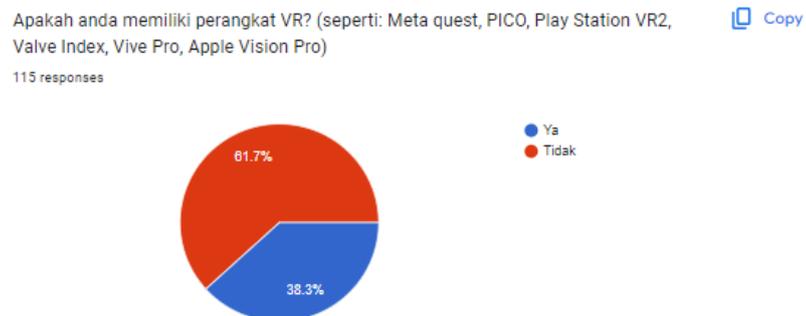
Berikutnya, sebagian besar responden telah bermain game virtual reality (VR) selama lebih dari 1 tahun, dengan 30 responden

(26,1%) menunjukkan bahwa mereka telah bermain selama 1-2 tahun, diikuti oleh 35 responden (30,4%) yang telah bermain lebih dari 3 tahun. Sejumlah 23 responden (20%) melaporkan telah bermain selama 6-12 bulan, sementara 16 responden (13,9%) mengatakan mereka telah bermain selama 1-5 bulan. Hanya sedikit responden, sebanyak 11 orang (9,6%), yang melaporkan telah bermain kurang dari 1 bulan.



Gambar 3.6 Pie chart berapa lama bermain game VR

Berikutnya, sebagian banyak 44 responden (38,3%), mengkonfirmasi memiliki perangkat VR. Sementara itu, sisi lainnya, sejumlah 71 responden (61,7%), tidak memiliki perangkat VR. Hal ini menunjukkan variasi dalam kepemilikan perangkat VR di kalangan responden survei.



Gambar 3.7 Pie chart memiliki perangkat VR

Berikutnya dapat dilihat ada sekitar 45 responden (39,1%) mengonfirmasi bahwa mereka juga aktif sebagai kreator dalam dunia VR. Namun, mayoritas responden lainnya, sebanyak 70 orang

(60,9%), tidak terlibat sebagai kreator dalam dunia VR. Hal ini menunjukkan perbedaan tingkat keterlibatan dalam aktivitas kreatif di dalam lingkungan VR.



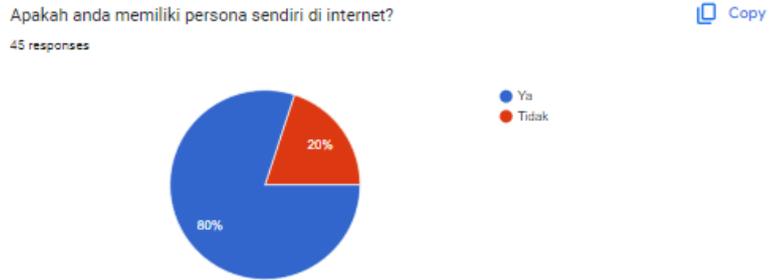
Gambar 3.8 Pie chart seorang kreator dalam dunia VR

Berikutnya, dengan 24 responden (53.3%), diketahui bahwa mereka tidak memiliki karakter VR yang dibuat oleh mereka sendiri. Namun, sebanyak 21 responden (46.7%) menyatakan bahwa mereka belum memiliki karakter VR yang telah mereka buat sendiri.



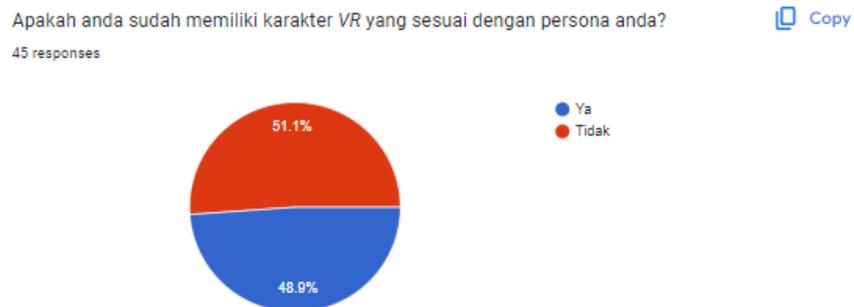
Gambar 3.9 Pie chart memiliki karakter VR yang dibuat oleh sendiri

Berikutnya, sebanyak 36 responden (80%), menyatakan bahwa mereka memiliki persona di internet. Meskipun demikian, ada juga sejumlah kecil sebanyak 9 responden (20%), yang mengaku tidak memiliki persona di dunia maya. Hal ini menunjukkan variasi dalam preferensi dan kebiasaan dalam menggunakan identitas di internet.



Gambar 3.10 Pie chart memiliki persona sendiri di internet

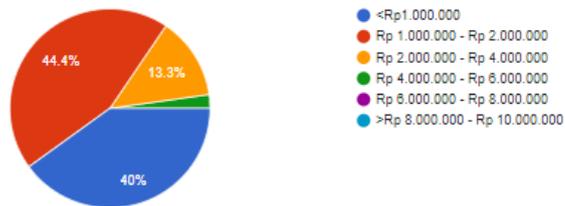
Berikutnya, dengan 23 responden (51,1%), diketahui bahwa mereka sudah memiliki karakter VR yang sesuai dengan personanya. Namun, sebanyak 22 responden (48,9%) menyatakan bahwa mereka belum memiliki karakter VR yang sesuai dengan personanya.



Gambar 3.11 Pie chart memiliki karakter VR sesuai dengan persona

Berikutnya, diketahui bahwa sebanyak 18 responden (40%) menyatakan bahwa biaya yang mungkin dikeluarkan untuk membeli aset dalam membuat karakter dalam sebulan adalah sekitar Rp1.000.000. Sementara itu, sebanyak 20 responden (44,4%) menyatakan biaya tersebut berkisar antara Rp1.000.000 hingga Rp2.000.000. Jumlah responden yang lebih sedikit, yaitu 6 responden (13,3%), menyatakan biaya berkisar antara Rp2.000.000 hingga Rp4.000.000. Hanya 1 responden (2,2%) yang menyatakan biaya berkisar antara Rp4.000.000 hingga Rp6.000.000, sedangkan tidak ada responden yang menyatakan biaya mencapai Rp6.000.000 hingga Rp8.000.000 atau lebih.

Jika dapat dari situs web, berapakah biaya yang mungkin dikeluarkan untuk membeli aset dalam membuat karakter sebulan? [Copy](#)
45 responses



Gambar 3.12 Pie chart biaya yang mungkin dikeluarkan untuk membeli aset dalam membuat karakter sebulan

Berikutnya, sebanyak 36 responden (80%) menyatakan bahwa mereka lebih memilih untuk memasang aset avatar yang telah mereka dapatkan sendiri. Sementara itu, jumlah yang lebih kecil, yaitu 9 responden (20%), memutuskan untuk tidak memasang aset tersebut sendiri.



Gambar 3.13 Diagram media informasi mengenai VR

Berikutnya, mayoritas responden menyatakan bahwa informasi pada panduan cara memasang aset karakter sudah cukup banyak. Sebanyak 9 responden (7,8%) menyatakan bahwa informasi tersebut kurang banyak, sedangkan 11 responden (9,8%) menyatakan belum cukup banyak, dan 33 responden (28,7%), merasa bahwa informasi tersebut hanya belum sedikit dimengerti. Selain itu, 25 responden (21,7%) menyatakan bahwa informasi tersebut sedikit dimengerti. Meskipun begitu, terdapat juga 20 responden (17,4%)

yang merasa bahwa informasi tersebut cukup banyak, dan 17 responden (14,8%) menyatakan sudah banyak.

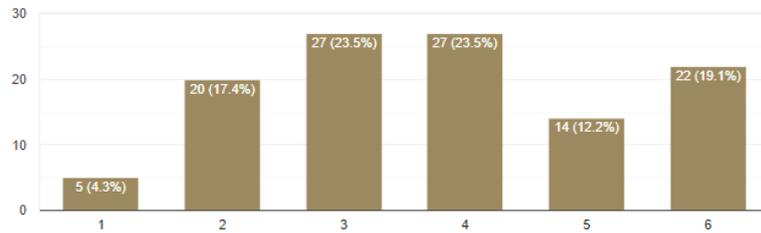


Gambar 3.14 Diagram panduan cara memasang aset karakter

Mayoritas responden menyatakan bahwa informasi pada panduan cara memasang aset karakter masih memerlukan perbaikan agar lebih mudah dipahami oleh pengguna. Dari total responden, 5 responden (4,3%) menyatakan panduan tersebut tidak dimengerti, 20 responden (17,4%) merasa tidak cukup dimengerti, dan 27 responden (23,5%) merasa sedikit tidak dimengerti. Sementara itu, 27 responden (23,5%) menyatakan sedikit dimengerti, 14 responden (12,2%) cukup dimengerti, dan 22 responden (19,1%) sudah dimengerti. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami kesulitan dalam memahami panduan tersebut, sehingga diperlukan perbaikan dalam penyusunan panduan agar lebih jelas dan mudah dipahami oleh semua pengguna.

Menurut anda, apakah informasi pada panduan cara memasang aset karakter sudah dapat dimengerti dengan baik? [Copy](#)

115 responses

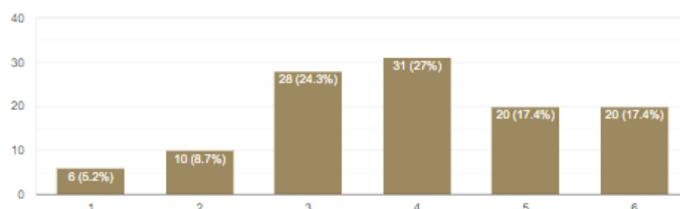


Gambar 3.15 Diagram panduan cara memasang aset karakter dapat dimengerti

Berikutnya, informasi pada panduan cara memasang aset karakter masih memerlukan perbaikan agar lebih mudah dipahami oleh pengguna. 6 responden (5,2%) menyatakan bahwa panduan tersebut tidak banyak dimengerti, dan 10 responden (8,7%) merasa tidak cukup banyak dimengerti. Sebanyak 28 responden (24,3%) merasa sedikit tidak banyak dimengerti, sementara 31 responden (27%) menyatakan sedikit banyak dimengerti. Selain itu, 20 responden (17,4%) merasa cukup banyak dimengerti, dan 20 responden (17,4%) lainnya sudah banyak dimengerti. Data ini menunjukkan bahwa meskipun ada sejumlah responden yang memahami panduan dengan baik, lebih dari separuh responden (38,2%) masih mengalami kesulitan dalam memahami informasi yang disampaikan.

Menurut anda, apakah media informasi untuk pemain VR menemukan aset karakter sesuai identitas pemain sudah cukup banyak? [Copy](#)

115 responses



Gambar 3.16 Diagram media informasi untuk pemain VR menemukan aset karakter sesuai identitas pemain

Pertanyaan terakhir, menemukan aset karakter yang sesuai dengan identitas pemain VR di Indonesia masih menjadi tantangan bagi sebagian besar pemain. 7 responden (6,1%) menyatakan bahwa ini sangat sulit, dan 35 responden (30,4%) merasa cukup sulit. Sebanyak 20 responden (17,4%) merasa sedikit sulit, dan 28 responden (24,3%) merasa sedikit tidak sulit. Selain itu, 14 responden (12,2%) menyatakan tidak cukup sulit, dan 11 responden (9,6%) merasa tidak sulit. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami berbagai tingkat kesulitan dalam menemukan aset karakter yang sesuai, dengan lebih dari setengahnya (54,9%) menganggapnya sulit hingga sangat sulit. Hal ini mengindikasikan perlunya peningkatan ketersediaan dan variasi aset karakter yang lebih beragam dan sesuai dengan identitas pemain di Indonesia.



Gambar 3.17 Diagram pemain VR di Indonesia menemukan aset karakter sesuai identitas pemain

3.2 Metodologi Perancangan

Penulis menggunakan metodologi perancangan design thinking menurut Landa (2018, hal. 65-68) dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions 6th edition*. Berikut adalah penjelasan mengenai tahapan tersebut:

1) *Emphatize*

Pada tahap *empathize*, dimulai usaha untuk memahami masalah yang terkait dengan topik yang dibahas, khususnya pada target audiens yang dituju. Selain itu, juga dilakukan penelusuran lebih lanjut mengenai

pengalaman dan pengetahuan dari target audiens yang dituju. Langkah ini bertujuan untuk menciptakan media informasi yang efektif dalam menyelesaikan masalah yang ada.

2) *Define*

Pada tahap *define*, dengan menggunakan informasi yang telah diperoleh dari tahap *empathize*, identifikasi dilakukan terhadap masalah utama yang berkaitan dengan topik yang akan dibahas. Masalah yang diidentifikasi difokuskan pada target audiens yang dituju. Selain itu, tahap ini membantu dalam mengumpulkan ide-ide untuk menyelesaikan masalah, dengan kembali mempertimbangkan pengguna, kebutuhan, dan wawasan.

3) *Ideate*

Pada tahap *ideate*, sejumlah langkah dilakukan untuk menggali ide kreatif dan kata kunci guna menciptakan solusi. Di tahap ini, brainstorming digunakan untuk menghasilkan sebanyak mungkin ide, selanjutnya dilakukan mind mapping untuk memetakan ide-ide yang telah muncul, dan membuat sketsa dasar untuk menjelajahi visualisasi konsep.

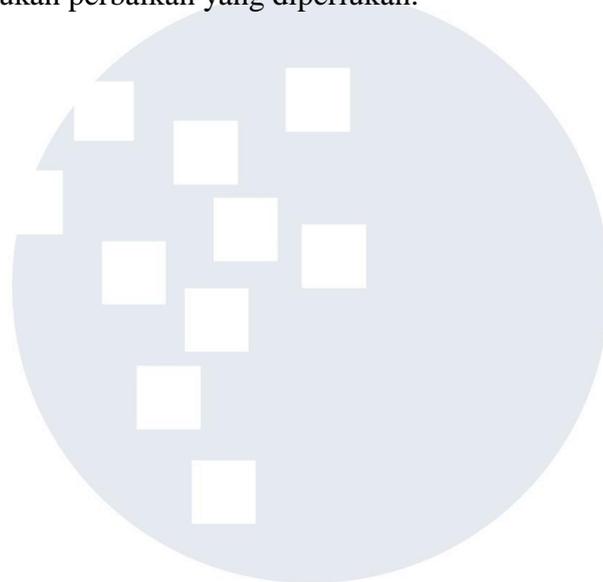
4) *Prototype*

Pada tahap *prototyping*, dimulai pembuatan model awal dari ide dan kata kunci yang telah diperoleh dari tahap sebelumnya. Tujuan tahap ini adalah menguji ide sekaligus membantu memvisualisasikan konsep yang telah dikembangkan. Selain itu, tahap ini juga menjadi persiapan awal untuk tahap berikutnya, yaitu pengujian. *Prototype* dibuat agar dapat segera diujikan oleh pengguna.

5) *Test*

Jelaskan apa yang dilakukan pada tahap ini sesuai dengan topik penelitian. Pada tahap *test*, media yang telah selesai akan diberikan kepada pengguna untuk dinilai. Proses ini memungkinkan untuk

mengevaluasi apakah solusi yang diajukan efektif dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Selain itu, tujuan dari tahap ini adalah untuk mendapatkan *feedback* dari pengguna. *Feedback* tersebut sangatlah vital karena membantu penulis dalam mengidentifikasi masalah yang mungkin muncul lebih awal, sehingga mereka dapat melakukan perbaikan yang diperlukan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA