

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan buku ilustrasi mengenai pola komunikasi orang tua dengan anak:

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin: Pria dan Wanita
- b. Usia; Generasi *Millennial*, 28-43 tahun, sudah memiliki anak

Orang tua Generasi *Millennial* menurut (Center, 2015) menyatakan bahwa Generasi *Millennial* melakukan pengasuhannya terhadap anak didampingi dengan teknologi. *Millennial* berharap adanya teknologi dapat membantu mereka dalam berbagai hal. *Millennial* juga sangat mengedepankan keseimbangan kerja. Sehingga disini perlunya pemahaman dalam orang tua terkait komunikasi yang baik dengan anak dengan perkembangan zaman yang lekat dengan teknologi.

- c. Pendidikan: SMA, S1
- d. SES: SES A-SES B

Kesibukan kerja orang tua dengan SES A-B karena berada di lingkungan kompetitif, sehingga jarang berada di rumah. Hal ini dapat mempengaruhi waktu interaksi dan komunikasi dengan anak (Santos & Nisa, 2021). Indeks literasi pada SES A-SES B lebih tinggi dibanding SES lainnya menurut Badan Pusat Statistik melalui (Dihni, 2022).

2. Geografis

Area Jakarta.

Dengan rentang usia 28-43 tahun yang masuk pada generasi *Milennial*. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik pada tahun 2020 bahwa mayoritas penduduk DKI Jakarta merupakan Generasi *Milennial* yaitu sebesar 26,85% atau 10.562.088 juta jiwa penduduk.

3. Psiko grafis

- a. Generasi *Milennial* yang sudah menikah dan memiliki anak.
- b. Generasi *Milennial* yang tertarik dengan topik pola komunikasi.
- c. Orang tua *Milennial* yang lekat dengan *Gadget*.
- d. Orang tua *Milennial* yang menggunakan *Gadget* sebagai alternatif agar anak tenang.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *Design Thinking*, yaitu pendekatan yang tertuju pada pengguna sebagai sebuah proses yang digunakan dalam penyelesaian masalah desain secara inovatif dan unik. Menurut (Landa, *Graphic Design Solution*, 2019), *5 Phase Model of The Design Process* memiliki lima tahapan inti yaitu *research*, *strategy*, *concept*, *design*, dan *implementation* (h.65). Tahap *research*, merupakan tahap pertama yang diperlukan untuk melakukan penelitian dengan mengumpulkan informasi guna memahami tujuan perancangan, *audiens*, dan konteks. Tahap *strategy*, dimana penulis merencanakan strategi yang akan digunakan melalui informasi yang telah diperoleh untuk kebutuhan desain dengan tujuan agar penulis memiliki arah yang jelas dalam perancangannya. Tahap *concept*, tahap dimana penulis mulai mengkonsep dengan merancang sebuah ide melalui strategi yang telah ditetapkan. Tahap *design*, yaitu tahap dimana ide-ide yang telah ada melalui konsep mulai divisualisasikan.

Terakhir, yaitu tahap *implementation*, dimana desain yang telah melakukan finaliasi diterapkan dalam bentuk yang dapat diakses oleh *audiens* (h.68).

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif digunakan dengan tujuan mendapatkan data secara deskriptif dan memahami melalui berbagai perspektif setiap individu terkait topik yang diangkat (Meleong, 2007). Pada metode kualitatif penulis menggunakan metode wawancara secara mendalam dengan para ahli. Sedangkan metode kuantitatif digunakan agar mendapat data numerik guna mendapat kesimpulan dalam pengujian teori (Serakan & Bougie, 2016), metode yang dilakukan melalui survei dengan menyebarkan kuisisioner kepada orang tua generasi *Milennial*.

3.2.1 Research

Tahap *research* dilakukan oleh penulis dalam mencari data target *audiens* dan mengumpulkannya melalui wawancara mendalam, FGD, kuisisioner, dan studi referensi guna memberikan pemahaman kepada penulis tentang pemahaman pola komunikasi orang tua generasi *Milennial* terhadap anak generasi *Alpha*. Di dalamnya penulis juga menganalisis target *audiens*, *competitor* maupun pasar agar penulis memiliki wawasan tentang perancangan yang sudah *eksistingng* sehingga permasalahan dapat teridentifikasi (h.68).

3.2.2 Strategy

Tahap kedua, tahap *strategy*. Dari data yang telah dikumpulkan melalui tahap *research*, penulis akan menganalisis data tersebut.. Melalui tahap strategi ini, penulis akan menyimpulkan permasalahan yang jelas dan membangun tujuan dan sasaran desain untuk pemecahan masalah. Dalam strategi ini, penulis akan mulai melakukan pertimbangan waktu dan juga anggaran dalam perancangan yang akan dilakukan (h.72).

3.2.3 Concepts

Tahap ketiga, *concept*, disini penulis akan mulai masuk pada proses kreatifitas dimana merupakan inti dari proses tahapan ini. Penulis mulai mengkonsep ide-ide berdasarkan strategi yang telah dirancang. Penulis akan melakukan *brainstorming*, *sketsa and mockup*, dan pemilihan visual yang

dimana melalui proses konsep tersebut penulis akan melakukan evaluasi setiap konsep dan menentukan *final* konsep yang akan digunakan menyesuaikan kebutuhan *audiens* (h.74).

3.2.4 Design

Tahap keempat, *design*. Melalui tahap ini, ide konsep yang telah ditentukan akan dilakukan finalisasi karya. Dimana penulis akan mengimplementasikan elemen visual seperti warna, *layout*, *grid*, tipografi, dan ilustrasi pada perancangannya agar mencapai komunikasi yang ingin disampaikan. Di dalamnya penulis akan adanya revisi dalam penyempurnaan desain dan akan diuji kepada *audiens* agar mendapatkan *feedback* sebelum desain final (h.76).

3.2.5 Implementation

Implementation adalah tahap akhir dimana desain final dimana *audiens* sudah dapat mengakses perancangan. Perancangan desain kemudian akan dipublikasikan atau didistribusikan kepada target *audiens* serta melakukan evaluasi (h.78).

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik perancangan dalam penelitian yang dilakukan adalah Teknik kualitatif dan kuantitatif. Menurut (Dwi et al., 2022) penelitian kualitatif mencakup serangkaian Teknik interpretatif dengan tujuan memberi gambaran, kode dan menterjemahkan fenomena sosial sehingga terfokus pada pemahaman makna. Sedangkan Teknik kuantitatif dilakukan dalam mengukur dengan angka dan menggunakan alat dalam olah data agar menghasilkan hasil objektif (h.58).

Penulis menggunakan wawancara secara mendalam atau *individual depth interview* dan observasi dalam penelitian kualitatif. Penggunaan wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dan pemahaman lebih dalam kepada ahli atau target *audiens*. Informasi ini kemudian akan menjadi tolak ukur penulis dalam perancangan buku kedepannya. Selain itu observasi juga dilakukan oleh penulis melalui studi referensi atau studi perbandingan, yang dilakukan dengan media buku ilustrasi yang sudah *eksistingng*. Observasi dilakukan agar dapat lebih mendalami

terkait topik yang diangkat, teknik visual, hingga melakukan evaluasi terhadap karya.

Pada penelitian kuantitatif penulis menggunakan penyebaran kuisioner guna mendalami lebih terkait pemahaman dan kebutuhan orang tua *Milennial* terkait pola komunikasi dengan anak secara angka. Pola komunikasi dapat dikatakan efektif bila adanya keterbukaan, empati, sikap positif, setara, dan dukungan antar dua belah pihak (Walgitto, 2007). Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan pemahaman dan ilmu lebih mendalam terkait pola komunikasi orang tua *Milennial* terhadap anak zaman sekarang yang bersifat *addict* dengan *Gadget*, kedekatannya dengan orang tua melalui komunikasi, sehingga buku ilustrasi dirancang dapat lebih efektif dan relevan.

3.3.1 In-Depth Interview

Wawancara menurut (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2017) adalah teknik pengumpulan data melalui kualitatif yang dimana peneliti memberikan pertanyaan langsung kepada narasumber untuk mendapatkan jawaban secara lisan. Wawancara dapat diselenggarakan dengan terstruktur maupun tidak menyesuaikan pada kebutuhan penelitian itu sendiri.

Pada proses wawancara, wawancara dilakukan kepada dua pihak yaitu Psikolog dan ahli ilustrasi. Wawancara psikolog dilakukan dengan tujuan mendapat perspektif dari psikolog terkait pola komunikasi orang tua *Milennial* sekarang dan kaitannya dengan anak. Wawancara kedua dilakukan dengan ahli ilustrasi yang bertujuan melihat cara pandang terkait desain buku yang ingin dirancang. Kedua wawancara ini guna mendapat informasi secara lisan.

A. Wawancara Psikolog Keluarga

In-depth interview dilakukan guna mendapatkan informasi dan pandangan melalui professional terkait tingkah laku, penyebab, mengatasi masalah pola komunikasi orang tua *Milennial* dengan anak. Wawancara yang dilakukan bersama Psikolog Artafanti, S.Psi., Psikolog melalui via online menggunakan *google meet* sebagai medianya.

Wawancara dilakukan dengan tujuan agar penulis menerima informasi dan pengalaman klinis psikolog terkait untuk memberikan pemahaman melalui aspek psikologis dan emosional untuk orang tua dan anak.

Informasi yang telah diserap akan membantu penulis dalam perancangan buku ilustrasi yang informatif. Tak hanya itu, diharapkan buku ini juga dapat memberikan pemahaman lebih kepada orang tua *Milennial* kedepannya cara menghadapi anak generasi sekarang.

Berikut merupakan pertanyaan wawancara kepada psikolog Artafanti, M.Psi., Psikolog, sebagai berikut:

1. Apa perbedaan utama dalam pola komunikasi antara orang tua *Milennial* dan anak-anak mereka (generasi *Alpha*) dibandingkan generasi sebelumnya?
2. Pada usia berapakah anak sudah dapat diajak berkomunikasi? Apakah ada usia tertentu?
3. Bagaimana peran teknologi mempengaruhi dinamika komunikasi antara orang tua *Milennial* dan anak? Apakah berdampak terhadap kemampuan komunikasi generasi *Alpha*?
4. Bagaimana orang tua dapat menyeimbangkan antara penggunaan *Gadget* dan komunikasi tatap muka dengan anak mereka?
5. Apa kebutuhan psikologis yang biasanya dimiliki oleh orang tua *Milennial* dalam hal komunikasi dengan anak-anak mereka?
6. Apakah anak yang tidak terbuka/bercerita terindikasi bahwa hubungannya dengan orang tua tidak dekat?
7. Sejauh mana peran komunikasi terbuka dan dua arah dalam membangun hubungan yang sehat antara orang tua dan anak, terutama di kalangan *Milennial*?
8. Adakah yang perlu diperhatikan oleh orang tua *Milennial* agar komunikasi dengan anak lebih efektif?
9. Bagaimana orang tua *Milennial* dapat membantu anak mereka dalam mengembangkan keterampilan komunikasi yang baik, terutama di era digital?

10. Apa tantangan psikologis dan bagaimana cara mengatasi hambatan tersebut yang sering muncul dalam komunikasi antara orang tua *Milennial* dan anak generasi *Alpha*? Terutama dalam pengaruh *Gadget* dan sosial.
11. Bagaimana pola komunikasi yang baik/buruk dapat mempengaruhi perkembangan emosional anak? dan bagaimana cara mengaktifkannya, seperti metode apa yang dapat orang tua gunakan agar lebih terbuka?
12. Seberapa penting bagi orang tua *Milennial* untuk memahami emosi dan Bahasa anak-anak mereka dalam proses komunikasi?
13. Apakah ada konsep gaya komunikasi yang paling relevan dan efektif?
14. Orang tua dengan masalah komunikasi lebih mudah menyerap saran atau informasi melalui apa? Apakah orang tua sendiri memiliki keinginan untuk menyelesaikan permasalahannya/sudah nyaman dengan pola komunikasi yang mereka gunakan?
15. Apakah buku ilustrasi dapat membantu/mendukung orang tua dalam memahami pola komunikasi kepada anak? Adakah konsep psikologis tertentu yang penting diilustrasikan dalam buku agar dapat membantu orang tua dan anak agar lebih memahami satu sama lain?
16. Apakah buku ilustrasi ini dapat membantu orang tua dalam memahami dan memberikan wawasan mengenai peran mereka sebagai model komunikasi yang baik bagi anak mereka?
17. Adakah saran/ *tips and trick* yang dapat diberikan terkait buku ilustrasi yang dirancang agar dapat menyampaikan pesan tentang pola komunikasi yang baik?

B. Wawancara Ahli ilustratif

In-depth interview kedua dilakukan dengan seorang ilustratif dan juga *graphic designer* bernama Vicky Sandria S.Ds. dengan harapan

dapat menyerap ilmu dan informasi yang berguna dalam perancangan buku kedepannya. Disini penulis meminta saran dan juga *trend* ilustrasi maupun buku yang dapat digunakan yang di targetkan kepada orang tua generasi *Milennial* melalui pemahaman dan pengalaman yang telah dilewati.

Adapun hasil/isi dari wawancara yang dilakukan ini akan berdampak pada hasil atau proses perancangan buku yang dirancang oleh penulis. Penulis juga mendapat pemahaman dan informasi baru terkait buku yang akan dirancang kedepannya.

Berikut merupakan pertanyaan wawancara yang diberikan:

1. Pada saat perancangan ilustrasi bagaimana proses di dalamnya?
2. Dalam merancang ilustrasi sendiri, apakah ada elemen visual yang penting untuk dibahas maupun diperhatikan lebih lanjut?
3. Apakah ilustrasi menjadi visual yang penting dalam sebuah buku?
4. Apakah kamu pernah merancang sebuah buku dengan topik serupa?
5. Bagaimana cara merancang ilustrasi agar dapat menarik perhatian pembaca dan menjaga keterlibatan pembaca sepanjang membaca buku?
6. Seberapa penting *feedback* dari target *audiens* selama proses perancangan buku? Bagaimana pengimplementasian dari *feedback* yang telah diberikan?
7. Apa tantangan terbesar yang biasanya dihadapi dalam menggamabarkan interaksi yang bersifat emosional, seperti komunikasi orang tua dan anak melalui ilustrasi?
8. Bagaimana menghadapi kesulitan dalam menyampaikan pesan yang kompleks melalui media visual?

C. Focus Group Discussion

Focus Group Discussion atau FGD (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2017) merupakan teknik

pengumpulan data yang dilakukan melalui diskusi secara berkelompok dengan topik tertentu. FGD sendiri memiliki tujuan meraih pendapat melalui kelompok yang telah dibuat. Di dalamnya peneliti dapat melihat perspektif dan mengamati sudut pandang yang diberikan selama diskusi berlangsung.

Penulis menggunakan FGD dalam mengumpulkan data agar mendapatkan perspektif orang tua *Milennial* dengan cara berdiskusi dan mendapat informasi serta pendapat yang lebih variatif. Penulis juga melihat sudut pandang yang berbeda dari orang tua yang ada di dalam FGD. Dengan begitu, berikut pertanyaan yang akan diberikan saat FGD berlangsung:

1. Komunikasi apa yang kamu pakai? Tatap muka langsung atau melalui *Gadget* dan sesering apa?
2. Bagaimana biasanya dilakukan dengan anak dalam kehidupan sehari-hari? Apakah ada pola khusus yang sering terjadi?
3. Seberapa sering komunikasi mempengaruhi komunikasi dengan anak?
4. Apakah ada kesulitan yang anda alami dalam menyampaikan pesan tertentu? Seperti nilai-nilai etika atau batasan penggunaan teknologi
5. Seberapa pentingkah menurut anda ekspresi emosi dalam komunikasi dengan anak? Bagaimana cara kalian menyampaikan perasaan dalam percakapan dengan anak?
6. Apa ekspektasi terhadap anak dalam hal komunikasi Ketika mereka dewasa kedepannya?
7. Apakah ada nilai-nilai tertentu atau keterampilan komunikasi tertentu yang anda anggap penting untuk diajarkan sejak dini kepada anakmu?

3.3.2 Kuesioner

Penulis mengimplementasikan teknik kuisisioner dengan metode pengambilan *random sampling* yang ditujukan kepada 30 orang dari orang tua

di daerah Jakarta. Responden berfokus pada orang tua *Milennial* dengan usia 28-43 tahun untuk mengakumulasi data mengenai pemahaman orang tua *Milennial* terkait pola komunikasi yang baik dengan anak generasi *Alpha*, serta mengidentifikasi informasi dan kebutuhan orang tua *Milennial* yang menjadi dasar dalam perancangan buku ilustrasi yang efektif dan sesuai target pasar. Penentuan jumlah target responden didasari oleh kebutuhan penyediaan kuisisioner sebagai sumber sekunder dengan instrumen (Walgito, 2007):

1. Apakah kamu merasa bahwa anakmu terbuka terkait menceritakan masalah pribadi atau mengkomunikasikan mengenai perasaan atau pengalamannya sehari-hari? (5 Skala *Likert* Tidak terbuka-Selalu Terbuka)
2. Batasan dalam penggunaan *Gadget* apakah sering menjadi masalah dalam komunikasi kamu dan anakmu? (5 Skala *Likert* Tidak pernah terjadi masalah-selalu bermasalah)
3. Menurutmu, apakah kamu merasa sudah memahami dan mendengar dari sudut pandang anak saat mereka sedang menjelaskan tentang sesuatu yang mereka inginkan? (pilihan relevansi. Seperti: Tidak memahami/ mendengar, Jarang memahami/mendengar. Kadang-kadang memahami/mendengar, Sering memahami/mendengar, dan Selalu memahami/mendengar)
4. Menurutmu, Seberapa besar pengaruh *Gadget* terhadap komunikasi anak dengan keluarga? (5 Skala *Likert*. Tidak berpengaruh-sangat berpengaruh)
5. Apakah kamu membatasi penggunaan *Gadget* anakmu? (Ya/Tidak terlalu/Tidak)
6. Dalam sehari, seberapa sering anakmu menghabiskan waktu dalam bermain *Gadget*? (pilihan relevan, <1 jam, sehari, 1-3 jam, sehari 3-5 jam, > 5 jam, tidak main *Gadget*)
7. Apakah kamu merasa bahwa anakmu bergantung pada *Gadget*? (Ya/Tidak)

8. Dampak yang kamu rasakan karena anak terikat dengan *Gadget*?
(Jawaban lebih dari 1)
9. Apakah kamu setuju bahwa komunikasi antara orang tua dan anak penting bagi pertumbuhannya? (5 Skala *Likert*. Tidak setuju-Sangat setuju)
10. Apakah kamu merasa perlu dalam mendapat informasi terkait cara berkomunikasi yang efektif dengan anak di era digital?
(Perlu/Tidak Perlu)
11. Apakah menurut anda komunikasi yang baik antara orang tua dan anak dapat mengatasi kesalahpahaman maupun konflik? (5 Skala *Likert*, tidak setuju-sangat setuju)
12. Apakah kamu familiar dengan buku ilustrasi sebagai media informasi tentang pola komunikasi orang tua dan anak? (5 skala *Likert*, Tidak pernah-sangat familiar)
13. Seberapa sering kamu menggunakan buku ilustrasi sebagai informasi tentang pola komunikasi orang tua? (5 Skala *Likert*, Tidak pernah-sangat sering)
14. Apakah menurutmu buku ilustrasi dapat membantu memberikan informasi terkait komunikasi dengan orang tua dan anak? (5 Skala *Likert*, Tidak informatif-sangat informatif)
15. Menurutmu, apakah visual dan desain dalam buku ilustrasi tentang pola komunikasi orang tua penting? (5 Skala *Likert*, Tidak penting-sangat penting)

Jumlah responden yang terkumpul telah mencapai 39 responden. Dalam penggunaannya penulis menggunakan skala *likert* dalam proses pengumpulan data. Skala *likert* menurut (Ardhini, 2023) dalam detik.com adalah skala pengukur yang digunakan dalam meneliti terhadap sikap, opini, dan persepsi *audiens*.

3.3.3 Studi Referensi

Menurut (Booth et al., 2016) studi referensi memiliki fungsi dalam menganalisis, mengkritisi, dan mengintegrasikan hasil penelitian terdahulu yang mampu memberikan justifikasi yang kuat kebutuhan penelitian yang sedang dilaksanakan. Penulis melakukan studi referensi guna melakukan analisis terkait konten, dan konsep visual dari buku yang menjadi referensi penulis dalam perancangan penulis dengan topik yang mendekati.

Sedangkan menurut (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2017) studi merupakan data yang telah ada dilakukan kajian dengan tujuan memahami kondisi atau keadaan saat ini terkait dengan suatu topik maupun masalah melalui data yang telah ada. Biasanya digunakan dalam tahap awal penelitian. Tujuan penulis dalam melakukan studi pustaka adalah agar penulis dapat meninjau topik yang diangkat lebih dalam, dan memiliki data yang relevan dengan topik yang diangkat.

