

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Pada tahap pembuatan dan perancangan karya, penulis akan menggunakan Strategi SBCC (*Social and Behavior Change Communication*) sebagai acuan untuk tercapainya tujuan yaitu, anak-anak yang tinggal di sekitar Pasar Papringan Dusun Ngadiprono Kabupaten Temanggung menjadi lebih *aware* dan mengetahui dengan potensi bambu yang mereka miliki pada lingkungan sekitar tempat tinggal mereka. Melalui buku cerita sebagai media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan bisa tercapainya perubahan perilaku yang akan dijabarkan dengan tahapan pembuatan buku Triharto (2015).

3.1.1 Metode Pengumpulan Data

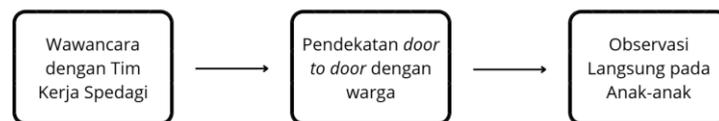
Dalam proses pengumpulan data penulis lebih banyak menggunakan wawancara dan observasi secara langsung untuk mendapatkan informasi-informasi mengenai kondisi dan situasi yang berada disekitar Pasar Papringan Dusun Ngadiprono Kabupaten Temanggung. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan. Sedangkan Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara langsung terkait suatu situasi tertentu ataupun objek tertentu (Gunawan et al., 2025).

3.1.2 Metode Perancangan Karya

Pada tahap metode perancangan akan diaplikasikannya metode *C-Planning* dari SBCC (*Social and Behavior Change Communication*). Terdapat 5 tahapan dari *C-Planning* dan akan kita aplikasikan setiap tahapannya sebagai berikut:

(1) *Understanding The Situation*

Pada tahap pertama yang harus dilakukan adalah melihat bagaimana situasi, lingkungan dan perilaku keseharian warga yang tinggal disekitar Pasar Papringan. Hal ini diberlakukan supaya ditemukannya poin – poin yang perlu diperhatikan dan menjadi objektif dari dilakukannya perubahan perilaku. Dalam hal ini untuk mendapatkan informasi dan titik permasalahannya adalah dengan melakukan pendekatan dengan warga di Dusun Ngadiprono dan melakukan observasi langsung atau berinteraksi secara langsung dengan anak-anak yang tinggal disekitar Pasar Papringan.



Gambar 3.1 *Flowchart* Proses Pengumpulan Data

Pengumpulan informasi dilakukan dengan metode wawancara yang ditujukan kepada warga setempat yang berlatar belakang memiliki kontribusi penting dalam pelaksanaan Pasar Papringan. Dimulai dengan Mbak Ika Permatahati, dan Mbak Wening Lastri sebagai tim kerja Spedagi yang sering berada dalam lingkungan Pasar Papringan dan juga Mas Yudhi yang merupakan Sekretaris Spedagi. Dilanjutkan dengan *pendekatan door to door* juga dilakukan kepada warga yang tinggal disekitar Pasar Papringan yang memiliki peran penting dalam terlaksanakannya Pasar Papringan. Melalui pendekatan *door to door* ini diharapkan bisa lebih efektif dari wawancara karena semua informasi akan menjadi natural sesuai dari apa yang dirasakan warga setempat. Salah satu warga yang

dilakukan pendekatan *door to door* adalah Bu Khotimah yang merupakan salah satu koordinator inti Pasar Papringan. Ada juga salah satu remaja yang merupakan warga sekitar dan memang aktif dan terlibat dalam pelaksanaan Pasar Papringan setiap gelarannya.

Selain melakukan wawancara dan pendekatan *door to door*, dilakukan juga observasi langsung kepada anak-anak yang akan menjadi target audiens dari buku cerita saat sedang bermain dilapangan. Adapun beberapa pertanyaan informal yang ditanyakan secara langsung kepada anak-anak tersebut seperti:

- a. Apakah kalian mengetahui bambu bisa menjadi produk-produk apa saja?
- b. Apakah kalian mengetahui mainan yang terbuat dari bambu?
- c. Apakah kalian pernah membuat mainan dari bambu?

Dari informasi yang di dapatkan oleh penulis melalui metode wawancara, pendekatan *door to door*, dan observasi lapangan, akan dilakukan diskusi dengan tim kerja Spedagi. Dengan tujuan agar dapat dengan tepat membentuk pesan yang ditargetkan, agar dapat tercapainya perubahan perilaku pada anak-anak.

Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Riset secara online	■	■	■	■	■	■										
Riset Lapangan							■	■	■							
Perancangan					■	■	■	■								
Penyusunan Konsep dan <i>Story Board</i>								■								
Proses Design									■	■	■					
Produksi											■					
Persiapan kebutuhan <i>launcing</i>									■	■	■					
Pelaksanaan <i>launcing</i>										■						
Foto Video <i>Collateral/ Promosi</i>										■	■	■	■			
Evaluasi														■	■	

Gambar 3.1 Perancangan Kegiatan

(2) *Focusing & Designing*

Tahap kedua ini menjelaskan bahwa terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu tahap pembuatan strategi komunikasi berdasarkan pendekatan *BCC (Behavior Change Communication)*, *Social Mobilization* dan *Advocacy* yang merupakan karakteristik SBBC yang akan dijabarkan sebagai berikut:

(a) *BCC (Behavior Change Communication)*

Pembuatan buku cerita dibuat menyesuaikan bagaimana pandangan anak-anak terhadap bambu, sehingga alur cerita dan karakteristik tokoh-tokoh didalamnya dapat terasa *relateable* dan bisa mendorong terjadinya perubahan perilaku.

(b) *Social and Community Mobilization*

Dalam perencanaannya buku cerita juga dapat digunakan dan dimasukkan pada perpustakaan Pasar Papingan dengan harapan dapat melibatkan orang tua atau warga sekitar untuk mengadakan sesi pendongengan atau baca bersama, agar pesan yang ingin disampaikan pada buku ini bisa tersampaikan dengan kuat dan meyakinkan. Pada bagian ini, dari buku yang dibuat, penulis akan melakukan *launching* buku yang akan diceritakan kepada anak-anak yang menjadi target audiens.

(c) *Advocacy*

Pada bagian advokasi ini harapannya buku cerita ini dapat diperkenalkan pesan yang ingin disampaikan melalui pihak-pihak seperti pemerintahan, guru, atau lembaga tertentu, hingga bisa mempengaruhi perubahan perilaku yang positif.

Selain itu, karakteristik dalam tahap kedua ini juga harus memperhatikan karakteristik *SBCC* yang kedua yaitu *Socio-Ecological Model*. Model ini menekankan bahwa adanya pengaruh luar selain diri sendiri yaitu anak-anak dalam perubahan perilaku. Seperti pengaruh dari orang tua, teman-teman, guru, lingkungan, komunitas sekitar ataupun pemerintah. Terdapat juga pengaruh dari norma yang dipegang dan sudah ditanamkan oleh keluarga dan lingkungan. Hal-hal ini bisa sangat mempengaruhi karena bisa menjadi hal yang mendorong terjadinya perubahan perilaku pada anak-anak dan bisa juga menghambat perubahan perilaku.

(3) *Creating*

Pada tahap ketiga yaitu *creating* membahas mengenai pembuatan buku cerita anak, dengan melalui 5 tahapan menurut (Triharto, 2015):

1. Perancangan

Di tahap perancangan langkah-langkah yang harus dilakukan adalah menentukan tema dari buku cerita yang akan dibuat, memiliki latar belakang seperti apa dan bagaimana alur ceritanya. Dari hasil riset yang sudah dilakukan dan setelah berdiskusi dengan Tim kerja Spedagi, dapat disimpulkan bahwa perlu dilakukannya sosialisasi dan edukasi terhadap nilai dan produk bambu yang terdapat di Pasar Papringan. Dengan menargetkan anak-anak umur 7-9 tahun yang tinggal disekitar Pasar Papringan Dusun Ngadiprono Kabupaten Temanggung.

2. Pembuatan Konsep

Langkah selanjutnya dalah membuat konsep bagaimana buku cerita ini akan dibuat. Buku cerita dikonsepskan

dengan latar belakang Pasar Papringan agar anak-anak lebih familiar dan relate. Selain itu, untuk karakter yang digunakan dalam buku cerita juga diambil dari latar belakang anak-anak yang ada di Dusun Ngadiprono agar anak-anak menjadi lebih *relate* dengan buku cerita yang dibuat. Dan untuk alur ceritanya, menceritakan tentang sosok anak dari luar kota yang datang ke Pasar Papringan dan dibawa keliling Pasar Papringan oleh 2 anak lokal. Di dalam cerita anak-anak yang tinggal disekitar Pasar Papringan dibuat seolah-olah mereka sangat mengetahui secara keseluruhan apa saja yang terdapat di Pasar Papringan dan bambu itu bisa jadi produk yang bernilai. Sehingga buku cerita ini diberikan judul *Main ke Pasar Papringan, Yuk!*. Dengan design buku yang memiliki ukuran A5.

3. Proses Design

Pada tahap ketiga dalam pembuatan buku cerita, design ilustrasi akan dibuat berdasarkan *creative brief* yang sudah dibuatkan agar bisa menjadi acuan saat dalam proses design ilustrasi buku cerita. Bagian design ini cukup penting karena pada bagian ini dilakukannya visualisasi secara gambar hingga jadinya buku cerita sesuai dengan alur cerita. Dalam buku cerita yang berjudul *Main ke Pasar Papringan, Yuk!* akan disesuaikan visualisasi yang bertemakan Pasar Papringan, dan produk-produk bambu. Selain itu, dalam visualisasi karakter juga akan terdapat 5 karakter dalam buku cerita *Main ke Pasar Papringan, Yuk!*. Akan terdapat 1 karakter anak perempuan yang berasal dari kota, 2 karakter anak desa perempuan dan laki-laki, lalu

1 pasang orang tua yang berasal dari kota, dan 1 ibu penjual di Pasar Papringan.

4. Produksi

Pada tahap produksi, penulis melakukan produksi buku untuk *launching* dengan mencetak buku cerita sebanyak 10 buku. Untuk detail bahan kertas yang digunakan, setelah berdiskusi dengan tim percetakan, disarankan untuk menggunakan bahan sampul *art carton* dengan laminasi, dan bahan lembaran bagian dalamnya *art paper* dengan ukuran buku A5.

5. *Finishing*

Pada bagian terakhir dari pembuatan buku cerita, penulis akan melihat dan mengukur bagaimana kualitas buku yang telah di produksi. Mulai dari isi dari buku cerita, konten, ataupun produk fisik buku cerita setelah dicetak.

(4) *Implementing & Monitoring*

Pada tahap implementasi penulis akan melakukan peluncuran (*launching*) buku cerita *Main ke Pasar Papringan, Yuk!* kepada target audiens yang disasar yaitu anak-anak yang berada disekitar Dusun Ngadiprono Kabupaten Temanggung. Dalam hal ini adanya bantuan dari warga yang tinggal disekitar juga perlu dilakukan berserta dengan koordinator inti Pasar Papringan sebagai bagian dari pendekatan *Social and Community Mobilization*. Agar *launcing* atau peluncuran buku ini dapat terlaksana dengan baik ada beberapa proses pelaksanaan yang harus dilakukan:

- a. Dibuatkannya *timeline* apa saja yang harus dipersiapkan agar bisa berlangsungnya acara. Ada

juga *rundown* acara kegiatan *launching* buku cerita yang perlu disiapkan. Agar acara bisa terlaksana dengan terstruktur dan terjadwal.

- b. Selanjutnya, pembagian tugas atau (*in charge*). Akan ada dilakukannya pembagian tugas siapa yang bertugas dan memegang tanggung jawab sebagai apa. Seperti adanya pembawa acara, pendongeng, ataupun tim dokumentasi.
- c. Selain itu juga harus dibuatnya *monitoring plan* dengan tujuan agar bisa menilai apakah yang dilakukan dalam *launching* buku ini sesuai dengan rencana. Seperti bagaimana reaksi dan ekspresi anak-anak saat sedang dilakukan *launching* buku cerita.

(5) *Evaluating & Replanning*

Pada tahap evaluasi dan perancangan ulang ini dilakukan saat tahap implementasi sudah selesai dilakukan. Dengan tujuan agar, bisa mengetahui apakah pesan yang ingin disampaikan tersampaikan dengan baik. Dan apakah buku cerita ini efektif sebagai media untuk menyampaikan pesan agar terjadinya perubahan perilaku.

3.2. Rencana Anggaran

Rancangan anggaran dibuat agar semua biaya yang diperlukan dalam pelaksanaan pembuatan buku cerita hingga ke tahap *launching* dapat terincikan dan tidak *overbudget*. Penulis juga berencana untuk menggunakan anggaran pribadi dalam kelangsungan pembuatan buku dan juga *launching* yang akan dilakukan. Berikut ini rencana anggaran yang dibuat dalam pembuatan buku cerita dan peluncuran buku dengan judul *Main ke Pasar Papringan, Yuk!*.

Tabel 3.1 Rencana Anggaran

No	Keterangan	Jumlah	Harga Total
1	Mainan Bambu	30	120.000
2	Keranjang Bambu	30	60.000
3	Cat Kuas	2	50.000
4	Cetak Buku Cerita	10	350.000
5	Print <i>Pre-test & Post-test</i>	60	20.000
6	Tampah	2	50.000
7	Snack anak-anak	30	300.000
8	Print teka-teki silang	30	10.000
9	Print thank you card	30	50.000
10	Pendongeng	2	150.000
11	Buat Poster	1	150.000
12	Ilustrator	1	1.000.000
13	Konsumsi Pendongeng	2	50.000
14	Bulpen	20	10.000
Total Rencana Anggaran			2.370.000

3.3. Target Luaran/Publikasi/HKI

Hasil target luaran yang akan dicapai dari buku cerita anak yang dibuat dengan judul *Main ke Pasar Papringan, Yuk!* sebagai berikut:

1. Buku cerita *Main ke Pasar Papringan, Yuk!* akan di daftarkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).
2. Buku cerita *Main ke Pasar Papringan, Yuk!* akan didaftarkan QRSDN oleh penulis agar mendapatkan nomo buku resmi.
3. Buku cerita *Main ke Pasar Papringan, Yuk!* juga akan melakukan sosialisasi berupa launching buku yang akan langsung dicertakan kepada anak-anak yang menjadi target audiens. Dan akan mendapatkan publikasi dari instagram *@behindthepapringan*.