

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Dalam proses perancangannya, subjek perancangan yang terpilih adalah sebagai berikut:

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan
- b. Usia: 18-25 tahun
- c. SES: B

Socioeconomic status (SES) dikenal dengan sebutan status sosial ekonomi. SES mencakup unsur keuangan, pendidikan, serta pekerjaan dari seseorang. Tidak hanya itu, SES bisa juga digunakan sebagai suatu penilaian subjektif posisi seseorang dalam suatu sosial ekonomi (Navarro-Carrillo et al., 2020). Untuk dapat mengakses hasil karya *website* komik digital, maka target audiens harus merupakan orang-orang yang bisa mengakses internet. Dikutip dari *website* Ajaib, rata-rata orang dengan usia 18-25 tahun mempunyai pendapatan sekitar Rp 4,6 juta per bulan dan mereka mampu melakukan transaksi di *e-commerce*. Hal tersebut menandakan bahwa mereka mampu mengakses internet. Dengan demikian, SES B menjadi sasaran target audiens primer dengan target ekonomi yang demikian (Dihni, 2022).

2. Geografis

Berdasarkan data dari Kementerian Agama RI di tahun 2022, jumlah penduduk Indonesia beragama Buddha terbanyak terdapat di DKI Jakarta. Tidak hanya itu, posisi penulis yang berada di Tangerang menjadikan Tangerang salah satu area penelitian. Dengan demikian, Jakarta dan Tangerang menjadi geografis untuk target audiens utama. Target sekundernya adalah dewasa muda yang berdomisili di Indonesia.

3. Psikografis

- a. Dewasa muda yang bisa menggunakan alat elektronik.
- b. Dewasa muda yang ingin belajar.
- c. Dewasa muda yang gemar membaca.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Dalam proses perancangan, metode yang digunakan adalah *Human Centered Design*. *Human Centered Design* (HCD) merupakan suatu metode perancangan oleh IDEO yang memiliki fokus utama menciptakan solusi dengan cara memahami kebutuhan manusia (IDEO.org, 2015, h.9). Dalam proses perancangannya, *Human Centered Design* terbagi menjadi tiga tahapan utama, yaitu *Inspiration*, *Ideation*, dan *Implementation*.

3.2.1 Inspiration

Pada tahap ini, hal-hal yang dilakukan adalah mengumpulkan data untuk membantu proses perancangan. Proses pengumpulan data mencakup pengenalan permasalahan, tujuan, target audiens, dan pencarian informasi lainnya (h.33). Aktivitas pencarian termasuk wawancara dan kuesioner terdapat pada tahap ini (h.6). Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan solusi yang setara. Dalam proses perancangan ini, tahapan *inspiration* digunakan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai hubungan *dhamma* dalam buku “Pencerahan Batin” dengan generasi Z beserta teori desain yang digunakan dalam perancangan karya akhir.

3.2.2 Ideation

Pada tahap ini, fokus utama tertuju pada tahap menciptakan ide. Ide yang diciptakan harus berdasarkan pada kumpulan informasi yang telah didapatkan melalui tahap *inspiration*. Penyeleksian ide kemudian dilakukan untuk memastikan karya yang ditawarkan dapat menjadi solusi yang efektif (h.75). Tahap *prototyping*, mengumpulkan *feedback*, sekaligus revisi juga menjadi bagian dari tahap ini (h.7).

Dalam proses perancangan komik digital ini, tahapan *ideation* yang digunakan adalah *brainstorm*, *get visual*, *storyboard*, *rapid prototyping*, kemudian *feedback*. *Brainstorm* digunakan untuk merencanakan alur *Dhamma* yang akan diangkat sekaligus interaksi yang akan diciptakan. *Get visual* dan *storyboard* digunakan untuk merancang komik digital. *Rapid prototyping* menjadi bagian perancangan yang kemudian menjadi karya akhir. Setelahnya, *feedback* dari target audiens dibutuhkan.

3.2.3 Implementation

Pada tahap ini, perancangan solusi yang telah dilakukan kemudian dipublikasi ke target audiens. Solusi yang ditawarkan mempunyai peluang besar untuk dijadikan sebagai penyelesaian masalah (h.133). Meskipun demikian, proses evaluasi tetap harus dilakukan (h.153). Tahap ini dilakukan dengan pelaksanaan *live prototyping* berupa *Alpha Test*. *Alpha Test* berfungsi sebagai pengujian awal terhadap keberhasilan komik digital berbasis *website* kepada target audiens. Setelahnya, tahapan *monitor and evaluate* menjadi wadah untuk terus memantau seberapa efektif hasil karya untuk menjadi solusi dari masalah yang telah ada.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Dalam pelaksanaannya, penulis menggunakan metode perancangan gabungan atau yang dikenal dengan *mixed method*. Untuk mengumpulkan data, penulis melakukan wawancara, kuesioner, studi eksisting, studi referensi, dan *Alpha Test*. Pengumpulan data ini berfokus pada isi alur cerita yang akan dirancang sebagai solusi media akhir.

3.3.1 Wawancara

Wawancara merupakan suatu sesi bertanya jawab antara pemberi pertanyaan dengan narasumber untuk mengumpulkan informasi (trivaika 2022). Dalam tahapan ini, penulis berlaku sebagai pemberi pertanyaan. Narasumber yang terpilih adalah Y.M. Maha Bhiksu Dutavira Sthavira, seorang ketua vihara dari Vihara Avalokitesvara Mangga Besar, Jakarta,

sekaligus penulis asli dari buku “Pencerahan Batin”. Wawancara dilakukan dengan tujuan mendalami informasi tentang isi buku tersebut. Wawancara kedua dilakukan dengan Bryan Arfiandy, seorang komikus. Setelahnya, tahap diskusi tambahan dengan menggunakan sesi *sharing* dilakukan dengan Vinna Sallyana, seorang *comic artist*.

1. Wawancara Penulis Buku “Pencerahan Batin”

Pertanyaan diajukan kepada Y.M. Maha Bhiksu Dutavira Sthavira. Pertanyaan diajukan secara *on site*. Pertanyaan wawancara yang dilakukan kepada Y.M. Maha Bhiksu Dutavira Sthavira terdiri dari 9 pertanyaan, yaitu:

1. Bolehkan Suhu menceritakan latar belakang singkat tentang Suhu dengan keterlibatan dalam kepengurusan agama Buddha? (Seperti menjadi ketua vihara, dsb)
2. Menurut Suhu, mengapa Dhamma penting untuk umat Buddha? Apa masalah yang terjadi apabila tidak mempelajari Dhamma?
3. Apakah Dhamma yang terdapat pada seluruh aliran agama Buddha bersifat netral tanpa bertentangan dengan satu sama lain?
4. Pada masa ini, banyak generasi Z yang semakin tidak menyadari pentingnya Dhamma, mengakibatkan minat terhadap Dhamma-nya menurun, apalagi sebagian besar dari mereka tidak pergi ke vihara karena beragam halangan. Menurut suhu, kenapa ada fenomena penurunan minat terhadap Dhamma? Apakah karena kurang sembahyang, atau apa?
5. Saya sudah membaca sebagian buku ‘Pencerahan Batin’ yang ditulis oleh Suhu. Apa yang menginspirasi Suhu untuk menulis buku ‘Pencerahan Batin’ pada saat itu?
6. Apakah buku ‘Pencerahan Batin’ sah dibaca untuk seluruh umat Buddha tanpa memandang aliran tertentu?

7. Karena keterbatasan waktu dalam masa tugas akhir, maka hanya beberapa judul yang akan dibuat versi visualnya, mungkin sekitaran 5 judul. Menurut Suhu, sub-judul mana yang relevan dengan dewasa muda berusia 18-25 tahun pada masa sekarang ini?
8. Menurut Suhu, mengapa dewasa muda berusia 18-25 tahun ini perlu mengetahui ceramah Dhamma yang terdapat pada buku ini, terutama untuk judul-judul yang telah terpilih tadi?
9. Dalam proses pembuatan buku, kemungkinan akan ada sedikit modifikasi baik dari cara penyampaian cerita ataupun dari karakter agar dapat disesuaikan dengan masa kini, namun tidak mengubah inti cerita dan pesan yang ada. Apakah Suhu ada pesan penting yang harus diingat dan dilaksanakan selama pembuatan cerita ini?

2. Wawancara Komikus 1

Wawancara ketiga dilakukan dengan Saudara Bryan Arfiandy. Ia merupakan alumni dari Universitas Multimedia Nusantara yang saat ini bekerja sebagai komikus. Ia sudah pernah mempublikasikan *webtoon* dengan judul “Hati Nammo” di aplikasi *Webtoon*.

1. Bolehkah Kakak memperkenalkan diri?
2. Apa pekerjaan dan jabatan dari Kakak?
3. Menurut Kakak, apakah komik digital dapat menjadi media informasi yang efektif dalam memberikan ilmu kepada pembaca?
4. Apa ciri-ciri komik digital yang lebih sering menarik perhatian pembaca? Seperti *artstyle*, pemilihan warna, dan lain sebagainya.
5. Dalam pembuatan komik, apakah lebih baik membuat komik berwarna atau yang hitam putih? Mengapa?
6. Apa tips yang dapat dilakukan agar pembaca lebih setia membaca suatu cerita tanpa merasa cepat bosan?
7. Dalam pembuatan komik, pengenalan tokoh itu biasanya berapa lama, sih?

8. Menurut Kakak, apakah pembuatan *website* yang mencantumkan komik khusus tentang buku ini dapat menjadi media yang cocok untuk yang targetnya dewasa muda seusia 18-25 tahun?
9. Apakah Kakak mengetahui cara membuat komik digital interaktif selain dengan cara membuat *website* sendiri? Dengan aplikasi *webtoon*, misalnya?

3. Wawancara Komikus 2

Wawancara ketiga dilakukan dengan Saudari Vinna Sallyana, seorang lulusan jurusan Desain Komunikasi Visual dari Universitas Multimedia Nusantara. Pada masa tugas akhirnya, Saudari Vinna merancang komik digital berjudul “*A Spoonful of Legacy*” yang dipublikasikan melalui aplikasi *webtoon*. Dengan demikian, Saudari Vinna merupakan orang yang cocok menjadi *partner* diskusi untuk hal-hal yang relevan dengan komik digital. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan serupa dengan pertanyaan yang diajukan kepada Bryan Arfiandy.

3.3.2 Kuesioner

Penulis melakukan kuesioner kepada Generasi Z yang berusia 18-25 tahun. Kuesioner ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi pengetahuan target audiens tentang buku ‘Pencerahan Batin’ serta preferensi media untuk dijadikan pembelajaran. Data kuesioner digunakan sebagai pemutusan pilihan jenis cerita sesuai preferensi target audiens dan pemilihan media sekunder. Hasil data yang dikumpulkan menjadi landasan pemilihan konten cerita pada komik. Dengan demikian, pengisian kuesioner dilakukan dengan *purposive sampling*. *Purposive Sampling* atau *Judgemental Sampling* merupakan suatu teknik pengambilan data dengan target audiens tertentu yang sudah mempunyai ilmu pengetahuan mengenai hal yang dibahas (Basmatulhana, 2022). Pertanyaan-pertanyaan yang dicantumkan dalam kuesioner adalah sebagai berikut:

- a. Usia? (18/19/20/21/22/23/24/25)
- b. Jenis Kelamin? (Laki-laki/perempuan)

- c. Domisili? (Jakarta / Sekitaran Jakarta)
- d. Pengeluaran kamu per bulan? (<Rp 2.000.000 / 2.000.000-4.000.000 / 4.000.000-6.000.000 / >6.000.000)
- e. “Generasi di atas gen-Z sulit diajak bekerja sama, salah satu alasannya adalah karena mereka keras kepala.” (Sangat tidak setuju / tidak setuju / setuju / sangat setuju)
- f. “Generasi di atas gen-Z sulit diajak bekerja sama, salah satu alasannya adalah karena mereka tidak mengerti kondisi saya.” (Sangat tidak setuju / tidak setuju / setuju / sangat setuju)
- g. Apakah kamu pernah mendengar kasus gen-Z yang terkena masalah karena etika yang buruk? [boleh pilih lebih dari 1] (Pernah, saya sendiri / Pernah, seorang kenalan / Pernah, seseorang dari internet ataupun berita / Tidak pernah mendengar)
- h. Bagaimana biasanya kamu mendapat pembelajaran etika? [boleh pilih lebih dari 1] (dari sekolah / dari keluarga / dari sosial media / dari membaca buku berkaitan dengan etika / dari buku cerita atau komik)
- i. Menurutmu, untuk mendapat pendidikan etika, media informasi bercerita apa yang paling menarik dan cocok untukmu? [boleh pilih lebih dari 1] (komik / website / media sosial [instagram, tiktok, twitter, facebook, dsb])
- j. Kamu bakal lebih tertarik untuk mendapatkan pembelajaran moral etika yang bagaimana? [boleh pilih lebih dari 1] (Yang modern / yang menggunakan perumpamaan / yang menggunakan bahasa ringan, fleksibel, dan kekinian / yang berhubungan dengan keseharian / yang berisikan cerita singkat namun bermakna / yang pembelajarannya menyenangkan)
- k. Apa yang membuatmu (terkadang) tidak tertarik untuk membaca suatu media informasi tentang pembelajaran etika? [boleh pilih lebih dari 1] (Desain jadul / isi hanya berfokus pada teks saja / tidak adanya sinopsis / tidak adanya alur cerita / tidak berkaitan dengan diri sendiri)

3.2.3 Studi Eksisting

Dalam proses perancangannya, studi eksisting digunakan untuk mendapatkan informasi melalui media yang sudah ada (kanyacatya). Media-media lampau tersebut digunakan untuk menambah wawasan dalam perancangan. Dengan demikian, perancangan komik digital interaktif ‘Pencerahan Batin’ bisa mendapat acuan untuk menjadi karya yang baik.

3.2.4 Studi Referensi

Selain studi eksisting, penulis juga menggunakan studi referensi. Studi referensi yang digunakan berfokus pada gaya ilustrasi yang akan digunakan pada perancangan ini. Gaya ilustrasi yang diambil dapat berupa dari segi pewarnaan. Selain pewarnaan, gaya ilustrasi yang dijadikan referensi dalam cara menggambaranya.

