

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan buku *pop-up* adaptasi kisah Malin Kundang untuk anak SD:

1. Target Primer

a. Demografis

- i. Jenis Kelamin: Perempuan dan Laki-Laki
- ii. Usia: 7-9 tahun.

Menurut Laundry (2022, h.1) anak yang berumur 5 – 8 tahun merupakan pembaca pemula dan mulai mandiri membaca buku. Ia juga merekomendasikan anak berumur 6 – 10 tahun untuk membaca *chapter books* yang bisa mencapai 8.500 – 12.000 total kata. Oleh karena itu target perancangan merupakan anak sekitar umur 7 – 9 tahun, kelas 1 – 3 SD.

- iii. Pendidikan: SD
- iv. SES: A-B

Observasi lapangan yang dilakukan oleh penulis menemukan bahwa harga buku *pop-up* tanpa elemen interaktif tambahan yang menceritakan dongeng untuk anak kecil termahal di pasaran berharga sekitar Rp.200.000-180.000. Oleh karena itu, target merupakan rumah tangga SES kategori A-B.

b. Geografis

Jabodetabek.

Maharani (2024, h. 1) pun menulis bahwa Jawa Barat memiliki salah satu skor literasi tertinggi di Indonesia dengan 70,47 poin. Fadilah (2024, h. 1) menulis bahwa pengeluaran hiburan rumah tangga dengan 2 anak di Jakarta rata-rata sekitar Rp. 1-2 juta per bulan. Oleh karena itu, Jabodetabek merupakan daerah yang cocok sebagai target desain adaptasi buku *pop-up* Malin Kundang.

c. Psikografis

- i. Anak yang mulai membentuk identitas diri
- ii. Anak yang mulai membaca mandiri
- iii. Anak yang mudah mengakses hiburan digital

2. Target Sekunder

a. Demografis

- i. Jenis Kelamin: Perempuan dan Laki-Laki
- ii. Usia: 30 tahun ke atas.
- iii. Pendidikan: S1
- iv. SES: A-B

b. Geografis

Jabodetabek.

c. Psikografis

- i. Orangtua yang khawatir akan efek hiburan digital terhadap anak
- ii. Orangtua yang peduli pada perkembangan karakter anak
- iii. Orangtua yang ingin anaknya mulai membaca buku

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode yang akan digunakan untuk perancangan ini ditulis didalam *Design Thinking* oleh Tim Brown. Ia menulis bahwa proyek desain sebaiknya melewati tiga tahap. Tahap-tahap tersebut adalah *Inspiration*, *Ideation* dan *Implementation*.

Tahap *inspiration* berguna untuk mengidentifikasi keadaan masalah dan peluang yang akan memajukan solusi desain serta mencari terletaknya peluang untuk inovasi. Dimulai dengan mencari sumber dan referensi untuk implementasi desain, seperti mencari narasumber yang bersedia untuk bercerita dan berbagi wawasan. Brown (2008, h.5) juga menyarankan untuk melakukan observasi terhadap target, pola pikiran mereka, apa yang mereka perlu dan apa yang mereka inginkan. Memperhatikan target yang bisa dipanggil ekstrim, seperti anak-anak. Dan akhirnya, mengatur dan menganalisis informasi yang dikumpulkan untuk mendapatkan ide dan *insight* berharga.

Tahap *ideation* merupakan tahap proses yang mengembangkan, dan menguji ide perancangan. Tahap ini dilaksanakan dengan melakukan *brainstorming*, membuat banyak sketsa dan naskah yang masih kasar. Menerapkan *integrative thinking*, sebuah pola pikiran yang tidak hanya menggunakan proses analitis tetapi juga kemampuan aspek yang menonjol yang terkadang bertentangan, hal ini akan menghasilkan desain yang lebih dinamis dan unik.

Tahap *implementation* berguna untuk memetakan jalur desain yang menuju pasar. Dengan membuat *prototype* dan melakukan *testing* desain, hal-hal tersebut bisa dilakukan secara mandiri atau dengan kelompok. Lalu, memasarkan

desain dengan merancang strategi komunikasi, dan akhirnya menggunakan pengalaman untuk proyek berikutnya (Brown, 2008, h.3-5).

1. Inspiration

Pada tahap *inspiration* penulis akan melakukan penelitian dan pendalaman pada kisah Malin Kundang dan budaya Minang melalui wawancara. Mendapat informasi akan pendapat dan pola pikiran orang tua dan anak-anak Indonesia melalui kuesioner yang bersifat kualitatif. Membaca dan mencermati buku yang menceritakan kisah Malin Kundang sebagai studi eksisting, dan melakukan hal yang sama untuk buku *pop-up* dongeng sebagai studi referensi. Penulis akan lalu menganalisis dan menulis sebuah kesimpulan dari data yang didapatkan.

2. Ideation

Pada tahap *ideation* penulis akan mulai *brainstorming* ide untuk naskah dan elemen visual kisah Malin Kundang dari kesimpulan dan analisis data yang didapatkan pada tahap sebelumnya. Membuat *moodboard* perancangan, menggambar sketsa dan konsep desain karakter, menulis naskah, membuat *storyboard*, merencanakan *layout* halaman dan sampul buku serta memilih tipografi buku. Tahapan ini bertujuan untuk membuat penulis mengeksplorasi berbagai macam ide untuk mendapatkan hasil perancangan terbaik.

3. Implementation

Pada tahap *implementation* penulis akan mulai memproduksi dan finalisasi buku *pop-up* dengan membuat *prototype* mekanisme *pop-up* untuk memastikan jika mekanisme tersebut sukses menggunakan *white dummy* dan jika pembalikan halaman mulus. Setelah *prototype* sukses maka penulis pun akan mulai memproduksi halaman dan sampul buku, lalu merakit halaman *pop-up*. Perancangan desain pun akan didistribusi dan dipublikasikan kepada target.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik yang digunakan dalam perancangan adalah wawancara, focus group discussion dan kuesioner untuk mendapat data tentang keseharian penduduk

Minang yang tinggal di pesisir, pengalaman orang Minang yang merantau, produksi buku *pop-up*, dan kebiasaan target perancangan.

1. Wawancara

Penulis akan melakukan wawancara *in-depth*, untuk mendapat informasi yang lebih mendalam untuk merancang naskah adaptasi kisah Malin Kundang buku *pop-up* yang efektif.

a. Wawancara bersama Pakar Budaya

Penulis akan melakukan wawancara dengan pakar budaya Minang. Melalui wawancara ini, penulis mendapatkan informasi mengenai kebudayaan Minang, keseharian penduduk Minang yang tinggal di pesisir serta informasi mendalam akan pentingnya legenda Malin Kundang pada masyarakat Minang. Informasi ini berguna untuk membantu penulis dalam merancang dan menulis naskah adaptasi Malin Kundang. Berikut merupakan pertanyaan yang diberikan kepada pakar budaya:

1. Bisa ceritakan bagaimana kehidupan sehari-hari masyarakat Minangkabau yang tinggal di daerah pesisir?
2. Apa ada perbedaan norma Minang antara pada zaman dulu dan zaman modern?
3. Seperti apa pakaian tradisional yang dikenakan oleh masyarakat pesisir Minangkabau?
4. Bisa jelaskan makanan khas yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat pesisir Minangkabau?
5. Nilai-nilai budaya apa yang biasanya diajarkan melalui cerita rakyat Minangkabau lainnya?
6. Apakah cerita Malin Kundang mencerminkan nilai dan kebiasaan masyarakat pesisir Minangkabau? Jika ya, bagaimana?
7. Apakah ada detail cerita Malin Kundang yang kurang populer? Misalnya apakah ibunda Malin Kundang memiliki nama?

b. Wawancara bersama warga Minang yang merantau

Penulis akan melakukan wawancara dengan seorang anggota dari Ikatan Keluarga Minang (IKM) sebuah organisasi yang merupakan komunitas perantau orang Minang di Jabodetabek. Melalui wawancara ini, penulis mendapatkan informasi mengenai pengalaman orang Minang yang merantau. Informasi ini berguna untuk membantu penulis dalam merancang dan menulis naskah adaptasi *Malin Kundang*. Berikut merupakan pertanyaan yang diberikan:

1. Apa motivasi utama bagi orang Minang untuk merantau?
2. Sebagai orang Minang yang merantau apakah pengalaman-pengalaman bapak yang paling terkesan?
3. Bagaimana perasaan seseorang ketika merantau? Seperti tantangan atau *culture shock* yang dihadapi?
4. Bagaimana pengalaman anda dengan *homesickness*? Dan bagaimana anda menanganinya?
5. Apa saja kesulitan terbesar yang biasanya dialami perantau Minang? Bagaimana cara mereka mengatasinya?
6. Seberapa kuat hubungan perantau Minang dengan kampung halaman mereka? Apakah ada kewajiban atau tradisi tertentu yang tetap dijaga?
7. Dalam budaya Minang, bagaimana pandangan terhadap anak yang durhaka atau tidak mengakui asal-usulnya?

2. Kuesioner

Melakukan kuesioner bersifat kualitatif, campuran pilihan ganda dan pertanyaan terbuka dengan membuat *google form* yang disebarluaskan secara online untuk orangtua yang berdomisili di daerah jabodetabek. Borg & Gall (1979) menyajikan kriteria sebagai berikut dalam menentukan ukuran sampel yang dikutip dari Delice (2010, h. 2008); bahwa ukuran sampel tidak boleh kurang dari 30. Oleh karena itu, kuesioner ini memiliki sasaran jawaban minimal 30 responden.

Berikut merupakan pertanyaan yang diberikan:

- a. Apakah anda membeli buku cerita rakyat Indonesia akhir tahun ini?
- b. Jika *Ya*, apa alasan utama Anda membeli buku tersebut?
- c. Jika *Tidak*, apa alasan utama anda tidak membeli buku tersebut?
- d. Seberapa sering anak Anda membaca buku cerita?
- e. Jenis buku apa yang sering dibaca anak?
- f. Apa anak Anda pernah membaca buku pop-up?
- g. Menurut Anda, apakah buku pop-up lebih efektif menarik minat baca anak dibanding buku biasa?
- h. Menurut Anda, apa manfaat utama dari buku pop-up bagi anak-anak?
- i. Menurut Anda, apakah cerita rakyat seperti Malin Kundang masih relevan bagi anak-anak zaman sekarang?
- j. Jika ada buku pop-up tentang cerita rakyat Indonesia, apakah Anda tertarik untuk membelinya?
- k. Menurut Anda, bagaimana cara terbaik untuk membuat cerita rakyat seperti Malin Kundang lebih menarik bagi anak-anak?

3. Studi Eksisting

Penulis akan melakukan studi eksisting menggunakan buku yang menceritakan kisah Malin Kundang untuk anak. Buku yang digunakan adalah “Malin Kundang, Insubordinate Son” oleh Ahmad Filyan.

4. Studi Referensi

Penulis akan melakukan studi referensi menggunakan 3 buku *pop-up* yang menceritakan dongeng untuk anak. Buku yang digunakan adalah “Ratu Salju” oleh Lesley Barnes, “Timun Mas dan Buto Ijo” oleh Hafez Achda dan “*Pop-Up Fairy Tales Cinderella*” oleh Sara Gianassi.