

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Subjek perancangan *music video* untuk memperkenalkan tokoh Punakawan dengan konten ragam watak manusia yakni:

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin: Perempuan dan laki-laki
- b. Usia: 18-25 tahun

Menurut WHO, usia 18–25 tahun termasuk masa dewasa awal, yaitu periode transisi dari anak-anak ke dewasa di mana individu mulai mandiri dalam mengambil keputusan, mengembangkan empati, serta memiliki perilaku prososial. Individu juga lebih aktif dalam menjalin hubungan sosial, sehingga relevan sebagai target perancangan yang bersifat edukatif sekaligus hiburan.

- c. Pendidikan: SMA, D3, S1
- d. SES: A–B

Masyarakat dengan SES tinggi cenderung lebih banyak menggunakan teknologi digital serta memiliki tingkat literasi digital lebih tinggi. Hal ini sejalan dengan riset Status Literasi Digital Indonesia 2022, KOMDIGI menyatakan SES A dan B lebih aktif dalam mengakses media digital dibanding rata-rata nasional satu Indonesia.

2. Geografis: Jabodetabek

Dilansir dari data Liputan 6 pada tahun 2024 sebanyak 7.243 pendatang baru, masuk ke Jakarta dan sekitarnya setelah lebaran Idul Fitri. Hal tersebut membuktikan bahwa Jabodetabek merupakan kota dengan penduduk pendatang yang banyak, terlebih dari sesama daerah Jawa. Banyak Generasi Z dengan usia 18-25 tahun tumbuh dan besar di Jabodetabek dan tidak banyak mengetahui mengenai budaya Jawa.

3. Psikografis

- a. Generasi Z yang aktif di media digital dan media sosial.
- b. Generasi Z yang gemar mengonsumsi konten audio-visual (video pendek, musik, dokumenter).
- c. Generasi Z yang lebih sering terpapar budaya asing dibanding lokal, sehingga kurang mengenal budaya lokal.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Perancangan *music video* untuk memperkenalkan tokoh Punakawan akan mengadopsi lima tahapan desain yang dikemukakan oleh Robin Landa. Teorinya tersebut terdapat dalam buku berjudul "*Graphic Design Solutions: Fourth Edition*" (2011). Lima tahapan tersebut yakni orientation, analysis, concepts, design, dan implementation, yang tiap tahapannya dijabarkan di bawah;

3.2.1 Orientation

Penulis mempelajari lebih lanjut mengenai isu pembahasan dan target desain. Dengan demikian, akan banyak data dikumpulkan yang sekiranya membantu perancangan. Data-data tersebut akan dikumpulkan menggunakan metode campuran yang terdiri dari penyebaran kuesioner, wawancara, dan observasi (Landa, 2011, h. 77).

3.2.2 Analysis

Penulis akan menyortir data-data yang sudah terkumpul untuk dianalisa dan dipelajari. Pada tahapan ini pula penulis akan mengelompokkan data menjadi satu berdasarkan kategori tujuan dari data tersebut. Hal tersebut dilakukan agar penulis dapat membuat dan mendapatkan kesimpulan dengan mudah (Landa, 2011, h. 81).

3.2.3 Concepts

Penulis menyusun ide-ide yang rasional dan terukur, didukung oleh data, prinsip desain, dan elemen-elemen yang telah ada. Karena ide-ide tersebut bukanlah muncul begitu saja, tahapan sebelumnya harus dipelajari dengan seksama dan membuat strategi desain. Oleh karena itu pada tahap ini media, warna, tema, dan gaya dimulai dikembangkan.

Selain itu, perancang berkemungkinan besar akan bekerja bersama beberapa individu untuk mendukung proses desain dan menjadi petinjaw media yang akan dibuat (Landa, 2011, h. 89).

3.2.4 Design

Penulis mulai masuk pada proses keluaran media, dengan demikian eksplorasi diperlukan guna memperkaya kemungkinan yang tepat untuk perancangan *music video* untuk memperkenalkan tokoh Punakawan. Setiap media-media yang dipilih akan masuk ketahap proses seperti pembuatan sampel audio, *copywriting*, sampai tahap eksekusi *final artwork* yang mengembangkan konsep tahap sebelumnya. Setiap langkah dalam proses ini menuntut pemahaman mendalam tentang karakteristik audiens dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai (Landa, 2011, h. 94).

3.2.5 Implementation

Penulis memproduksi media akhir kedalam bentuk media-media yang dibutuhkan. Pada tahap ini penulis berkemungkinan untuk mencetak, menempel, sampai mempublikasikan media tersebut. Selain itu, penulis juga mempertimbangkan aspek teknis seperti format file, resolusi, dan kualitas audio visual untuk memastikan hasil akhir memenuhi standar kualitas yang diinginkan. Pada tahap ini penulis juga akan melakukan *market validation* guna mendapatkan saran dan *feedback* dari audiens. Audiens *market validation* terdiri dari individu yang ahli dalam bidang audio, visual, dan audio visual serta target perancangan itu sendiri, yang berarti Generasi Z usia 18-25 tahun (Landa, 2011, h. 95).

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Metodologi penelitian yang akan digunakan untuk mengumpulkan data adalah pendekatan jenis campuran, gabungan antara kualitatif dan kuantitatif dengan beberapa teknik yang mencakup di dalamnya. *Mixed methods* menurut Prof. John W. Creswell dalam seminarnya di Universitas Pendidikan Indonesia Adalah pendekatan yang menyelidiki masalah yang berhubungan dengan perilaku dengan mengumpulkan dan menganalisis data dari dua sudut pandang, yang diharapkan dapat menghasilkan sudut pandang baru yang lebih kaya wawasan (Berita upi edu, 2021). Data yang dikumpulkan melalui pendekatan campuran ini meliputi, pengumpulan data primer seperti pengetahuan masyarakat target sasaran mengenai Punakawan sampai dengan data sekunder seperti alasan mengapa mereka kurang mengetahui budaya Indonesia. Dengan demikian, berikut beberapa teknik pengumpulan data kualitatif yang digunakan untuk mengumpulkan data;

3.3.1 Observasi

Walau pun sudah mendapatkan data bagaimana tokoh Punakawan dari pandangan ahli mengenai budaya dan Punakawan, demi mendapatkan data aktual yang dapat dijadikan acuan dalam pembuatan *music video* dipilihlah teknik observasi. Menurut Dr. Dra. Retna Siwi Padmawati, MA dalam seminar di FK-KMK UGM Observasi adalah metode pengumpulan data dalam penelitian di mana penulis secara sistematis memperhatikan dan mencatat perilaku, kejadian, atau fenomena yang terjadi di lingkungan yang sedang diamati (FK-KMK UGM, 2021). Observasi dilakukan terhadap pelaku seni guna mengetahui media informasi yang relevan dan sejalan dengan tren terkini.

1. Pengamatan Terpilih

Pengamatan terpilih ini dilakukan untuk mengetahui lebih dalam bagaimana media dan seni kontemporer dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian nilai-nilai tokoh Punakawan. Dengan demikian pengamatan ini berfokus pada media yang relevan dan efektif untuk memperkenalkan tokoh

Punakawan kepada Generasi Z. Khususnya mengenai media sosial dalam membahas isu sosial budaya.

Guna mendalami relevansi tersebut, penulis mengajukan pertanyaan dalam sesi QnA seminar dengan pertanyaan sebagai berikut; “Apakah musik dan lagu merupakan media yang relevan dan efektif dalam menyebarkan informasi? Khususnya dalam membahas budaya dan isu sosial dan budaya di media sosial?”

3.3.2 Wawancara

Data yang lebih spesifik dikumpulkan melalui teknik kedua yaitu teknik wawancara. Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan dua orang atau lebih antara narasumber dan pewawancara (Ritonga, 2023, h. 2). Teknik wawancara digunakan agar data yang telah dikumpulkan dapat dikerucutkan, yang nantinya dapat digunakan sesuai fungsinya masing-masing. Narasumber wawancara merupakan ahli budaya dan pelaku seni yang memahami tokoh Punakawan, hal tersebut dilakukan untuk memperdalam wawasan mengenai tokoh Punakawan dan memperkuat fondasi konten tokoh Punakawan dan relevansinya terhadap ragam watak manusia yang akan diterjemahkan ke dalam media informasi agar penceritaannya tetap autentik.

1. Wawancara Praktisi Seni dengan Hendi Prastyana

Dalam memperkaya pengetahuan mengenai budaya dan Punakawan dibutuhkan perspektif akademis dan filosofis mengenai tokoh Punakawan serta perannya dalam ragam watak manusia. Wawancara akan dilakukan bersama narasumber yang memiliki wawasan mendalam terkait Punakawan dan fungsinya sebagai pedoman pembentukan watak. Maka dari itu Bapak Hendi Prastyana (Abdi Dalem Kraton Ngayogyakarta, guru dan pelatih pedalangan Swagayugama) merupakan narasumber yang cocok untuk topik.

Instrumen pertanyaan wawancara kepada beliau antara lain:

- a. Bagaimana nilai-nilai yang terkandung pada tokoh Punakawan dengan kondisi Generasi Z saat ini menurut Anda?
- b. Apakah ada pergeseran makna terhadap nilai Punakawan? Jika iya, bisa ceritakan contoh kasus yang pernah Anda amati?
- c. Apakah media digital dan sosial lebih mudah diterima oleh Z dalam mengenal tokoh Punakawan?
- d. Menurut Anda, watak atau nilai tokoh Punakawan apa yang paling penting untuk dikenalkan kembali agar dapat membentuk karakter berbudi luhur Generasi Z?
- e. Bagaimana menurut Anda perbedaan cara masyarakat dalam memahami nilai-nilai Punakawan?
- f. Adakah pantangan yang harus diperhatikan ketika mengemas konten tokoh Punakawan dalam bentuk media digital?
- g. Menurut Anda, bagaimana tingkat kesadaran generasi muda saat ini dalam mengenal Punakawan? Bisa ceritakan pengalaman atau contoh nyata yang pernah Anda temui?
- h. Menurut Anda, faktor apa yang memengaruhi Generasi Z lebih tertarik dengan budaya asing dibanding budaya lokal? Apakah konten media digital ikut berperan?
- i. Bagaimana menurut Anda efektivitas media digital dan sosial untuk memperkenalkan Punakawan kepada generasi muda? Bisa ceritakan pengalaman saat Anda melihat konten budaya dalam format serupa?

- j. Menurut Anda, bagaimana tokoh Punakawan bisa dikemas secara unik dan juga modern tanpa kehilangan nilai aslinya?

2. Wawancara Dalang dengan Ki Catur Kuncoro

Dalam upaya memahami nilai-nilai budaya yang diterjemahkan dengan bentuk karya seni yang aktual dan kontekstual, dipilihlah pelaku seni yang pernah atau sering memerankan tokoh Punakawan sebagai narasumber. Diketahui bahwasannya tokoh Punakawan dapat mengikuti perkembangan zaman dalam memberikan pelajaran bermakna. Dengan demikian perspektif dari para pelaku seni Punakawan akan membantu mengarahkan pendekatan perancangan agar dekat dengan kebutuhan kontemporer audiens masa kini tetapi tetap berakar pada nilai budaya. Pekerja seni yang menjadi narasumber dalam wawancara ini adalah Ki Catur Benyek Kuncoro.

Instrumen pertanyaan wawancara kepada beliau antara lain:

- a. Menurut Anda, bagaimana pandangan Generasi Z terhadap Punakawan saat ini?
- b. Bagaimana Anda menerjemahkan watak-watak Punakawan ini dalam pertunjukan agar tetap dimengerti anak muda?
- c. Menurut Anda, sejauh mana peran Punakawan masih bisa menjadi sarana pendidikan karakter?
- d. Nilai atau pesan apa dari Punakawan yang paling penting untuk ditonjolkan agar tetap relevan dengan Generasi Z dari sudut pandang Anda?
- e. Bagaimana Punakawan dapat menyesuaikan diri dengan konteks sosial masyarakat saat ini?

- f. Bagaimana improvisasi bisa menjaga Punakawan tetap sesuai zaman sekarang tanpa kehilangan nilai aslinya?
- g. Menurut Anda, aspek apa yang paling penting dipertahankan agar Punakawan tetap otentik ketika dikemas ke bentuk yang lebih kekinian?
- h. Bagaimana peran pelaku seni seperti dalang atau pemeran Punakawan lainnya dapat memperkuat kebanggaan generasi muda terhadap budaya lokal?
- i. Adakah batasan yang harus diperhatikan ketika bercerita tentang mereka, khususnya ketika diceritakan dengan pendekatan yang lebih modern?
- j. Menurut Anda, apa tantangan dan peluang memperkenalkan Punakawan melalui media sosial?

3.3.3 Market Validation

Tahap ini merupakan teknik wawancara yang dilakukan terhadap calon atau target perancangan, yang berguna untuk validasi hipotesis masalah yang ditemukan dan dibuat oleh penulis (Wardhahani et al, 2022, h. 474). Tahap ini juga menjadi salah satu cara untuk menemukan masalah yang belum ditemukan oleh penulis. Hal ini menjadi penting karena menunjukkan masalah apa yang sebenarnya dirasakan oleh target perancangan.

3.3.4 Kuesioner

Teknik kuesioner tertutup merupakan teknik kuantitatif yang akan digunakan untuk target. Pada kuesioner tertutup, penulis memegang kendali penuh agar mempermudah pengolahan dan membandingkan data angka dari hasil yang ada (Fadia, 2023). Penggunaan teknik kuesioner tertutup ini agar mendapatkan data sampai dengan batas jenuh yang terindikasi dengan minimal 100 responden. Target usia 18–25 tahun berdomisili di Jabodetabek, yang aktif di media sosial dan gemar mengikuti tren terkini. Instrumen pertanyaan kuesioner yakni:

- a. Apakah Anda mengetahui tokoh Punakawan dalam pewayangan?
- b. Bagaimana Anda mengetahui tokoh Punakawan?
- c. Menurut Anda, nilai apa yang terkandung oleh tokoh Punakawan?
- d. Apakah Anda mengetahui min. Satu tokoh Punakawan dan wataknya?
- e. Menurut Anda, mengapa Punakawan kurang diketahui masyarakat muda saat ini?
- f. Apakah Anda tergolong individu yang gemar mengikuti tren budaya lokal?
- g. Menurut Anda, pentingkah mengenal budaya lokal seperti tokoh Punakawan di zaman sekarang?
- h. Apakah Anda pengguna aktif media sosial?
- i. Apakah Anda menggunakan media tersebut untuk mencari informasi atau sekadar untuk hiburan?
- j. Seberapa sering Anda melihat konten yang membahas Punakawan di media digital dan media sosial?
- k. Apakah Anda tertarik untuk mengetahui tokoh punakawan dan nilainya lebih jauh jika ada konten yang menarik?
- l. Menurut Anda, konten dalam bentuk apa yang menarik dan unik untuk memperkenalkan tokoh Punakawan di media sosial?
- m. Bagaimana keunikan *documentary music video* dalam mengenalkan tokoh Punakawan?
- n. Apakah Anda selalu berbagi konten menarik di media digital dan sosial dengan orang terdekat (Teman, keluarga, pasangan)?
- o. Apakah Anda akan membagikan konten Punakawan kepada orang terdekat (Teman, keluarga, pasangan)?

3.3.5 Studi Eksisting

Guna memperdalam pengetahuan mengenai topik yang dibahas, peneliti menggunakan studi eksisting untuk mempelajari penelitian sebelumnya (Istiqlal et al, 2024, h. 187). Penulis akan mempelajari karya sebelumnya yang membahas mengenai pengenalan Punakawan di media sosial. Hal tersebut dilakukan agar penulis menemukan pemahaman yang harus dipertahankan dan dikembangkan dari penelitian terdahulu.

3.3.6 Studi Referensi

Ada pula penggunaan studi referensi yang akan dilakukan penulis, bertujuan agar menjadi dasar perancangan media (Sari et al, 2020, h. 43). Dengan menggunakan studi referensi diharapkan penulis dapat menganalisis cara bekerja studi yang lalu sebagai strategi perancangan. Dengan harapan media perancangan penulis tepat guna oleh target perancangan.

