

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang akan digunakan dalam perancangan komik digital interaktif ini adalah metode *Design Thinking*, yang merupakan pendekatan yang berpusat pada manusia dan pemecahan masalah secara kreatif. (Tim Brown, 2019). *Design Thinking* memiliki 5 tahap, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahap pertama adalah *empathize*, di mana data dikumpulkan dari proses wawancara, FGD, dan kuesioner. Kemudian, data tersebut dirumuskan dalam tahap selanjutnya, yaitu *define*, melalui analisis sehingga mendapatkan sebuah masalah. Pada tahap selanjutnya, masalah yang sudah ditetapkan dicarikan solusinya melalui proses *ideate*. Ketika ide sudah matang, dirancang menjadi sebuah desain solusi di tahap *prototype*. Pada tahap terakhir, *prototype* yang telah dirancang diuji untuk memperoleh feedback dan saran melalui tahap *test*.

3.1.1 *Empathize*

Empathize adalah tahap pertama dalam metode *Design Thinking*. Dalam tahap ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data untuk memahami keinginan atau kebutuhan pengguna agar dapat merumuskan masalah pada tahap selanjutnya, *Define*.

3.1.2 *Define*

Define adalah tahap kedua dalam metode *Design Thinking*. Setelah mengumpulkan data pada tahap *empathize*, permasalahan yang menyangkut pengguna dirumuskan pada tahap *define*. Pada tahap ini, penulis menganalisis dan mendefinisikan informasi yang telah diperoleh di tahap sebelumnya untuk dijadikan rumusan masalah dan mencari segmentasi tepat untuk perancangan.

3.1.3 Ideate

Ideate adalah tahap ketiga dalam metode *Design Thinking*. Dalam tahap ini, penulis menghasilkan sebuah ide atau gagasan yang merupakan solusi dari permasalahan yang telah dirumuskan pada tahap *define*. Untuk perancangan ini, tahap *ideate* berfokus pada proses awal konsep visual, sketsa, *mindmap*, hingga *key visual* yang akan digunakan pada tahap selanjutnya.

3.1.4 Prototype

Prototype adalah tahap keempat dalam metode *Design Thinking*. Dalam tahap ini, hasil ide dan gagasan yang telah ditemukan pada tahap *Ideate* diimplementasikan dalam bentuk *prototype* awal yang fungsional.

3.1.5 Test

Test adalah tahap terakhir dalam metode *Design Thinking*. Dalam tahap ini, *prototype* awal yang sudah jadi akan dilakukan pengujian untuk menghasilkan *feedback* dari pengguna, yang lalu akan digunakan sebagai bahan evaluasi *prototype* untuk ditingkatkan fitur-fiturnya.

3.2 Teknik dan Prosedur Perancangan

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif, dimana data yang diperoleh berupa non-variabel, sehingga hasil data berupa bentuk deskriptif mengenai fenomena dan bersifat subjektif. (Nasution, 2023). Pengumpulan data dengan metode kualitatif bersifat fleksibel dan bisa berupa bentuk kata-kata atau pernyataan dari seseorang. (Nasution, 2023). Dalam perancangan komik digital interaktif ini, penulis menggunakan berbagai metode kualitatif untuk memperoleh data mengenai pengalaman responden terhadap karakter fiksi, dan komik digital interaktif sebagai solusi yang layak.

3.2.1 Focus Group Discussion (FGD)

Focus Group Discussion, atau FGD, adalah metode pengumpulan informasi secara sistematis mengenai permasalahan atau topik tertentu melalui diskusi kelompok (Irwanto, 2006). Dalam perancangan ini, *Focus group discussion* bertujuan untuk mendapatkan informasi dari individu-individu

dewasa muda mengenai pengalaman pribadi mereka dengan konten fiksi yang mereka suka atau ketertarikan terhadap karakter-karakter fiksi yang mereka bertemu di media fiksi yang mereka konsumsi. Lewat *Focus Group Discussion* ini, penulis ingin menggali pengalaman mereka terkait karakter fiksi, mulai dari persepsi awal, preferensi, dan kebiasaan mengonsumsi konten hingga perasaan dan imajinasi yang muncul. Diskusi ini juga bertujuan memahami dampaknya terhadap kehidupan sehari-hari dan hubungan sosial, serta mengungkap kesadaran responden mengenai sisi positif dan negatif ketertarikan pada karakter fiksi. Selain dari itu, informasi yang diperoleh dapat meningkatkan akurasi penggambaran *fictophilia* dalam perancangan media dengan pengalaman yang dirasakan di dunia nyata. Untuk perancangan ini, penulis telah menetapkan 5 individu yang memiliki pengalaman dengan ketertarikan terhadap karakter fiksi, mau dari *anime*, film, atau *game*.

Sesuai dengan topik perancangan, berikut adalah pertanyaan-pertanyaan yang akan digunakan dalam pembuatan Focused Group Discussion:

1. Kalau dengar kata “karakter fiksi” (misalnya dari anime, film, komik, atau game), apa yang pertama kali terlintas di pikiran kalian?
2. Karakter fiksi apa yang paling kalian sukai belakangan ini, dan kenapa?
3. Seberapa sering kalian membaca, menonton, atau mengikuti konten yang berhubungan dengan karakter fiksi itu, dan biasanya lewat platform apa?
4. Saat sedang menikmati konten atau melihat karakter fiksi favorit, perasaan apa yang biasanya muncul?
5. Pernah nggak kalian membayangkan hubungan khusus dengan karakter itu, misalnya seperti berteman, jadi pasangan, atau situasi lain?
6. Menurut kalian, kebiasaan ini pernah nggak memengaruhi kegiatan sehari-hari, misalnya belajar, bersosialisasi, atau tidur?

7. Pernah ada komentar atau tanggapan dari teman, keluarga, atau orang sekitar tentang kebiasaan kalian ini? Bagaimana reaksi kalian?
8. Apakah kalian pernah menyadari bahwa keterikatan yang terlalu kuat ke karakter fiksi bisa punya dampak tertentu bagi diri kalian?
9. Kalau ada media yang menjelaskan fenomena ini dengan cara seru dan interaktif, kira-kira kalian pengen media itu menyampaikan apa?
10. Menurut kalian, bentuk media seperti apa yang paling menarik, misalnya komik, video pendek, website interaktif, atau media lain?
11. Kalau media itu dibuat, manfaat apa yang kalian harapkan bisa kalian dapat setelah menggunakannya?

3.2.2 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017) dalam bukunya berjudul “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*”, kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi serangkaian pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Dalam perancangan ini, kuesioner digunakan untuk memperoleh informasi dan pendapat dari sejumlah responden yang termasuk dalam target audiens dengan tujuan memahami pengetahuan dan pengalaman audiens dengan ketertarikan terhadap karakter fiksi. Kuesioner akan berupa *Google Forms* yang akan disebarluaskan dalam bentuk tautan kepada audiens melalui platform digital seperti *social media*.

Sesuai dengan topik perancangan, berikut adalah pertanyaan-pertanyaan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner:

1. Usia Anda?
2. Jenis kelamin Anda?
3. Domisili Anda saat ini?
4. Apakah Anda pernah mendengar istilah *fictophilia* (ketertarikan terhadap karakter fiksi)? (Ya/Tidak)

5. Usia Anda?
6. Jenis kelamin Anda?
7. Domisili Anda saat ini?
8. Apakah Anda pernah mendengar istilah *fictophilia* (ketertarikan terhadap karakter fiksi)? (Ya/Tidak)
9. Dari mana biasanya Anda mengetahui atau mengikuti karakter fiksi? (*Anime*, Film, Komik/*Manga*, *Game*, Media sosial, Lainnya)
Seberapa sering Anda menonton/membaca konten yang menampilkan karakter fiksi dalam seminggu? (Jarang, 1–2 kali, 3–5 kali, Hampir setiap hari)
10. Berapa lama rata-rata waktu yang Anda habiskan untuk mengakses konten karakter fiksi dalam sehari? (<1 jam, 1–2 jam, 3–4 jam, >4 jam)
11. Seberapa tertarik Anda dengan karakter fiksi tertentu? (skala 1–5)
12. Apakah Anda pernah merasa dekat atau memiliki ikatan emosional dengan karakter fiksi? (Tidak Pernah, Kadang-kadang, Sering)
13. Apakah Anda pernah membayangkan hubungan khusus dengan karakter fiksi (misalnya berteman, berpacaran, atau hidup bersama)? (Ya/Tidak)
14. Apakah ketertarikan pada karakter fiksi pernah memengaruhi aktivitas harian Anda (belajar, tidur, pekerjaan)? (Tidak Pernah, Kadang-kadang, Sering)
15. Apakah kebiasaan ini pernah memengaruhi interaksi sosial Anda (dengan teman, keluarga, pasangan)? (Tidak Pernah, Kadang-kadang, Sering)
16. Seberapa sadar Anda bahwa perilaku ini bisa membawa dampak tertentu pada diri sendiri? (skala 1–5)
17. Jika ada media yang memberikan informasi tentang fenomena ini, seberapa tertarik Anda untuk mengaksesnya? (skala 1–5)

18. Bentuk media seperti apa yang menurut Anda paling menarik? (Komik, *Video* pendek, *Website* interaktif, Artikel *online*, Lainnya)
19. Topik apa yang paling ingin Anda ketahui dari media tersebut? (Penjelasan ilmiah, dampak positif/negatif, *tips* menjaga keseimbangan, cerita pengalaman orang lain, Lainnya)
20. Menurut Anda, apa yang paling penting diperhatikan dalam membuat media edukasi tentang ketertarikan pada karakter fiksi?

3.2.3 Studi Eksisting

Dalam perancangan ini, studi eksisting digunakan sebagai metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi mengenai media yang sudah ada. Informasi tersebut lalu akan dianalisis, diproses, dan dijadikan dasar atau acuan media untuk perancangan komik digital interaktif mengenai dampak obsesi berlebihan terhadap karakter fiksi.

3.2.4 Studi Referensi

Selain penggunaan studi eksisting, metode studi referensi juga akan digunakan untuk mencari referensi mengenai gaya visual, tema naratif, atau *treatment* cerita dalam media komik. Informasi yang diperoleh akan dijadikan pertimbangan dalam perancangan visual dari komik digital interaktif mengenai dampak obsesi terhadap karakter fiksi.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A