

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan pada buku interaktif untuk mengenalkan tradisi minum teh Tionghoa:

1. Demografis

- a. Jenis kelamin: Laki-laki dan perempuan
- b. Usia: 12 – 15 tahun

Pada era globalisasi dan digitalisasi, budaya asing semakin cepat diadopsi dan dikagumi oleh generasi muda, akibatnya menimbulkan kekhawatiran akan terjadinya pergeseran nilai dan lunturnya identitas individu (Putri & Cahaya, 2025). Menurut teori Piaget mengenai tahapan pengembangan kognitif, seseorang pada tahap operasional formal yang berusia 12 tahun ke atas, mulai menunjukkan kemampuan untuk memikirkan pengalaman konkret secara lebih abstrak dan logis, juga untuk membayangkan peran orang dewasa (Marinda, 2020).

- c. Etnis: Tionghoa
- d. Pendidikan: SD – SMP
- e. SES: A-B

Keluarga SES tinggi mampu dan cenderung menciptakan lingkungan kaya buku, yang memiliki akses untuk mengembangkan kegemaran dan kebiasaan membaca anak dan remaja yang lebih kuat (Clark et al., 2025). Remaja dari kelompok SES tinggi hingga menengah menunjukkan tingkat literasi yang lebih baik dibandingkan dengan kelompok SES lainnya (Salas & Pascual, 2023). Keluarga dengan SES tinggi memiliki pandangan bahwa buku merupakan salah satu sarana untuk mengumpulkan dan meneruskan modal budaya, serta

sebagai penanda atau symbol yang merepresentasikan selera dan status sosial keluarga (Bourdieu, 1986). Perspektif ini merefleksikan keinginan kuat mereka untuk mempertahankan dan melestarikan warisan kultural.

2. Geografis

Kota-kota besar di Provinsi DKI Jakarta.

Berdasarkan data sensus penduduk dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2010, Provinsi DKI Jakarta menempati urutan tertinggi sebagai wilayah dengan populasi penduduk keturunan Tionghoa terbanyak, yaitu mencapai 632.372 jiwa.

3. Psikografis

- a. Remaja yang memiliki minat dan rasa ingin tahu terhadap budaya dan tradisi.
- b. Remaja yang ingin menjaga warisan budayanya.
- c. Responsif atau tertarik terhadap media yang menggabungkan cerita, visual, dan interaktivitas.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan buku interaktif ini adalah penerapan *Design Thinking* oleh Kelley & Brown (2018) (dalam Lazuardi & Sukoco (2019)), yang berproses dengan mendefinisikan masalah hingga menerapkan solusinya, dengan berfokus pada pencarian kebutuhan, pemahaman, penciptaan, pemikiran, dan tindakan. Kelley dan Brown (2018) menyebutkan bahwa *Design Thinking* terdiri dari lima tahapan utama, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Tahapan *empathize* adalah tahap untuk memahami keseluruhan pengalaman pengguna yang menjadi target desain. Tahapan *define* adalah tahap untuk memahami informasi luas yang telah dikumpulkan dari target audiens. Tahapan *ideate* adalah tahap untuk berproses dan berkonsentrasi dalam membangkitkan ide. Tahapan *prototype* adalah tahap untuk pembentukan prototipe dari ide secara berulang agar dapat mencapai solusi akhir. Tahapan *test* adalah tahap untuk mendapatkan dan memahami umpan balik dari target audiens mengenai prototipe yang telah dibuat.

Metode penelitian yang akan dilakukan adalah metode kualitatif. Dalam buku V. Wiratna Sujarweni, Strauss dan Corbin menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan yang tidak dapat diperoleh melalui metode statistik atau pendekatan kuantitatif lainnya. Pendekatan kualitatif digunakan untuk meneliti suatu masalah dengan cara merumuskan permasalahan dan meneliti secara mendalam, serta menganalisis data secara deskriptif (Muhajirin et al., 2024). Perancangan ini akan menerapkan metode kualitatif dengan melakukan wawancara, *focus group discussion* (FGD), studi referensi, dan studi eksisting yang relevan.

3.2.1 *Empathize*

Tahap *empathize* dilakukan dengan mengumpulkan data primer melalui wawancara dan *focus group discussion* (FGD) untuk memahami target audiens secara mendalam. Wawancara akan berfokus untuk mendapatkan wawasan dari para ahli, sedangkan *focus group discussion* (FGD) akan berfokus untuk mengetahui pengetahuan, preferensi, dan pengalaman target audiens mengenai media perancangan. Pada tahap ini juga akan dilakukan pengumpulan data sekunder berupa studi referensi dan studi eksisting terhadap berbagai media, untuk menambah wawasan mengenai desain dari media yang telah ada.

3.2.2 *Define*

Tahap *define* dilakukan dengan memahami informasi luas yang telah dikumpulkan melalui tahap *empathize*, kemudian memperjelas ranah fokus perancangan. Setelah mengumpulkan semua data yang diperlukan, data-data tersebut akan disusun dan dianalisis untuk mencapai suatu pernyataan masalah yang tepat dan dapat ditindaklanjuti sesuai ruang lingkupnya.

3.2.3 *Ideate*

Tahap *ideate* dilakukan dengan menggabungkan pemahaman dari tahap *define* tentang ruang masalah dan target audiens untuk berproses menghasilkan konsep solusi. Tahap ini akan didorong sekuat mungkin untuk menghasilkan ide sebanyak mungkin, agar menciptakan jumlah dan

fleksibilitas dalam opsi inovasi, serta menemukan area eksplorasi yang tidak terduga untuk meningkatkan potensi lebih baik dari kumpulan solusi.

3.2.4 Prototype

Tahap *prototype* dilakukan dengan menciptakan prototipe resolusi rendah dari ide-ide sebelumnya secara iteratif untuk menguji berbagai kemungkinan. Pada tahap ini prototipe akan mendapatkan umpan balik, yang menjawab berbagai pertanyaan masalah untuk secara bertahap semakin lebih dekat dalam mencapai solusi akhir.

3.2.5 Test

Tahap *test* dilakukan melalui *user testing* dengan menguji prototipe kepada target audiens sebagai pengguna untuk lebih memahami kebutuhan dari pengguna. Pada tahap ini, prototipe akan ditunjukkan tanpa dijelaskan agar ditafsirkan sendiri dan menciptakan pengalaman yang alami bagi pengguna. Dengan mengamati bagaimana mereka menggunakannya, serta mendengarkan komentar dan pertanyaan dari pengguna sebagai masukan. Umpan balik yang diterima akan digunakan untuk menemukan masalah dan menyempurnakan prototipe dan solusi.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Pengumpulan data pada perancangan akan dilakukan secara primer dan sekunder. Setiap jenis pengumpulan data memiliki peran yang spesifik dalam mendukung perancangan, yang sangat penting untuk mendapatkan gambaran komprehensif. Kualitas dan keterkaitan dari tiap jenis sumber data perlu dipertimbangkan untuk memastikan bahwa data yang telah didapatkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap hasil perancangan yang dibuat. Sehingga, semua informasi tentang topik perancangan yang diperoleh juga dapat lebih akurat dan lengkap.

Data primer merupakan sumber informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti, atau sumber asli berupa responden atau informan terkait dalam proses penelitian (Sulung & Muspawi, 2024). Data primer pada perancangan ini didapatkan melalui wawancara semi terstruktur dan *focus group discussion*

(FGD). Pengumpulan data primer memiliki tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai budaya teh Tionghoa, pendekatan desain dan materi yang baik, serta ketertarikan dan preferensi dari target perancangan.

Data sekunder merupakan sumber informasi tidak langsung yang diperoleh melalui perantara, atau tidak didapatkan langsung oleh peneliti melainkan dari sumber yang telah ada (Sulung & Muspawi, 2024). Data sekunder pada perancangan ini didapatkan melalui studi referensi. Pengumpulan data sekunder memiliki tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai konsep dan pendekatan desain yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik dari target perancangan.

3.3.1 Wawancara

Menurut Steward & Cash, Jr. (2018), wawancara merupakan proses komunikasi yang bersifat interaksional antara dua pihak, dengan setidaknya salah satu pihak memiliki sebuah tujuan yang bersifat antisipatif dan serius, yang umumnya dilakukan dalam bentuk tanya jawab. Shaughnessy et al. (1947) menyatakan bahwa teknik wawancara memiliki sejumlah keunggulan. Keunggulan-keunggulan tersebut berupa dengan memberi kesempatan pada narasumber untuk memberikan jawaban yang lebih tepat terhadap pertanyaan, serta pewawancara dapat menjelaskan maksud dari pertanyaannya agar lebih muda dipahami. Sehingga akan mengurangi potensi terjadinya kesalahpahaman antara dua pihak, dan informasi yang diperoleh dapat diinterpretasikan secara lebih akurat.

Wawancara dilakukan kepada ahli teh Tionghoa untuk mendapatkan data mengenai budaya teh Tionghoa. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur, dengan penulis telah menyiapkan daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber, namun urutan penyampaianya bersifat fleksibel dengan bergantung pada alur percakapan yang berlangsung (Rivaldi et al., 2023). Pengumpulan data pada wawancara dilakukan dengan perekaman dan pencatatan untuk transkrip, kemudian didokumentasikan melalui foto dengan narasumber terkait.

1. Wawancara Ahli Teh Tionghoa atau Budayawan Tionghoa

Wawancara dilakukan dengan ahli teh atau budayawan Tionghoa, yang memahami teh dan tradisi minum teh Tionghoa secara mendalam. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai budaya teh Tionghoa secara mendalam, berupa sejarah, makna filosofis, nilai budaya, dan ritual. Informasi yang didapatkan akan membantu dalam merancang buku interaktif dengan data yang kredibel dan komprehensif, sehingga tidak menyebabkan adanya kesalahan interpretasi budaya.

Berikut merupakan pertanyaan wawancara yang akan dilakukan kepada ahli teh Tionghoa:

A. Sejarah

1. Bagaimana sejarah atau asal-usul dari tradisi minum teh Tionghoa? Bagaimana perkembangannya dari masa ke masa?
2. Menurut Anda, bagaimana peran teh dalam sejarah sosial dan budaya masyarakat Tionghoa?
3. Apakah ada perbedaan karakteristik tradisi minum teh Tionghoa di Indonesia dibandingkan dengan di Tiongkok?

B. Filosofi

1. Apa filosofi yang terkandung dalam tradisi minum teh Tionghoa?
2. Dalam tradisi Tionghoa, teh sering dikaitkan dengan keseimbangan dan harmoni. Apa maksud dari filosofi tersebut?
3. Bagaimana ajaran Konfusianisme, Taoisme, atau Buddhisme memengaruhi ritual minum teh?
4. Apakah ada kaitan antara proses menyeduh teh dengan nilai-nilai kehidupan yang ingin diajarkan?

C. Makna

1. Apa makna simbolis teh dalam hubungan antar manusia?
2. Bagaimana teh dipahami sebagai simbol penghormatan dan perwujudan rasa syukur dalam budaya Tionghoa?
3. Apakah jenis-jenis teh tertentu memiliki makna khusus dalam tradisi?

D. Tradisi

1. Apa saja tradisi minum teh Tionghoa? Apakah ada perbedaan dari tiap tradisi itu sendiri, dari teh, pelaksanaan dan lainnya?
2. Apa peran teh dalam berbagai tradisi?
3. Apakah pemilihan jenis teh berperan penting dalam suatu ritual atau acara?
4. Apa tata cara, etika atau tata krama yang penting dalam tradisi minum teh Tionghoa?
5. Apakah ada perbedaan peralatan atau cara penyajian teh dalam setiap tradisi khusus?
6. Apa perbedaan penting antara teh untuk keseharian dan teh dalam upacara atau tradisi?
7. Bagaimana cara terbaik untuk melestarikan tradisi minum teh Tionghoa agar tetap relevan dengan generasi muda sekarang?
8. Apakah ada cerita rakyat, legenda, atau filosofi menarik yang biasa dikaitkan dengan teh?

3.3.2 *Focus Group Discussion*

Menurut Irwanto (2006), *focus group discussion* (FGD) merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi secara terstruktur mengenai suatu permasalahan yang sangat spesifik melalui diskusi dalam kelompok. *Focus group discussion* (FGD) bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan dan perspektif yang berbeda dari berbagai latar belakang pengalaman narasumber.

Focus Group Discussion (FGD) dilakukan kepada remaja etnis Tionghoa dengan rentang usia 12 – 15 tahun untuk mendapatkan data mengenai ketertarikan dan kebiasaan membaca, preferensi konten dan visual pada buku interaktif, serta pengetahuan mengenai teh dan tradisinya. *Focus group discussion* (FGD) dilakukan dengan pendekatan yang berbeda dari orang dewasa, karena remaja memiliki jangka fokus yang singkat dan cenderung lebih ekspresif secara non-verbal. Sehingga diskusi akan dikemas seperti aktivitas bercerita dengan suasana menyenangkan. Pengumpulan data pada *focus group discussion* (FGD) dilakukan dengan perekaman dan pencatatan, kemudian didokumentasikan melalui foto dengan narasumber terkait.

Berikut merupakan pertanyaan *focus group discussion* (FGD) yang akan dilakukan kepada remaja:

A. Pemahaman tentang Tradisi Minum Teh

1. Kalau dengar kata teh, apa yang pertama kali terlintas di pikiran kalian?
2. Biasanya kalian minum teh dalam situasi apa saja?
3. Menurut kalian, teh itu lebih mirip minuman sehari-hari biasa atau punya makna khusus?
4. Kalian pernah dengar belum kalau di budaya Tionghoa ada tradisi minum teh khusus?
5. Kalian tahu apa saja dan seperti apa tradisinya?
6. Menurut kalian, apa sih arti atau makna dari teh Tionghoa itu sendiri?

B. Preferensi Buku Interaktif dengan Konten

1. Kalian suka membaca buku tidak? Buku seperti apa yang paling kalian suka? Bagaimana dengan buku interaktif?
2. Kalau kalian bisa bikin cerita dalam buku, kalian ingin tokoh seperti apa di dalamnya? Apakah hewan atau manusia?

3. Interaktivitas seperti apa yang menurut kalian paling seru kalau ada di dalam buku?
4. Warna dan gaya ilustrasi seperti apa yang kalian suka di buku?
5. Kalau ada buku tentang teh Tionghoa, menurut kalian hal apa yang bikin menarik untuk dibaca? Konten seperti apakah yang kalian harapkan ada?
6. Kalian inginnya isinya seperti apa? Lebih suka seperti cerita komik atau yang lebih ke penjelasan sejarah dan fakta? Lebih santai atau serius?

3.3.3 Studi Eksisting

Studi Eksisting dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh pendekatan konsep, konten, dan desain dari buku interaktif yang telah ada, baik mengenai budaya Tionghoa secara umum maupun tradisi minum teh Tionghoa secara khusus. Studi eksisting dilakukan dengan menggunakan metode SWOT untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari media yang telah ada, sehingga dapat menjadi dasar dalam perancangan media buku interaktif yang lebih efektif.

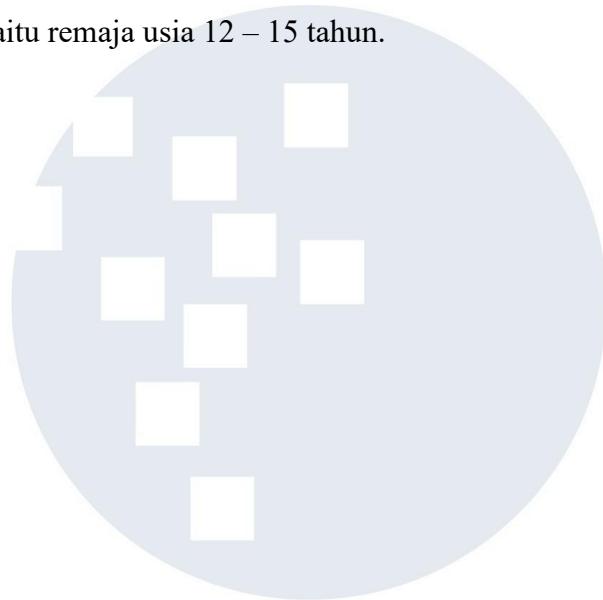
Hal-hal yang akan dianalisis berupa visual, konten, format penyajian, dan elemen interaktif yang digunakan. Hasil dari studi eksisting ini akan dihubungkan dengan ciri khas dari media informasi bertopik budaya, juga mengenai ketidakefektifan media-media yang telah ada dalam memenuhi kebutuhan target pengguna.

3.3.4 Studi Referensi

Studi referensi dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh referensi acuan konsep dan pendekatan desain yang sudah ada sebagai bahan perbandingan, serta mengetahui kekuatan dan kelemahan dari karya referensi sehingga dapat merancang solusi yang lebih baik. Studi referensi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai referensi buku interaktif baik dalam bentuk fisik maupun digital yang telah ada, kemudian dianalisis untuk menentukan

dan mengembangkan konsep serta desain yang sesuai dengan perancangan buku interaktif.

Hal-hal yang akan dianalisis berupa visual, konten, gaya bahasa, format penyajian, dan media atau elemen interaktif yang digunakan. Hasil dari studi referensi akan dihubungkan dengan kebutuhan atau karakteristik target pengguna yaitu remaja usia 12 – 15 tahun.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA