

BAB III

METODOLOGI DESAIN

3.1 Rancangan Penelitian

Dalam pengumpulan data perancangan buku Ilustrasi Perlombaan HUT RI dengan gaya visual Anime akan menggunakan metode campuran yaitu dengan teknik pengumpulan data Kualitatif & Kuantitatif agar dapat menggali lebih dalam pengalaman serta studi user dari komunitas Wibu yang ada pada GenZ. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang memanfaatkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau pelaku yang dapat diamati (Fitrah & Luthfiyah, 2018).

Melalui metode campuran ini peneliti bertujuan untuk mengumpulkan data-data terkait Informasi perlombaan saat HUT RI dan mengenai sub kultur budaya jejepangan yang sekarang dikenal sebagai wibu di Indonesia.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan yaitu mengenakan metode campuran, dengan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas, dan juga pada metode pencarian data ini dibagi menjadi dua, yaitu Primer dan Sekunder

Data Primer nya lebih mengacu kepada metode kuesioner responden dari komunitas wibu, dan untuk Metode kualitatif dilakukan pencarian data wawancara mendalam dengan menggunakan beberapa pertanyaan yang sudah dibuat,

Data Sekunder diperlukan sebagai pelengkap data, peneliti menggunakan referensi dari buku, jurnal maupun artikel secara daring.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian peneliti akan meneliti dari beberapa lokasi, untuk studi literatur peneliti akan melakukan penelitiannya melalui daring guna mencari artikel & jurnal terkait topik yang sesuai dengan yang peneliti teliti,

Untuk lokasi wawancara, peneliti melakukan wawancara ke Narasumber dari SMAN 6 Karawang, Narasumber merupakan Anggota Osis di bidang Sastra & Kebudayaan yang berpengalaman dalam mengurus acara perlombaan HUT RI tiap tahun nya di lingkup sekolahnya, untuk metode wawancara nya akan diadakan secara daring melalui aplikasi Whatsapp dikarenakan jarak yang jauh dari peneliti,

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Kuesioner

A. Profile responden

pada kuesioner ini terdapat 95 responden dari berbagai kalayak yang melibatkan responden dari berbagai jenjang pendidikan, termasuk universitas dan sekolah menengah, dengan mayoritas berusia antara 18 hingga 26 tahun. Sebagian besar responden adalah wanita, Responden menunjukkan tingkat partisipasi yang bervariasi dalam perlombaan HUT RI, dengan banyak yang berpartisipasi 2 hingga 5 kali.

Berikut table dari 95 responden GenZ menurut umur & Gender masing-masing.



Table 3. 1 Diagram Responden

Gender
95 jawaban

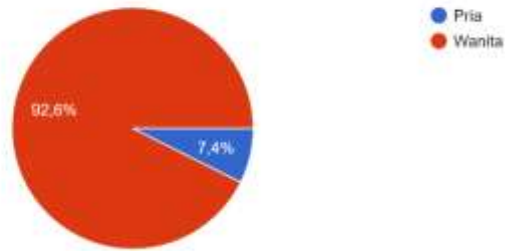


Table 3. 2 Diagram Gender

Berikut table dari 95 responden GenZ menurut umur & Gender masing-masing

B. Partisipasi dalam perayaan HUT RI

Seberapa sering Anda berpartisipasi dalam perayaan perlombaan HUT RI?
95 jawaban

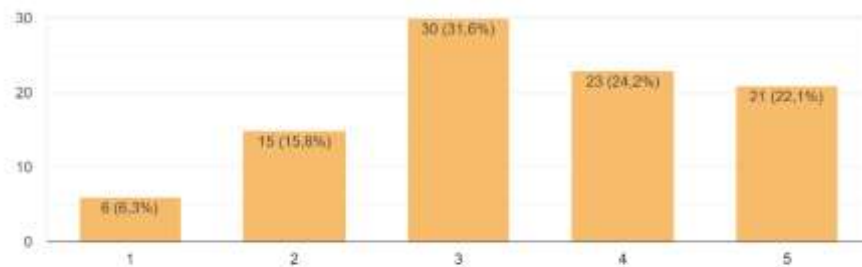


Table 3. 3 Diagram Partisipan Perayaan HUT RI

Apa saja nama kegiatan yang biasanya Anda ikuti saat merayakan HUT RI?

95 jawaban

Makan kerupuk

Balap karung

Tarik tambang

Lomba makan kerupuk

Tangkap belut, makan kerupuk, masukin paku ke dalam botol, relay air(?) Kayak harus masukin air kedalem ember/bambu secara rally, tarik tambang

Balap karung, lomba makan krupuk, kelereng

Upacara, perlombaan cerdas cermat, lomba kelereng

makan kerupuk, lari estafet, bikin komik pendek, bikin cerpen

Lomba Makan Kerupuk | lomba Memasukkan Paku ke dalam Botol | lomba Kelereng

*Gambar 3. 1 Data kegiatan Responden
(Sumber : Google Form pribadi)*

Menurut data pada form Kuesioner Kegiatan yang umum diikuti oleh responden meliputi:

- Makan kerupuk
- Panjat pinang
- Balap karung
- Tarik tambang
- Memasukkan paku ke dalam botol

C. Perlombaan yang diketahui :



Gambar 3. 2 Data Responden
(Sumber : Pribadi)

Sebagian besar responden mengetahui berbagai perlombaan meskipun tidak mengikutinya, seperti memasukkan pensil ke dalam botol dan estafet

D. Apakah responden termasuk dalam komunitas wibu dan mengetahui Vocaloid?

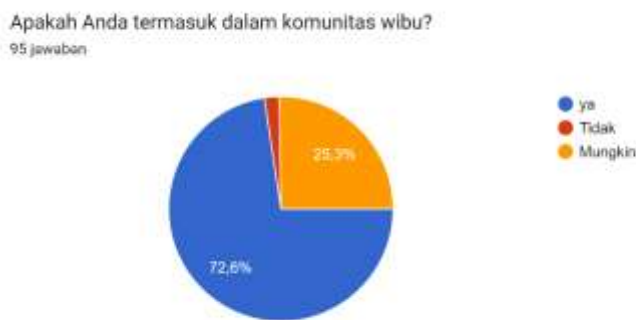


Table 3. 4 Diagram Komunitas Wibu
(Sumber : Google Form Pribadi)

Sebagian besar responden mengidentifikasi diri sebagai bagian dari komunitas wibu, dengan pengetahuan tentang karakter Vocaloid seperti Hatsune Miku, Kagamine Rin, dan Len, Banyak responden menyatakan

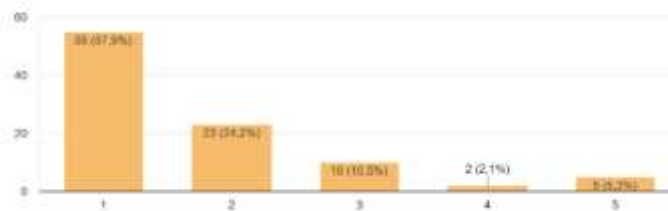
ketertarikan pada konten ilustrasi Vocaloid jika dipadukan dengan tema lokal, termasuk budaya Indonesia

E. Saran untuk meningkatkan keterlibatan GenZ dalam mengikuti perlombaan

Responden menyarankan agar lomba-lomba lebih bervariasi dan menarik bagi remaja, dengan hadiah yang relevan dan kekinian, Pentingnya promosi yang lebih kreatif dan relevan untuk menarik minat remaja dalam mengikuti perlombaan. Dari pilihan responden Ada minat untuk artbook yang menggabungkan karakter Vocaloid dengan tema perlombaan HUT RI.

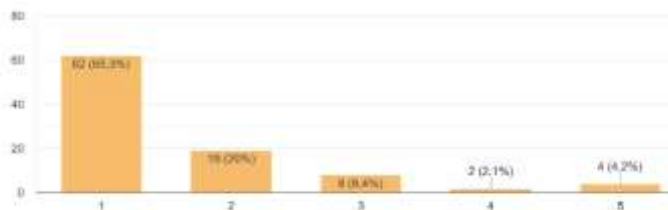
Apakah anda tertarik jika ada Artbook yang memuat topik bertema perlombaan HUT RI dengan karakter visual Vocaloid?

95 jawaban



Seberapa penting bagi Anda untuk mengetahui lebih banyak tentang budaya Indonesia melalui media seperti artbook?

95 jawaban



Apakah kamu menyukai konten ilustrasi Vocaloid jika dipadukan dengan nuansa kearifan lokal?

95 jawaban

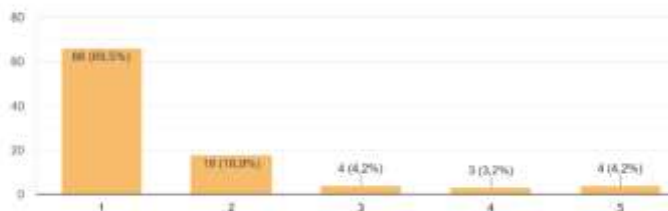


Table 3. 5 Diagram Responden
(Sumber : Google Form Pribadi)

F. Kesimpulan Kuesioner

Secara keseluruhan, kuesioner menunjukkan bahwa remaja memiliki ketertarikan yang kuat terhadap perayaan HUT RI dan budaya pop seperti Vocaloid. Ada peluang untuk meningkatkan keterlibatan mereka melalui kegiatan yang lebih inovatif dan hadiah yang menarik.

Jika ada Artbook Vocaloid yang karakternya memainkan perlombaan 17an apakah akan meningkatkan ketertarikan kamu tentang lomba saat hari kemerdekaan?
95 jawaban:

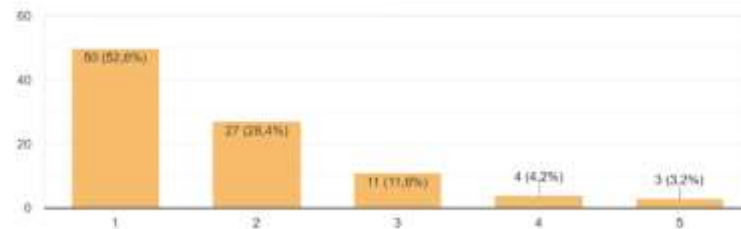


Table 3. 6 Diagram Responden
(Sumber : Google Form Pribadi)

3.4.2 Wawancara

Peneliti melakukan wawancara terhadap anggota osis pada bidang Sastra dan kebudayaan yang ditugaskan menjadi panitia acara 17an di SMAN6 Karawang, wawancara di laksanakan guna mencari informasi kegiatan perlombaan apa saja yang dilaksanakan pada perayaan HUT RI, serta beberapa pertanyaan meliputi hal yang ingin peneliti cari, untuk pertanyaan dan jawaban yang peneliti dapatkan peneliti gabungkan kedalam tabel seperti di bawah ini :

No Pertanyaan	Jawaban
1 Siapa nama anda?	Bunga bisa dipanggil flo

		sibuk dengan persiapann acaranya
2	Dari semua perlombaan yang diadakan, perlombaan mana yang paling banyak diminati oleh siswa?	Karnaval, tarik tambang, fashion show dan beberapa perlombaan dengan sponsor.
3	Menurut Anda siswa/i lebih antusias terhadap perlombaan apa? Dan adakah alasan nya kenapa murid lebih menantikan lomba tersebut dibandingkan yang lain?	Biasanya karnaval, karena dalam lomba karnaval semua kelas bisa mengekspresikan diri mereka sendiri dalam konsep yang mereka pilih sendiri, positifnya bisa menambah kekompakan dan kesatuan kelas.
4	Menurut Anda, faktor apa saja yang mempengaruhi antusiasme siswa terhadap perlombaan HUT RI?	Banyaknya lomba-lomba yang menarik dan mengikuti tren atau jaman, lomba yang memang terus ada dan dinanti-nanti seperti karnaval dan fashion show.
5	Apakah ada elemen tertentu dalam perlombaan (misalnya, hadiah, keseruan, atau tema) yang membuatnya lebih menarik bagi siswa?	Tentunya ada, sebab utama pastinya dari hadiah atau penghargaan, untuk tema seperti lomba karnaval didalamnya mencakup keseruan didalamny mencakup keseruan jalan santai 1 kelas keliling daerah dekat sekolah dengan seragam tema/konsep pilihan dan kreatifitas masing-masing
6	Seberapa penting gaya visual, seperti style anime, dalam menarik	Tentu penting, seperti poster, stiker atau konten vidio yang menarik tentang event untuk dapat menarik

	perhatian siswa terhadap kegiatan lomba?	minat dan perhatian para siswa siswi.
7	Apakah ada tren tertentu di kalangan siswa terkait gaya visual yang mereka sukai dalam poster acara lomba 17an?	Biasanya mengikuti tema acara yang diselenggarakan, mendeskripsikan acaranya, buat contoh posternya bisa dilihat di ig OSIS sekolah aku kak @osissman6krw.
8	Apakah penggunaan media sosial mempengaruhi partisipasi siswa dalam lomba-lomba HUT RI? Seperti apakah ada kelompok yang ogah-agahan dalam mengikuti lomba nya?	Biasanya jika perlombaan yang mencakup 1 kelas mereka pasti merasa semangat, tetapi mungkin kendalanya lebih ke lomba yang individu biasanya orangnya malas atau terpaksa mengikuti lombanya namun biasanya tetap berjalan dengan lancar dan semuanya ikut berpartisipasi.
9	Apakah OSIS menggunakan media sosial untuk mempromosikan perlombaan? Jika iya, bagaimana respons siswa?	Ya menggunakan, responnya baik karena biasanya mereka bisa mendapatkan informasi lebih atau sebagai pengingat acara kapan diselenggarakannya dan menambah ketertarikan dalam berpartisipasi.

*Table 3. 7 Data Wawancara
(Sumber : Pribadi)*



Gambar 3. 3 Perlombaan 17 Agustus di SMAN6 karawang
(Sumber: Dokumentasi dari Narasumber)

3.5 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode ini memanfaatkan data kualitatif dan menyajikannya secara deskriptif. Analisis deskriptif kualitatif seringkali diterapkan untuk memahami berbagai kejadian, fenomena, atau kondisi sosial, seperti dalam kasus subkultur wibu yang berkembang di Indonesia.

3.5.1 Analisa Segmentasi, Targeting, dan Positioning Segmentasi Pasar (Pengguna/ Audience)

a) Demografis

Usia : 12 - 27 tahun (GenZ)

Jenis Kelamin : Perempuan & Laki-laki

Pendidikan : Pelajar - Mahasiswa - Pekerja

b) Psikografis

- Menyukai jejepangan atau termasuk dalam komunitas Wibu
- Memiliki ketertarikan pada ilustrasi & animasi
- Pernah berpartisipasi dalam perlombaan HUT RI

c) Geografis

Segmentasi Geografis Mencakup komunitas wibu di Indonesia terutama di Tangerang

Targeting

Target Buku Ilustrasi Perlombaan HUT RI berada di rentang usia 12 - 27 tahun hal ini sesuai dengan data umur GenZ, kenapa menargetkan GenZ? Dikarenakan Gen Z lahir pada saat tengah berlangsung revolusi digital sehingga paling sering menyerap informasi dari budaya asing. (Badan pusat statistik Tasikmalaya, 2024)

Positioning

Sebagai buku ilustrasi visual karakter dengan tema perlombaan HUT RI, nantinya buku ini akan menjadi wadah untuk menambahkan kemeriahan & informasi untuk GenZ terkait dengan jenis lomba serta memberikan edukasi melalui visual apa saja jenis lomba yang diadakan saat HUT RI

3.5.2 Strategi 5W+1H

1. **What (Apa)** : Perancangan Buku Ilustrasi Perlombaan HUT RI dengan gaya visual anime untuk GenZ
2. **Who (Siapa)** : Target pasar merupakan Gen Z dengan perkiraan usia 12 - 27 tahun yang termasuk menyukai sub kultur wibu atau disebut dengan menyukai jepangan
3. **Why (Mengapa)** : Untuk menambahkan kemeriahan & informasi untuk GenZ terkait dengan jenis perlombaan serta memberikan edukasi jenis lomba yang diadakan saat HUT RI
4. **When (Kapan)** : sejak dimulainya penelitian tugas akhir ini sampai terjadinya revisi & final produk tugas akhir
5. **Where (Dimana)** : berfokus pada hasil buku fisik berukuran A5 yang akan pasarkan pada Event offline & media online

6. **How (Bagaimana)** : melalui merchandise sampingan yang akan dibuat sebagai pendamping buku ilustrasi ini nantinya, & akan dilakukan promosi melalui sosial media

Untuk Analisis 5W + 1H, dapat disimpulkan bahwa Perancangan Buku Ilustrasi Perlombaan HUT RI dengan gaya visual anime ditujukan untuk GenZ berusia 12 - 27 tahun yang tertarik pada subkultur wibu. Buku ini bertujuan untuk menambah kemeriahan dan memberikan informasi serta edukasi tentang jenis perlombaan yang diadakan saat HUT RI. Proses perancangan akan berlangsung sejak penelitian tugas akhir dimulai hingga revisi dan produk final selesai. Buku fisik berukuran A5 akan dipasarkan di event offline dan melalui media online.

Untuk mendukung buku ini, merchandise sampingan akan dibuat, dan promosi akan dilakukan melalui media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

3.5.3 Studi Media Existing

1. **Artbook Kartika Nusa**



Gambar 3. 4 Buku Ilustrasi Game Honkai Star Rail Tema Baju Adat Nusantara
(Sumber:Linktre Rimawarna)



Gambar 3. 5 Buku Ilustrasi Game Honkai Star Rail Tema Baju Adat Nusantara
(Sumber: Linktr.ee/Rimawarna)

Buku Ilustrasi yang berjudul Kartika Nusa ini merupakan sebuah Fanbook atau lebih dikenal sebagai buku ilustrasi buatan fans dalam suatu komunitas tertentu, untuk buku Kartika Nusa ini adalah sebuah fanbook dari game Honkai Star Rail garapan perusahaann Mihoyo atau yang sekarang dikenal sebagai Hoyovers, Buku ini pun memiliki tema yang dibawakan yaitu merupakan tema baju adat Nusantara, pada keterangan buku ini tertulis “Seperti apa jadinya kalau karakter-karakter dari Honkai: Star Rail memakai busana adat berbagai suku bangsa Nusantara? Dalam buku ini, kru-kru Starlight Express beserta kenalan mereka tampil berbalut pakaian tradisional dari Sumatra sampai papua!” tambahan “Ada March 7th dengan payas agung Bali! Robin nyinden memakai kebaya kutubaru! Mangcek Argenti berbusana bak maharaja Sriwijaya!”

NO	Kartika Nusa	
1	Media	Buku Ilustrasi
2	Judul	Kartika Nusa
3	Penulis	Rimawarna
4	Penerbit	Studio Rimawarna
5	Tahun Terbit	2024
6	Bahan isi buku	HVS 100gsm
7	Bahan Sampul	Art Carton
8	Dimensi	A5 (14.8 x 21 cm)
9	Jenis Cover	Doff
10	Jumlah Halaman	52 halaman

*Table 3. 8 Data Kartika Nusa
(Sumber : Linktr.ee/Rimawarna)*

2. Film Animasi “The Battle of Surabaya”



*Gambar 3. 6 Poster iklan komersial official Battle of Surabaya
(Sumber: Youtube MAXStream)*

Film animasi "The Battle of Surabaya" mengisahkan perjuangan seorang pemuda bernama Musa, yang berprofesi sebagai penyemir sepatu. Dalam konteks peristiwa bersejarah pada 10 November 1945, Musa diutus

untuk mengantarkan surat perdamaian di tengah ketegangan perang antara rakyat Indonesia dan penjajah. Cerita dimulai dengan visualisasi dramatis dari peristiwa pemboman Hiroshima, yang menandai kekalahan Jepang dan memicu ketegangan baru di Surabaya dengan kedatangan pasukan Sekutu yang didukung Belanda.

film ini menggambarkan semangat juang rakyat Surabaya dan tantangan yang mereka hadapi dalam mempertahankan kemerdekaan. Dengan kombinasi elemen sejarah dan fiksi, "The Battle of Surabaya" tidak hanya menyajikan hiburan tetapi juga mengedukasi penonton tentang pentingnya nasionalisme dan keberanian dalam menghadapi penjajahan. Film ini telah meraih banyak penghargaan baik di tingkat nasional maupun internasional, menjadikannya salah satu karya animasi penting dalam sejarah perfilman Indonesia

NO	The Battle of Surabaya	
1	Media	Film Animasi
2	Tema	Perjuangan dan sejarah kemerdekaan Indonesia, khususnya peristiwa Pertempuran Surabaya.
3	Target Audiens	Anak-anak dan remaja, tetapi juga dapat dinikmati oleh orang dewasa.
4	Tujuan Pembelajaran	Meningkatkan pemahaman sejarah, nilai-nilai kepahlawanan, dan semangat nasionalisme.
5	Nilai-nilai yang diajarkan	Kepahlawanan, keberanian, persatuan, dan cinta tanah air.
6	Kelebihan media	-Menarik perhatian melalui visual yang dinamis - Mampu menyampaikan pesan

		moral dengan cara yang menyenangkan.
7	Sutradara	Aryanto Yuniawan
8	Produksi	MSV Pictures
9	Tahun rilis	2015
10	Durasi	90 menit

*Table 3. 8 Data The Battle Of Surabaya
(Sumber : Data Animasi Indonesia)*

Film animasi "The Battle of Surabaya" dan buku ilustrasi perlombaan HUT RI dengan gaya seni anime memiliki beberapa persamaan signifikan. Keduanya mengangkat tema sejarah kemerdekaan Indonesia dan berfungsi sebagai alat pendidikan yang menyampaikan nilai-nilai kepahlawanan, nasionalisme, dan semangat perjuangan kepada generasi muda. (Kompasiana, 2015)

Dengan menggunakan elemen visual yang menarik, keduanya menggabungkan karakter fiktif dengan sejarah, sehingga memudahkan pemahaman konteks sejarah. Selain itu, kedua media menyampaikan pesan moral yang kuat, seperti pentingnya persatuan dan cinta tanah air, serta dirancang untuk membangkitkan keterlibatan emosional dari audiens. Secara keseluruhan, baik film maupun buku ilustrasi menawarkan pendekatan menarik dan mendidik dalam mengenalkan sejarah kepada masyarakat.

3. Iklan komersial "Wondr by BNI Jadiin Maumu"





Gambar 3. 7 Character Sheet iklan komersial BNI
(Sumber: Instagram Himovers_nunukan)

NO	Wondr by BNI “Jadiin Maumu”	
1	Media	Iklan Komersial
2	Tema	Memotivasi individu untuk mewujudkan impian dan tujuan finansial dengan bantuan layanan BNI.
3	Target Audiens	Masyarakat umum, terutama GenZ
4	Tujuan Iklan Komersial	Meningkatkan kesadaran tentang produk Wondr dan mendorong penggunaan layanan BNI untuk mencapai tujuan finansial.
5	Nilai-nilai yang diajarkan	Pentingnya perencanaan keuangan, motivasi untuk mencapai impian, dan dukungan dari lembaga keuangan.
6	Kelebihan media	- Menggunakan elemen audiovisual yang menarik - Pesan yang inspiratif dan motivasional

		- Diperagakan oleh tokoh yang relatable.
7	Studio	Ploopy Animations
8	Produksi	BNI (Bank Negara Indonesia)
9	Tahun rilis	2024
10	Durasi	30 detik

*Table 3. 8 Data Wondr by BNI
(Sumber : Data Animasi Indonesia)*

BNI memilih untuk membuat iklan komersial "Wondr by BNI Jadiin Maumu" dalam bentuk anime karena beberapa alasan strategis. Anime merupakan media yang sangat populer di kalangan generasi muda, terutama di kalangan milenial dan Gen Z, yang merupakan target audiens utama BNI. Dengan menggunakan gaya anime, BNI dapat menarik perhatian audiens yang lebih luas dan relevan dengan tren hiburan saat ini. (Dimas Ramadhan, 2024)

penggunaan gaya seni anime dalam iklan ini tidak hanya sekadar strategi pemasaran, tetapi juga merupakan cara inovatif untuk mengedukasi dan menginspirasi masyarakat tentang layanan perbankan modern. (Tanto D, 2024)

3.5.4 Analisa SWOT

Analisa SWOT dapat memberikan gambaran yang lebih besar tentang di mana penulis berada dan bagaimana menuju ke langkah berikutnya. Berikut bagaimana istilah tersebut dapat membantu mengidentifikasi SWOT :

1. Strength (Kelebihan)

Dengan ukuran A5 buku ilustrasi ini nantinya dapat dibawa kemana-mana & dapat dijadikan buku referensi untuk penggambaran lomba 17an, cetakan nya pun dapat dijadikan koleksi untuk kolektor buku ilustrasi dari komunitas wibu

2. Weakness (kelemahan)

Buku fisik memiliki kelemahan terbesar melawan era digitalisasi dikarenakan minat masyarakat yang kurang terhadap buku fisik, sehingga menjadi sedikit hambatan untuk produk akhirnya, karena itu untuk buku ini peneliti lebih menargetkan ke suatu komunitas tertentu sehingga target pasarnya sesuai dengan tujuan dibentuknya buku ini, dengan begitu nantinya akan memfokuskan ke lebih banyak ilustrasi sehingga meningkatkan minat beli ke sesama penggemar

3. Oppurtunity (Peluang)

Sudah banyak yang mencoba membuat buku ilustrasi dengan karakter Vocaloid dengan bermacam macam tema, tapi dari observasi peneliti belum ada buku ilustrasi Vocaloid yang mengkhususkan perlombaan saat HUT RI, sehingga hal ini menjadi suatu peluang peneliti untuk mengembangkan perancangan buku ilustrasi, serta peluang untuk menyebar luaskan informasi terkait perlombaan saat HUT RI melalui buku ilustrasi yang peneliti garap saat ini

4. Threats (Ancaman)

Era digitalisasi menjadi suatu ancaman nyata untuk GenZ saat ini karena GenZ terlahir saat era teknologi cukup berkembang pesat sehingga GenZ tumbuh bersama kemajuan teknologi, karena anak mulai terlena dengan hal-hal instan seperti penggunaan handphone & internet, diluar dr sisi positifnya terdapat sisi negative seperti berkurangnya minat di hal-hal dengan budaya tradisional & kurangnya kesadaran dalam melestarikan nilai-nilai nasional diluar pengajaran di sekolah.