

BAB III

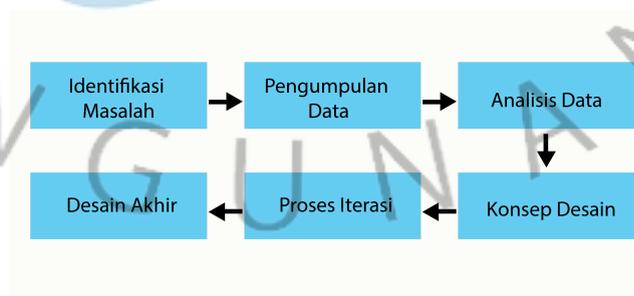
METODOLOGI DESAIN

III.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini mengambil tema perancangan komik wayang. Penelitian ini dilakukan dengan melalui dua tahap yaitu pra-produksi dan tahap produksi. Sebelum perancangan memasuki tahap pra-produksi, perlu dilakukan identifikasi permasalahan utama yang ingin diselesaikan. Setelah masalah diidentifikasi, proses pengumpulan data mulai dikumpulkan menyesuaikan dengan topik penelitian. Data tersebut akan dilakukan analisis untuk menjadi acuan dalam membuat konsep perancangan komik. Konsep perancangan disesuaikan dengan tren yang ada.

Memasuki tahap selanjutnya, yaitu tahap pra-produksi yang dimulai dari melakukan studi karakter untuk menentukan karakter apa yang akan muncul dalam komik. Mulai melakukan sketsa pembuatan karakter dan pengembangan desain karakter. Lalu mulai menentukan latar tempat cerita. Setelah itu dilakukan pembuatan cerita komik dan terakhir menentukan gaya gambar yang akan diterapkan pada perancangan komik.

Setelah tahap pra-produksi selesai, maka proses dapat dilanjutkan ke dalam tahap produksi. Dimulai dari merancang *storyboard* untuk cerita. Setelah *storyboard* selesai, akan dilanjutkan menjadi sketsa kasar secara digital. Sketsa yang sudah selesai akan dilakukan proses *lining*, *inking* dan diwarnai.



Gambar III.1 Tahapan Perancangan

III.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan untuk perancangan komik digital ini adalah metode campuran (Mixed Method). Metode ini mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Metode ini mengembangkan instrumen untuk digunakan dalam memperoleh data dan memposisikan kembali pencari dirinya sebagai instrumen (Binus University Research Interest Group, 2020).

III.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan metode campuran.

III.3.1 Studi Literatur

Studi literatur merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencari sumber penelitian ilmiah seperti jurnal, buku, dan artikel yang berkaitan dengan topik yang dibahas.

III.3.2 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pembagian angket berisi pertanyaan kepada responden. Teknik ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai preferensi pembaca terkait komik digital yang akan dirancang.

III.3.3 Studi Referensi

Studi referensi adalah pengumpulan data dan informasi dengan mencari beberapa komik digital untuk diamati. Aspek desain, warna, tipografi, dan pendekatan dari referensi tersebut akan dijadikan panduan dalam desain

III.4 Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dari studi literatur, kuesioner, dan studi referensi akan dijelaskan secara ringkas. Metode analisis yang diterapkan adalah analisis SWOT, yang membahas *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threats*.

Selanjutnya, penentuan target audiens dilakukan melalui analisis *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*.

III.4.1 Analisa *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning*

Segmenting, *Targeting*, dan *Positioning* digunakan untuk memenuhi kebutuhan segmen pengguna yang spesifik dan menargetkan audiens tertentu (Siswanto, 2016).

1. *Segmenting*

Segmenting atau segmentasi adalah pengelompokan target audiens berdasarkan pasar potensial untuk kelompok-kelompok tertentu. Segmentasi dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

- Segmentasi Geografis

Pembagian kelompok berdasarkan tempat seperti negara, daerah, kota atau lingkungan.

- Segmentasi Demografis

Pembagian kelompok berdasarkan pada variabel seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, dan kelas sosial.

- Segmentasi Psikografis

Pembagian kelompok berdasarkan sifat kepribadian ataupun gaya hidup dari suatu kelompok.

2. *Targeting*

Targeting digunakan dalam konteks pemasaran untuk memilih satu atau beberapa segmen pasar, dengan tujuan agar kebutuhan dan keinginan konsumen dalam segmen tersebut dapat terpenuhi dengan lebih efektif.

3. *Positioning*

Positioning adalah strategi komunikasi yang digunakan untuk memasukkan produk, merek, atau bisnis ke dalam pikiran konsumen dengan makna yang khusus. Tujuannya adalah untuk menetapkan posisi dan membangun nilai dalam persepsi konsumen terhadap produk atau merek tersebut.

III.4.2 Strategi 5W+1H

Metode 5W+1H dapat berguna sebagai dasar pengumpulan informasi atau pemecah masalah. Strategi 5W+1H digunakan untuk memberikan pendekatan yang dapat memahami, mengidentifikasi, dan mengatasi masalah utama. 5w+1H (Reyes, 2023).

1. *What* (apa)

What atau apa dapat menjelaskan situasi dan masalah spesifik. Elemen ini juga harus menyatakan tujuan utama dari penerapan solusi yang akan diidentifikasi.

2. *Where* (dimana)

Where atau dimana harus mencakup lokasi atau posisi dari suatu masalah. Elemen ini juga bisa berarti lokasi atau posisi dari suatu proses tertentu diterapkan.

3. *When* (kapan)

When atau kapan adalah komponen yang berkaitan dengan garis waktu, tenggat waktu, durasi ataupun detail lain yang dapat membantu dalam penyelesaian masalah.

4. *Why* (mengapa)

Why atau mengapa adalah elemen penting dalam metode 5W+1H. Elemen ini menjelaskan secara rinci alasan dan tujuan dari suatu tindakan. Elemen ini juga membantu mengidentifikasi akar penyebab situasi dan mencegah terulangnya masalah tersebut.

5. *Who* (siapa)

Who atau siapa merujuk pada individu atau kelompok tertentu dengan masalah atau situasi yang ada. Elemen ini juga mencakup siapa yang menemukan masalah, siapa yang menyelesaikannya, dan siapa yang akan bertanggung jawab.

6. *How* (bagaimana)

Penyusunan *How* atau bagaimana adalah elemen yang dapat merinci langkah-langkah bagaimana rencana yang telah diidentifikasi harus dilaksanakan. Adapun dibutuhkan semua sumber daya, alat, metode, cara, ataupun pengeluaran yang dibutuhkan agar upaya tersebut efektif.

III.4.3 Analisa Pesaing

Analisis perbandingan merujuk pada hasil perancangan komik yang menjadi pembanding, baik dari segi visual maupun penyajian tema. Adapun perbandingan yang dilakukan terhadap buku komik “Garudayana” dan buku komik “Mahabharata”

1. Garudayana

Garudayana memiliki tema komik wayang - petualang. Buku komik ini memiliki gaya gambar *manga* (gaya komik jepang). Visual sampul buku komik Garudayana *full color* sementara untuk isi dari buku komik berwarna hitam dan putih. Buku komik Garudayana dikarang oleh Is Yuniarto dan diterbitkan oleh penerbit m&c!.



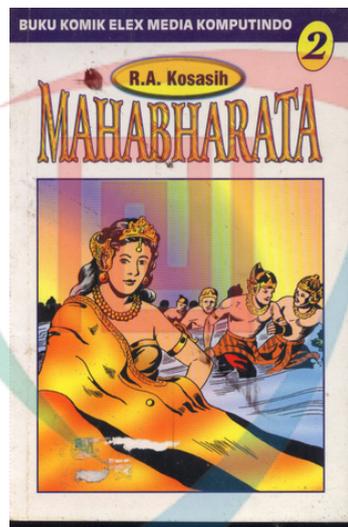
Gambar III.II Cover Buku Komik Garudayana

Garudayana bercerita tentang petualangan seorang pemburu harta karun yang bernama Kinara. Tokoh dalam cerita Garudayana merupakan tokoh-tokoh pewayangan kecuali Kinara. Cerita yang dibuat orisinil dan memiliki hasil *artwork* cukup bagus dan rapi. Terdapat corak motif batik di setiap karakter dalam cerita Garudayana. Komikus dapat membangun momentum cerita, memperhatikan perspektif, proposi, komposisi, dan pencahayaan. Untuk latar

dunia dari cerita Garudayana menggunakan budaya Indonesia dan disampaikan dengan baik. Walaupun ceritanya mengambil cerita klasik pewayangan namun komikus menggunakan gaya gambar *manga* yang sesuai dengan keinginan pasar.

2. Mahabharata

Mahabharata memiliki tema komik wayang - laga. Buku komik ini memiliki gaya gambar komik klasik. Visual sampul buku komik Mahabharata *full color* sementara untuk isi dari buku komik Mahabharata berwarna hitam dan putih. Buku komik Mahabharata dikarang oleh Raden Ahmad Kosasih dan diterbitkan oleh penerbit PT Elex Media Komputindo.



Gambar III.III Cover Buku Komik Mahabharata

Komik Mahabharata menceritakan kisah wayang-wayang Mahabharata mulai dari kehidupan pandawa dan kurawa dan masing-masing diceritakan secara tersendiri. Dalam buku ini komikus memasukkan unsur laga dan dipadukan dengan drama yang cukup menarik. Dalam buku komik Mahabharata juga memiliki nilai-nilai baik seperti nilai-nilai manusiawi. Desain sampul dan penulisan ejaan pada sampul buku tertata rapi. Namun, buku komik Mahabharata menggunakan bahasa dialog yang kaku. Visual karakter yang menggunakan gaya gambar komik klasik membuat karakter terlihat jadul.

III.4.4 Analisa SWOT

SWOT adalah analisis yang membandingkan kondisi internal (kekuatan dan kelemahan) dengan kondisi eksternal (peluang dan ancaman). Kekuatan (strength) mengacu pada kemampuan yang dimiliki oleh suatu produk atau perusahaan. Kelemahan (weaknesses) adalah kekurangan atau keterbatasan yang dimiliki oleh suatu produk atau perusahaan. Peluang (opportunities) adalah situasi atau kondisi yang dapat menguntungkan suatu produk atau perusahaan. *Threats* atau ancaman adalah merupakan situasi yang dapat merugikan suatu produk ataupun perusahaan (Siswanto, 2016).

III.5 Pemecahan Masalah

Berdasarkan penjabaran diatas, adanya penurunan minat masyarakat terutama remaja terhadap cerita wayang yang mulai tergantikan dengan budaya global. Maka dari itu, salah satu budaya modern seperti buku komik menjadi pilihan yang tepat untuk tetap menyajikan cerita wayang. Komik dapat menyajikan cerita wayang yang lebih sederhana dan memiliki tampilan yang kekinian.