

BAB III

DATA DAN ANALISIS

3.1 Data Permasalahan

Data pada rancangan ini didapatkan melalui studi literature, wawancara, kuisisioner dan hasil observasi di lapangan untuk mengetahui pemahaman mengenai kondisi di lingkungan, pemahaman mengenai dongeng khususnya dongeng cerita rakyat si pahit lidah, ketertarikan dalam mendongeng serta pembanding media yang nantinya akan menentukan keputusan media dan konten yang baik disampaikan dalam perancangan ini.

3.1.1 Studi Literatur (Data Kepustakaan)

Studi literatur digunakan untuk memperkuan pernyataan mengenai hal-hal seputar perancangan buku dongeng ini, seperti mengenai psikologi perkembangan anak, diketahui target adalah anak usia 6 sampai 11 tahun. Dalam tahapan ini seperti yang dituturkan Abu Ahmadi (1977) dalam psikologi perkembangan anak dan remaja (2016), pada usia ini anak telah bisa untuk berfikir secara logis.

3.1.1.1 Cerita Si Pahit Lidah

Si pahit lidah merupakan sebuah cerita rakyat yang berasal dari daerah Sumatra Selatan, si pahit lidah menceritakan tentang seorang pria bernama serunting sakti yang memiliki kekuatan khusus yaitu bisa membuat apapun yang ia ucapkan menjadi kenyataan, cerita ini sangat terkenal di Sumatra Selatan, bahkan di setiap daerah di Sumatra selatan memiliki versi cerita si pahit lidah ini masingmasing. Cerita si pahit lidah memiliki nilai yang tersirat di dalamnya yaitu gunakanlah ilmu yang dimiliki untuk berbuat baik dan membantu sesama, selain itu jagalah perkataan atau ucapan, karena bisa jadi ucapan yang dilotarkan itu membuat hati orang lain tersakiti. Dari cerita si pahit lidah tersebut terdapat juga moral yang diberikan, Wicaksono (2014) mengemukakan, “Nilai moral merupakan tata nilai baik buruk suatu perbuatan, apa yang harus dihindari, apa yang harus dikerjakan, sehingga tercipta suatu tatanan hubungan manusia dalam masyarakat

yang dianggap baik, serasi, dan bermanfaat bagi orang tersebut, masyarakat, lingkungan dan alam sekitarnya.”

Menurut Nurgiyantoro (2013:430), melalui cerita, sikap, dan tingkah laku tokoh-tokoh pembaca diharapkan dapat mengambil hikmah dan pesan-pesan moral yang disampaikan atau diamanatkan. Sikap dan tingkah laku tokoh terkadang terlihat kurang baik, namun itu sengaja ditampilkan justru agar tidak diikuti oleh pembaca.

Dalam cerita si pahit lidah banyak sekali pesan-pesan moral yang terkandung di dalamnya, pesan-pesan moral tersebut diharapkan dapat membuat anak yang membacanya menjadi pribadi yang tidak seenaknya dalam berucap.

3.1.2 Wawancara

Wawancara pertama dilakukan kepada target yang berusia 6 sampai dengan 11 tahun, wawancara ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemahaman, ketertarikan dan apakah mendongeng masih dilakukan serta kegiatan yang biasanya dilakukan sehari-hari. Dari wawancara kepada target didapatkan bahwa anak-anak usia sekolah dari umur 6 sampai 11 tahun biasanya menghabiskan waktunya dengan belajar dan bermain., sample target yang diwawancarai ini secara tidak langsung tahu mengenai dongeng karena pernah didongengkan atau dibacakan cerita dongeng oleh orang tuanya.

Wawancara kedua dilakukan kepada orang tua target, hal ini didasari untuk mengetahui pemahaman mengenai dongeng cerita rakyat si pahit lidah dari sudut pandang orang tua, semua itu dikarenakan mendongeng adalah salah satu peran orang tua dalam keluarga, serta mengetahui pemikiran mengenai dongeng dan apakah kegiatan mendongeng masih dilakukan. Dari wawancara kedua ini didapatkan bahwa orang tua mengaku terkadang masih mendongeng kepada anak, hal yang membuat orang tua sulit mendongeng salah satunya adalah waktu dan tenaga namun minat orang tua dalam mendongeng masih cukup besar. Untuk dongeng cerita rakyat si pahit lidah sample mengetahui cerita tersebut karena populasi yang digunakan dalam pengambilan sample merupakan daerah di Sumatra Selatan yang mana dongeng si pahit lidah ini biasanya diceritakan secara turun temurun di setiap generasi.

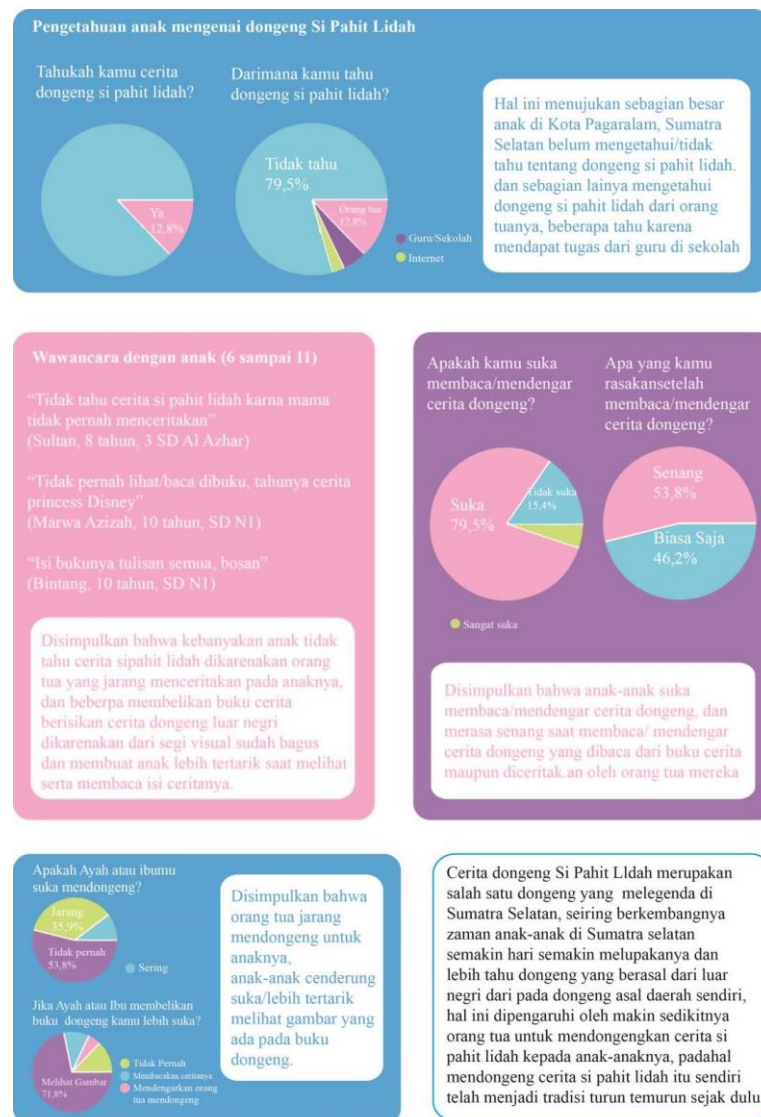
3.1.3 Kuesioner

Kuesioner dilakukan untuk mengetahui pemahaman mengenai dongeng Si Pahit Lidah sebagai cerita yang akan disampaikan serta media yang diharapkan.

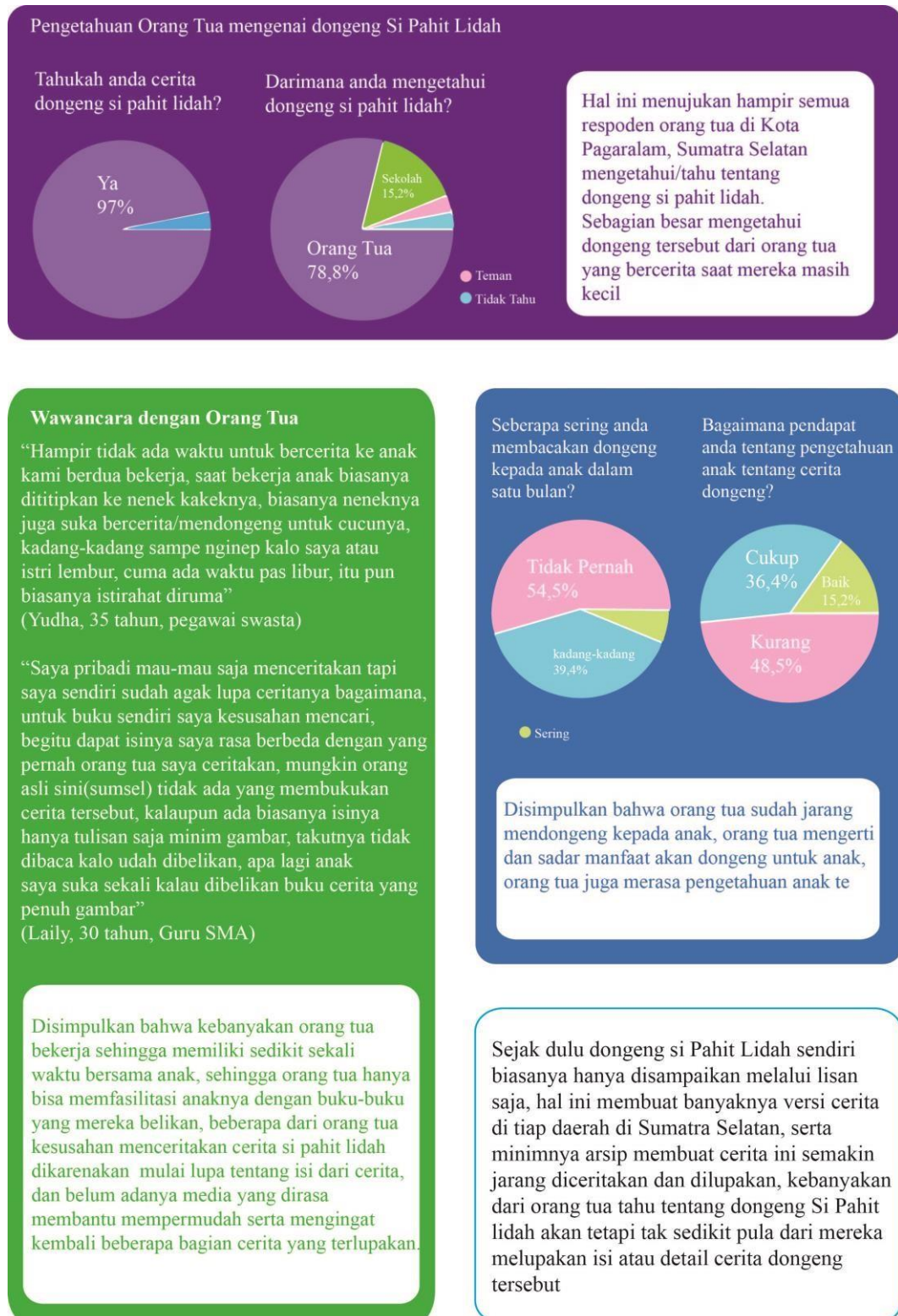
Kuesioner dibagi ke 72 responden di

- Bangun Jaya, Kota Pagaralam, Sumatra Selatan
- Bringin Jaya, Kota Pagaralam
- Dempo Utara, Kota Pagaralam

Yang dijadikan responden untuk mengisi kuesioner ini adalah orang tua yang memiliki anak usia sekolah dasar dan anak usia 6 sampai 11 tahun.



Gambar 3.1 Hasil Kuesioner
Sumber Penelitian Pribadi (2019)



Gambar 3.2 Hasil Kuesioner
Sumber Penelitian Pribadi (2019)

3.1.4 Observasi

Observasi dilakukan untuk melihat gambaran secara langsung interaksi antara orang tua dan anak. Observasi juga dilakukan untuk mengamati apa saja yang dilakukan oleh anak saat ia sedang belajar dan bermain, hal-hal apa saja yang membuat ia tertarik untuk membaca dan menyimak sesuatu.

Observasi pada media buku dilakukan untuk mengamati buku dongeng. Pengamatan dilakukan di toko buku Gramedia, dan pencarian di internet untuk mengetahui penentuan tampilan visual sebagai referensi. Dari observasi yang dilakukan banyak ditemukan buku-buku yang beredar untuk anak-anak yang menggunakan ilustrasi sebagai penarik minat anak. Terdapat berbagai ukuran, harga dan warna.



Gambar 3.3 Observasi

Sumber Penelitian Pribadi (2019)

3.1.5 Analisa Permasalahan

Dari hasil pengumpulan data yang dilakukan maka didapatkan analisa berupa anak-anak usia sekolah 6 sampai dengan 11 tahun sudah bisa membaca dan dari usia 8 sampai 11 tahun telah memiliki penalaran yang cukup baik. Walau begitu mereka tetap belajar tentang lingkungan mereka. Orang tua memiliki peran penting

untuk mengarahkan si anak menuju jalan yang baik, salah satunya dengan menanamkan nilai-nilai positif kehidupan itu sendiri. Dongeng merupakan salah satu sarana pembantu untuk menanamkan nilai positif tersebut. Dan dengan segala kendala yang ada, orang tua masih memiliki minat yang tinggi dalam mendongeng. Meski kedua orang tua sudah banyak yang bekerja tetapi tak menyurutkan mereka untuk mendongeng meski dengan intensitas yang tidak terlalu sering. Anak sendiri akan lebih focus jika dengan gambar karena selain menarik, gambar juga mampu meningkatkan daya imajinasi mereka.

3.1.5.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode analisis yang berbasis analisa berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari media perancangan

Tabel 3.1 Analisis SWOT
Sumber Penelitian Pribadi (2019)

<i>Strength (S) (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (W) (Kelemahan)</i>
<ul style="list-style-type: none"> ☐ Anak-anak lebih tertarik dengan gambar. ☐ Adanya interaksi dari pembaca ke pendengar cerita begitupun sebaliknya. ☐ Ada interaktif sederhana ☐ Mudah dibawa dan disimpan dimana mana 	<ul style="list-style-type: none"> • Anak banyak tidak mengetahui cerita si pahit lidah • Buku rentan untuk rusak • Pada buku cerita ini anak hanya dapat melihat gambar dan sedikit tulisan, sehingga jika anak ingin mengetahui cerita secara mendalam ia harus mencari referensi lain.
<ul style="list-style-type: none"> ☐ Lewat buku yang menarik secara tidak langsung dapat meningkatkan minat membaca pada anak. 	
<i>Opportunity (O) (Peluang)</i>	<i>Threats (T) (Ancaman)</i>

<ul style="list-style-type: none"> □ Mendongeng masih dilakukan □ meskipun tidak sering dilakukan. □ Anak-anak senang melakukan hal yang menarik baginya. □ Dianggap lebih aman daripada □ gadget. <p>Anak memiliki rasaingin tahu yang tinggi.</p> <p>Menjadi salah satu alternative media yang mengasyikan selain gadget.</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ Perkembangan teknologi yang memancing anak untuk lebih sering bersama gadget.
--	---

3.2 Data Target

3.2.1 Analisis Target

3.2.1.1 Segmentasi Target

Segmentasi target adalah sekumpulan individu yang dapat menjadi target.

Target Primer

Target Primer adalah target utama dalam penelitian.

1. Demografis

- Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Usia : 27 sampai 35 tahun
- Pendidikan : SMA/SMK/S1
- Status ekonomi : Menengah

2. Geografis

Pagaralam, Sumatra Selatan

3. Psikografis

- Berpikiran terbuka dan dinamis
- Ingin memberikan yang terbaik untuk anak serta keluarga

Target Sekunder

1. Demografis

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Usia : 6 sampai 11 tahun
- Pendidikan : Sekolah Dasar

2. Geografis

Pagaralam, Sumatra Selatan

3. Psikografis

- Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi
- Senang bermain dan aktif
- Menyukai hal-hal baru

Consumer journey didapat dari pengamatan kepada anak usia 6 sampai 11 tahun yang umumnya masih dalam usia sekolah dasar di kota Pagaralam yaitu dengan mengamati keseharian target. Sehingga didapatkan hasil sebagai berikut

Tabel 3.2 *Consumer Journey*
Sumber Penelitian Pribadi (2019)

Sultan(8 tahun), kelas 3SD, hobi nonton kartun dan baca buku bergambar			
Weekdays	Aktifitas	Produk	Point of contact
	Bagun tidur		Selimut, bantal, kasur
	Mandi	Dede	Gayung, handuk, bak mandi
	Makan	Sari roti	Piring, gelas, sendok, garpu
	Sekolah		Meja, kursi, papan tulis
	Pulang kerumah		Rumah, pekarangan, trotoar
	Makan siang		Piring, sendok, garpu, gelas
	Main	Android, oppo	Handphone, kursi, bantal
	Tidur siang		Kasur, Bantal, selimut
	Mandi	Dede	Gayung, handuk, bak mandi
	Nonton	boboboy	Tv, kursi, meja
	Makan malam		Piring, sendok, garpu, gelas
	Tidur		Kasur, Bantal, selimut

Weekend	Main sama teman		sekitar rumah
	Jalan-Jalan		Mall, taman
	Rumah nenel	Rumah nenel	Rumah nenel

Tabel 3.3 *Cosumer Journey*
Sumber Penelitian Pribadi (2019)

Marwa Azizah(10 tahun), kelas 4SD, hobi nonton kartun princess shopie			
Weekdays	Aktifitas	Produk	Point of contact
	Bagun tidur		Selimut, bantal, kasur
	Mandi	Eskulin	Gayung, handuk, bak mandi
	Makan		Piring, gelas, sendok, garpu
	Sekolah		Meja, kursi, papan tulis
	Pulang kerumah		Rumah, pekarangan, trotoar
	Mengerjakan PR		Meja, kursi, buku, pensil
	Main	Android,oppo	Handphone, sofa
	Tidur siang		Kasur, Bantal, selimut
	Mandi	Eskulin	Gayung, handuk, bak mandi
	Nonton	Youtube	Handphone, sofa
	Makan malam		Piring, sendok, garpu, gelas
	Tidur		Kasur, Bantal, selimut
Weekend	Main sama teman		Rumah tetangga
	Jalan-Jalan		Mall, taman
	Rumah nenek	Rumah nenek	Rumah nenek

Berdasarkan *consumer journey* dapat disimpulkan bahwa target menghabiskan sebagian besar waktunya untuk bermain, menonton dan tertarik pada hal-hal yang

menarik perhatiannya, seperti menonton serial *princess* ataupun bermain *game*. Dan berdasarkan hasil *consumer journey* terdapat brand atau produk yang bersentuhan langsung dengan target, maka dapat dipastikan studi indikator sebagai berikut:

3.2.1.3 Studi Indikator

Studi indikator adalah suatu variable yang dapat membantu mengukur segala perubahan dalam perancangan baik berupa gambar, warna maupun tipografai.



Gambar 3.4 Studi Indikator

Sumber Telah diolah Kembali (2019)

Berdasarkan studi indikator yang didapatkan dari *consumer journey*, dan kecocokan warna dengan tema buku yang ada terhadap brand yang bersentuhan dengan target maka karakter ataupun citra warna, karakter huruf serta garis yang didapat adalah



Gambar 3.5 Warna

Sumber Penelitian Pribadi (2019)

3.2.1.4 Garis

Garis adalah suatu bentuk yang digambarkan sebagai titik yang saling berhubungan satu sama lain. Dari data yang ada disimpulkan garis yang dipakai untuk perancangan adalah garis dinamis sebagai berikut.



Gambar 3.6 Garis

Sumber Penelitian Pribadi (2019)

3.2.1.5 Tipografi

Berdasarkan *consumer journey* dan referensi yang ada jenis tipografi yang digunakan adalah sans serif, ceria dan cukup tebal, jenis font yang digunakan antara lain:

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Holly Fat

Gambar 3.7 Tipografi Judul

Sumber Penelitian Pribadi (2019)

Font ini dipilih karena memiliki tingkat keterbacaan yang baik dan juga font ini memiliki bentuk yang tidak tajam sehingga nyaman untuk dilihat dan menarik untuk dibaca sebagai judul.

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
PoetsenOne

Gambar 3.8 Tipografi Isi

Sumber Penelitian Pribadi (2019)

Font ini dipilih karena berdasarkan hasil studi visual didapatkan karakter font yang tegas, tidak tajam, font bias dibaca dengan mudah, sehingga font ini dirasa cocok untuk digunakan.

3.2.2 Refrensi Karakter

Karakter adalah watak, sifat, ciri khas individu yang mempengaruhi segala tabiat, perilaku, dan budi pekerti yang dimiliki manusia atau makhluk hidup lainnya, Berikut refrensi karakter yang dipakai dalam perancangan berupa tokoh, atribut, penggambaran dan lain-lain.



Gambar 3.9 Refrensi Karakter

Sumber Telah diolah Kembali (2019)

3.2.3 Referensi Visual

Referensi visual merupakan acuan atau pedoman dalam hal visual, atau penampakan semua hal yang terlihat dalam media yang visualnya akan dipakai dalam perancangan. Dari data yang ada didapatkan beberapa visual yang dapat dijadikan referensi sebagai berikut.

3.2.3.1 Refresi Bentuk Karakter

Merupakan refrensi dari bentuk karakter, berupa gambar chibi



Gambar 3.10 Refrensi Bentuk Karakter

Sumber Telah diolah Kembali (2019)

3.2.3.2 Refrensi Anatomi dan Gestur

Merupakan refrensi/acuan dari gestur, gerakan, dan ukuran tubuh pada karakter.



Gambar 3.11 Refrensi Anatomi dan Gestur

Sumber Telah diolah Kembali (2019)

3.2.3.3 Refrensi Ekspresi

Merupakan refrensi/ acuan dari ekspresi yang digunakan pada karakter

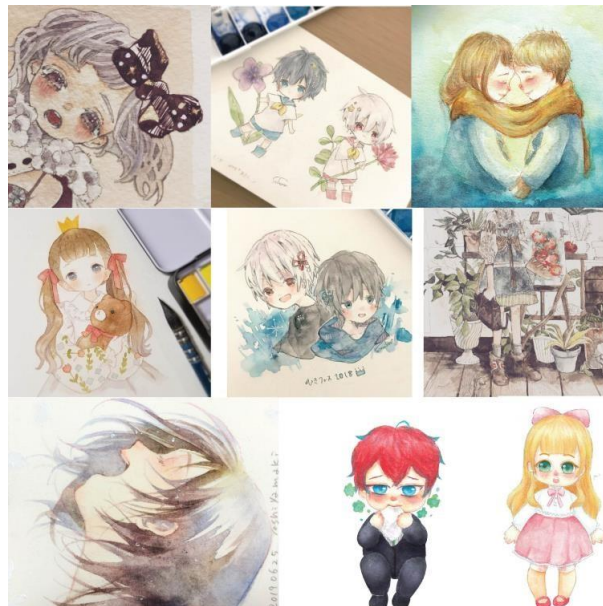


Gambar 3.12 Refrensi Ekspresi

Sumber Telah diolah Kembali (2019)

3.2.3.4 Refrensi Pewarnaan Karakter

Merupakan refrensi/ acuan dari gaya pewarnaan yang digunakan pada karakter.



Gambar 3.13 Refrensi Pewarnaan Karakter

Sumber Telah diolah Kembali 2019)

3.2.3.5 Refrensi Ruman

Merupakan refrensi/ acuan dari bentuk rumah yang digunakan pada cerita.



Gambar 3.14 Refrensi Rumah
Sumber Penelitian Pribadi (2019)

3.2.3.6 Refrensi Latar

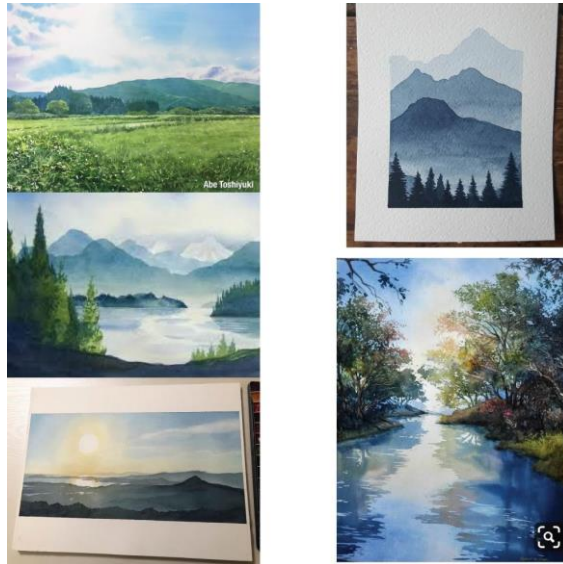
Merupakan refrensi/ acuan dari latar tempat yang digunakan pada cerita.



Gambar 3.15 Refrensi Latar
Sumber Penelitian Pribadi (2019)

3.2.3.6.1 Refrensi Pewarnaan Latar

Merupakan refrensi/ acuan dari pewarnaan latar yang digunakan pada cerita.



Gambar 3.16 Refrensi Latar

Sumber Telah diolah Kembali (2019)

3.2.4 Referensi Desain

Refrensi desain merupakan pedoman dalam hal desain, dalam hal ini desain berupa media buku cerita anak. Dari data yang didapa7tkan beberapa 7refrensi desain sebagai berikut.



Gambar 3.17 Refrensi Desain

Sumber Penelitian Pribadi (2019)

3.2.5 Referensi Sampul Buku

Merupakan referensi/ acuan dari sampul buku yang digunakan pada cerita.



Gambar 3.18 Refrensi Cover

Sumber Penelitian Pribadi (2019)

3.3.2 What to Say (Isi Pesan)

“Satu kata bisa merubah segalanya”

Isi pesan yang ingin disampaikan kepada target *audience* adalah untuk memberikan alternatif cerita yang mengandung nilai-nilai positif kehidupan sekaligus yang dalam cerita si pahit lidah ini berupa pesan agar menjaga perkataan kepada orang lain.