BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi teknologi audio digital dari format kompresi seperti MP3 ke layanan *lossless* serta audio beresolusi tinggi, telah mendorong antusiasme global terhadap pengalaman audio (Otero & Esteban, 2022). Fenomena tersebut mencerminkan peralihan budaya dalam pola konsumsi media di masyarakat, konsumen sekarang lebih mengutamakan kualitas suara daripada kepraktisan. Kondisi ini sejalan dengan pertumbuhan pasar audio global yang pesat, terutama pada kategori *headphone* dan *earphone*, yang diprediksi akan terus mengalami ekspansi signifikan pada masa mendatang. Menurut laporan dari *Grand View Research* (2026), pasar *headphone* dan *earphone* global diperkirakan akan mencapai nilai USD 238.72 miliar pada tahun 2033, didorong oleh permintaan konsumen akan kualitas audio.

Dari fenomena tersebut, muncul sebuah kelompok masyarakat dengan minat yang lebih spesifik dan mendalam, yang dikenal dengan istilah *audiophile*. *Audiophile* adalah sebutan bagi orang yang memiliki antusiasme terhadap reproduksi suara berkualitas tinggi (Urueta, 2024). Di Indonesia, perkembangan ekosistem komunitas pencinta audio ini berkembang pesat di jaringan media sosial serta platform *e-commerce*. Kecenderungan ini selaras dengan studi perilaku konsumen yang mengungkapkan bahwa media sosial dan e-commerce berperan dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian serta menjembatani pembentukan komunitas berbasis minat, terutama di kalangan generasi muda (Huwaida et al., 2024).

Berbagai platform daring seperti grup Facebook, server Discord, kanal ulasan YouTube dan artikel kini berperan sebagai sumber informasi utama. Di dalam media tersebut, terjadi aktivitas diskusi perangkat audio, membagikan preferensi, memberikan rekomendasi produk, dan memberikan ulasan (*review*) terhadap perangkat audio (Sulistya et al., 2024). Keberadaan para pengulas (*reviewer*) ini berperan sebagai fasilitator informasi dan panduan referensi yang membantu calon konsumen mengevaluasi kualitas produk sebelum

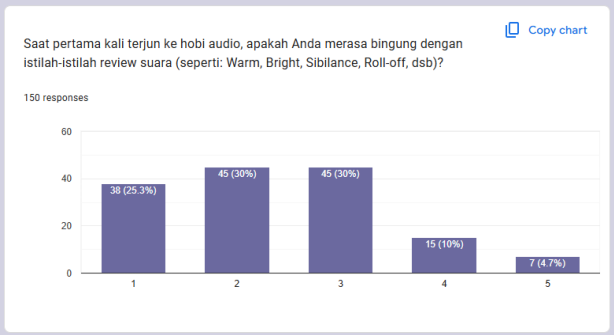
melakukan pembelian, sehingga meminimalisasi risiko kerugian finansial akibat salah pilih produk (*blind buy*) di tengah gempuran ragam pilihan pasar (Agesti et al., 2021). Mengingat suara adalah elemen yang tidak kasatmata, komunitas ini secara kolektif melahirkan dan menyepakati sebuah sistem terminologi khusus untuk mendeskripsikan karakter suara dari sebuah alat reproduksi audio. Istilah-istilah tersebut digunakan secara masif oleh para pengulas untuk menguraikan nuansa persepsi pendengaran (Pires, 2025).



Gambar 1. 1 Gathering Komunitas Audiophile
(Sumber: facebook.com/groups/751231222188632)

Perkembangan ini menjadi indikator atas tumbuhnya minat masyarakat untuk mulai tertarik pada subkultur *audiophile*. Hal tersebut menyebabkan kemunculan segmen konsumen baru, yakni *audiophile* pemula. Akan tetapi, kelompok ini sering kali mengalami kebingungan ketika mulai mendalami subkultur *audiophile*. Tantangan utama yang mereka hadapi adalah penggunaan terminologi yang sangat spesifik, kualitatif, dan subjektif dalam mendeskripsikan karakteristik suara (Castanheira et al., 2024). Robert Harley dalam bukunya *The Complete Guide to High-end Audio* (2021), mendedikasikan satu bab penuh untuk mendefinisikan istilah-istilah ini yang menjadi terminologi standar di kalangan *audiophile* dalam menjelaskan perangkat audio. Istilah-istilah tersebut memiliki peranan krusial bagi para pakar dalam menguraikan nuansa persepsi, justru berpotensi menjadi hambatan partisipasi bagi para pemula (Castanheira et al., 2024). Kendala ini terlihat jelas pada berbagai komunitas daring, seperti forum Head-Fi.org, subreddit r/headphones, dan grup Facebook. Pertanyaan mengenai definisi karakter suara menjadi salah satu diskusi yang sering berulang. Selain itu, berdasarkan kuesioner yang diisi oleh 150 orang pada grup Tongkrongan

Audio Indonesia yang merupakan grup facebook *audiophile* terbesar di Indonesia, menunjukkan bahwa 85,3% responden merasa bingung mengenai terminologi audio ketika pertama kali masuk ke dunia audio. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara pengalaman sensasi auditori dan persepsi verbal untuk mengomunikasikannya.

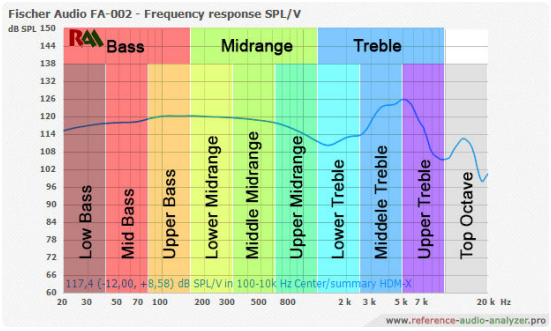


Gambar 1.2 Hasil Kuesioner Awal
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Ketiadaan media informasi visual yang mudah diakses berpotensi menjadi hambatan pemahaman terminologi bagi audiophile pemula, sehingga menyulitkan mereka untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi komunitas (Cai, 2024). Pendekatan verbal terbukti belum efektif dalam menginformasikan ragam karakter suara, sehingga diperlukan pendekatan visual yang lebih mudah dipahami. Dalam menjelaskan istilah abstrak, media visual lebih baik daripada teks murni karena visualisasi dapat mengubah ide yang tidak ada menjadi representasi nyata. Oleh karena itu, diperlukan sebuah pendekatan dari disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual (DKV) pada upaya memperluas akses komunikasi informasi serta meminimalkan kendala partisipasi dalam subkultur *audiophile*. Suara sering kali memiliki kepribadian, oleh karena itu mempersonifikasikan suara menjadi karakter manusia (antropomorfisme) akan membuat konsep abstrak tersebut lebih mudah diingat, diasosiasikan, dan terasa dekat oleh pemula (S & R, 2025). Antropomorfisme diwujudkan dalam bentuk desain karakter dua dimensi. Desain berperan untuk menerjemahkan terminologi teknis yang abstrak menjadi karakter visual manusia. Desain karakter tersebut kemudian diwujudkan dalam bentuk buku ilustrasi fisik. Media ini dipilih karena memungkinkan penyampaian informasi secara runtut

(Muharam et al., 2025) sekaligus didasarkan pada kemampuannya untuk menawarkan nilai kolektibilitas yang sangat diapresiasi dalam kultur *audiophile.*

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada metode penerjemahan lintas indera. Meskipun penggunaan desain karakter sebagai media informasi telah banyak diterapkan dalam penelitian DKV, penelitian yang ada umumnya berfokus pada visualisasi objek yang sudah memiliki wujud konkret, seperti pakaian tradisional (Melisa Alvionita et al., 2023), senjata pusaka (Iryawan, M. K., & Hasyim, 2024), atau objek ilmiah (Rahmani, 2023). Bahkan perancangan untuk konsep psikologis (Rahmadina et al., 2023; Zaini et al., 2023) masih memvisualisasikan perilaku atau emosi manusia yang sudah familiar. Aspek kebaruan utama penelitian ini terletak pada pendekatan antropomorfisme yang mentransformasikan karakteristik suara sebuah pengalaman auditori menjadi persona visual yang memiliki kepribadian. Model penerjemahan sensoris ini berlandaskan pada riset modern di bidang audiovisual *translation* dan integrasi multisensorik, sejalan dengan pemetaan data audio ke format visual (Caiola & Lindborg, 2025; Sung-bin & Owens, 2023).



Gambar 1.3 Grafik Respon Frekuensi
(Sumber: medium.com)

Untuk mengeksekusi gagasan penerjemahan sensoris ini, bergantung pada pemetaan logis data psikoakustik objektif yang mendefinisikan ragam karakter suara secara fisik (Robert, 2021). Prinsip-prinsip praktis dari teori desain karakter, seperti *shape language* (bahasa bentuk) dan psikologi warna (Tillman, 2019), kemudian digunakan untuk mengeksekusi atribut-atribut tersebut secara visual, dan juga penggunaan kode QR untuk mendengarkan

contoh dari tiap karakter suara. Hasil akhir dari perancangan karakter ini kemudian diwujudkan ke dalam bentuk buku ilustrasi fisik. Melalui media buku ilustrasi, informasi mengenai ragam karakter suara dapat disusun secara terstruktur, menarik, dan mudah dipahami oleh *audiophile* pemula maupun masyarakat luas, sehingga mereka memiliki panduan dasar yang jelas dalam mengeksplorasi preferensi audio mereka. Gagasan ini secara utuh dirumuskan dalam **Buku Ilustrasi Berbasis Desain Karakter Dua Dimensi sebagai Media Informasi Ragam Karakter Suara bagi *Audiophile* Pemula.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman dasar *audiophile* pemula mengenai penggunaan istilah teknis dalam mendeskripsikan ragam karakter suara.
2. Sifat terminologi audio yang abstrak dan subjektif menyebabkan *audiophile* pemula kesulitan mengimajinasikan karakteristik suara.
3. Pertukaran informasi berbasis teks verbal pada komunitas daring kurang efektif dalam menjembatani kesenjangan persepsi sensasi dengar.
4. Media informasi visual yang ada hanya berupa majalah berbasis teks, fotografi produk, ilustrasi grafis dan *meme*, yang belum menerjemahkan konsep ragam karakter suara.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang diuraikan sebelumnya, permasalahan terletak pada audiens dan media. Maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep dan visualisasi karakter 2D yang merepresentasikan ragam karakter suara bagi *audiophile* pemula?
2. Bagaimana konsep dan visualisasi buku ilustrasi sebagai media informasi mengenai ragam karakter suara bagi *audiophile* pemula?

1.4 Batasan Lingkup Perancangan

Batasan lingkup yang ditentukan pada perancangan ini ditetapkan pada beberapa aspek berikut:

1. Target audiens
   a. Teknografis/Geografis

      Target audiens perancangan ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu khusus dan umum. Mengingat audiens perancangan ini bersifat universal dan tidak terikat batas wilayah fisik, maka penulis melakukan pembatasan lingkup perancangan khusus secara teknografis sosial. Menurut Chaffey & Ellis-Chadwick (2022), didefinisikan sebagai klasifikasi audiens berdasarkan tingkat aktivitas dan partisipasi mereka dalam ekosistem media sosial.

      Maka dari itu, fokus audiens khusus pada perancangan ini dibatasi pada komunitas pengguna internet yang aktif pada platform Facebook, khususnya pada grup Tongkrongan Audio Indonesia. Grup ini dipilih karena dianggap mampu merepresentasikan segmen dalam jumlah besar dari *audiophile* di Indonesia, dengan jumlah anggota tercatat pada 10 Maret 2026 sebanyak 288 ribu lebih anggota.

      Sementara itu, target audiens umum berdasarkan geografis dibatasi pada masyarakat di Indonesia.

   b. Demografis

      Usia 18 – 25 tahun (dewasa awal) tingkat pendidikan Siswa SMA sederajat, mahasiswa, hingga *fresh graduate*. Jenis kelamin laki-laki dan perempuan.

   c. Psikografis

      Memiliki ketertarikan terhadap musik, rasa ingin tahu yang tinggi, dan menjadikan mendengarkan musik sebagai bagian dari rutinitas harian.

   d. Perilaku

      Memiliki pola pembelian yang didasarkan pada riset dulu, beli kemudian, serta aktif mencari ulasan produk di media sosial dan forum komunitas sebelum mengambil keputusan pembelian.

2. Media Penerapan

Media penerapan dalam perancangan ini difokuskan pada buku ilustrasi fisik yang menyajikan visualisasi ragam karakter suara secara terstruktur. Buku ilustrasi dipilih karena merupakan media cetak yang memiliki kestabilan untuk menyederhanakan informasi kompleks, menarik minat audiens pemula, dan menyediakan panduan terstruktur (Mirza et al., 2023). Selain itu, format fisik mengakomodasi kebutuhan akan rasa kepemilikan yang memberikan validasi identitas sebagai bagian dari komunitas *audiophile*. Hal ini selaras dengan kultur *audiophile* yang menghargai kualitas material dan kolektibilitas barang fisik seperti produk audio, album musik, serta *cover art* sehingga menjadikan buku ini sebagai aset koleksi (Morewedge et al., 2021).

3. Konten Pembahasan

Perancangan ini difokuskan pada pengenalan konsep dasar persepsi dan visualisasi karakter reproduksi suara dari perangkat audio berdasarkan tiga kategori umum dalam terminologi *audiophile*, yaitu *Warm*, *Bright*, dan *Neutral*. Berdasarkan wawancara awal kepada narasumber ahli *reviewer* perangkat audio, ketiganya merupakan terminologi paling umum dan paling sering menjadi sumber kebingungan awal bagi *audiophile* pemula. Istilah lain seperti *V-shape*, *Dark*, *Analytical*, dan *Harman* tidak disertakan karena sifatnya lebih spesifik dan merupakan turunan dari ketiga karakter dasar tersebut, sehingga berada di luar lingkup pengenalan konsep dasar yang menjadi fokus perancangan ini. Pembahasan ini dibatasi secara spesifik dan tidak mencakup suara organik (seperti vokal manusia atau hewan), aspek teknis elektronika yang mendalam, maupun ulasan terhadap merek produk tertentu.

1.5 Tujuan Perancangan

Mengacu pada rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan spesifik yang ingin dicapai dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang konsep dan visualisasi karakter 2D yang merepresentasikan ragam karakter suara bagi *audiophile* pemula.
2. Merancang konsep dan visualisasi buku ilustrasi sebagai media informasi mengenai ragam karakter suara bagi *audiophile* pemula.

1.6 Manfaat Perancangan

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, perancangan ini diharapkan memberikan manfaat signifikan baik dari segi teoretis maupun penerapan praktis.

a. Manfaat Teoretis
    1) Perancangan ini dapat memperkaya referensi perancangan Desain Komunikasi Visual dalam lingkup alih wahana sensoris, serta memberikan wawasan mengenai pendekatan alih media dari audio menjadi visual.
    2) Memberikan perspektif baru dalam penerapan teori antropomorfisme. Jika umumnya antropomorfisme diterapkan pada benda mati atau hewan, perancangan ini mengeksplorasi personifikasi pada entitas tidak terlihat.

b. Manfaat Praktis
    1) Perancangan ini diharapkan dapat membantu *audiophile* pemula dan masyarakat memahami ragam karakter suara pada produk audio melalui media visual, sehingga dapat lebih percaya diri dalam menentukan preferensi audio.
    2) Berkontribusi dalam menghadirkan IP (*Intellectual Property*) berbasis komunitas yang spesifik. Hal ini membuka peluang bagi jenama audio atau komunitas hobi dalam bentuk *branding* atau promosi produk.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.2 Identifikasi Masalah

1.3 Rumusan Masalah

1.4 Tujuan Perancangan

1.5 Batasan Lingkup Perancangan

1.6 Manfaat Perancangan

1.7 Sistematika Penulisan

BAB II LANDASAN TEORETIS

2.1 Kajian Teori dan Studi Literatur

2.2 Tinjauan Perancangan Terdahulu

2.3 Kerangka Teoretis

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Metode Perancangan

3.2 Objek Perancangan dan Analisis Data

3.3 Konsep Kreatif

3.4 Konsep Visual

3.5 Konsep Media

3.6 Program Kreatif

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengolahan Ide

4.2 Eksekusi Visual

4.3 Penerapan pada Media

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

5.2 Saran