



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1. Metodologi Pengumpulan Data**

Metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis adalah penelitian kualitatif dan kuantitatif. Metode penelitian kualitatif yang dilakukan berupa wawancara terstruktur yang dilakukan beberapa narasumber serta mengadakan FGD dengan target audiens. Untuk metode kuantitatif, penulis mengandalkan penyebaran kuesioner melalui jaringan online.

Untuk memenuhi pengetahuan penulis terhadap topik yang diambil, penulis dengan Bapak Reza A.A Wattimena, seorang peneliti dan penulis di bidang Filsafat sekaligus Dosen Filsafat untuk mengetahui definisi berpikir kritis, hal yang mendasari berpikir kritis dan apakah berpikir kritis dapat ditanamkan sejak usia dini. Wawancara yang berikutnya juga penulis lakukan dengan Ibu Ivon Hartanto selaku Psikolog Anak dari Kayross Consulting di Alam Sutera untuk mengetahui tentang perkembangan kognitif pada anak serta kemungkinan untuk mengajarkan cara berpikir kritis pada anak-anak.

Penelitian kuantitatif berupa kuesioner untuk mengetahui kesadaran masyarakat di Jakarta dan Tangerang terhadap pentingnya berpikir kritis terutama pada anak-anak. Kuesioner ini disebarikan melalui media pengumpulan data *google form* yang dilakukan selama periode 17 sampai 20 Maret 2019.

### 3.1.1. Wawancara

#### 3.1.1.1. Reza Alexander Antonius Wattimena



Gambar 3.1. Wawancara dengan Pak Reza

Tanggal 4 Maret 2019, merupakan kali pertama penulis bertemu dengan Pak Reza di sebuah tempat makan di daerah Menteng, Jakarta untuk membahas topik tentang berpikir kritis. Dr. der Phil. Reza A.A Wattimena adalah seorang penulis sekaligus dosen yang juga merupakan seorang peneliti di bidang filsafat ilmu, filsafat politik dan filsafat komparatif. Penulis sendiri pertama kali membaca tulisan mengenai kemampuan berpikir kritis pada anak-anak melalui tulisan pada halaman blog pribadi milik Pak Reza yaitu Rumah Filsafat sejak awal tahun 2019.

Menurut Pak Reza, berpikir kritis itu adalah seni untuk memilah informasi dan penting bagi masyarakat untuk bisa berpikir kritis agar tidak mudah tertipu. Menurut Pak Reza, orang yang berpikir kritis selalu memiliki pertanyaan dalam benaknya dan bersikap skeptis juga tidak mudah percaya terhadap informasi yang masuk, serta tidak lupa selalu

memeriksa ulang fakta. Pandangan Pak Reza terhadap pola pikir mayoritas masyarakat Indonesia itu sangat lemah berdasarkan hasil observasi beliau selama ini. Beliau mengatakan bahwa mayoritas orang Indonesia cenderung mudah tertipu SMS palsu, terjerat dalam radikalisme agama. Beliau juga menyinggung sistem pendidikan di Indonesia yang kualitasnya sangat kurang dibandingkan dengan negara maju di Eropa.

Selain bertanya tentang masalah, penulis juga menanyakan solusi seperti apakah ada cara untuk mengasah kemampuan berpikir kritis. Tanggapan Pak Reza adalah “Bisa, dengan cara mengubah kebiasaan kita aja. Misalnya, apa yang kita dengar, apa yang kita lihat jangan dipercaya dulu sampai terbukti benar. Rumusnya ‘*masa sih, dasarnya apa?*’” (R. A. A., Wattimena, komunikasi pribadi, 4 Maret 2019). Pak Reza menyebutkan salah satu manfaat berpikir kritis antara lain adalah menjadi lebih rasional dalam mengambil sebuah keputusan. Selain itu menurut Pak Reza hambatan seseorang dalam berpikir kritis adalah karena takut akan tekanan dalam lingkungan, perasaan terkucilkan dan menjadi berbeda diantara yang lain.

Pada akhirnya penulis meminta pendapat tentang berpikir kritis dan anak-anak, Pak Reza dengan semangat menjawab bahwa sesungguhnya anak-anak secara alami adalah makhluk berpikir kritis. Anak-anak penuh dengan rasa ingin tahu dan tidak mudah percaya, usia anak-anak dipercaya adalah usia yang tepat untuk mulai belajar berpikir kritis hanya saja cara penyampaiannya berbeda dengan orang dewasa. Anak-anak harus

diajarkan dengan cara yang lebih sederhana dan variatif, seperti cerita, ilustrasi, lagu dan gambar-gambar yang warnanya terang. Selain itu, ternyata faktor pendukung seperti orang tua atau wali yang memiliki peran penting pada proses anak belajar karena anak-anak cenderung meniru apa yang ada disekitarnya.

Tidak lupa penulis juga meminta saran dari Pak Reza mengenai media yang cocok untuk mengasah kemampuan berpikir kritis pada anak-anak. Pak Reza berpendapat bahwa cerita tentang kehidupan yang dapat mengajak anak-anak untuk berdiskusi, atau cerita filsafat secara umum. Sebenarnya buku yang dapat memicu pemikiran kritis untuk anak dan sudah banyak diterbitkan dalam bahasa Inggris dan Jerman, sayangnya topik ini masih sangat kurang dijumpai di Indonesia.

Pada bulan Februari 2020, penulis bertemu lagi dengan beliau untuk membahas topik tugas akhir. Pak Reza memberikan penulis tentang pengantar berpikir kritis yang ada dalam dunia pendidikan dan beberapa bacaan terkait dengan hal itu. Pak Reza juga menyatakan bahwa sistem *Higher Order Thinking Skills* sebenarnya adalah berpikir kritis itu sendiri. Berbekal dengan data yang didapat dari psikolog anak, saya bertanya tentang kemungkinan topik untuk anak yang dapat digunakan untuk melatih berpikir kritis, namun mendapatkan jawaban yang kurang memuaskan yaitu tentang berpikir kritis itu sendiri. Pak Reza juga tidak menyarankan membawa topik lain seperti bullying karena variabelnya banyak dan takut inti dari masalahnya tidak terserap dengan baik. Oleh

sebab itu penulis menarik kesimpulan bahwa untuk mengatasi permasalahan *bullying* itu sebenarnya juga membutuhkan berpikir kritis dan pikiran kritis itu sendiri dapat dicontoh dalam situasi *bullying*.

### 3.1.1.2. Ivon Hartanto



Gambar 3.2. Wawancara dengan Bu Ivon

Ibu Ivon Hartato, M.Psi adalah seorang psikolog klinis untuk anak dan remaja lulusan dari Universitas Tarumanegara. Penulis bertemu dengan Ibu Ivon untuk pertamakalinya di Kayross Consulting pada tanggal 5 Februari 2020 pada pukul 10 pagi. Dalam wawancara kali ini, penulis langsung bertanya mengenai teori perkembangan kognitif pada anak karena membahas sesuatu yang berkaitan dengan kognitif anak. Ibu Ivon menggunakan teori milik Piaget dalam membagi tahapan perkembangan kognitif pada anak, yaitu Sensori Motor merujuk pada anak usia 0-24 bulan, Pra Operasional merujuk pada anak usia 2-7 tahun, Operasional Konkret untuk anak umur 7-11 tahun dan tahap operasional formal untuk anak 11 tahun keatas.

Ibu Ivon mengatakan bahwa anak dalam tahapan Operasional Konkret memiliki penalaran yang sudah dapat digunakan namun harus dengan memberi sesuatu yang konkret seperti melakukan eksperimen sains. Pemahaman anak terhadap suatu hal bisa berbeda-beda karena tergantung dengan kemampuan anak itu sendiri sesuai dengan stimulasi yang didapat baik dari genetik maupun orangtuanya. Namun, menurut beliau anak-anak diatas umur 11 tahun pasti sudah bisa memahami konsep yang sifatnya abstrak seperti orang dewasa. Adapun contoh kasus yang dialami oleh ibu Ivon sendiri, yaitu ada orangtua yang datang ke psikolog dengan memberi keluhan anaknya sering bertanya dan setelah ditelusuri memang anak ini memiliki kecerdasan yang lebih dari temannya.

Ibu Ivon sendiri mengaku sangat setuju mengenai topik berpikir kritis untuk anak-anak karena sekarang ini dunia berkembang pesat dan beriringan dengan kemajuan teknologi. Menurut beliau, anak-anak zaman sekarang itu mampu bertanya hal-hal yang anak zaman dulu tidak tanyakan. Oleh sebab itu, Ibu Ivon berpendapat bahwa ada baiknya jika orangtua ikut dilibatkan dalam aktivitas anak agar bisa maju untuk mengimbangi pola pikir anak-anaknya. Ibu Ivon menyatakan bahwa anak semuda umur 3 tahun bahkan sudah bisa bersikap kritis terhadap suatu kuantitas yang orangtua mungkin saja tidak paham kemudian menutupi sehingga anak akhirnya memiliki pemahaman yang salah dan akhirnya semakin memperburuk suasana. Dampak kurangnya stimulasi itu sendiri untuk anak-anak adalah jadi mudah percaya oleh sebab itu Ibu Ivon

menyarankan agar anak belajar berpikir kritis sedini mungkin, seperti ketika anak sudah berusia diatas 2 tahun dan mulai memunculkan pertanyaan-pertanyaan kritis.

Ibu Ivon menyatakan bahwa anak dalam rentang usia 6-12 tahun mash tertarik dengan media yang memiliki banyak gambar dan bahasa yang ringan. Ibu Ivon mencontohkan komik eksiklopedi yang banyak tersebar akhir-akhir ini, menurut Ibu Ivon karena minat membaca anak yang menurun setiap tahunnya ada baiknya jika memberikan *gimmick* pada anak melalui gambar dan topic yang menarik perhatian mereka. Tujuannya sebenarnya untuk membuat anak melihat kemudian menyerap materi penting yang berusaha disampaikan oleh media itu.

Ibu Ivon sendiri juga menyatakan bahwa berpikir kritis dapat digunakan anak dalam situasi sosial seperti dalam menghadapi *bullying*. Sebenarnya bullying itu sendiri faktor penyebabnya ada beberapa, namun faktor yang berasal dari diri sendiri itu dapat dimunculkan oleh berpikir kritis seperti keberanian dan kepercayaan diri.

### **3.1.1.3. Ratih Kusumawardhani**

Konsep cerita dalam buku ini diadaptasi dari pengalaman Bu Ratih selama menjadi guru BK di sekolah dan pengalaman-pengalaman konseling anak dan orangtua dari Ibu Ivon Hartanto. Bu Ratih menyatakan bahwa beliau lebih banyak menggunakan film atau peristiwa yang terjadi disekolah untuk memicu anak dalam berpendapat. Berdasarkan pengalaman beliau, anak-anak itu sebenarnya mudah tertarik pada suatu hal, sayangnya anak-anak belum bisa diajarkan hal yang sifatnya abstrak namun anak-anak sudah mampu belajar untuk mengutarakan hasil observasi mereka sendiri. Di tempat Bu Ratih mengajar, terdapat jam Bimbingan Konseling dimana anak-anak dibiasakan untuk menuliskan refleksi atau berpendapat mengenai sebuah film maupun melakukan diskusi terbuka jika ada sebuah peristiwa yang terjadi di sekolah.

Ibu Ratih sendiri mengaku kagum dengan kemampuan anak-anak didiknya untuk berpikir dan menyampaikan pendapatnya. Anak pada tingkat Sekolah Dasar sendiri memiliki tingkat pemahaman kata, menurut Bu Ratih anak-anak yang sudah mulai bisa memahami kalimat yang utuh adalah sekitar kelas 3-5 SD atau setara dengan usia 7-11 tahun. Walaupun buku ini juga bisa digunakan untuk pembaca yang lebih tua secara usia, namun umumnya anak 6 SD keatas sudah tidak mau didekati dengan pendekatan yang kekanak-kanakan karena pemikirannya sudah mulai dewasa atau memasuki masa remaja.

### 3.1.2. Kuesioner

Kuesioner tentang kesadaran masyarakat Jakarta dan Tangerang tentang berpikir kritis ini ditentukan dengan metode random sampling. Jumlah sampel diambil dari data milik Bappenas tahun 2018, dengan penentuan jumlah sampel dengan Rumus Slovin dengan margin error sebesar 10 persen dan kepercayaan diri akan hasil sebesar 94 persen. Penulis mendapatkan jumlah 89 minimal responden dari keseluruhan populasi sebesar 6.335.086 orang sebagai tolak ukur kesuksesan pengumpulan data. Penulis menyebarkan kuesioner ini secara *online* dengan meminta bantuan kepada target yang spesifik agar tidak keluar dari Tangerang dan Jakarta. Kuesioner disebarkan pada remaja hingga orangtua yang memiliki perbandingan umur yang signifikan terhadap anak-anak, untuk mendapatkan data mengenai pengetahuan masyarakat di era modern mengenai berpikir kritis. Data yang diperoleh melalui kuesioner antara lain adalah :

1. Dari total 90 responden, 75,6% berusia 17-25 tahun, 12,2% berusia 46-55 tahun, 7,8% berusia 26-35 tahun.
2. Sebesar 53,3% responden berasal dari wilayah Jakarta dan sebesar 34,4% responden berasal dari wilayah Tangerang.
3. Sebesar 73,3% responden masih mahasiswa dan tidak ada responden yang bekerja sebagai pegawai negeri.
4. Sebesar 55,6% responden mengaku sering ditanya oleh anak kecil, mayoritas yang menjawab dengan jawaban tidak berasal dari orang-orang berusia 17-25 tahun.

5. 85,6 % responden menyatakan tahu apa itu berpikir kritis
6. Sebanyak 86,7% responden setuju bahwa rasa ingin tahu adalah hal yang dapat mengasah berpikir kritis dan hanya 13,3% responden yang menjawab ujian berbasis *Higher Order Thinking Skill* (HOTS).
7. Sebanyak 61,1% responden baru mengetahui bahwa HOTS bisa diimplementasikan di sekolah.
8. Sebanyak 97,8% responden tertarik dengan media yang dapat membantu anak berpikir kritis sejak dini.

### **3.2. Metodologi Perancangan**

Dalam merancang tugas akhir, penulis menggunakan metode *Design Process* yang dikemukakan oleh Landa (2014) dalam bukunya *Graphic Design Solutions* yang membagi proses desain kedalam 5 tahap perancangan, yakni :

1. Pengumpulan Data

Dalam tahap ini, penulis mengumpulkan data kuantitatif dan kualitatif berupa wawancara terstruktur dengan Pak Reza Wattimena selaku ahli filsafat, Ibu Ivon selaku psikolog anak dan Ibu Ratih selaku guru mata pelajaran Bimbingan Konseling. Penulis juga mengumpulkan kuesioner melalui *google form*, dan yang terutama melakukan studi pustaka yang berkaitan dengan topik berpikir kritis, dunia pendidikan, psikologi anak ilustrasi dan buku cerita anak.

2. Analisis data

Data-data yang sudah didapatkan penulis, tentang berpikir kritis dan bullying kemudian penulis olah untuk mencari solusi atas masalah tersebut melalui buku cerita interaktif.

### 3. Konsep Visual

Pada tahap ini, akan dimulai sketsa dan perancangan konsep visual yang sesuai dengan kriteria buku cerita interaktif untuk anak-anak. Konsep visual meliputi *mind map* dan *moodboard* sebagai acuan dalam membuat desain.

### 4. Desain

Konsep visual yang sudah dirancang sebelumnya diterapkan untuk membuat desain buku cerita interaktif sebagai media utama, juga perancangan media promosi sebagai media sekunder dalam bentuk fisik maupun digital.

### 5. Implementasi

Tahap terakhir adalah menerapkan semua data dan visual yang sudah didapatkan menjadi bentuk nyata dari media utama maupun media sekunder. Dalam memberikan informasi tentang berpikir kritis, penulis merancang sebuah buku yang simpel, interaktif dan tentunya terjangkau. Desain media sekunder yang dibuat penulis berbentuk promosi di lokasi tertentu untuk memperkenalkan dan menjual media utama.