



### **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 pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah metode campuran atau *hybrid*, yakni metode kuantitatif dan metode kualitatif. Metode kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online kepada para *emerging adults* di kota-kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Medan, dll. Sedangkan untuk metode kualitatif, dilakukan melalui wawancara terhadap psikolog, analisis target audiens, dan studi eksisting.

##### **3.1.1. Kuesioner**

Menurut Sugiyono (2017), kuesioner merupakan metode pengumpulan data melalui beberapa pertanyaan tertulis yang diberikan ke responden untuk dijawab (hlm. 142). Kuesioner ini disebarakan secara online kepada para *emerging adults* (usia 18-25 tahun) di kota-kota besar di Indonesia untuk mengetahui pandangan mereka mengenai mengeluh. *Emerging adults* menjadi target utama penulis dalam perancangan Tugas Akhir ini karena pada rentang usia tersebut merupakan transisi dari masa remaja menuju dewasa di mana mereka akan banyak bereksplorasi dengan berbagai kemungkinan dalam hidup, baik dalam cinta, pekerjaan, dan pandangan dunia (Arnett, 2000).

Pengumpulan data melalui kuesioner *online* ini bertujuan untuk mengukur seberapa banyak orang yang mengetahui informasi lebih dalam mengenai mengeluh (tipe-tipe mengeluh, dampak positif atau negatif dari mengeluh, aturan

untuk mengeluh, dll.). Penentuan jumlah sample minimal dihitung menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

$$S = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$
$$S = \frac{44.097.700}{1 + 44.097.700(0,1)^2}$$
$$S = \frac{44.097.700}{1 + 44.097.700(0,01)}$$
$$S = \frac{44.097.700}{1 + 440.977}$$
$$S = \frac{44.097.700}{440.978}$$
$$S = 99,99 \approx 100$$

Keterangan:

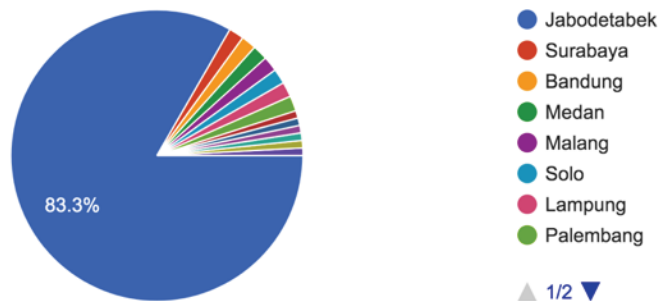
$S$  : Sampel

$N$  : Populasi (data dari katadata.co.id)

$e$  : Taraf kesalahan atau nilai kritis

Berdasarkan hasil dari rumus Slovin tersebut, penulis setidaknya harus mengumpulkan sampel sebanyak 100 responden. Dari hasil kuesioner yang telah penulis sebar, terdapat 120 responden dengan perbandingan 51,7% (62 orang) adalah laki-laki dan 48,3% (58 orang) adalah perempuan.

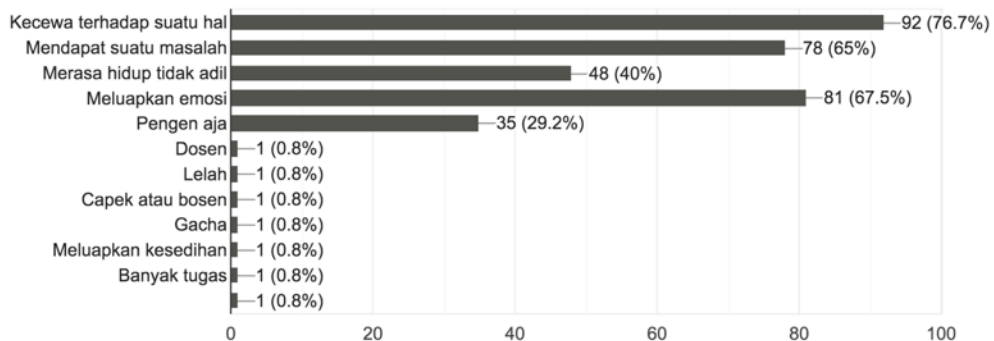
Domisili  
120 responses



Gambar 3.1. Kuesioner Hasil Domisili

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat dilihat pada gambar 3.1. bahwa mayoritas responden berdomisili di Jabodetabek sebanyak 100 orang (83,3%). Sedangkan sisanya tinggal di kota-kota besar lain, seperti Surabaya (2 orang), Bandung (2 orang), Medan (2 orang), Malang (2 orang), Solo (2 orang), Lampung (3 orang), Palembang (2 orang), Semarang (1 orang), dll.

Apa alasan Anda mengeluh?  
120 responses



Gambar 3.2. Hasil Kuesioner Alasan Mengeluh

Penulis kemudian menanyakan apa alasan responden untuk mengeluh, sebanyak 76,7% (92 orang) responden menjawab karena kecewa terhadap suatu

hal, 67,5% (81 orang) responden menjawab karena ingin meluapkan emosi, 65% (78 orang) responden menjawab karena mendapat suatu masalah, 40% (48 orang) responden menjawab karena merasa hidup tidak adil, 29,2% (35 orang) responden menjawab karena ingin saja, dan sisanya sebanyak 7 orang menjawab karena hal lain, seperti karena dosen, lelah, tugas yang banyak, dll.



Gambar 3.3. Hasil Kuesioner Pandangan Terhadap Mengeluh

Dilanjutkan dengan pertanyaan terbuka mengenai pandangan responden terhadap mengeluh. Mayoritas responden (59,2%) menganggap bahwa mengeluh itu tidak baik, seperti yang bisa dilihat pada gambar 3.4. Saat penulis menganalisis alasan responden, ditemukan bahwa mayoritas responden yang menjawab mengeluh itu tidak baik karena mengeluh dianggap tidak menyelesaikan masalah, tidak bersyukur, buang-buang energi dan waktu, menyebabkan munculnya pemikiran negatif, dll. Sedangkan 31,7% responden yang menjawab bahwa

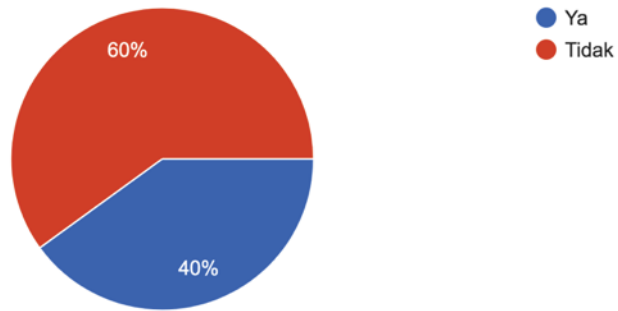
mengeluh itu baik karena mereka menganggap mengeluh itu perlu dilakukan untuk meluapkan atau mengeluarkan emosi agar tidak dipendam. Sebanyak 7,5% responden menganggap bahwa mengeluh itu bisa baik atau buruk karena menurut mereka selama tidak berlebihan, mengeluh baik dilakukan untuk meluapkan emosi, tetapi apabila sudah berlebihan dan dilakukan terus menerus, mengeluh dianggap tidak baik, dan sisanya menjawab tidak tahu



Gambar 3.4. Hasil Kuesioner Dampak Buruk Mengeluh

Pertanyaan lebih mendalam mengenai dampak buruk dari kebiasaan mengeluh, sebanyak 55% responden (66 orang) mengetahui dampak buruk yang bisa muncul dari kebiasaan mengeluh. Menurut mereka, dampak buruk yang bisa muncul adalah *self pity*, pemikiran negatif, menjadi emosian atau pemarah, tidak produktif, tambah stres, jadi pesimis, tidak disukai orang, dll.

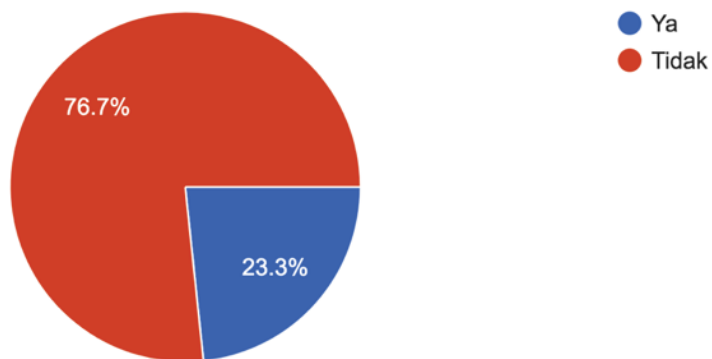
Apakah Anda pernah mengalami dampak positif setelah mengeluh?  
120 responses



Gambar 3.5. Hasil Kuesioner Dampak Positif Mengeluh

Selanjutnya, pertanyaan lebih mendalam mengenai dampak positif yang responden pernah alami setelah mengeluh. Hanya 40% responden yang menjawab pernah mengalami dampak positif setelah mengeluh. Menurut mereka, dampak positif tersebut adalah menjadi lebih lega atau bisa melepaskan emosi, mendapatkan masukan dari orang lain, dan memotivasi diri sendiri untuk melakukan lebih baik lagi.

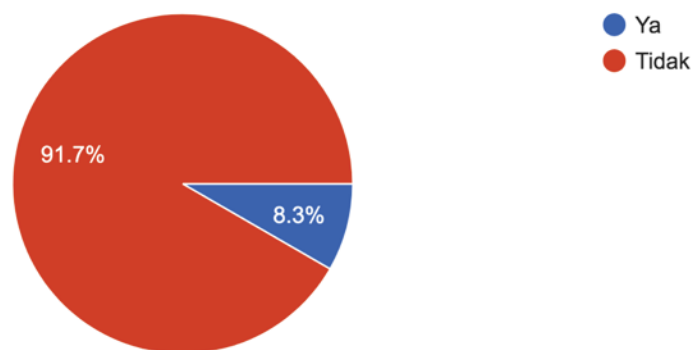
Apakah Anda tahu apa saja tipe-tipe orang mengeluh?  
120 responses



Gambar 3.6. Hasil Kuesioner Tipe-Tipe Mengeluh

Dilanjutkan dengan pertanyaan tertutup mengenai tipe-tipe mengeluh, mayoritas responden menjawab tidak mengetahui apa saja tipe-tipe mengeluh dengan persentase 76,7% (92 orang) dan 23,3% (28 orang) yang menjawab mengetahui hal tersebut. Untuk mengetahui lebih dalam sejauh mana responden yang menjawab mengetahui tipe-tipe mengeluh, penulis memberikan beberapa pertanyaan mengenai keluhan yang disebut sebagai *venting*, *chronic complaining*, dan *instrumental complaining*. Berdasarkan hasil kuesioner, ditemukan bahwa hanya 22,5% responden (27 orang) yang mengetahui apa yang disebut sebagai *venting*, 18,3% responden (22 orang) yang mengetahui apa itu *chronic complaining*, dan 7,5% responden (9 orang) yang mengetahui apa itu *instrumental complaining*.

Tahukah Anda ada aturan untuk mengeluh?  
120 responses



Gambar 3.7. Hasil Kuesioner Aturan Mengeluh

Pertanyaan terakhir adalah tentang ketidaktahuan responden terhadap aturan untuk mengeluh. Dapat dilihat pada gambar 3.8. bahwa sebanyak 91,7% responden (110 orang) menjawab tidak mengetahui kalau ada aturan untuk



mengeluh. Sisanya sebanyak 8,3% responden (10 orang) mengetahui adanya aturan untuk mengeluh.

#### **3.1.1.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari kuesioner yang telah disebarkan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas *emerging adults* tidak mengetahui tipe-tipe mengeluh seperti apakah mereka dan dampak (positif dan negatif) yang bisa muncul dari keluhan yang mereka lakukan. Bahwa hanya sekitar 7,5% responden yang menganggap mengeluh itu bisa baik dan tidak baik (tergantung) dilakukan. Berdasarkan alasan yang diberikan pun kurang tepat karena terlalu relatif untuk diukur oleh masing-masing pribadi di mana mereka menganggap bahwa mengeluh yang berlebihan itu tidak baik dilakukan. Hal ini menunjukkan kurangnya pengetahuan para *emerging adults* terkait keluhan seperti apa yang benar dilakukan dan keluhan seperti apa yang membawa dampak negatif. Sebagian besar dari para *emerging adults* ini juga tidak mengetahui kalau ada aturan untuk mengeluh. Mereka hanya mengetahui kalau mengeluh itu sekadar mengeluh saja, namun setidaknya sudah mengetahui informasi dasar atau umum mengenai dampak (positif dan negatif) yang bisa muncul dari mengeluh.

#### **3.1.2. Wawancara**

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab antara pewawancara dan narasumber baik secara langsung maupun melalui perantara media elektronik (Kothari, 2004). Moleong (2016) menambahkan bahwa wawancara yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang

memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Sebelum melakukan wawancara pun, pewawancara harus mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan.

#### **3.1.2.1. Wawancara dengan Psikolog I**

Penulis melakukan wawancara dengan seorang psikolog di Universitas Multimedia Nusantara bernama Fiona Valentina Damanik, S.Psi., M.Psi. Wawancara dilakukan pada hari Senin, 2 Maret 2020 di Student Support yang berada di gedung C lantai 3. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui pandangan psikolog mengenai kebiasaan mengeluh sehingga dapat memberikan validasi terhadap informasi yang penulis dapatkan melalui buku maupun jurnal atau artikel di internet.

Menurut Fiona, mengeluh merupakan hal yang dikeluarkan ketika kita merasa tidak enak apalagi karena dipendam saja, untuk beberapa orang bisa membantu mereka meringankan beban pikiran dalam menjalani hari-hari mereka. Alasan penyebab orang mengeluh bisa dari berbagai aspek kehidupan, bisa karena keluarga, teman, pekerjaan, dll. Beliau menyebutkan dampak baik dari mengeluh adalah bisa meluapkan emosi mereka daripada hanya dipendam saja. Selain itu, mengeluh dengan *problem solving* dan juga kesadaran terhadap tanggung jawab mereka memberikan dampak yang positif. Sedangkan dampak buruk dari mengeluh adalah membuat keluhan itu menjadi berlarut-larut, memperumit keadaan, membuat pemikiran semakin bercabang. Berdasarkan pandangan beliau,

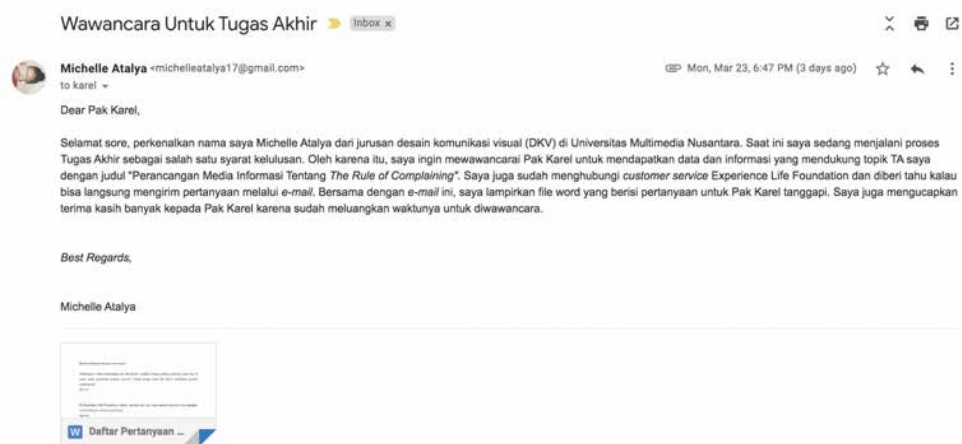
mengeluh baik dilakukan apabila dilakukan pada tempat yang tepat dan dengan tujuan.

Mengeluh juga bisa dilakukan dengan menulis atau menceritakan keluhan mereka ke orang yang bisa kita percaya. Beliau menganalogikan mengeluh seperti halnya sampah, di mana sampah dibuang pada tempatnya, begitu pula mengeluh yang dikeluarkan pada tempatnya. Keluhan yang tidak pada tempatnya menyebabkan orang yang menerima keluhan tersebut kedatangan “sampah” atau dirugikan. Oleh karena itu, keluhan harus diceritakan kepada orang-orang yang terpercaya atau yang bisa membantu kita dengan memberikan solusi atau masukan. Bisa dengan ke ruang konseling untuk menceritakan keluhan mereka.

Berkaitan dengan mengeluh yang dapat menular, Fiona memberikan validasi terkait hal ini di mana manusia cenderung meng-*copy* atau mengikuti hal-hal disekelilingnya sehingga bisa terbawa emosi maupun perilakunya. Manusia melihat orang tua ataupun orang disekeliling mereka dalam menghadapi suatu masalah dan kemudian menirukannya, yakni dengan mengeluh. Menurutnya, solusi agar keluhan yang dikeluarkan menjadi efektif adalah dengan mengetahui dan mengenali kemampuan diri dalam menghadapi persoalan, mengatur prioritas, dan kemudian dikeluarkan melalui keluhan kepada orang yang tepat. Pola pikir yang ditularkan, apa yang didapatkan dari mengeluh dan tujuannya.

### 3.1.2.2. Wawancara dengan Psikolog II

Penulis melakukan wawancara dengan Karel K. Himawan selaku Psikolog Klinis sekaligus Founder dari Experience Life Foundation dan telah melakukan praktik psikologi sejak tahun 2013. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 23-24 Maret 2020 melalui *e-mail*. Hal ini dilakukan sehubungan dengan adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan orang-orang bekerja dari rumah, untuk itu para pekerja di Experience Life Foundation juga menerapkan hal yang sama sehingga penulis tetap bisa melakukan wawancara meskipun melalui *e-mail*.



Gambar 3.8. Wawancara Lewat *E-mail*

Dari hasil wawancara tersebut, penulis mendapatkan informasi bahwa mengeluh merupakan ekspresi ketidakpuasan seseorang atas peristiwa yang dialami di mana seseorang mengeluh ketika berada dalam situasi negatif, tidak sesuai dengan harapannya. Namun ada juga beberapa orang yang mengeluh untuk mendapat perhatian dari orang lain, jadi bukan hanya menunjukkan reaksi atas apa yang dialami, tetapi juga dimaksudkan

agar mendapat atensi atas keluhannya. Seseorang yang memiliki kebiasaan mengeluh memang predisposisinya senang mengeluh, tidak peduli berapa usianya dan seberapa banyak permasalahan dalam hidupnya. Beliau juga menjelaskan bahwa mengeluh bisa mengekspresikan perasaan seseorang sehingga masing-masing pihak dapat saling memahami dan mengakomodasi kebutuhannya. Untuk dampak negatifnya sendiri, seseorang yang terus-menerus tidak puas dalam hidupnya, penilaiannya akan selalu negatif terhadap hidup, orang lain, dan lingkungannya. Bahkan bukan tidak mungkin bisa menyebabkan penyakit fisik juga.

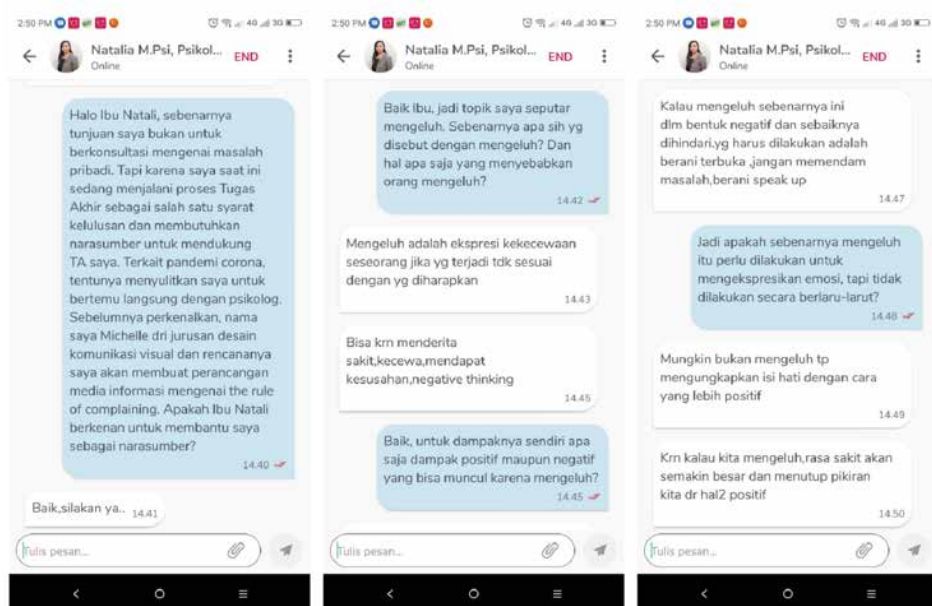
Mengetahui informasi mengenai tipe-tipe mengeluh dan aturan mengeluh penting untuk membantu seseorang mengevaluasi diri, termasuk mengetahui apakah keluhan yang dilakukannya bermanfaat atau tidak. Aturan untuk mengeluh ini yang dikemukakan oleh Gordon dalam bukunya yang berjudul "*The No Complaining Rule*" juga seperti strategi yang baik untuk menyesuaikan ekspektasi sehingga dapat fleksibel dalam menerima realitas yang tidak sesuai dengan harapan, solusi yang dirumuskan pun lebih realistis dengan kondisi yang dialami.

Beliau juga menambahkan bahwa mengeluh merupakan bagian dari ekspresi dan perlu disalurkan, namun penyalurannya perlu kontekstual dan proporsional. Kontekstual berarti mengetahui tempat dan waktunya, melalui media apa dan kepada siapa seseorang mengeluh. *Writing therapy* dengan memiliki jurnal harian untuk mengekspresikan perasaannya juga bisa dilakukan dan mengekspresikan perasaan kepada orang terdekat juga bisa

menjadi cara yang tepat untuk memperkuat relasi karena beberapa keluhan bisa bersifat personal sehingga menunjukkan bahwa kita mempercayai orang tersebut. Sedangkan untuk proporsional berarti tidak berlebihan, tidak dilakukan berlarut-larut apalagi keluhan yang dilakukan berada di luar kontrol diri.

### 3.1.2.3. Wawancara dengan Psikolog III

Penulis juga melakukan wawancara dengan seorang psikolog bernama Natalia, M.Psi. Wawancara dilakukan pada hari Minggu, 5 April 2020 di aplikasi Halodoc. Beliau merupakan psikolog klinis untuk anak dan remaja yang sudah memiliki pengalaman sekitar 17 tahun. Natalia memiliki tempat praktik di Klinik Pelangi, Kota Wisata Cibubur. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui target utama dan pandangan beliau mengenai media informasi tentang mengeluh.



Gambar 3.9. Screenshot Wawancara Psikolog III

Menurut Natalia, mengeluh merupakan ekspresi kekecewaan seseorang jika yang terjadi tidak sesuai dengan yang diharapkan, bisa karena menderita sakit, mendapat kesusahan, dll. Mengeluh sebenarnya dalam bentuk negatif dan sebaiknya dihindari. Bukan berarti memendam masalah, tapi mengungkapkan isi hati dengan cara yang lebih positif. Mengeluh sebenarnya perlu dilakukan karena bentuk kesadaran awal adanya bahaya, rasa sakit, atau sesuatu yang salah atau tidak tepat. Tapi bahayanya adalah orang jadi terpaksa dengan hal-hal yang negatif saja dan menutup penyelesaian masalah dengan cara yang lebih positif.

Natalia juga menyetujui adanya tipe-tipe mengeluh sebagai bahan edukasi. Hal ini baik untuk diketahui dan orang diarahkan untuk mengeluh dengan cara yang lebih positif. Mengenai target utama untuk media informasi tentang mengeluh ini, Natalia mengatakan bahwa *emerging adulthood* (18-25 tahun) yang merupakan target awal penulis sudah tepat. Menurutnya, tahapan ini merupakan masa peralihan dan masa paling berat bagi seseorang, biasanya di usia 19-22 tahun. Hal ini karena tadinya bergantung dengan orang tua, jadi memutuskan segala sesuatunya sendiri dan tanggung jawab semakin besar. Masa di mana orang beradaptasi dengan periode baru dalam kehidupan dan membutuhkan daya tahan dan daya juang yang maksimal.

Natalia memberikan masukan mengenai konten buku tentang mengeluh ini. Selain adanya informasi tentang pengertian, tipe-tipe, dampak, dan solusi lain dari mengeluh, beliau menyarankan untuk lebih

menekankan pada *positive thinking*. Manfaat dari *positive thinking* dan perlunya meningkatkan rasa percaya diri seseorang untuk mengurangi keluhan yang negatif. Dan juga menekankan pada informasi untuk mengurangi mengeluh di media sosial karena akan hanya memperburuk keadaan emosi seseorang dengan melihat reaksi dari orang-orang yang berkomentar negatif.

#### 3.1.2.4. Wawancara dengan Editor

Penulis melakukan wawancara dengan Katrine Gabby Kusuma, seorang editor di Kepustakaan Populer Gramedia (KPG), khususnya menangani *imprint* POP yang menangani dan menerbitkan buku-buku untuk dewasa muda. Wawancara ini dilakukan secara online di Instagram *direct message* pada hari Selasa, 31 Maret 2020. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dan pandangan seputar buku dari mata seorang editor.



Gambar 3.10. Screenshot Wawancara Editor



Menurut Katrine, tren buku sejak tahun 2014 adalah buku dengan ilustrasi yang banyak. Sejak buku yang berjudul “#88LOVELIFE” karya Diana Rikasari dan Dinda Puspitasari muncul, banyak bermunculan buku-buku serupa yang memiliki kata-kata yang sedikit, namun memiliki banyak ilustrasi. Dari segi bahasa, penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris sama-sama kuat. Tapi, semenjak buku yang berjudul “NKCTHI” karya Marchella F. P. muncul, para penulis buku menjadi lebih sering menulis dalam bahasa Indonesia.

Katrine menambahkan bahwa buku jenis ini bisa tren karena bantuan media sosial juga, seperti foto ala *Instagramable*, *flatlay*, dan semacamnya. Kemudian di-*share* di media sosial seperti Instagram. Dari sini, buku-buku sejenis jadi makin dikenal luas dan menyasar orang yang awalnya tidak terlalu suka baca mungkin karena bukunya tebal dan terlalu banyak tulisan. Oleh karena itu, buku berilustrasi ini bisa menjadi alternatif untuk membaca buku yang ringan dan menyenangkan, tapi tetap berbobot.

Katrine menjelaskan bahwa buku fisik atau konvensional masih banyak digemari dan tetap bertahan di era digital ini. Menurut beliau, penggunaan *e-book* di Indonesia masih tidak terlalu berjalan, bila dibandingkan dengan omzet buku cetak per tahun, omzet *e-book* atau buku digital ini hanya kurang lebih 1%-nya saja. Aplikasi seperti Wattpad, sekarang ini dipakai oleh penerbit dan penulis untuk tes pasar. Naskah dari Wattpad ini apabila dijadikan buku cetak, penjualannya tetap tinggi.

Di Penerbit POP sendiri, sering kali menerbitkan buku cetak yang formatnya *hard cover* dan penjualannya pun tinggi. Menurut Katrine, orang tidak hanya membeli buku untuk dibaca, tetapi juga untuk dikoleksi dan “dipamerkan” di media sosial. Pemilihan spesifikasi buku juga penting untuk diperhatikan. Dalam kasus buku interaktif yang penulis ingin rancang, *hard cover* bisa dipilih supaya buku tidak cepat rusak karena setiap hari harus dibuka dan ditulis. Pemilihan kertas yang tidak licin, seperti HVS atau *book paper*, supaya nyaman dan mudah untuk ditulis. Kalau tidak menggunakan banyak warna bisa memakai *book paper* 55gr, sedangkan untuk banyak warna bisa memakai *book paper* 60gr. Kekurangan penggunaan *book paper* adalah warna akan turun menjadi kekuningan, oleh karena itu sejak awal perancangan ilustrasi harus dipikirkan dan diatur. Apabila tidak suka warnanya menjadi kekuningan, bisa menggunakan HVS 80gr atau 100gr. Kekurangan penggunaan HVS adalah harganya lebih mahal dari *book paper*, jadi akan mempengaruhi harga jualnya. Untuk ukurannya, penulis bisa memperkirakan sendiri.

Katrine juga menyarankan bahwa dalam perancangan buku, konsep dan alur bukunya harus dipikirkan akan seperti apa. Mulai dari *style* gambar, seberapa banyak gambar yang ingin dimasukkan, *color pallete*, pembagian bab, pembahasannya, dan target market. Hal ini akan mempermudah perancangan bukunya. Sebagai contoh, penulis buku “Journal of Gratitude”, Sarah Amijo, ingin bukunya bisa dibawa kemana saja, teksnya juga tidak ingin terlalu banyak, dan tidak suka kalau warnanya turun menjadi

kekuningan. Oleh karena itu, dari awal sudah ditentukan bahwa bukunya akan *pocketable* dengan ukuran 10,5 x 16 cm. Teks yang sedikit juga akan disesuaikan *layout* dengan gambarnya. Penggunaan kertas HVS supaya warna tidak menjadi kekuningan. Contoh lain, penulis buku “NKCTHI”, Marchella F. P., ingin tulisannya lebih *relatable* dengan pembaca padahal naskahnya sudah siap cetak sejak Februari 2018. Oleh karena itu, Marchella membuat akun Instagram untuk tes pasar di bulan Februari. Dari akun tersebut, beliau mendapat *feedback* dari pembaca dan bisa memperluas sudut pandang dalam menulis. Alhasil, beberapa tulisannya diubah dan ada pula tulisan baru yang terinspirasi dari *followers*-nya. Setelah itu, buku “NKCTHI” ini diterbitkan bulan Oktober 2018. Untuk ukuran bukunya sendiri mengikuti buku Marchella yang sebelumnya, yakni “Generasi 90an” supaya terlihat bagus apabila disusun di rak buku karena ukurannya sama.

#### **3.1.2.5. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari wawancara yang telah dilakukan dengan ketiga psikolog tersebut, kesimpulan yang didapat adalah mengeluh baik dilakukan apabila penyalurannya dilakukan secara kontekstual dan proporsional. Mengeluh dinilai dapat memberikan dampak yang baik dan juga buruk, tergantung dari bagaimana seseorang melakukan keluhan tersebut. Selain itu, mengeluh itu menular juga divalidasi oleh Fiona karena secara psikologi manusia cenderung mengikuti atau meng-*copy* hal-hal di sekeliling mereka sehingga bisa terbawa emosi maupun perilakunya. Salah satunya adalah bagaimana orang-orang di sekeliling mereka menghadapi

masalah, yakni dengan mengeluh. Mengetahui tipe mengeluh seperti apakah mereka dan aturan tentang mengeluh menjadi penting agar bisa mengevaluasi diri. Terlebih lagi ada hal-hal dan solusi lain yang bisa dilakukan selain mengeluh. Targetnya pun merupakan *emerging adults* dengan usia 18-25 tahun karena tahapan ini merupakan masa peralihan dan masa paling berat bagi seseorang. Masa di mana orang beradaptasi dengan periode baru dalam kehidupan dan membutuhkan daya tahan dan daya juang yang maksimal.

Sedangkan untuk kesimpulan dari hasil wawancara editor, buku cetak atau konvensional masih sangat digemari di era digital ini. Bahkan aplikasi seperti Wattpad dimanfaatkan untuk tes pasar dan baru dibuat buku cetaknya. Tren buku saat ini yang digemari adalah buku berilustrasi dengan teks sedikit namun kontennya tetap berbobot. Hal ini bisa terjadi berkat bantuan media sosial juga di mana buku berilustrasi ini difoto ala *Instagramable, flatlay*, dan semacamnya, kemudian di-*share* di media sosial. Dalam perancangan buku pun, penting memperhatikan spesifikasi, konsep, target market, dan alur bukunya.

### **3.1.3. Analisis Target Audiens**

Berdasarkan hasil wawancara terhadap psikolog, ditemukan bahwa target utama yang sesuai dalam perancangan ini adalah *emerging adults*, yakni usia 18-25 tahun. Hal ini dikarenakan tahapan *emerging adulthood* merupakan masa peralihan dan masa paling berat bagi seseorang, masa di mana orang beradaptasi dengan periode baru dalam kehidupan dan membutuhkan daya tahan dan daya juang yang

maksimal. Arnett (2000) mengemukakan bahwa *emerging adulthood* merupakan usia di mana seseorang berfokus pada diri sendiri, mengeksplorasi jati diri, menghadapi banyaknya kemungkinan, dan memiliki hidup yang tidak stabil, serta adanya perasaan di antara keduanya, bukan remaja tetapi juga tidak sepenuhnya dewasa.

Stephens et al. (2007) menyatakan bahwa dalam psikologi konsumen terdapat dua tipe perilaku konsumen, yakni hedonis dan utilitarian. Utilitarian merupakan konsumen yang berfokus pada manfaat produk dan efek jangka panjangnya. Sedangkan konsumen hedonis merupakan konsumen yang bersifat subjektif di mana berfokus pada memenuhi keinginan diri sendiri seperti kebutuhan emosional, pengembangan diri, ekspresi diri, dan apa yang dianggapnya unik atau menarik (Weidman & Dunn, 2017). Kraus et al. (2012) menambahkan bahwa untuk kelompok dengan status ekonomi sosial rendah atau ke bawah memiliki akses ke sumber daya yang lebih sedikit, kehidupan mereka tunduk pada kendala dan ketidakpastian yang lebih besar dalam hidup. Oleh karena itu, mereka hanya dapat membeli produk utilitarian. Hal inilah yang menjadi landasan dalam pemilihan target utama dengan status ekonomi sosial menengah ke atas (A-B) di mana hasil akhir perancangan berupa buku ini nantinya akan dijual di toko buku dan dapat dikategorikan sebagai produk hedonis.

#### **3.1.4. Studi Eksisting**

Penulis juga melakukan penelitian menggunakan metode studi eksisting terhadap media konvensional dan media digital, yakni buku *self-help* dan *new interactive e-book*.

### 3.1.4.1. Buku *self-help*

Dalam media buku, penulis melakukan studi eksisting terhadap tiga buku *self-help* yang memiliki genre yang sama dengan perancangan Tugas Akhir penulis. Tujuannya adalah sebagai acuan dan referensi penulis dalam membuat “Perancangan Media Informasi Tentang Aturan Mengeluh”. Ketiga buku tersebut adalah Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini, I Want To Die But I Want To Eat Tteokpokki, dan Open A ToolKit For How Magic And Messed Up Life Can Be.

#### 1. Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini



Gambar 3.11. Buku NKCTHI karya Marchella F.P.

Buku pertama adalah buku yang berjudul “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini” yang diterbitkan oleh POP Publisher pada tahun 2018 dan telah menjadi salah satu buku *national best seller*. Buku ini merupakan sebuah karya yang ditulis dan juga dilustrasikan sendiri oleh Marchella F.P. Selain itu, buku ini terdiri dari 200 halaman dengan ukuran 14,5 cm x 18 cm. Buku dijilid menggunakan *hard cover* dan menggunakan *manuscript grid*.

Tipografi yang digunakan adalah *handwriting* dari Marchella dan menggunakan format *align* campuran untuk memberikan kesan personal dalam buku ini. Kontennya pun membahas tentang hal-hal personal yang kerap kali dialami oleh manusia biasa. Berbicara tentang harapan, ketakutan, kegagalan, ekspektasi, dll. yang kemudian dituangkannya dalam bentuk sederhana melalui kata dan visual. Penyusunan katanya pun sederhana menggunakan bahasa Indonesia namun memiliki makna yang dalam dan menarik. Visualnya seperti diilustrasikan dengan pensil warna atau *crayon* yang juga memberikan kesan personal dalam buku ini.

Sebelum buku ini diterbitkan, Marchella melakukan interaksi dengan masyarakat luas melalui media sosial, seperti Twitter dan Instagram. Berkat adanya media sosial tersebut, beliau mendapatkan *feedback* dan juga sudut pandang dari banyak orang. Tidak hanya sampai di situ saja, Marchella juga membuat sebuah *playlist* lagu di Spotify agar para pembaca yang aktif di Spotify bisa menikmati buku NKCTHI sembari mendengarkan lagu. Selain itu, Marchella juga menambahkan *free stickers* dan pembatas buku ke dalam buku ini. Tambahan *merchandise* lainnya pun, seperti enamel pin, baju, totebag, dll. dikeluarkan oleh brand yang didirikan Marchella sendiri, yakni Proud to Post It.

## 2. I Want To Die But I Want To Eat Tteokpokki



Gambar 3.12. Buku I Want To Die But I Want To Eat Tteokpokki karya Baek Se Hee

Buku kedua adalah buku yang berjudul “I Want To Die But I Want To Eat Tteokpokki” dan telah mendapatkan predikat *best seller* di Korea Selatan. Buku ini merupakan karya Baek Se Hee dan memiliki edisi bahasa Indonesia yang diterbitkan pada tahun 2019 oleh Penerbit Haru. Buku ini terdiri dari 236 halaman dengan ukuran 13 cm x 19 cm. Buku dijilid menggunakan *soft cover* dan menggunakan *manuscript grid*. Konten buku terdiri atas dua belas bab dan disajikan secara menarik dengan format percakapan antara si penulis dan psikiater.

Tipografi yang digunakan secara umum adalah *serif* dan menggunakan format *justify text*. Walaupun ilustrasi yang digunakan hanya sedikit, tetapi penulisan yang penting diberi *highlight* dan menggunakan tipografi jenis *sans serif* yang memiliki bentuk seperti



tulisan tangan. Selain itu, terdapat pula *quotes* ataupun kata-kata mutiara yang diselipkan ke dalam buku ini sehingga tetap menarik bagi pembaca. Topik yang menjadi pembahasan pun juga relevan dengan permasalahan yang dihadapi oleh generasi milenial, terutama perempuan dalam menerima dan mencintai dirinya sendiri. Penggunaan warna merah muda yang mendominasi dalam buku ini menunjukkan sifat feminim.

### 3. Open A ToolKit For How Magic And Messed Up Life Can Be



Gambar 3.13. Buku Open A ToolKit For How Magic and Messed Up Life Can Be karya Gemma Cairney

Buku yang terakhir adalah buku yang berjudul “Open A ToolKit For How Magic And Messed Up Life Can Be” karya Gemma Cairney dan terdapat ilustrasi karya Aurelia Lange. Diterbitkan pada tahun 2017 oleh Macmillan Children's Books, buku ini membahas tentang *mental health*, keluarga, sampai percintaan, dan segala sesuatu diantaranya. Buku ini terdiri dari 320 halaman dengan ukuran 17,8 cm x 23,5 cm.

Buku ini memiliki versi cetak dan *e-book*, untuk versi cetak buku dijilid menggunakan *hard cover*.

Namun, versi buku yang penulis miliki adalah dalam versi *e-book*. Konten buku terdiri atas empat bab utama dan memiliki 32 sub bab yang disajikan secara menarik dengan tambahan ilustrasi dan *quotes* di dalamnya. Tipografi yang digunakan secara umum adalah *serif* dan menggunakan format *justify text*. Tetapi juga terdapat tipografi jenis *sans serif* yang berbentuk seperti tulisan tangan. Warna yang digunakan pun bermacam-macam, namun warna kuning, biru, dan merah menjadi warna yang paling banyak digunakan. Buku ini juga menyediakan ruang kosong untuk membuat buku ini menjadi lebih interaktif sehingga pembaca bisa menulis dan mengisinya sesuai dengan kepribadian mereka.

### **3.2. Metodologi Perancangan**

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan sebuah proyek diambil dari teori menurut Landa (2011), yakni adanya lima tahapan dalam merancang suatu proyek yang merupakan cara ideal. Kelima tahapan tersebut antara lain:

#### *1. Orientation*

Proses *orientation* merupakan tahapan awal dalam pengerjaan grafik desain. Pada tahapan ini, dilakukan pengumpulan data dan informasi mengenai konten yang dibutuhkan untuk mengenal permasalahan yang ada. Pengumpulan data dan informasi dilakukan melalui metode wawancara, penyebaran kuesioner, dan studi *existing*. Penulis melakukan pengumpulan data dan informasi terkait

dengan mengeluh, seperti tipe-tipe mengeluh apa saja yang ada, dampak positif dan negatif dari mengeluh, aturan untuk mengeluh itu sendiri, dll.

## 2. Analisis

Setelah mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan, dilakukan analisis data dan informasi tersebut untuk disusun dan dijabarkan melalui *mind mapping*. Diharapkan dapat memudahkan munculnya ide-ide dalam pendekatan desain nantinya.

## 3. Concepts

Pada tahap ini, penulis mulai membuat dan menyusun beberapa pilihan bentuk visual dari media informasi yang akan dirancang berdasarkan ide-ide yang telah dikembangkan menjadi *big idea* dari hasil analisis. Begitu pula dengan menentukan *typeface* yang dapat berfungsi dalam permasalahan desain, serta warna-warna yang dapat membantu merepresentasikan nilai-nilai yang ada. Hal ini dilakukan agar pesan dan informasi yang penulis ingin sampaikan melalui media informasi dapat tersampaikan dengan baik.

## 4. Development

Dalam tahapan *development*, penulis akan membuat beberapa alternatif desain dari *big idea* yang telah didapatkan sebelumnya. Penulis juga akan melakukan asistensi desain kepada orang yang ahli dalam bidangnya, yakni dosen pembimbing dan dosen spesialis.

## 5. *Implementasi*

Pada tahap terakhir ini, penulis akan memproduksi hasil desain sesuai dengan media yang dibutuhkan dalam perancangan media informasi ini sehingga bisa berfungsi. Membuat *mockup* dan melakukan beberapa percobaan terhadap bahan-bahan yang akan digunakan dalam media konvensional, serta memproduksi hasil akhirnya. Lalu, mempublikasikannya secara *online* untuk media digital.