

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan penulis adalah, metode perancangan campuran (*hybrid*), yang berupa campuran kualitatif dan kuantitatif. Oleh karena itu, penulis menyebarkan kuesioner guna untuk mendapatkan data primer dan untuk mendapatkan data sekunder penulis melakukan studi literatur, jurnal, dan artikel di internet. Melalui penyebaran kuesioner kepada target penulis, maka dari itu penulis akan mendapatkan data kuantitatif. Pertanyaan kuesioner itu sendiri akan berupa seputar pengetahuan tentang *sex-texting*. Penulis berharap hasil yang penulis dapatkan dari kuesioner tersebut adalah gambaran seluas mana pengetahuan mereka tentang *sex-texting*.

3.1.1 Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap Maharani Ari Putri, selaku seorang psikolog klinis, untuk mengetahui pendapat seorang ahli mengenai *sex-texting* dari segi psikologi. Wawancara dilakukan melalui zoom pada bulan november 2020. Dan kepada M. Sholeh, dimana beliau merupakan seorang guru bimbingan konseling di sebuah SMK, Wawancara dilakukan untuk mengetahui secara rinci mengenai kondisi saat terjadinya kasus *sex-texting* melalui kacamata dari pihak sekolah, wawancara dilakukan melalui media komunikasi online seperti *whatsapp* pada bulan oktober 2020.

3.1.1.1 Wawancara Kepada Maharani Ari Putri

Wawancara yang penulis lakukan pada 6 November 2020, 10.00 WIB dengan Maharani Ari Putri selaku seorang psikolog klinis yang kini berkerja sebagai dosen di Universitas Pancasila. Wawancara dilakukan melalui zoom pada bulan november 2020. Pertanyaan wawancara disusun secara terstruktur agar penulis mendapatkan data sesuai dengan konteks yang diinginkan. Wawancara ahli dilakukan untuk mengetahui pendapat seorang

ahli mengenai *sex-texting*, yang diaman beliau sendiri ahli dalam urusan tentang remaja.

Berdasarkan hasil wawancara, Maharani Ari Putri mengatakan bahwa memang biasanya *sex-texting* terjadi karena bujukan, yang kalau tidak mereka lakukan mereka akan merasa tidak enak dengan pasangannya atau biasanya mereka pikir hal-hal seperti itu bisa mengikat pasangannya.

Maharani juga menjelaskan kepada penulis mengapa biasa pada kasus *sex-texting* perempuan atau khususnya remaja perempuan mudah terjerumus kedalamnya. Perkembangan perempuan memang lebih cepat matang secara emosi dan mereka dari kecil itu sudah dilatih untuk punya banyak interaksi sosial dengan orang lain, sehingga dari kecil juga mereka sudah lebih *aware* terhadap dirinya sendiri ketertarikan terhadap seksualitas itu. Sebetulnya saat ini sudah dimulai dari SD mereka sudah pengen tahu tentang hal-hal yang berbau seksual, biasanya mereka mendengar atau mendapatkan informasi itu dari media media sosial dikarenakan informasi yang begitu gencar sehingga mereka muncul minat untuk mencari tahu lebih lanjut tentang hal tersebut.

Masalah ini dipicu oleh teman dan haus akan pengakuan jadi kadang-kadang mungkin teman-temannya melakukan itu dan mereka anggap keren lalu mereka akan saling membujuk agar temannya yang lain juga ikut melakukan. Jadi kalau mereka melakukannya, mereka akan merasa mendapatkan pengakuan lebih karena antak SMP SMA sedang dimasa dimana mereka mencari identitas dirinya. Namun biasanya anak pada umur segitu biasanya tidak bisa membedakan apakah hal tersebut merupakan sebuah pengakuan yang negatif atau positif.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.1 Komunikasi Menggunakan Zoom Dengan Maharani Ari Putri

3.1.1.2 Wawancara Bapak M. Sholeh

Selanjutnya wawancara dilakukan kepada M. Sholeh yang mengajar di SMK putra bangsa sebagai guru Bimbingan dan Konseling. Wawancara dilakukan melalui media komunikasi online seperti *whatsapp* pada bulan oktober 2020. Pertanyaan wawancara disusun secara terstruktur agar penulis mendapatkan data sesuai dengan konteks yang diinginkan. Wawancara dilakukan untuk mengetahui secara rinci mengenai kondisi saat terjadinya kasus sexting melalui kacamata dari pihak sekolah.

Berdasarkan hasil wawancara, sholeh menyatakan bahwa hal tersebut merupakan satu kondisi yang akan merusak mental dikalangan pelajar yang akan berimbas kepada menurunnya motivasi belajar, dan kerusakan moral. Dan banyak terjadi pada anak usia SMP, dimana usiatersebut adalah masa transisi dari anak-anak menuju remaja yang dimana pada diri mereka sedang bergejolak rasa keingintahuannya pada hal-hal baru dan kecenderungan ingin mencobanya sangat kuat. Dan biasanya dampaknya akan sangat luas sekali, terutama menyangkut psikis mental siswa, dan ini sangat berpengaruh terhadap motivasi belajar siswa.

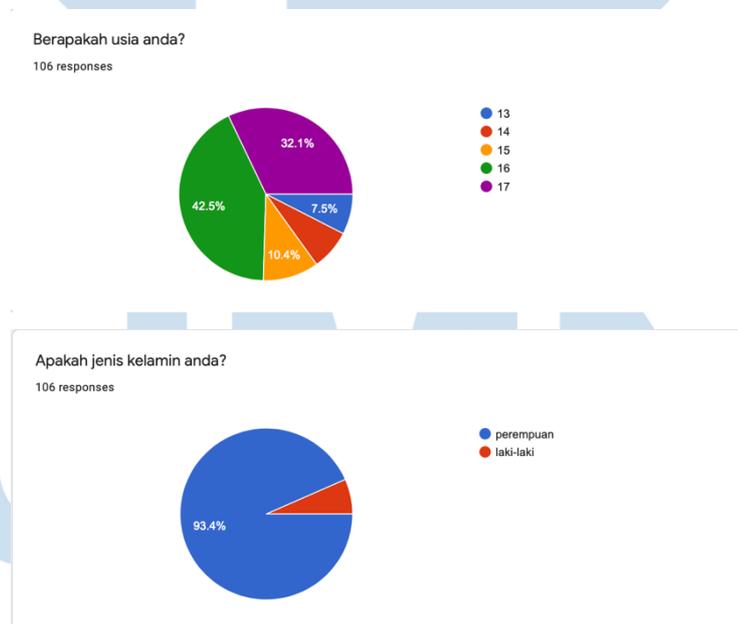
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



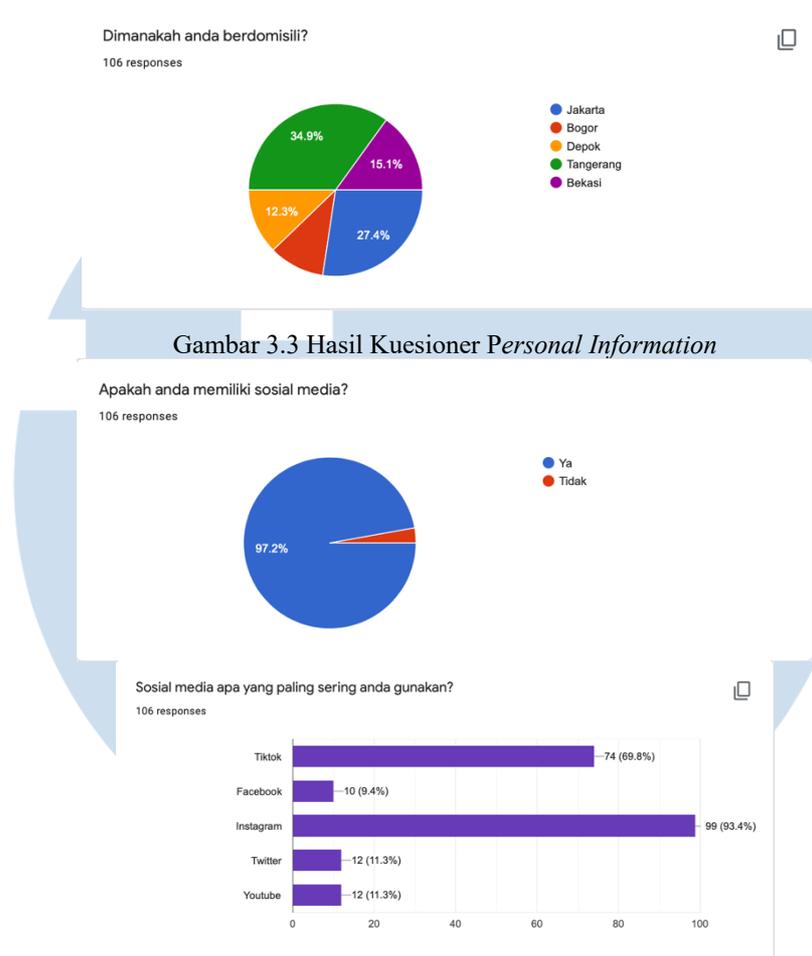
Gambar 3.2 Komunikasi Pada Whatsapp Dengan Shohle

3.1.2 Kuesioner

Kuesioner ini penulis sebarakan kepada target, penulis mendapatkan 106 responden, 100 remaja perempuan dan 6 asalah remaja laki-laki yang di anggap tidak valid. Sehingga jumlah responden yang valid sebesar 100 remaja perempuan dengan usia 13-17 tahun yang memiliki sosial media. Berikut merupakan hasil kuesioner.



U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



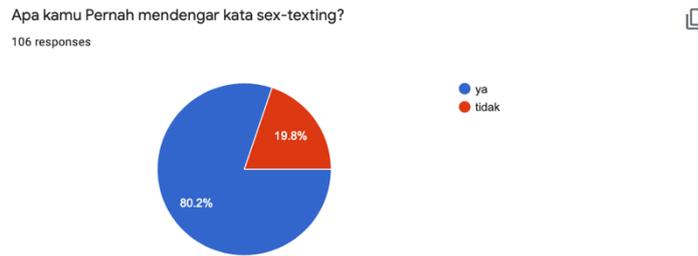
Gambar 3.3 Hasil Kuesioner *Personal Information*



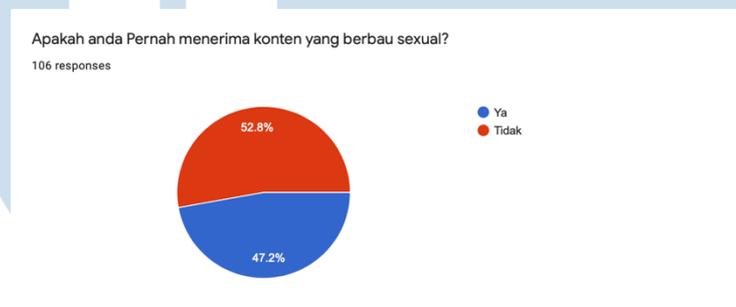
Gambar 3.4 Pertanyaan Seputar Social Media

Berdasarkan hasil survei mengenai sosial media, terdapat 97,2% pengguna sosial media, yang dimana rata-rata menghabiskan waktu 5-6 jam untuk bersosial media. Sosial media yang paling banyak di gunakan adalah Tiktok dan Instagram.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

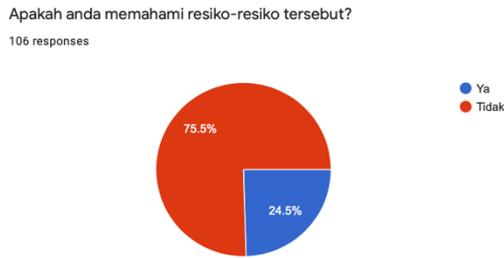


Gambar 3.5 Jawaban Pertanyaan No.7
Berdasarkan hasil respon dari kuesioner, terdapat 80,2% yang pernah mendengar kata “sex-texting” dan 19,8% responden belum pernah mendengar kata “sex-texting”.

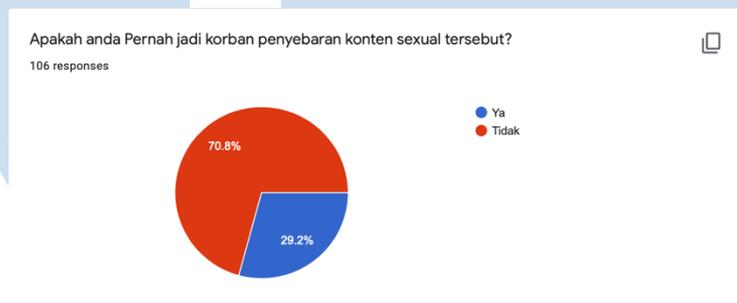


Gambar 3.6 Jawaban Pertanyaan No.8 dan 9
Berdasarkan hasil survei, Terdapat 47,2% responden pernah menerima konten berbau seksual dan 52,8% tidak pernah. Selain itu terdapat 51,9% responden yang pernah mengirimkan konten berbau seksual, 48,1% responden tidak pernah.





Gambar 3.7 Jawaban Pertanyaan No.10 dan 11 Menurut survei yang telah penulis lakukan, 69,8% para remaja mengetahui resiko dampak yang akan terjadi dengan melakukan *sex-texting*. Namun sayangnya hanya 24,5% yang memahami betul resiko-resiko tersebut.



Gambar 3.8 Jawaban Pertanyaan No.12

Terdapat 29,2% remaja yang telah menjadi korban dari penyebaran konten seksual, dan ada 70,8% remaja yang tidak menjadi korban atau mungkin belum menjadi korban penyebaran konten seksualnya.

Berdasarkan hasil kuesioner, hal utama yang harus penulis fokuskan adalah, bagaimana memberikan pemahaman kepada target mengenai resiko-resiko sexting, agar target memiliki pemahaman yang baik.

3.1.3 Studi Eksisting

Kampanye ini berasal dari Indonesia, dan bergerak sejak 2007 hingga sekarang, dengan mengangkat isu seputar banyaknya foto bugil yang beredar dalam internet. Kampanye ini berasal dari komunitas camforger. Kampanye ini di khususkan untuk perempuan.

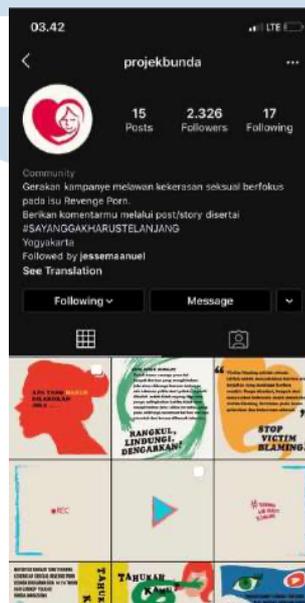
Kampanye ini bergerak karena dilatar belakangi oleh banyaknya fenomena tersebarnya foto bugil d idunia internet. Serta masih banyaknya perempuan yang tidak berfikir panjang untuk mengirimkan foto bugil kepada pasangannya Kampanye ini juga bergerak karena kasus bugil depan kamera merupakan kasus yang masih tabu untuk di bahas masyarakat Indonesia,

padahal seharusnya, kasus mengirimkan foto bugil dapat lebih diperhatikan, dipahami, dan di waspandai. Kampanye ini mempunyai tujuan pencegahan pada kasus bugil di depan kamera di Indonesia.

Dilakukan secara *online*, dan *offline* kampanye ini tersebar pada berbagai *platform* media sosial yang mempunyai tujuan untuk mengedukasi dan meningkatkan *awareness* kepada masyarakat Indonesia mengenai bugil di depan kamera.

3.1.4 Studi Refrensi

Dalam perancangan ini penulis melakukan studi refrensi, dalam studi refrensi penulis menggunakan kampanye #SayangGakHarusTelanjang sebagai refrensi. Kampanye ini bergerak sejak 2019, dengan mengangkat isu seputar sex-texting dan revenge porn dan berkerja sama dengan Lembaga swadaya masyarakat “Rifka Annisa” yang berlokasi di Jogja.



Gambar 3.9. Kampanye #SayangGakHarusTelanjang pada Instagram

Kampanye ini penulis gunakan sebagai refrensi karena penggunaan ilustrasinya sebagai gaya visual, dan dimana kampanye ini mengangkat isu yang sama dengan penulis.

3.2 Metode Perancangan

Dalam metodologi perancangan, penulis membuat dua kategori untuk mendukung penelitian dan perancangan ini. Kedua kategori tersebut adalah metodologi perancangan desain dan metodologi perancangan kampanye.

3.2.1 Perancangan Kampanye

Metode perancangan kampanye yang penulis pilih ialah model kampanye Antar Venus yang dikembangkan dari model Ostergaard. Tahapan kampanye yang dipaparkan oleh Antar Venus (2009) dibagi menjadi tiga tahap yaitu pra kampanye, pengelolaan kampanye, dan evaluasi. (Tyas, S.R., 2017, hlm. 60-62)

1. Prakampanye

a. Identifikasi Masalah

Membuat keputusan untuk pelaksanaan kampanye melihat dari fakta dan data terhadap pengetahuan tentang *sex-texting*. Berdasarkan masalah tersebut penulis memutuskan untuk membuat kampanye sebagai solusi dari permasalahan.

b. Penelitian

Mencari dasar teori dan data melalui metode kualitatif dan kuantitatif untuk melakukan penelitian terkait pengetahuan tentang *sex-texting*.

c. Analisa masalah

Memecahkan masalah terkait sextexting dari data yang didapat pada tahap penelitian. Pemecahan masalah dilakukan secara cermat dan terstruktur. (Venus, 2009)

2. Pengolahan kampanye

Pada tahap ini seluruh isi program kampanye diarahkan untuk memberikan pengaruh dalam aspek pengetahuan sikap, kepada para remaja perempuan. Dalam literatur ilmiah, aspek-aspek ini dipercaya dijadikan dasar dalam pengembangan pengetahuan,

sikap dan keterampilan yang akan memberikan dampak perubahan perilaku.

3. Evaluasi

Setelah prakampanye selesai penulis akan melakukan kampanye. Tahap ini berguna untuk menilai efektivitas pelaksanaan kampanye yang penulis lakukan dan mengetahui hasil dari pengurangan atau perubahan sikap yang berhasil penulis capai, seperti yang tertera pada prakampanye (Venus, 2009).

3.2.2 Perancangan Desain

Metode perancangan desain yang penulis pilih ialah model perancangan menurut Robin Landa (2014, hal. 73). Tahapan perancangan desain yang dipaparkan oleh Robin Landa (2014) dibagi menjadi lima tahap yaitu :

1. Orientation

Dalam tahap orientasi, seorang desainer akan menggali dan mencari tahu banyak informasi dan data mengenai permasalahan yang ada. Mulai dari penyebab terjadi permasalahan tersebut. Setelah itu seorang desainer akan mencari informasi dan data mengenai target yang ingin dituju (hlm. 73).

2. Analysis

Setelah mendapatkan banyak informasi, seorang desainer akan menganalisa informasi-informasi yang telah berhasil ia kumpulkan. Sekaligus desainer tersebut akan menyusun strategi perancangan, dimulai dari target, gaya desain, kekompetitor, hingga memutuskan media apa yang akan digunakan untuk mempublikasikan karyanya (hlm. 78).

3. Conception

Pada tahap ini seorang desainer akan menyusun konsep desain yang akan ia rancang. Tahap perancangan akan dimulai dari memanfaatkan mindmapping untuk menelaah segala informasi yang telah ia dapatkan yang dimana hasilnya akan

dikumpulkan dan dijadikan sebuah onset desain. Konsep itu sendiri akan meliputi warna, tulisan dan elemen desain yang akan di perlukan oleh seorang desainer dalam pembuatan karyanya (hlm. 82).

4. Design

Tahapan selanjutnya yang akan dilalui oleh seorang desainer adalah tahap dimana ia akan memvisualisasikan berdasarkan konsep yang telah ia rancang sebelumnya (hlm. 85).

5. Implementation

Tahap akhir yaitu implementasi, desainer akan mencoba menerapkan sketsa yang telah ia buat kedalam beberapa media yang telah ia tentukan pada tahapan sebelumnya (hlm. 87).

Setelah tahap implementasi, akan dilanjutkan dengan digitalisasi hasil desain dan memproduksi.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA