



### **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 PENELITIAN

#### 3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi terkait perancangan adalah metode kuantitatif dan kualitatif (*hybrid*). Penelitian yang dilakukan adalah penelitian tindakan, yang didefinisikan sebagai suatu studi sistematis dengan tujuan memperoleh pemahaman, mengembangkan refleksi praktik, meningkatkan perubahan positif dan memperbaiki kehidupan individu yang ikut terlibat dalam tindakan tersebut (Mills, 2000). Penelitian akan menghasilkan data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif merupakan data numeral, terukur, dan bisa dihitung secara statistik. Sedangkan data kualitatif adalah data yang bersifat deskriptif dan abstrak, seperti kalimat atau gambar. Teknik pengambilan data kuantitatif dilakukan dengan cara survei. Sedangkan, data kualitatif diperoleh dari wawancara ahli (Sarwono, 2006: 259-261).

##### 3.1.1 Wawancara

Wawancara adalah sebuah bentuk komunikasi interaktif antara 2 pihak (pewawancara dan narasumber), dimana pihak-pihak tersebut saling bergantung dengan satu sama lain untuk saling berdiskusi tentang sebuah isu yang sudah ditentukan di awal (Stewart melalui Eadie, 2009: 186). Dalam perancangan media informasi ini, wawancara akan dilakukan secara terstruktur. Narasumber yang akan diwawancara adalah dalam penelitian ini adalah psikolog klinis untuk remaja. Tujuannya untuk mendapatkan data mengenai alasan psikologis manusia mendendam dan cara untuk meregulasikan emosi dengan tepat.

### 3.1.1.1 Wawancara dengan Psikolog 1: Eunike Mutiara, M.Psi.



Gambar 3.1 *Screenshot* wawancara daring dengan Eunike Mutiara, M.Psi.

Wawancara pertama dilakukan terhadap psikolog klinis spesialisasi masalah remaja Eunike Mutiara, M.Psi. dari Experiencing Life Foundation (ELF) pada tanggal 3 September 2021 lewat Zoom untuk mendapatkan data tentang dendam dalam dunia psikologi, kasus-kasus dimotivasi mendendam yang telah beliau hadapi, dan cara terbaik untuk mengubah perasaan dendam menjadi sesuatu yang berdampak positif.

Eunike menempuh S1 psikologi dari Universitas Pelita Harapan, dilanjutkan dengan S2 di Universitas Indonesia, dimana beliau bekerja sebagai psikolog klinis. Eunike mulai melakukan praktik profesional dari tahun 2013. Sekarang beliau sedang mengejar gelar PhD sebagai psikolog akademisi. Beliau spesialisasi dalam masalah adaptasi untuk anak remaja, hubungan antarmanusia, masalah keluarga, dan gangguan psikologis seperti depresi dan *anxiety*.

Dendam adalah respon alamiah untuk melindungi diri dari aksi kejahatan berdasarkan naluri dan lingkungan sosial. Saat seseorang membalas dendam, terjadi produksi hormon dopamine yang menyebabkan seseorang merasa bahagia karena persepsi bahwa kita berada di pihak yang menang. Selain itu, dendam itu juga sesuatu yang dipengaruhi lingkungan sekitar kita. Eunike menjelaskan bahwa jika seseorang tumbuh dalam lingkungan yang sering melakukan balas dendam, hal tersebut akan menjadi paradigma sebagai aksi untuk menjunjung keadilan. Manusia bahkan bisa merasa candu dari

membalas dendam. Eunike menjelaskan bahwa jika aksi balas dendam itu diresponi dengan pujian dan validasi dari lingkungan sekitar, balas dendam akan berkembang menjadi sesuatu yang membuat seseorang senang.

Intensitas dendam dipengaruhi oleh kemampuan seseorang untuk melakukan *emotional regulation*, psikoedukasi, dan kondisi lingkungan. Kesadaran diri (*mindfulness*) juga menjadi kunci untuk menghindari dampak negatif dari mendendam, untuk pelaku dan korban. Eunike juga menekankan bahwa kita tidak boleh tergesa-gesa dalam memberi label “korban” dan “pelaku” karena pelaku balas dendam bisa saja melakukan hal tersebut karena sebelumnya mereka disakiti juga.

Miskonsepsi tentang dendam yang paling sering ditemukan adalah paham bahwa balas dendam dengan kekerasan adalah cara terbaik untuk melindungi diri sendiri dari serangan. Orang-orang akan membenarkan aksi balas dendam mereka karena mereka pikir itu adalah cara terbaik untuk menjaga ego mereka. Eunike melanjutkan bahwa miskonsepsi ini terkait dengan rendahnya *emotional regulation*, *anger management*, dan pengetahuan dalam memutuskan tindakan yang tepat untuk meresponi suatu serangan.

Eunike melanjutkan bentuk balas dendam yang sering ditemukan di masyarakat adalah kekerasan fisik, *verbal abuse*, dan manipulasi *online* seperti *gaslighting*. Demografi yang paling rentan untuk mengalami hal ini adalah remaja. Hal ini karena kelompok umur remaja sedang mencari identitas diri, mempelajari siapa diri mereka, sedang berproses dalam mengontrol emosi bergejolak, dan masih mencari cara untuk beradaptasi di keadaan yang menantang. Eunike berkata bahwa 60% dari pasien yang dia tangani adalah korban dari aksi balas dendam; beberapa bahkan membutuhkan preskripsi obat untuk menyembuhkan penyakit mental.

Saat berbicara tentang dampak positif dari dendam, Eunike berkomentar bahwa dendam bisa saja memotivasi diri untuk lebih baik jika

seluruh perasaan tersebut difokuskan kepada pertumbuhan diri dan jika pembahasannya bukan menggunakan kata “dendam”, melainkan “motivasi dari kesedihan untuk mengembangkan diri”. Eunike menyarankan seseorang yang mendendam untuk mencari tahu perasaan utama yang mendasari alasan dendam tersebut; dendam seseorang yang merasa kecewa akan berbeda dengan dendam seseorang yang merasa marah. Dengan mencari tahu akar masalah tersebut, dendam yang awalnya terasa abstrak akan lebih mudah dipahami dan diatasi.

Berkaitan dengan menanggapi dendam, komponen utama yang ditekankan Eunike dalam mengatasi dendam adalah edukasi dan refleksi. Cara pertama untuk mengatasi rasa dendam sendiri itu membetulkan persepsi seseorang tentang bagaimana mereka memandang suatu masalah, diikuti dengan kooperasi dan bantuan orang-orang terdekat dalam hidupnya. Edukasi kepada keluarga, sebagai unit terdekat, tentang cara yang tepat untuk mengatasi masalah itu vital. Eunike juga menekankan pentingnya psikoedukasi dan penanaman *emotional regulation* sejak dini kepada semua lapisan masyarakat, terutama di daerah-daerah yang belum memiliki akses pendidikan. Edukasi kemudian diikuti dengan refleksi. Jika orang terdekat kita sedang mendendam, kita harus memvalidasikan perasaan buruk yang dia rasakan dahulu. Rasa tidak suka terhadap seseorang itu wajar, tetapi bagaimana kita meresponi perasaan itu adalah hal terpenting.

Solusi lainnya yang ditawarkan Eunike sebagai psikolog adalah psikoterapi untuk membantu individu (korban dendam maupun pelaku balas dendam), serta psikoedukasi atau *workshop anger management* untuk skala besar. Dalam penerapannya, Eunike merekomendasikan publikasi di media sosial ataupun penggelaran seminar dan *talk show* seputar topik dendam sebagai cara terbaik untuk menjangkau masyarakat.

### 3.1.1.2 Wawancara dengan Psikolog 2: Novia Sri Purba, M.Psi.



Gambar 3.2 *Screenshot* wawancara daring dengan Novia Sri Purba, M.Psi.

Wawancara kedua dilakukan terhadap psikolog pendidikan dan konselor di Universitas Bunda Mulia: Novia Sri Purba, M.Psi. pada tanggal 4 September 2021 lewat Zoom untuk mendapatkan data tentang dendam dalam dunia psikologi, teori-teori dan riset psikologi di balik dendam, faktor-faktor mengapa masyarakat Indonesia mendendam, dan cara terbaik untuk mengubah perasaan dendam menjadi sesuatu yang berdampak positif.

Novia adalah lulusan Magister Psikologi Universitas Tarumanagara pada tahun 2020 dengan spesialisasi psikolog pendidikan, tetapi beliau sudah mulai praktik sebagai konselor di Universitas Bunda Mulia dari tahun 2014. Dalam kesehariannya, Novia membantu remaja dengan masalah kepribadian, kesehatan mental, motivasi akademik, dan masalah lainnya dalam proses perkembangan emosi remaja.

Menurut Novia, dendam adalah insting dasar manusia. Secara tidak langsung manusia memiliki naluri untuk membuat orang lain merasakan apa yang sedang dia rasakan. Naluri ini juga merupakan bentuk perlindungan dan proses mencari keadilan untuk diri sendiri. Jika hasrat tersebut tidak disertai dengan moralitas dan *emotional regulation* yang baik, keadilan tersebut dapat merusak diri sendiri dalam jangka panjang. Dendam sendiri merupakan refleksi emosi dan moral seseorang, yang dipengaruhi dengan bagaimana mereka menafsirkan budaya dalam masyarakat dan apa yang didoktrinkan oknum-oknum sebagai tanggapan sah terhadap suatu provokasi.

Novia mereferensikan riset psikolog Michael McCullough tentang dendam, dimana dendam itu timbul dari perasaan takut dan khawatir akibat menerima *perceived attack* (sesuatu yang ditafsirkan sebagai ancaman), sehingga hal ini menimbulkan *avoidance motivation* (naluri untuk menghindari stimulus negatif, baik secara psikologis, fisik, dan moral) yang dilakukan dengan menghindari pelaku. Tetapi jika korban hanya menghindari seorang pelaku kejahatan, dapat timbul perasaan marah akibat pelaku tersebut karena dia tidak mengalami hukuman atas perbuatannya. Perasaan marah atas ketidakadilan ini dapat menjadi *revenge motivation*, yakni keinginan untuk membalas dendam lewat aksi tertentu. Hasil riset para ilmuwan Swiss juga menunjukkan bahwa terdapat rasa puas saat manusia melihat orang yang bersalah dihukum (Stroh, 2004). Rasa puas dari balas dendam ini juga bisa menjadi candu.

Alasan banyaknya kasus mendendam di Indonesia dirangkum menjadi 2: faktor eksternal dan internal. Untuk faktor eksternal, Novia mereferensikan studi dari psikolog Gelfand yang mengangkat topik tentang *honor culture* (budaya hormat). Gelfand (melalui Vernimmen, 2019) menjelaskan bahwa kasus-kasus balas dendam itu dianggap sebagai sesuatu yang bermanfaat di tengah lingkungan sulit, dimana oknum dan institusi hukum yang tersedia tidak bisa dipercaya. Dengan adanya kekosongan kekuasaan, aksi balas dendam berperan besar dalam melindungi kehormatan seseorang. Oleh karena itu, kekerasan dilihat sebagai sesuatu balasan yang rasional ketika harga diri seseorang dilukai.

Novia kemudian melanjutkan bahwa kepercayaan ini diperkuat ditengah-tengah masyarakat kolektif, dimana kebutuhan kelompok itu lebih diutamakan daripada kebutuhan individu. *Revenge motivation* individu itu dapat menyebar diantara komunitas yang erat. Indonesia sendiri adalah negara yang menganut budaya kolektif. Hal ini dapat dilihat dari sistem gotong royong yang sering dilakukan ditengah masyarakat. Kedua faktor ini



menjadi alasan mengapa terdapat banyaknya tawuran dan perkelahian antar kelompok ras, suku, dan agama di tengah masyarakat Indonesia.

Intensitas perasaan dendam juga dipengaruhi oleh faktor internal: edukasi moral, nilai-nilai yang dianut, dan *emotional regulation*. Ketiga hal ini sangat kritis di tengah kaum remaja dan pemuda, yang sedang dalam proses bertumbuh kembang menjadi dewasa. Sifat mereka yang rentan terhadap pengaruh lingkungan di sekitar mereka menjadi salah satu alasan kenakalan remaja. Novia kemudian menjelaskan tentang *Strain Theory*. Dikemukakan oleh Robert K. Merton dan disempurnakan oleh Robert Agnew pada tahun 1992, *Strain Theory* menjelaskan tentang 3 sumber *strain* (hambatan) yang dapat mendorong seseorang melakukan kriminalitas: 1) kehilangan stimulus positif dalam diri, 2) hadirnya stimulus negatif, dan 3) adanya perbedaan antara ekspektasi dan harapan (Paternoster et al., 1994). Ketiga hambatan ini membantu para psikolog mencari tahu alasan manusia mendendam dalam rangka mencari tahu solusi terbaik untuk menghentikan hasrat melukai seseorang.

Kedua faktor inilah yang menyebabkan banyaknya kasus balas dendam di Indonesia. Balas dendam dengan kekerasan dilihat sebagai sesuatu yang valid, bahkan beberapa kelompok masyarakat Indonesia bahkan memahami bahwa balas dendam adalah bagian dari budaya mereka. Hal ini dapat berakibat destruktif untuk kaum pemuda Indonesia. Dari perspektif konselor juga, Novia menjelaskan bahwa dirinya sangat sering membantu mahasiswa yang dirugikan oleh aksi balas dendam dan perasaan dendam itu sendiri. Mulai dari perasaan benci akibat *abuse*, *bullying*, dan tekanan dalam dunia akademis.

Saat ditanya tentang cara untuk mengubah dendam menjadi motivasi untuk menjadi lebih baik, Novia menasihati untuk tidak menggunakan kata “dendam”, melainkan menggunakan kata *self-acceptance* dan *self-love*. Novia menjelaskan bahwa jika seluruh usaha yang dilakukan individu untuk



menjadi lebih baik diorientasikan untuk membalaskan dendam ke pihak lain, orang tersebut tidak akan pernah merasa puas. Dendam hanya reda ketika pihak korban dapat menjauhi pikirannya dari pelaku. Usaha untuk menjadi lebih baik harus disertakan dengan paham *mindfulness*, dimana seorang individu bisa menerima dirinya apa adanya. Hal ini mencakup menerima fakta bahwa dirinya tidak dapat mengubah masa lalu, menerima seluruh kemajuan yang telah dilakukan untuk bisa sembuh dari aksi kekejaman, dan dapat mengutamakan diri sendiri dalam keadaan merugikan.

Melanjutkan topik cara menanggapi dendam dengan benar, Novia memberitahu bahwa tindakan preventif dendam terbaik adalah terapi. Jika kita tahu seseorang sedang mendendam karena mereka terluka, langkah pertama untuk membantu korban adalah menjadi *social support* yang baik. Mulai dari mendengarkan masalah mereka dahulu. Kita sebagai orang terdekat korban tidak boleh menjadi pelatuk seseorang melakukan kekerasan dengan mendukung aksi balas dendam dari korban. Perasaan negatif dari perlakuan jahat itu wajar dan harus divalidasi, tetapi jangan sampai kewajaran ini menjadi alasan melukai seseorang. Setelah itu, kita dapat mengalihkan mereka untuk ikut bertemu psikolog dan melakukan terapi dengan profesional.

Masalah utama seputar rasa dendam adalah rendahnya pembahasan perspektif sosial dalam berita-berita balas dendam. Novia berkata bahwa berita sering menunjukkan betapa mengerikan kasus-kasus balas dendam, tetapi jarang menyediakan informasi untuk menghindarinya ataupun menanggapi dengan benar: apa yang harus dilakukan korban dari aksi balas dendam, bagaimana cara meregulasi perasaan dan emosi dengan benar, dan informasi-informasi kritis lainnya untuk menghindari kasus-kasus tersebut terjadi lagi. Informasi tentang cara mengatasi rasa dendam masih sedikit dan sulit untuk diakses awam. Fenomena ini secara tidak langsung mendiktekan ke masyarakat bahwa aksi balas dendam itu diakui dan disahkan.

Terkait dengan informasi yang harus diketahui masyarakat tentang mendendam, topik yang penting diangkat adalah: fakta biologis dan psikologis manusia mendendam, diikuti dengan pengerucutan ke dampak negatif dan positifnya, lalu cara penanganan dendam yang benar. Novia lalu menutup sesi wawancara ini dengan merekomendasikan penulis bekerja sama dengan himpunan masyarakat daring yang memiliki demografi pemuda untuk menyebarkan informasi ini secara efektif.

### **3.1.1.3 Wawancara dengan Penyunting Buku: Katrine Gabby Kusuma, S.I.Kom.**



Gambar 3.3 Screenshot wawancara daring dengan Katrine Gabby Kusuma, S.I.Kom.

Wawancara ketiga dilakukan terhadap penyunting buku Katrine Gabby Kusuma, S.I.Kom. dari Kepustakaan Populer Gramedia (KPG) pada tanggal 24 Oktober 2021 lewat Zoom untuk mendapatkan data tentang relevansi buku di tengah masyarakat, konten buku yang populer di tengah kalangan pemuda, metode untuk merancang buku berilustrasi yang menarik, dan cara mempromosikan buku yang efektif ke pemuda.

Gabby menempuh S1 ilmu komunikasi dari Universitas Multimedia Nusantara dan lulus pada tahun 2010. Gabby lalu kemudian bekerja di Kepustakaan Populer Gramedia (KPG) sebagai penyunting buku di tahun yang sama. Buku-buku yang telah disunting oleh Gabby ditargetkan ke pemuda seperti “Generasi 90-an” dan “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini” oleh Marchella FP, “*Stories for Rainy Days*” dan buku fiksi lainnya oleh Naela Ali, dan beberapa buku terjemahan seperti “*The Things You Can See Only When You Slow Down*” oleh Haemin Sunim.

Gabby menjelaskan bahwa buku merupakan media cetak yang masih sangat relevan di tengah masyarakat, bahkan di era digital kini. Dibandingkan dengan media cetak harian seperti koran atau majalah, penjualan buku itu yang paling stabil karena informasinya bertahan lama. Selain itu, kepopuleritasan buku juga dikarenakan pengembangan kontennya menjadi media lain seperti *electronic book (e-book)* dan *audiobook* untuk memperluas jangkauan ke masyarakat. Dari sisi edukasi, masyarakat membeli buku karena informasi yang terkandung itu telah melalui proses kurasi dan penyuntingan, sehingga isinya akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Topik yang dibahas satu buku juga terstruktur dan mendalam pembahasannya. Keberadaan buku memudahkan seseorang yang mencari sekumpulan informasi spesifik dari sumber terpercaya, dibandingkan artikel-artikel di internet yang belum tentu kebenarannya.

Melanjutkan topik perkembangan konten buku, Gabby menjelaskan bahwa penerbit buku sekarang tidak hanya menjual buku saja, tetapi mereka mencari cara untuk mengembangkannya menjadi suatu *transmedia* lewat pembentukan *podcast* atau video serial *YouTube* tentang buku tersebut. Hal ini dilakukan untuk menarik minat pembaca untuk terus mempelajari topik tersebut. Selain *transmedia*, Gabby juga melihat tren buku interaktif dan buku dengan *gimmick* meningkat di kalangan pemuda. Beberapa contohnya adalah buku berjudul “*Self-acceptance*” oleh #88LoveLife yang melakukan *storytelling* lewat kumpulan-kumpulan surat dalam amplop yang bisa dibuka pembaca, dan juga buku “*Not-So-Silly Journal*” oleh Naela Ali yang merupakan buku *planner* yang interaktif (jurnalnya terdiri dari segmen-segmen yang menghimbau pembaca menulis tentang tempat favoritnya dan buku-buku yang ingin dibaca) dan *gimmick* berupa stiker yang dapat digunakan untuk mendekorasi buku tersebut sesuai dengan keinginan pembaca.

Untuk preferensi buku para pemuda Indonesia, Gabby menjelaskan bahwa buku dengan tema *self-healing* dan *self-improvement* adalah jenis-

jenis buku yang paling sering dibeli. Fenomena ini dimulai oleh publikasi buku “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini” pada tahun 2014, dan penjualan terus meningkat selama pandemi COVID-19 karena pembaca membutuhkan buku yang dapat menghibur mereka.

Saat ditanya tentang perancangan karya buku ilustrasi *self-help*, Gabby mengutamakan aspek interaktivitasnya dan gaya bahasa yang empatik. Aspek interaktivitas dalam buku dapat berupa pertanyaan-pertanyaan yang dapat diisi pembaca dan kustomisasi buku dengan stiker, foto, atau dekorasi lainnya. Untuk gaya bahasanya, Gabby menyarankan untuk menggunakan *tone of voice* yang lebih *relatable* dan tidak terasa seperti ceramah atau suruhan; dimana informasi dan cerita itu seakan-akan disampaikan oleh seorang teman dekat.

Untuk menarik perhatian pembaca, terutama untuk sebuah buku ilustrasi, yang terpenting adalah *cover* buku dan sinopsis di *cover* belakang untuk langsung menarik perhatian orang yang melihatnya. Jenis ilustrasi yang populer digunakan buku itu tidak terspesifikasi, karena setiap gaya ilustrasi memiliki ciri khas dan marketnya sendiri. Gabby menekankan bahwa ilustrasi yang digunakan harus sesuai dengan narasi yang dimiliki oleh buku. Jika topik yang diangkat buku itu kejadian menyedihkan, ilustrasi yang dipakai juga memiliki nuansa dan tampilan sendu; begitu juga dengan topik-topik lain. Oleh karena itu, gaya ilustrasi dapat dieksplorasi lebih lanjut seiring perkembangan topik.

Strategi marketing yang direkomendasikan Gabby terdiri dari tiga langkah: tes market, bangun *engagement*, lalu perkembangan menjadi transmedia; dimana setiap media memiliki konten yang baru. Gabby menjelaskan tentang pengalamannya dengan publikasi buku “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini” dimana tes market dapat dilakukan lewat postingan media sosial berisi sebagian dari konten buku untuk membangun sebuah *engagement* dengan *audience*. Ketika sebuah *fanbase* setia terbentuk dari

*engagement*, artinya terdapat pasar untuk buku yang mengangkat topik tersebut. Setelah buku sudah diperjualbelikan, langkah terakhir adalah ekspansi konten buku menjadi sebuah transmedia untuk meningkatkan *touchpoint* dan meningkatkan kesetiaan penggemar. Selain itu, saat menjual buku, strategi yang bisa diimplementasikan adalah pembukaan slot untuk edisi *collector's item*, dimana set tersebut berisi buku utama dan beberapa *merchandise* terbatas yang tidak diperjualbelikan secara terpisah.

*Insight* terakhir dari Gabby adalah tahap produksi buku dan pemilihan material yang tepat supaya buku bisa bertahan lama, terlihat menarik, terasa nyaman untuk dibaca dan dibawa kemana-mana, serta memiliki harga yang terjangkau. Material kertas harus menyesuaikan dengan warna buku, sehingga harus dilakukan tes cetak beberapa material terlebih dahulu.

### **3.1.2 Kesimpulan Wawancara**

Dari hasil wawancara ini, diketahui bahwa media informasi psikoedukasi di Indonesia masih sedikit dan susah untuk diakses oleh masyarakat. Psikoedukasi sendiri masih belum banyak diajarkan dan disebarluaskan oleh media, walaupun banyaknya kasus balas dendam yang terjadi di Indonesia.

Kedua psikolog menekankan pada pentingnya ajaran *emotional regulation*, *anger management*, dan *mindfulness*. Mereka juga setuju bahwa dalam mengatasi dendam, pembahasannya bukan seputar dendam itu sendiri, tetapi ke perasaan yang berkaitan dengan dendam: rasa marah, sedih, kecewa, tertekan, dan sebagainya. Dendam dinilai sebagai sesuatu yang abstrak dan luas cakupannya, sehingga cara yang terbaik untuk mengerti tentang dendam adalah dengan memecahnya menjadi serangkaian perasaan-perasaan yang lebih mudah dimengerti oleh awam.

Walaupun kontasi dendam itu cenderung negatif, perkembangan diri lewat dendam itu dapat dilakukan dengan satu syarat: usaha korban balas

dendam untuk menjadi sosok yang lebih baik itu harus memuaskan diri sendiri, bukan memuaskan pihak-pihak yang melukai diri mereka. Korban juga harus belajar untuk menjauhi diri dari pihak tersebut supaya dendam mereka bisa surut. Novia juga berkata praktik ini harus disertai dengan perasaan *self-acceptance*, *self-love*, dan *mindfulness*. Selain itu, kedua psikolog merekomendasikan korban ataupun pelaku balas dendam untuk meminta bantuan orang lain membantu meluruskan pikiran dan membebaskan diri dari mendendam: keluarga, teman, ataupun tenaga profesional berupa psikolog.

Berdasarkan hasil wawancara, target demografi untuk perancangan media informasi ini adalah pemuda (15-24 tahun) karena 2 alasan: mereka rentan terhadap pengaruh lingkungan dan mereka masih belajar untuk mengatur perasaan karena hormon-hormon pertumbuhan yang tidak stabil. Masalah utama yang harus dapat diselesaikan oleh perancangan media informasi ini adalah membuat informasi seputar mendendam menjadi sesuatu yang mudah disebar dan mudah dimengerti. Topik-topik yang harus diangkat antara lain: alasan biologis dan psikologis manusia mendendam, dampak negatif dan positif dari mendendam, serta penanganan dendam yang tepat. Media informasi yang didesain juga harus dapat mendorong para pemuda Indonesia untuk melatih *emotional regulation* dan *anger management* sehingga mereka dapat menerapkannya di kehidupan sehari-hari.

Saat memproduksi buku tersebut, konten yang dipublikasikan harus dikomunikasikan dengan empatik dan menarik. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan ilustrasi yang senada dengan pesan yang disampaikan buku serta memasukkan aspek interaktivitas dan kustomisasi. Dalam tahap penjualan buku, akan lebih baik jika dilakukan tes market dahulu untuk membangun *interest* dan *engagement* dari *audience*. Selain itu, penjualan set *collector's item* terbatas juga terbukti meningkatkan minat *audience* karena adanya urgensi untuk membeli sesuatu yang memiliki edisi terbatas.



### 3.1.3 Kuesioner

Data kuantitatif akan diambil dengan cara *non-random* lewat kuesioner *Google Forms* dengan sampel berupa *convenience sampling* yang disebarkan dari tanggal 10 September 2021 sampai 13 September 2021. Kuesioner akan disebarkan pada para *youth* Indonesia yang tinggal di daerah Jabodetabek. Data yang akan diambil adalah persepsi *target audience* tentang dendam, alasan-alasan mereka mendendam, pengetahuan tentang cara mengubah dendam menjadi sesuatu yang positif, dan preferensi media informasi.

Rumus besaran sampel survei yang dipakai adalah Rumus Slovin, yang dikemukakan sebagai berikut:

$$S = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$S = \frac{29116662}{1 + 29116662 \cdot (0,1)^2}$$

$$S = \frac{29116662}{1 + 29116662(0,01)}$$

$$S = \frac{29116662}{1 + 291166}$$

$$S = \frac{29116662}{291167}$$

$$S = 99,99 \approx 100$$

Keterangan:

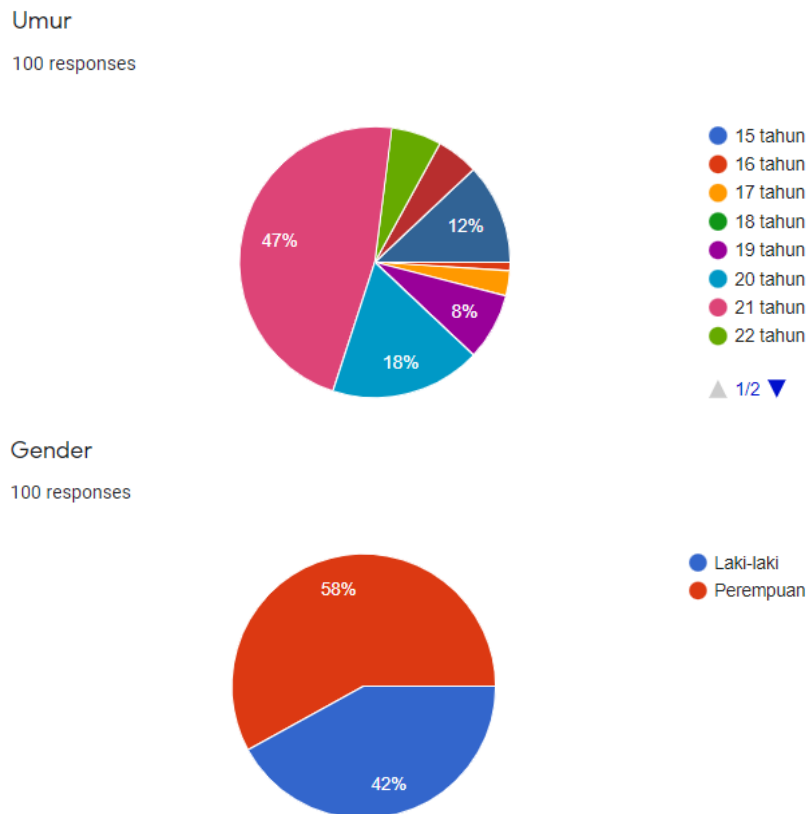
*S*: Sampel

*N*: Populasi (data dari infojabodetabek.com)

*e*: Taraf kesalahan (*margin of error*)

Berdasarkan hasil dari rumus Slovin di atas penulis harus mengumpulkan minimal 100 responden. Dari hasil kuesioner yang telah

disebar, terdapat 100 responden dari usia 15-24 tahun yang tersebar di daerah Jabodetabek. Mayoritas responden berumur 21 tahun (47%), 20 tahun (18%), dan 24 tahun (12%). Untuk pembagian gender, 58 responden adalah perempuan dan 42 responden adalah laki-laki.



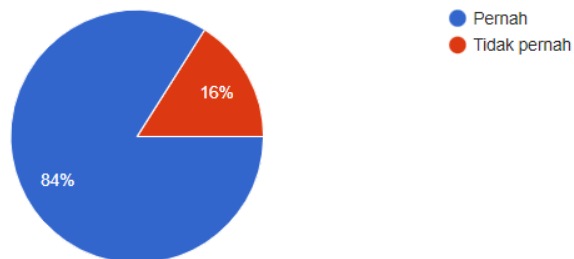
Gambar 3.4 Grafik umur responden (atas) dan grafik gender responden (bawah).

Dendam adalah perasaan yang familiar dan sering dirasakan masyarakat. Hal ini ditunjukkan dari hasil kuesioner yang telah disebar. Saat ditanya tentang pengalaman mereka tentang dendam, 84 responden mengaku pernah mendendam sebelumnya.

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

Apakah kamu pernah mendendam sebelumnya?

100 responses

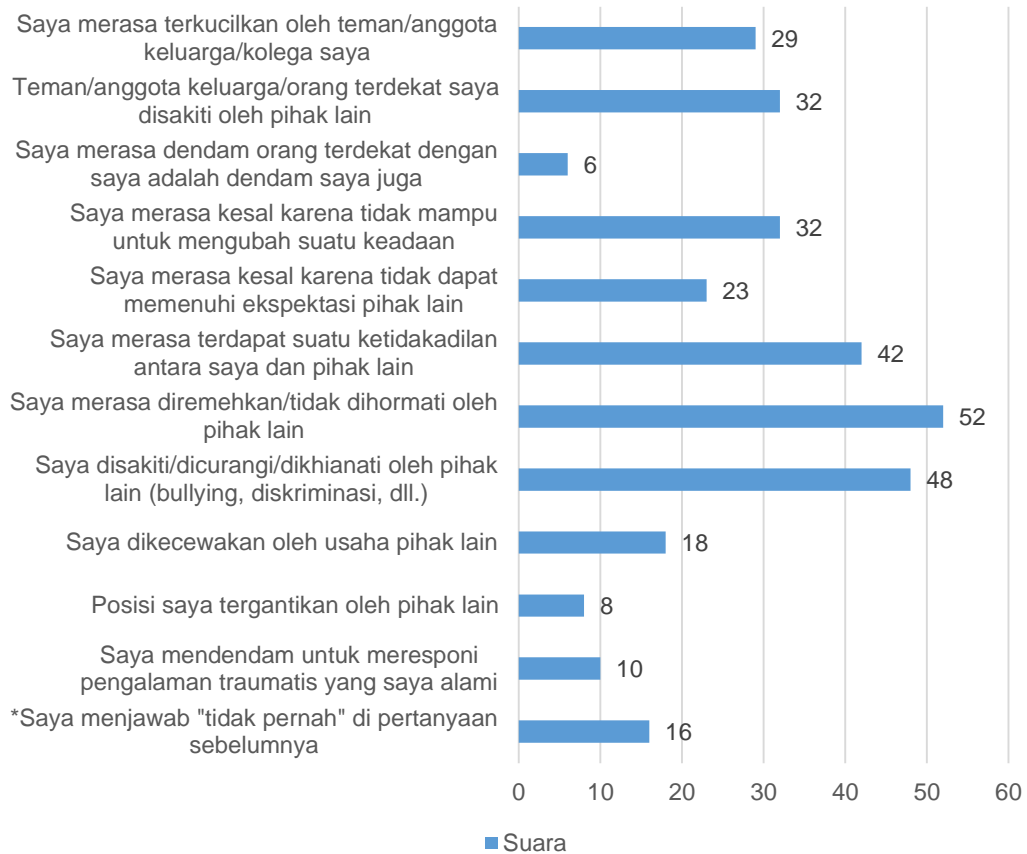


Gambar 3.5 Grafik tentang pengalaman mendendam.

Dari 84 responden tersebut, alasan-alasan paling umum mereka mendendam adalah karena: responden merasa dirinya diremehkan atau tidak dihormati oleh pihak lain (52 suara), responden disakiti, dicurangi, atau dikhianati pihak lain (48 suara), dan responden merasa terdapat suatu ketidakadilan antara dirinya dan pihak lain (42 suara). Alasan-alasan ini merupakan hasil dari masalah dalam hubungan antar individu dengan individu lainnya, atau hubungan interpersonal. Ketiga alasan ini juga membuktikan bahwa praktik *honor culture* masih sering ditemukan di tengah masyarakat.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### Mengapa kamu mendendam?



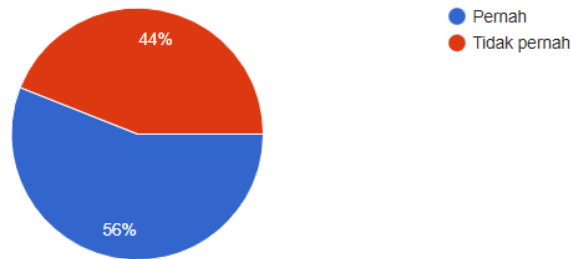
Gambar 3.6 Grafik alasan mendendam.

Dalam kehidupan responden, dendam memiliki dampak besar. Hal ini dibuktikan dengan lebih dari setengah responden (56%) mengaku pernah menjadi korban pelampiasan dendam. Tidak hanya itu, 53 responden mengaku bahwa orang terdekat dalam hidup mereka pernah menjadi korban pelampiasan dendam.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

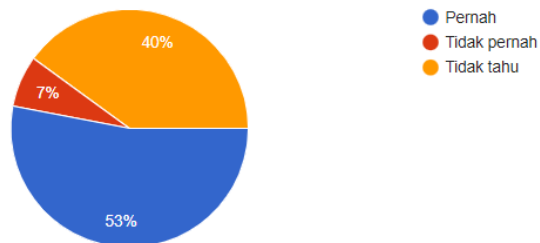
Apakah kamu pernah menjadi korban pelampiasan dendam dari pihak lain?

100 responses



Sepengetahuan dirimu, apakah orang terdekat dalam hidupmu (teman, anggota keluarga, kolega, dll.) pernah menjadi korban pelampiasan dendam dari pihak lain?

100 responses



Gambar 3.7 Grafik pengalaman responden menjadi korban balas dendam (atas) dan grafik pengalaman orang-orang terdekat responden menjadi korban balas dendam (bawah).

Untuk mencari tahu tentang pandangan pemuda Indonesia terhadap perasaan dendam sendiri, para responden diminta untuk menilai 12 pernyataan yang diukur lewat skala Likert, dimana indikator skala adalah sebagai berikut:

- 1: sangat tidak setuju,
- 2: tidak setuju,
- 3: setuju, dan
- 4: sangat setuju

Hasil skala Likert akan diambil rata-ratanya lalu dibulatkan. Berikut adalah tabel rincian dan penjabaran jawaban para responden:

Tabel 3.1 Tabel Data Pernyataan Skala Likert nomor 1-4.

No.	Pernyataan	Nilai				Rata-rata
		1 (STS)	2 (TS)	3 (S)	4 (SS)	
1	Saya adalah orang yang mudah mendendam.	20	<b>41</b>	30	9	2,28 ≈ 2
2	Saya memiliki kesulitan mengontrol emosi saya ketika seseorang melakukan hal yang jahat terhadap saya.	10	<b>38</b>	35	17	2,59 ≈ 3
3	Saya sering mendapat pikiran intrusif/fantasikan skenario balas dendam saat seseorang berbuat jahat pada saya, tetapi tidak saya tindak.	11	29	<b>30</b>	<b>30</b>	2,79 ≈ 3
4	Saya percaya perasaan mendendam adalah suatu perasaan yang normal untuk dirasakan.	4	26	<b>47</b>	23	2,89 ≈ 3

Dari pernyataan pertama dan kedua, para responden mengaku bahwa mereka bukan sosok yang suka mendendam, tetapi mereka memiliki masalah untuk mengontrol emosi mereka saat seseorang berbuat jahat kepada mereka. Para responden juga mengakui bahwa mereka memiliki pikiran intrusif atau fantasi tentang scenario balas dendam. Fantasi ini merupakan kulminasi dari perasaan-perasaan negatif dari perlakuan tidak adil yang terjadi pada mereka. Walaupun begitu, responden menyetujui paham bahwa perasaan dendam itu normal untuk dirasakan. Hal ini menunjukkan bahwa masalah utama dari mendendam adalah rendahnya *emotional regulation*.



Tabel 3.2 Tabel Data Pernyataan Skala Likert nomor 5-7.

No.	Pernyataan	Nilai				Rata-rata
		1 (STS)	2 (TS)	3 (S)	4 (SS)	
5	Saya percaya jika seseorang berbuat jahat pada saya, perbuatan tersebut harus dibalas secara imbas.	26	<b>43</b>	26	5	2,10 ≈ 2
6	Saya percaya jika seseorang berbuat jahat pada saya, memaafkan orang tersebut adalah cara terbaik untuk menanggapi.	2	25	<b>52</b>	21	2,92 ≈ 3
7	Saya percaya jika seseorang berbuat jahat pada orang terdekat dengan saya (teman/anggota keluarga/kekasih/dll.), perbuatan tersebut harus dibalas secara imbas.	12	<b>43</b>	31	14	2,47 ≈ 2

Untuk mencari tahu tingkat kecenderungan mendendam, para responden diberikan beberapa keadaan dan respon yang diambil saat menanggapi dendam. Para responden menyetujui bahwa cara terbaik untuk menanggapi kejahatan adalah lewat mengampuni pelaku dibandingkan membalaskan aksi tersebut. Jawaban ini konsisten dengan pernyataan ke-7, dimana responden tidak setuju bahwa membalas dendam adalah respon terbaik jika orang-orang terdekat mereka disakiti.

Tabel 3.3 Tabel Data Pernyataan Skala Likert nomor 8-10.

No.	Pernyataan	Nilai				Rata-rata
		1 (STS)	2 (TS)	3 (S)	4 (SS)	
8	Saya sering melihat kasus-kasus yang dimotivasi oleh balas dendam dalam berita.	2	18	37	<b>43</b>	3,21 ≈ 3
9	Saya sering melihat cerita-cerita yang dimotivasi oleh balas dendam dalam media hiburan (series TV, film, novel, komik, dll.).	2	11	33	<b>54</b>	3,39 ≈ 3
10	Menjunjung keadilan itu sama dengan membalas dendam.	29	<b>50</b>	14	7	1,99 ≈ 2

Para responden menyadari bahwa dendam itu mudah ditemukan di kehidupan sehari-hari mereka. Eksposur dendam di dalam media, baik berita ataupun hiburan, ternilai tinggi oleh para responden. Artinya depiksi dendam sendiri bukan sesuatu yang asing bagi para responden. Jawaban-jawaban ini berkorelasi dengan pandangan yang dimiliki oleh responden terhadap dendam di pertanyaan selanjutnya: karena dampaknya condong negatif, mereka percaya bahwa balas dendam itu tidak sama dengan menjunjung keadilan.

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

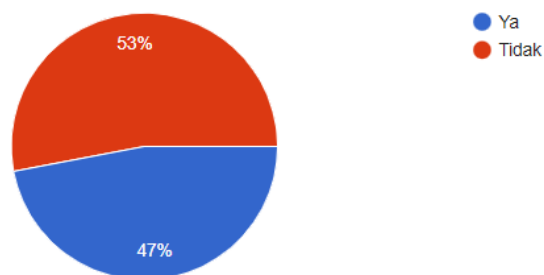
Tabel 3.4 Tabel Data Pernyataan Skala Likert nomor 11-12.

No.	Pernyataan	Nilai				Rata-rata
		1 (STS)	2 (TS)	3 (S)	4 (SS)	
11	Saya masih belum mengerti sepenuhnya tentang perasaan dendam (alasan timbul, faktor-faktor yang mempengaruhi, dampak, dll.).	15	35	<b>41</b>	9	2,44 ≈ 2
12	Saya ingin belajar tentang perasaan dendam dan cara untuk meregulasikan emosi saya.	4	13	<b>44</b>	39	3,18 ≈ 3

Topik dendam sendiri sudah banyak diketahui oleh responden. Walaupun begitu, para responden menunjukkan bahwa mereka memiliki keinginan untuk belajar lebih lanjut tentang perasaan dendam dan cara yang tepat untuk *emotional regulation* supaya dendam mereka tidak membawa dampak buruk. Ditemukan bahwa kegunaan positif dendam untuk belum banyak disadari. Mayoritas responden (53%) tidak mengetahui bahwa dendam dapat membawa dampak positif jika difokuskan untuk pengembangan diri.

Apakah kalian mengetahui bahwa dendam dapat berdampak positif?

100 responses

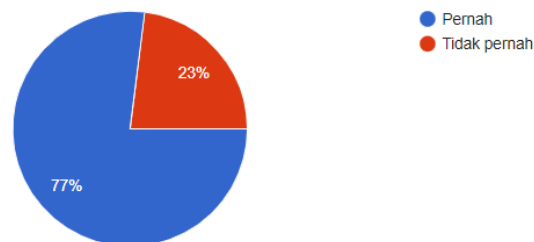


Gambar 3.8 Grafik pengetahuan responden tentang dampak positif dendam.

Walaupun begitu, responden menyadari bahwa dendam memiliki potensi untuk menjadi sumber motivasi dan penggerak aksi positif. 77 responden pernah didorong untuk menjadi sosok yang lebih baik dari perasaan dendam. Dari 77 responden tersebut, 64 orang (83,1%) berhasil menjadi sosok yang lebih baik. Alasan utama mereka berhasil adalah karena ingin membuktikan bahwa persepsi negatif orang terhadap diri mereka itu salah, motivasi untuk melawan keadaan yang ada, rasa dendam membangun rasa percaya dan yakin pada diri sendiri, serta keberadaan teman-teman dan dukungan suportif dari lingkungan sekitar.

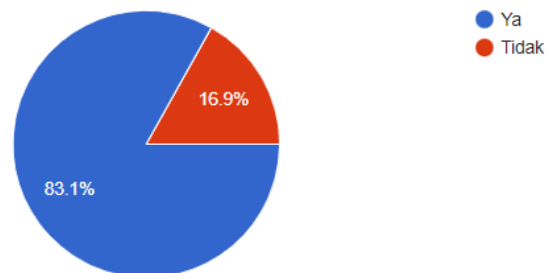
Apakah kalian pernah termotivasi untuk menjadi sosok lebih baik karena perasaan dendam?

100 responses



Jika pernah, apakah kalian berhasil menjadi sosok yang lebih baik?

77 responses



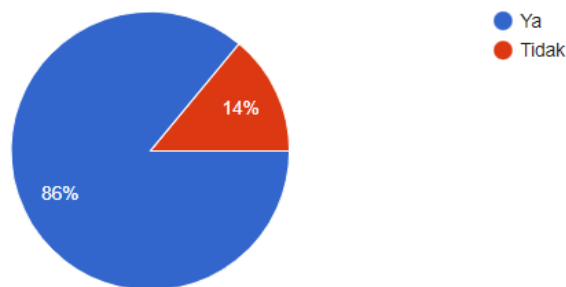
Gambar 3.9 Grafik pengalaman responden dengan dendam sebagai motivasi menjadi sosok lebih baik (atas) dan grafik hasil dari motivasi dendam (bawah).

Dari hasil kuesioner sejauh ini, terdapat sebuah kebutuhan untuk media informasi yang efektif tentang alasan psikologis di balik mendendam. Untuk pilihan media informasi yang akan digunakan, 86% responden berminat dengan pembuatan buku mengenai informasi tentang psikologi

mendendam dan *emotional regulation* negatif. Pertanyaan-pertanyaan selanjutnya akan mengacu ke preferensi buku *target audience* untuk merancang buku yang tepat sasaran.

Menurut Anda, apakah informasi tentang psikologi di balik mendendam dalam bentuk buku dapat membantu Anda meregulasi emosi negatif Anda?

100 responses

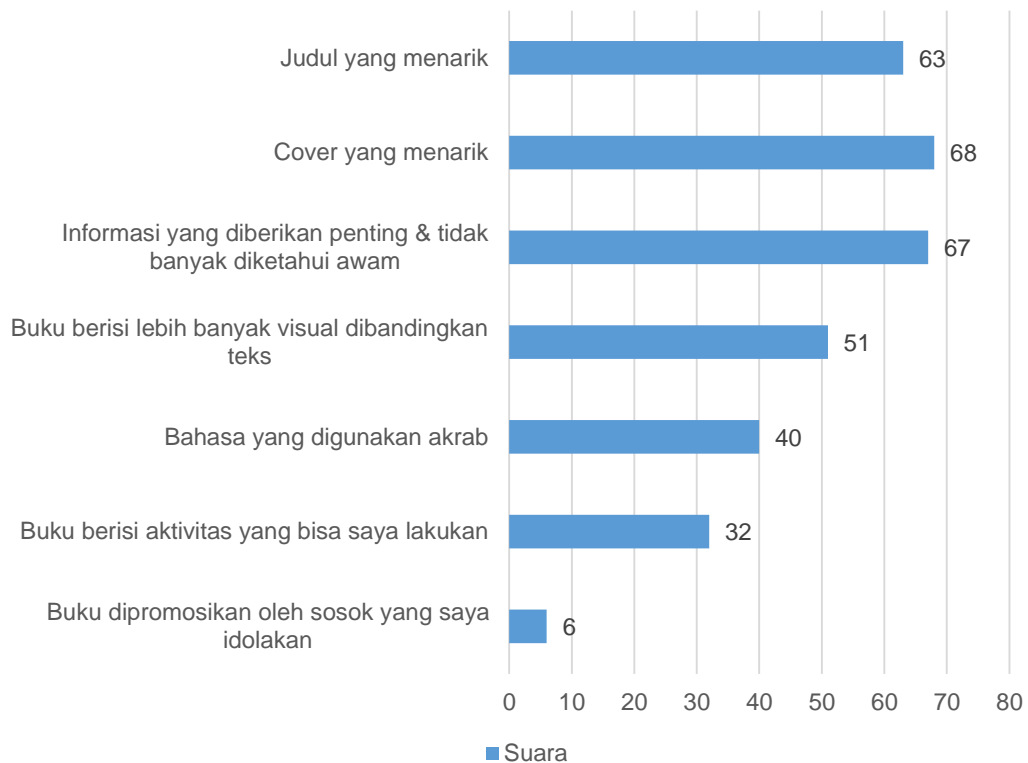


Gambar 3.10 Grafik tanggapan responden terhadap media informasi buku.

Faktor-faktor yang membuat para responden tertarik untuk membeli buku adalah *cover* yang menarik (68 suara), informasi yang diberikan penting dan tidak banyak diketahui awam (67 suara), judul yang menarik (63 suara), serta penyajian informasi lebih banyak melalui visual dibandingkan teks (51 suara). Artinya media informasi ini harus mengandung aset visual yang menarik dan tidak bersifat *text-heavy*. Konten yang disajikan juga harus edukatif dan berasal dari sumber terpercaya, dengan judul yang efektif untuk meningkatkan minat beli.

U M M N  
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

### Faktor apa yang membuat Anda tertarik untuk membaca media informasi dalam bentuk buku?



Gambar 3.11 Grafik faktor-faktor responden membeli sebuah buku.

Melanjutkan pertanyaan tentang informasi, para responden mengutamakan konten tentang cara *emotional regulation* dan rasa dendam (66 suara), fakta-fakta psikologis tentang mendendam (65 suara), alasan manusia mendendam (57 suara), serta aktivitas-aktivitas untuk refleksi diri sendiri (*self-assessment*) (57 suara). Responden juga lebih tertarik kepada konten-konten tersebut jika ajaran-ajaran dalam buku berasal dari para psikolog profesional (55 suara) sebagai sumber kredibel.

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



Konten apa saja yang menarik minat Anda dalam sebuah media informasi seputar psikologi mendendam?



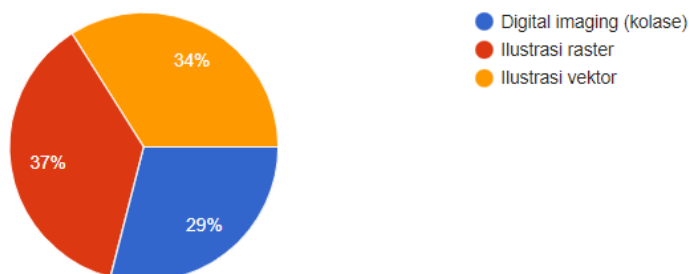
Gambar 3.12 Grafik konten media informasi yang diminati responden.

Sebagai referensi gaya perancangan ilustrasi, penulis mencari data tentang preferensi ilustrasi *target audience*. Hal ini tidak digunakan sebagai patokan, melainkan sebagai pertimbangan saat merancang ilustrasi itu sendiri. Keputusan akhir gaya ilustrasi juga akan disesuaikan dengan kemampuan ilustrasi penulis. Untuk desain dan gaya visual yang diminati, para responden lebih condong ke ilustrasi raster (37%) dibandingkan kolase (29%) dan ilustrasi vektor (34%).

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Jenis visual apa yang paling kalian minati ketika membahas tentang psikologi mendendam?

100 responses

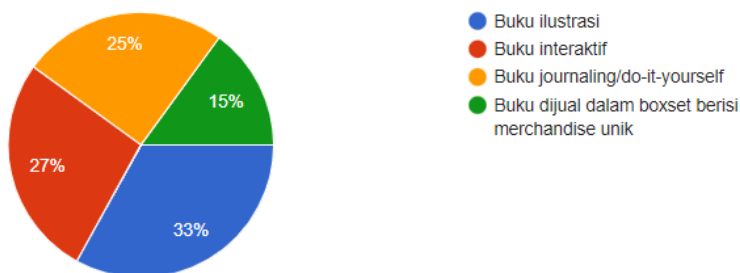


Gambar 3.13 Grafik preferensi gaya visual responden.

Responden juga lebih tertarik untuk membeli buku berilustrasi (33%) sebagai media informasi. Walaupun begitu, tidak sedikit responden tertarik dengan buku interaktif (27%) dan buku *journaling* bergaya *do-it-yourself* (25%). Data ini akan menjadi pertimbangan untuk perancangan jenis buku akhir.

Fitur unik apa yang membuat Anda tertarik untuk membeli buku tersebut?

100 responses

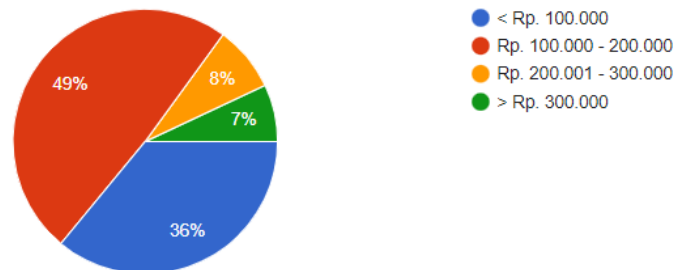


Gambar 3.14 Grafik fitur buku yang diminati responden.

Pertanyaan terakhir kuesioner adalah preferensi harga produk akhir. Dengan perkiraan *budget* ini, penulis dapat menyesuaikan material buku serta jumlah eksemplar yang akan dijual. Dengan fitur-fitur yang diminati, mayoritas responden rela mengeluarkan biaya kisaran Rp. 100.000-200.000 (49%).

Dengan fitur yang Anda pilih di atas, berapa budget yang rela Anda keluarkan untuk membeli buku tersebut?

100 responses



Gambar 3.15 Grafik preferensi harga buku responden.

Dari hasil kuesioner, ditemukan bahwa mayoritas pemuda Indonesia. Oleh karena itu, terdapat urgensi untuk sebuah media informasi yang mengangkat seputar tentang perasaan dendam serta cara mengatasinya; salah satunya lewat *emotional regulation*. Buku yang dirancang akan berisi informasi yang jarang diketahui awam tentang dendam dan *emotional regulation* yang bersumber dari studi literatur dan wawancara psikolog terpercaya untuk mengedukasi dan meluruskan miskonsepsi dendam, supaya masyarakat dapat berhenti melakukan hal destruktif karena dendam dan mulai proses pemulihan lewat perkembangan diri. Informasi tersebut akan disampaikan lewat media informasi berupa buku dengan ilustrasi supaya lebih menarik.

### 3.2 Metode Perancangan

Metode perancangan kampanye yang digunakan adalah 5 tahap *design process* oleh Robin Landa. Menurut Landa dalam bukunya "*Graphic Design Solutions: 5<sup>th</sup> Edition*" (2013), metodologi perancangan dibagi menjadi 6 tahap: *Orientation, Analysis, Conception, Design, dan Implementation*. Penjelasan tahap-tahapnya adalah sebagai berikut:

#### 1) *Orientation*

Tahap pertama dimana desainer mengidentifikasi masalah yang ingin diselesaikan lewat desain. Di tahap ini, penulis menentukan topik, *target*

*audience*, tujuan, dan batasan masalah. Dilanjutkan dengan mengumpulkan *insight* lewat wawancara, penyebaran kuesioner, dan studi literatur terkait topik.

**2) Analysis**

Tahap kedua dimana penulis menganalisa data hasil riset dan merencanakan strategi selanjutnya lewat *mind-mapping*. Hasil akhir dari tahap ini adalah sebuah *design brief* yang berisi rincian masalah dan ide-ide awal dalam pendekatan desain.

**3) Conception**

Tahap ketiga adalah pembuatan *design concept*, yaitu sebuah rangkaian keputusan berdasarkan data dari hasil tahap *analysis* yang mendasari desain. *Design concept* akan menentukan bagaimana penulis akan mendesain: mulai dari tipografi, palet warna, *grid*, dan lain sebagainya.

**4) Design**

Tahap keempat adalah untuk mendesain alternatif desain dari *design concept* yang dihasilkan sebelumnya. Proses ini akan didampingi dengan asistensi desain kepada orang yang ahli dalam bidangnya

**5) Implementation**

Tahap terakhir adalah proses produksi hasil desain sesuai dengan format yang ditentukan sehingga dapat berfungsi. Proses ini akan dimulai dengan pembuatan *mock-up*, dilanjutkan dengan percobaan bahan-bahan yang akan digunakan dan produksi hasil akhirnya.

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