

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Penelitian data yang dilakukan oleh penulis menggunakan metode campuran, yaitu metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dilakukan melalui *interview* dan *Focus Group Discussion* (FGD). Metode kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Berikut merupakan dokumentasi penelitian data yang sudah penulis lakukan:

3.1.1 Metode Kualitatif

Menurut Sugiyono (2016: 9), metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mempelajari kondisi alam suatu objek, dimana peneliti merupakan alat kuncinya. Metode kualitatif yang dilakukan ada dua, yaitu melalui *interview* dengan psikolog dari salah satu *platform* pengembangan diri dan juga melalui *Focus Group Discussion* (FGD) yang dilakukan bersama mahasiswa tingkat akhir. Baik *interview* maupun FGD dilakukan melalui daring.

3.1.1.1 Interview

Penulis melakukan *interview* bersama dengan mentor di bidang kesehatan mental dari *platform* pengembangan diri dan kesehatan mental bernama “Satu Persen”. Narasumber *interview* bernama Putu Denika Evilia Rosa berasal dari lulusan Psikologi Universitas Brawijaya yang sudah memiliki pengalaman di bidang konseling seputar psikologi dan kesehatan mental. Beliau memiliki keahlian mentoring di bidang kecemasan akan masa depan, pengembangan diri, dan pengambilan keputusan untuk membantu *mentee* dapat menceritakan serta melepaskan problematika di bidang tersebut. *Interview* dilakukan setelah penulis melakukan *mentoring* melalui media *Google Meet*. Berikut daftar pertanyaan dan hasil jawabannya:

1) Apa definisi *Quarter Life Crisis*?

Menurut Denika, *Quarter Life Crisis* merupakan sebuah fenomena krisis yang kerap terjadi pada umumnya di usia 20-30, atau yang dapat disebut usia dewasa awal. Namun tidak menutup kemungkinan fase tersebut dapat terjadi diusia remaja dan dewasa akhir. Dalam dunia psikologi, *Quarter Life Crisis* merupakan gangguan yang dapat diatasi. *Quarter Life Crisis* sering terjadi ketika seseorang memiliki beragam pilihan dalam menentukan masa depan yang menyebabkan kebingungan dan mempertanyakan jati diri.

2) Apakah permasalahan *Quarter Life Crisis* ini sangat penting untuk diketahui generasi milenial?

Penting bagi masyarakat generasi Z maupun generasi Y untuk mengetahui permasalahan tersebut karena setiap manusia sering merasakan keresahan pada *passion* atau minatnya masing-masing. Menurut Denika masih banyak masyarakat belum menemukan *passion* maupun tujuan hidup di masa mendatang, oleh karena itu penting sekali untuk generasi Z dan Y untuk mengetahui tujuan hidup dalam waktu dekat agar dapat mempersiapkan masa depan dan menangani setiap tantangan dalam proses pencapaian masa depan.

3) Bagaimana cara masyarakat dapat mengenali jati diri saat memasuki fase *Quarter Life Crisis*?

Salah satu hal yang dapat ditangani kepada masyarakat dalam mengenali jati diri adalah refleksi dan menanyakan kepada diri sendiri. Terkadang keinginan seseorang dalam menentukan tujuan hidup ditentukan oleh keinginan keluarga dan lingkungan sekitar, sehingga untuk dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh diri sendiri sebisa mungkin untuk menghindari persepsi dari lingkungan sekitar.

4) Apa kaitan *Quarter Life Crisis* dalam hal karier

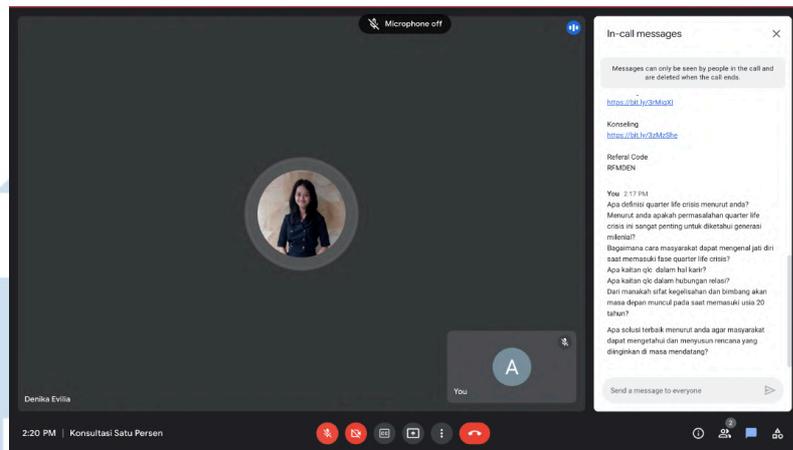
Quarter Life Crisis kerap terjadi pada masa pencarian karier karena berkaitan dengan gambaran hidup di masa depan. Pada usia 25 tahun atau rentang usia 20-30 tahun, seseorang dituntut untuk memiliki kehidupan dan karier yang stabil untuk masa depannya. Namun sebelum menuju fase tersebut, seseorang sudah seharusnya memiliki gambaran hidup apa yang ingin dicari untuk masa depan.

5) Darimanakah sifat kegelisahan dan kebingungan akan masa depan muncul pada saat memasuki usia 20 tahun?

Sifat kegelisahan dan kebingungan sering kali terjadi di media sosial dan lingkungan pertemanan. Sifat yang sering terjadi sehingga menjadi suatu permasalahan adalah membandingkan diri dengan orang lain. Seseorang yang sudah memasuki masa remaja sudah mulai sadar akan sosial namun saat memasuki usia 20 tahun rasa kegelisahan semakin meningkat karena akan memasuki ke fase dewasa awal dimana kehidupan harus mulai berjalan secara mandiri.

6) Apa solusi terbaik agar masyarakat dapat mengetahui dan menyusun rencana yang diinginkan di masa mendatang?

Solusi terbaik adalah kembali berintrospeksi dan eksplor terhadap diri masing-masing agar dapat menyusun rencana yang diinginkan dengan baik. Setelah sudah melakukan kedua solusi tersebut masyarakat membuat visi untuk mengetahui gambaran kedepan ingin menjadi sosok seperti apa baik dalam profesi maupun fase kehidupan setelahnya yang berkaitan dengan materi, karier, dan membangun hubungan relasi. Dari visi yang sudah dirancang kemudian dapat menyusun tujuan yang ingin dicapai satu persatu.



Gambar 3.1 Dokumentasi *Interview*

3.1.1.2 *Focus Group Discussion (FGD)*

Focus Group Discussion adalah sebuah metode pengumpulan data kualitatif yang mendalam melalui diskusi serta berbagi perspektif bersama kelompok mengenai topik tertentu. Sugarda (2020: 3). Pada kesempatan *Focus Group Discussion*, penulis melakukan diskusi bersama mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara dengan rentang usia 20-22 tahun. Jumlah peserta yang mengikuti diskusi sebanyak 5 orang dalam 1 kelompok. Media yang digunakan untuk melaksanakan *Focus Group Discussion* adalah *Google Meet*. Topik perbincangan yang ingin didiskusikan adalah perspektif mengenai *Quarter Life Crisis*, kebingungan dalam menentukan tujuan hidup karier dan cara menyusun tujuan dalam karier dan masa depan.

Kelima anggota mengatakan bahwa peserta kelompok mengalami *Quarter Life Crisis* saat memasuki usia 20 tahun. Bianda dan Alin menyadari dan merasakan bahwa QLC banyak dirasakan saat seseorang memasuki usia 20 tahun. Penting sekali untuk memberikan informasi mengenai kesadaran *Quarter Life Crisis* kepada seluruh masyarakat agar dapat mengetahui cara menghadapi permasalahan dan bangkit dari fase tersebut. Menurut Saviana, *Quarter Life Crisis* sangat penting untuk diketahui oleh generasi milenial karena fase QLC dapat mengganggu kesehatan mental seseorang. Selain itu juga

menyadari bahwa puncak kesuksesan seseorang tidak dapat berdatangan secara waktu bersamaan, atau digeneralisir. Serta seseorang harus belajar untuk mengatasi kecemasan pada masa transisi dari remaja menuju dewasa untuk dapat keluar dari zona nyaman.

Dalam menentukan tujuan hidup dimasa depan dalam hal karier, kelima anggota mengaku sudah memiliki bayangan yang ingin dituju, namun masih belum memiliki tekad dan ambisi yang jelas dan masih menyimpan keraguan dalam tujuan hidup berkarier. Menurut Verryal, saat memiliki kebimbangan dalam menentukan tujuan karier di masa depan diperlukan eksplorasi ilmu dari bidang lain berdasarkan *passion* yang diminati. Karena banyak ilmu yang perlu di eksplor sehingga menjadi peluang dalam menentukan tujuan hidup walaupun tidak sesuai dengan bidang studi. Verryal mengatakan bahwa hal yang membuat seseorang ragu dalam mentukan tujuan hidup dalam karier adalah hanya memfokuskan pada satu bidang yang diminati namun belum menemukan jalan tujuan yang sesuai.

Menurut kelima anggota FGD berpendapat bahwa dalam menyusun tujuan hidup dalam hal karier harus realistis dan tanpa terlebih dahulu mengutamakan kecemasan apa yang terjadi kedepannya. Untuk menyusun tujuan hidup perlu menyadari dan mengatasi kecemasan terlebih dahulu sehingga dapat merefleksi diri sendiri tentang apa yang ingin dilakukan untuk mencapai kesuksesan di masa depan.



Gambar 3.2 Dokumentasi *Focus Group Discussion*

3.1.1.3 Kesimpulan

Berikut merupakan hasil kesimpulan yang didapat dalam sesi *interview* dan *Focus Group Discussion* (FGD) yang sudah penulis dapatkan:

1. Mentor

Kesimpulan yang didapatkan dari perspektif narasumber sebagai psikolog adalah bahwa *Quarter Life Crisis* merupakan permasalahan yang wajar terjadi pada seseorang yang sedang menduduki fase transisi dewasa muda. Saat sudah memasuki usia 20 tahun keatas penting sekali untuk menemukan bidang *passion* untuk menentukan tujuan hidup dan karier kedepannya. Hal yang diperlukan agar tidak terjadi kebimbangan dalam menentukan tujuan hidup dimasa mendatang adalah melakukan refleksi diri dan membuat visi untuk mendapatkan jawaban keinginan yang ingin dicapai.

2. Focus Group Discussion

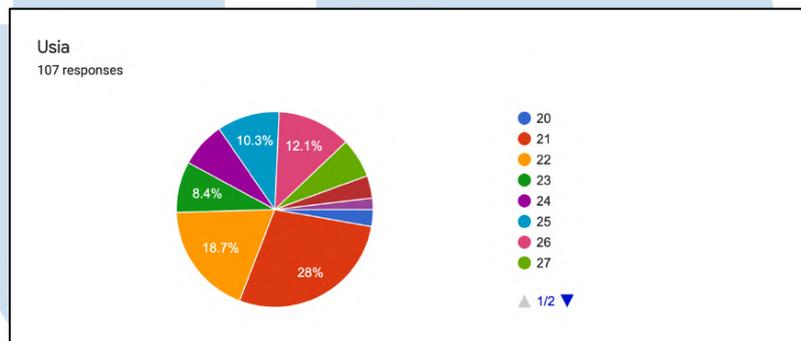
Kesimpulan yang didapat dalam *Focus Group Discussion* (FGD) adalah semua sepakat bahwa QLC kerap terjadi pada masa transisi dewasa awal. Dan untuk mengatasi kebimbangan dalam menentukan tujuan hidup dan karier seseorang harus berani keluar dari zona nyaman dan melakukan eksplorasi dalam segala bidang diluar dari bidang studi yang sedang dijalani. Selain itu, langkah selanjutnya adalah membuat susunan tujuan yang realistis agar tidak terjadi kecemasan .

3.1.2 Metode Kuantitatif

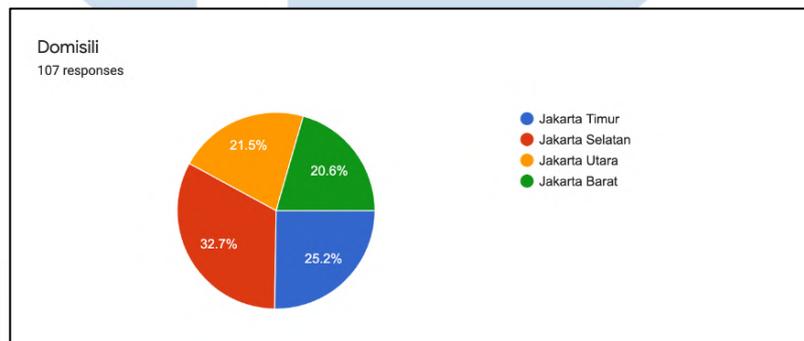
Menurut Sarwono (2010: 33) yang dikutip oleh Sugiyono (1999: 7), survei merupakan sebuah penelitian yang dilakukan pada populasi tertentu yang akan dianalisis untuk mendapatkan kejadian yang relatif dan mengaitkan hubungan antar variabel sosiologis dan psikografis. Metode kuantitatif yang

dilakukan oleh penulis adalah survei melalui kuesioner dengan menggunakan platform *Google Form*. Kuesioner ini di tujukan kepada Mahasiswa, *fresh-graduated, freelancer* di kota DKI Jakarta berusia 20-30 tahun.

Berdasarkan hasil kuesioner terkumpul sebanyak 107 responden, banyaknya responden mengisi kuesioner berdasarkan usia terdapat 21 (28%) dan 22 (18.7%) tahun dengan total 46.7 responden. Serta banyaknya responden berdasarkan domisili adalah Jakarta Selatan (32.7%).



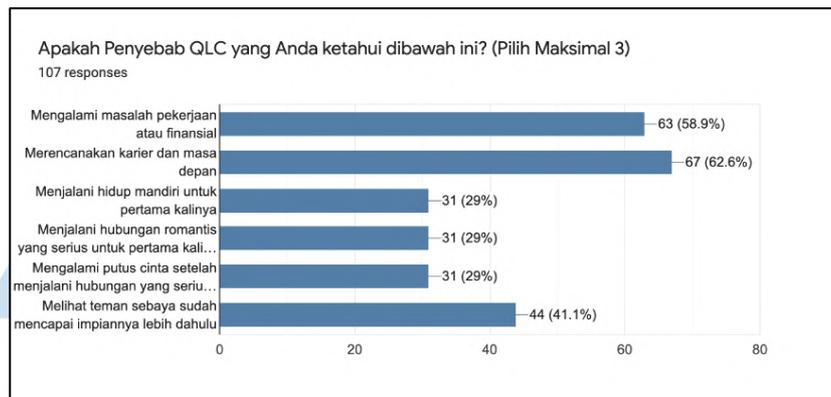
Gambar 3.3 Survei Kuisioner 1



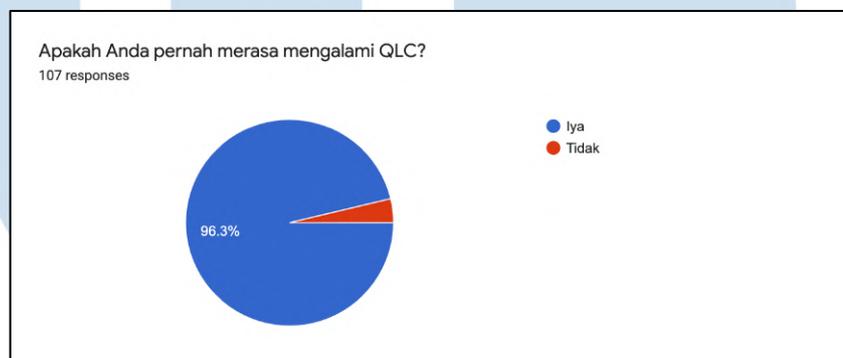
Gambar 3.4 Survei Kuisioner 2

Berdasarkan hasil kuisioner, 96.3% responden pernah merasakan fase QLC. Penyebab yang paling sering terjadi saat fase tersebut adalah tentang karier dan masa depan, pekerjaan maupun finansial, dan membandingkan kesuksesan dengan teman sebaya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

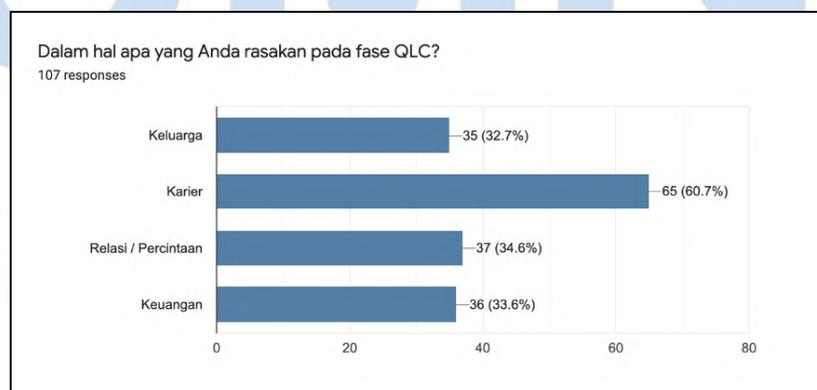


Gambar 3.5 Survei Kuisisioner 3

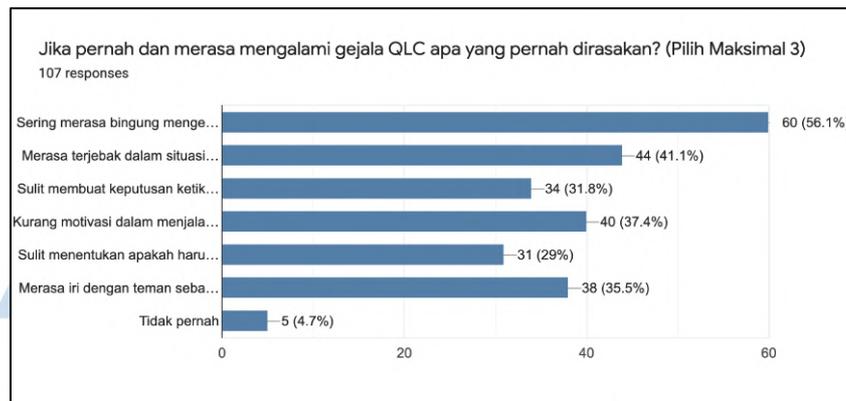


Gambar 3.6 Survei Kuisisioner 4

Berdasarkan hasil survei kuisisioner, hal yang sering dirasakan saat mengalami fase QLC adalah karier (60.7%). Secara tidak sadar QLC dapat menghambat proses kehidupan sehari-hari maupun masa depan. Permasalahan yang sering terjadi pada seseorang yang mengalami QLC adalah sering merasa bingung akan masa depannya, terjebak dalam situasi yang tidak disukai, dan kurang motivasi dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

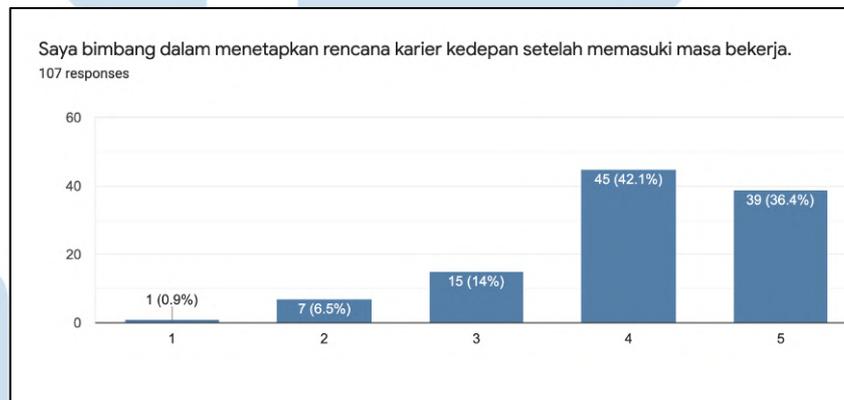


Gambar 3.7 Survei Kuisisioner 5



Gambar 3.8 Survei Kuisisioner 6

Dalam hal karier, responden cukup sering merasakan kebingungan dalam menetapkan rencana dalam berkarier ketika memasuki masa bekerja (42.1%). Responden sering memikirkan tuntutan dari masyarakat umum maupun keluarga dalam menentukan karier di masa depan (41.6%).



Gambar 3.9 Survei Kuisisioner 7

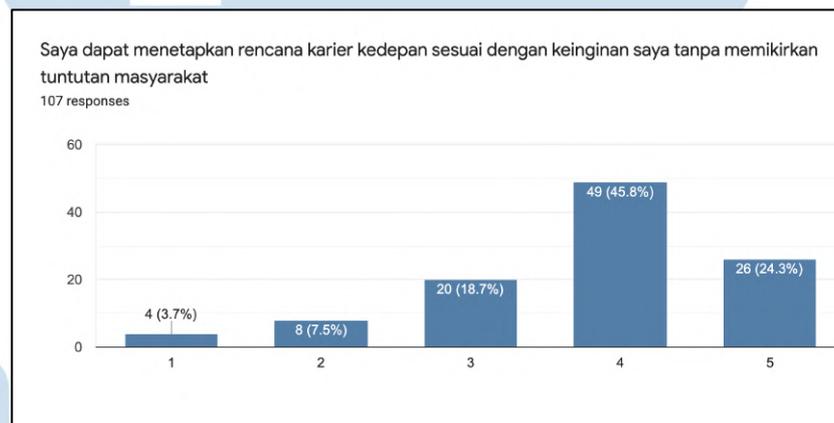


Gambar 3.10 Survei Kuisisioner 8

Hasil dari kuisisioner menunjukkan bahwa masih ada responden yang masih merasa sulit melewati perubahan tanggung jawab dalam hal karier dengan baik. Responden juga belum seluruhnya dapat menentukan rencana karier tanpa memikirkan tuntutan masyarakat.

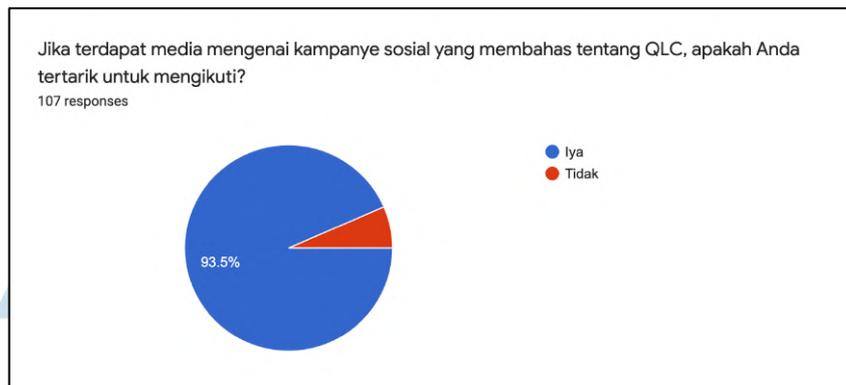


Gambar 3.11 Survei Kuisisioner 9

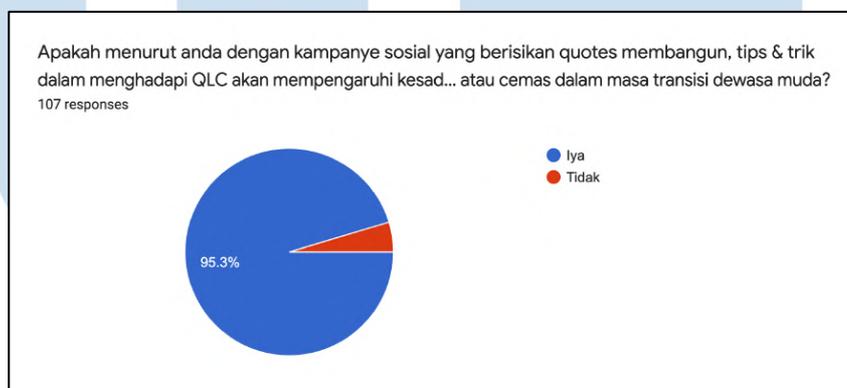


Gambar 3.12 Survei Kuisisioner 10

Sebagian besar responden sangat tertarik untuk mengikuti program kampanye sosial yang membahas tentang fase krisis (93.5%). Responden juga merasa dengan adanya konten yang membahas tentang *quotes* dan tips dalam menghadapi fase krisis dapat mempengaruhi kesadaran seseorang untuk tidak merasakan kembimbangan dalam masa transisi dewasa muda dan dapat menentukan kariernya untuk masa depan (95.3%).

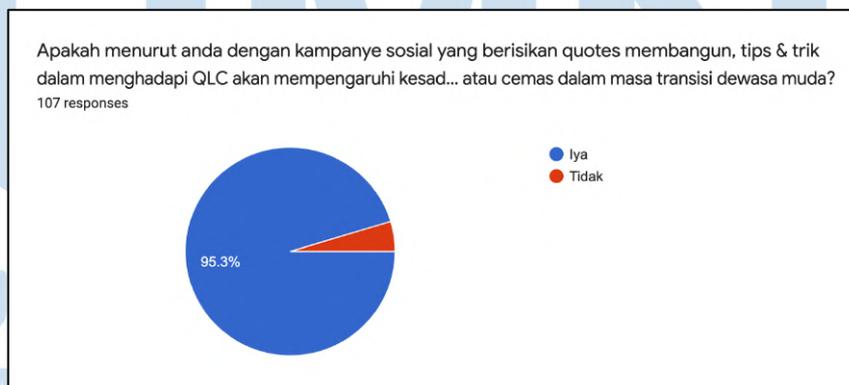


Gambar 3.13 Survei Kuisisioner 11



Gambar 3.14 Survei Kuisisioner 12

Selain membagikan konten mengenai *quotes* dan tips, diskusi interaktif mengenai topik krisis juga dapat berdampak untuk mengurangi rasa bimbang dalam masa transisi dewasa muda (95.3%).

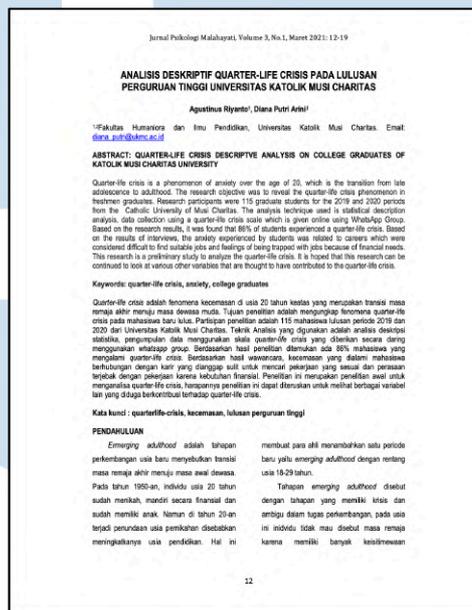


Gambar 3.15 Survei Kuisisioner 13

3.2 Studi Literasi

Sebelum membuat desain kampanye, penulis menelusuri terlebih dahulu karya – karya informasi dan konten – konten yang memiliki tema yang serupa dengan topik yang dipilih yaitu *Quarter Life Crisis* dibidang karier, agar penulis mendapatkan refrensi untuk strategi pesan yang ingin disampaikan kepada *audience*.

1) Jurnal Ilmiah



Gambar 3.16 Jurnal Psikologi Malahayati
Sumber: Riyanto & Arini (2021)

Dari jurnal tersebut penulis mendapatkan fakta bahwa 86% dewasa muda yang sudah menginjak usia 20 tahun terutama mahasiswa mengalami kecemasan dalam karier karena sebagian dari responden menganggap bahwa mencari pekerjaan yang sesuai sangat sulit. Fenomena *Quarter Life Crisis* membawa dampak pada dewasa muda khususnya mahasiswa karena memiliki rasa ketakutan melepas transisi dari zona nyaman dunia akademik menuju dunia kerja. Serta individu yang juga terjebak untuk memilih dan mengambil keputusan untuk masa depannya.

2) Konten



Gambar 3.17 Konten Tips Mencari Tahu Jalur Karir
Sumber: Instagram @quarterlife.projects (2021)

Dari konten media sosial tersebut mengajak para *audience* untuk tidak ragu dan belajar berani mengatasi kebimbangan dalam menentukan karier. Konten tersebut dapat membawa refrensi *copywriting* desain kampanye dan *merchandise* yang akan dibuat nantinya.

3) Artikel



Gambar 3.18 Cara Mahasiswa Memilih Karier
Sumber: kompas.com (2021)

Untuk mendukung isi konten yang disampaikan dalam desain, penulis juga mencari informasi melalui artikel mengenai topik yang diangkat. Dari artikel tersebut penulsi mendapatkan fakta dan mekanisme dalam memilih karier sesuai *passion* dengan menggunakan konsep ikigai. Dilansir dari

kompas.com (2021) sebelum konsep ikigai dapat diterapkan, individu harus memiliki pola pikir berkembang dan selalu percaya akan proses pada setiap usaha yang dijalankan.

3.3 Metodologi Perancangan

Metode yang akan dirancang dalam mengimplementasikan sebuah karya menggunakan teori Landa (2010) dalam buku *Advertising by Design* terdapat enam fase proses desain grafis, yaitu:

1) *Overview*

Pada tahapan *overview*, penulis melakukan riset data untuk mengumpulkan data melalui *interview* dengan psikolog, *focus group discussion*, kuesioner, dan riset sukunder melalui jurnal untuk mendapatkan isi konten kampanye yang ingin disampaikan kepada *audience*.

2) *Startegy*

Dalam membuat media kampanye, penulis membuat *creative brief* serta disambungkan dengan startegi AISAS untuk membantu produk maupun media lebih dikenal oleh seluruh *audience*.

3) *Ideas*

Setelah itu, penulis juga merancang *mindmap*. Melalui *mindmapping*, diharapkan dapat membantu penulis untuk menemukan kata kunci dan konsep desain. Setelah membuat *mindmapping* dan *keyword*, penulis juga merancang konsep ide untuk logo, konsep desain, serta konsep pesan melalui *Mindmapping*, *creative brief* dan *moodboard* agar penulis mendapatkan gambaran keseluruhan ide konsep pada desain yang sudah dirancangan.

4) *Design*

Dalam membuat desain, penulis juga merancang *layout* setiap desain yang agar dapat membantu penulis untuk mengetahui posisi peletakkan pada penulisan, gambar, dan logo.

5) ***Production***

Setelah semua perancangan desain sudah selesai tervisualisasikan, dalam tahap ini penulis akan membuat *mockup* dari desain yang sudah dibuat, baik dalam bentuk sosial media, *billboard*, *merchandise* ataupun *banner*. Tujuan dari *mockup* adalah menyalin suatu gambar dari desain menjadi obyek maupun media yang agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan fungsinya.

6) ***Implementation***

Implementasi merupakan tahapan terakhir dari rancangan desain kampanye. Dalam tahapan ini, penulis akan melakukan *review* terhadap desain kampanye yang sudah dibuat, apakah sudah sesuai dengan latar belakang masalah dan apakah sudah menjawab rumusan masalah serta tujuan yang dirancang.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA