

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Terdapat 3 metode penelitian yaitu metode kuantitatif, kualitatif, dan campuran/mixed (Creswell & Creswell, 2018). Metode pengambilan data yang dilakukan dalam perancangan ini adalah sistem *hybrid* dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dan dilengkapi dengan studi referensi. Pemilihan metode *hybrid* didasari oleh keperluan untuk melihat kondisi secara umum sekaligus memahami kondisi secara mendalam untuk memberikan pandangan yang lebih luas. Topik yang diangkat mencakup pada ranah psikologis yang tidak bisa bergantung hanya pada data, sehingga pendekatan secara simpati dan empati perlu dilakukan.

##### 3.1.1 Metode Kualitatif

Pengambilan data secara kualitatif dilakukan setelah pelaksanaan metode kuantitatif. Data kualitatif dengan dengan media wawancara terhadap 2 orang psikolog klinis dan 3 orang mahasiswa yang memiliki potensi *impostor syndrome* tinggi berdasarkan kuesioner sebelumnya. Pemilihan narasumber mahasiswa dengan potensi *impostor syndrome* tinggi didasari oleh tujuan wawancara untuk mendalami dan memposisikan diri sebagai seseorang yang mengalami namun belum mengetahui kondisi yang dialami. Wawancara terbuka untuk dilakukan via *offline* maupun *online* menyesuaikan dengan permintaan dan kebutuhan dari narasumber. Dokumentasi dilakukan dengan melakukan rekaman suara dan foto untuk wawancara secara *offline* dan rekaman video untuk wawancara secara *online*.

###### 3.1.1.1 Interview

*Interview* ahli dilakukan terhadap Psikolog Klinis dari Universitas Multimedia Nusantara yaitu Fiona Valentina Damanik, M. Psi dan Sonny Tirta Luzanil, M. Psi. Wawancara dilakukan secara

*offline* di ruang Student Support Universitas Multimedia Nusantara. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk memperdalam pengetahuan terhadap fenomena *impostor syndrome* sekaligus kondisi fenomena ini dalam lingkungan mahasiswa.

*Interview* mahasiswa dilakukan terhadap 3 orang mahasiswa yaitu Christopher Lie mahasiswa IT BINUS 2018, Elvira Tania mahasiswi DKV UMN 2019, dan Maynard Blenda Nurtanto mahasiswa Management UMN 2020. Kontak ketiga mahasiswa didapatkan melalui pengisian kuesioner dan telah bersedia untuk diwawancarai. Wawancara dilakukan masing-masing melalui Google Meet, Line Chat, dan secara *offline* di kantin Universitas Multimedia Nusantara. Wawancara ini dilakukan secara semi formal untuk mengetahui pengalaman dan kesulitan yang dialami selama mengalami fenomena *impostor syndrome*.

**1) *Interview* kepada Psikolog Klinis Fiona Valentina Damanik, M. Psi**

Fiona Valentina Damanik, M. Psi merupakan seorang psikolog klinis yang telah bekerja sebagai bagian dari *Student Support* Universitas Multimedia Nusantara sejak 2018. Sebagai psikolog klinis di universitas, beliau telah menangani dan memiliki pengetahuan terhadap kondisi yang terjadi pada mahasiswa. Wawancara ini dilakukan secara *offline* pada tanggal 17 September 2021, pukul 13.00 WIB di ruangan Student Support UMN

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 Bukti Wawancara bersama Kak Fiona Valentina Damanik, M. Psi

Melalui wawancara ini, didapati bahwa *Impostor Syndrome* merupakan suatu fenomena psikologis. *Impostor Syndrome* belum terdaftar dalam kajian utama dalam Psikologis yaitu buku *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder 5 (DSM 5)* dan buku Panduan Penggolongan dan Diagnosis Gangguan Jiwa di Indonesia (PPDGJ). Oleh karena itu, saat ini *Impostor Syndrome* tidak dapat di diagnosa sebagai sebuah gangguan jiwa. Meski begitu, tidak menutup kemungkinan kondisi ini bisa memicu munculnya diagnosis seperti *Social Anxiety Disorder* pada penderitanya jika tidak disadari dan ditanganin sejak dini. Seseorang yang mengalami *Impostor Syndrome* didasari oleh *self-doubt* atau keraguan terhadap dirinya yang didukung dengan *self-sabotage* yangmana membuat dirinya mempercayai bahwa keraguannya adalah fakta. Ketika seseorang dengan *Impostor Syndrome* sudah bekerja keras dan mendapatkan apresiasi dari orang disekitarnya, kedua faktor ini menimbulkan keraguan serta penolakan yang didasari oleh *irrational belief* atau kepercayaan yang irasional (tidak logis). Penolakan dan pengabaian terhadap usaha yang telah dilakukan menyulitkan seseorang untuk menilai

kemampuan dirinya. Kondisi ini juga diperkuat oleh kepribadian *Neuroticism* atau karakteristik negatif seseorang yang berkaitan erat dengan kecemasan, *insecurity*, tekanan, dan rasa bersalah.

Terdapat 5 jenis *Impostor Syndrome* yaitu *The Perfectionist*, *The Expert*, *The Natural Genius*, *The Soloist*, dan *The Superhero/Superhuman*. Kelima jenisnya memiliki pola pikir dan faktor pemicu yang berbeda namun setiap jenisnya mengacu pada perasaan yang sama yaitu perasaan tidak layak atau tidak pantas. Meskipun didasari oleh faktor yang berbeda, penyebab munculnya *Impostor Syndrome* sama-sama dipengaruhi oleh lingkungan dan sifat yang dimiliki individu tersebut.

*Impostor Syndrome* dalam ranah mahasiswa bisa berlangsung secara konstan dipengaruhi oleh persaingan dalam lingkungan pendidikan maupun non-pendidikan yang terus berlangsung. Tidak menutup kemungkinan bahwa kondisi ini bisa terjadi pada mahasiswa dari segala jurusan dan angkatan. Pada mahasiswa baru, *Impostor Syndrome* dapat dipicu melalui prestasi kecil seperti menjawab pertanyaan di kelas. Kondisi *Impostor Syndrome* ini bisa terbentuk karena mahasiswa tersebut merasa orang disekitarnya akan berekspektasi tinggi kedepannya sebab ketidaktahuan individu terhadap cara pandang orang disekitarnya dan sebaliknya.

Seseorang yang mengalami *Impostor Syndrome* merasa pola pikirnya benar dan tidak menyadari dampak yang dialaminya. Padahal *Impostor Syndrome* yang tidak ditangani dengan baik dapat menimbulkan efek jangka panjang seperti diagnosis dan kelelahan mental yang berpotensi menjadi siklus pengulangan, sehingga dibutuhkan suatu bentuk untuk membantu penderita *Impostor Syndrome* menyadari kondisinya dan tergerak untuk segera mencari bantuan. Hal ini sejalan dengan fungsi media *website* sebagai sebuah media edukasi yang dapat membantu

penderita *impostor syndrome* memahami kondisi yang dialaminya. Dibutuhkan juga sebuah media persuasi untuk meningkatkan *awareness* mahasiswa terkait fenomena ini.

## 2) **Interview** kepada Psikolog Klinis Sonny Tirta Luzanil, M. Psi

Sonny Tirta Luzanil, M. Psi merupakan salah satu psikolog klinis di Universitas Multimedia Nusantara sejak tahun 2021 yang bekerja dibawah Student Support. Beliau berfokus pada psikolog klinis dewasa yang menangani kasus psikologis pada remaja dan dewasa usia 18 tahun keatas. Wawancara ini dilakukan secara *offline* pada hari Senin, 26 September 2022 pada pukul 13.00 WIB di ruangan Student Support UMN.



Gambar 3.2 Bukti Wawancara bersama Mas Sonny Tirta Luzanil, M. Psi

Melalui wawancara ini, diperjelas bahwa *impostor syndrome* merupakan bentuk gejala psikologis, namun berpotensi untuk menjadi sebuah gangguan kejiwaan. Seseorang yang mengalami *impostor syndrome* didasari oleh pandangan negatif terhadap diri sendiri, sehingga respon negatif dari luar pribadi dianggap bentuk validasi dari pandangannya tersebut. Kondisi ini banyak terjadi pada mahasiswa karena masa tersebut adalah masa transisi dalam

kehidupan. Umur mahasiswa yang berada pada rentang remaja menuju remaja dewasa, secara mental masih belum stabil. Stabilitas mental seseorang biasanya akan dialami pada usia 25 tahun keatas. Oleh sebab itu kondisi ini lebih minim ditemui pada lingkungan pekerjaan yang umumnya diisi oleh orang – orang yang sudah lebih dewasa. Mahasiswa juga mengalami banyak tuntutan terkait kemampuan untuk bersosialisasi, prestasi akademik, maupun non-akademik. Kondisi ini juga lebih sering ditemui pada mahasiswa tingkat atas, melihat banyaknya prestasi yang telah dicapai dan tanggung jawab yang lebih besar.

Beberapa karakteristik dari seseorang yang mengalami *impostor syndrome* adalah sikap rendah diri, tidak percaya diri, mengatribusikan keberhasilan kepada faktor eksternal, dan menetapkan standar yang tinggi terhadap dirinya sendiri. Kondisi ini rentan terjadi pada seorang *high achiever* karena adanya tuntutan dan ekspektasi terhadap diri sendiri untuk bisa menjadi lebih baik. Hal ini juga semakin diperparah dengan tuntutan dan ekspektasi sosial secara langsung maupun tidak langsung.

Fenomena *impostor syndrome* dapat terjadi disebabkan oleh tuntutan yang diberikan dari lingkungan, namun tidak mendapatkan apresiasi yang diharapkan. Sehingga, seorang penderita *impostor syndrome* belajar untuk menyikapi keberhasilannya berdasarkan reaksi orang lain. Faktor lainnya adalah kondisi pikiran yang sedang negatif sehingga udah dipengaruhi hal-hal negative dari luar diri.

Dampak yang dirasakan secara internal bisa berupa dampak jangka pendek dan ringan maupun jangka panjang. Dampak jangka pendek dapat dinilai dari sulit berkonsentrasi, mudah lelah, tidak bisa merasakan kebahagiaan ketika mencapai sesuatu, dsb. Sedangkan secara jangka panjang, kondisi ini bisa memicu

munculnya depresi. Kedua kondisi ini menyebabkan seseorang sulit memahami kemampuan yang dimilikinya. Secara eksternal, kondisi ini dapat mempengaruhi hubungan sosial penderitanya yang mana seorang *impostor syndrome* merasa harus bekerja lebih keras dan berusaha untuk mengerjakan apapun. Kondisi ini membuat individu tersebut terlihat individualis dan ambisius

Terdapat beberapa metode yang dapat dilakukan untuk mengatasi fenomena ini, yaitu dengan melalui metode *sharing* yang reflektif. Metode *sharing* yang dilakukan dengan menempatkan orang lain sebagai cerminan untuk memvalidasi kerja kerasnya. Cara lainnya adalah dengan memberikan pemahaman untuk menghargai proses walaupun sedikit dan berlatih untuk menghargai orang lain agar dapat menghargai diri sendiri. Menghindari bentuk pelabelan individu terhadap fenomena ini sebagai bentuk penegasan bahwa fenomena ini adalah suatu kondisi bukan bawaan sejak lahir. Hal ini juga bertujuan untuk menghindari *self claim* ataupun *self fulfilling prophecy* yang dapat berdampak pada kecenderungan suatu individu untuk mengikuti dan memproyeksikan ciri *impostor syndrome* ke dalam diri sendiri.

### 3) **Interview kepada Christopher Lie**

Christopher Lie adalah mahasiswa jurusan IT yang berkuliah di BINUS sejak tahun 2018. Saat ini Christopher sedang menjalani program magang dikampusnya. Wawancara dilakukan via online dengan menggunakan Google Meeting pada hari Senin, 19 September 2022, pukul 21.00 WIB.



Gambar 3.3 Bukti Wawancara bersama Christopher Lie

Berdasarkan hasil survey yang diisi oleh Christopher, berdasarkan pertanyaan yang dimuat dari “*Clance IP Test and Scoring*” menunjukkan adanya indikasi *impostor syndrome* pada level yang intens. Hal ini juga divalidasi oleh Christopher dalam sesi wawancara. Dalam sesi wawancara diketahui bahwa Christopher merasa bahwa orang lain memiliki kompetensi yang lebih dari dirinya sehingga pencapaian yang telah didapat saat ini dirasa sebagai sebuah bentuk keberuntungan semata dan perasaan tidak layak. Situasi ini biasa hadir ketika dihadapkan dengan hal yang tidak dimengerti. Kondisi ini telah muncul sejak SMA, namun terasa lebih sering pada semester 2 dan 3 di perkuliahan. Semakin tinggi semester yang dialami, semakin sering perasaan *impostor syndrome* ini muncul dan tidak membaik ataupun memburuk.

Penyebab kondisi *impostor syndrome* yang diketahui oleh Christopher adalah akibat tuntutan dari diri sendiri. Namun setelah sesi diskusi, diketahui bahwa kebiasaan menuntut diri ini muncul karena mendapatkan tuntutan dari orang tua semasa kecil. Kondisi *impostor syndrome* ini membuat Christopher merasa tidak percaya diri, tidak berani mengambil keputusan, selalu mengalah dengan orang lain khususnya ketika membuat tugas, dan menyalahkan diri atas kegagalan. Dari kebiasaan ini



terkadang memunculkan rasa kecewa karena merasa dapat melakukan dengan lebih baik.

Ketika *impostor syndrome* ini dirasakan, waktu yang dibutuhkan untuk memulihkan diri berkisar 1-2 hari hingga mingguan. Proses pemulihan dilakukan dengan berpasrah pada keadaan, bukan upaya pemahaman diri. Belum ada upaya pasti yang telah dilakukan oleh Christopher untuk mengatasi kondisi ini karena ketidaktahuan untuk memulai dari mana. Upaya yang telah dilakukan adalah dengan berbagi cerita baik dengan teman maupun keluarga. Dengan bercerita, dan mendapatkan respon baik ada perasaan lega karena mendapatkan validasi dan tidak merasa sendiri. Meskipun begitu, setelah bercerita masih ada perasaan mengganjal seperti upaya membenaran diri. Kondisi ini juga masih minim diketahui dan jarang dilakukan *open discussion* sehingga solusi dianggap sebagai bentuk dukungan secara umum.

Preferensi media yang dipilih adalah sosial media untuk penyebaran *awareness* adalah Instagram dan video, namun *website* lebih sering dikunjungi untuk mencari informasi yang lebih spesifik. Secara visual, lebih memilih penggunaan ilustrasi karena merasa karakternya dapat membawakan kondisi tersebut dengan lebih nyata dibandingkan penggunaan actor. Penggunaan metode *storytelling* juga membantu dalam menikmati informasi yang diberikan.

#### **4) Interview kepada Maynard Blenda Nurtanto**

Maynard Blenda Nurtanto merupakan seorang mahasiswa jurusan Management angkatan 2020 di Universitas Multimedia Nusantara. Wawancara ini dilakukan secara *offline* pada hari Jumat, 23 September 2022, pada pukul 17.00 WIB.



Gambar 3.4 Bukti Wawancara bersama Maynard Blenda Nurtanto

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa kondisi *impostor syndrome* yang dialami terjadi sejak Sekolah Menengah Atas (SMA). Kondisi ini dipicu oleh kejadian yang mana Blend mendapatkan pujian dari rekan kerja, namun dibalik itu ada ucapan-ucapan negatif terhadap kinerja Blend yang diutarakan ke rekan kerja lainnya. Kejadian ini memunculkan perasaan ragu dan mempertanyakan kredibilitas hasil kerja yang dimiliki. Sehingga, kondisi ini memicu *impostor syndrome* yang muncul ketika Blend mendapatkan pujian atau apresiasi dari orang lain. Apresiasi yang didapat, ditelaah sebagai bentuk sarkasme ataupun itikad baik, sehingga muncul kesimpulan bahwa pekerjaan yang telah dilakukan masih belum cukup. Situasi ini masih terus terjadi selama di perkuliahan baik dalam bidang akademis maupun non akademis.

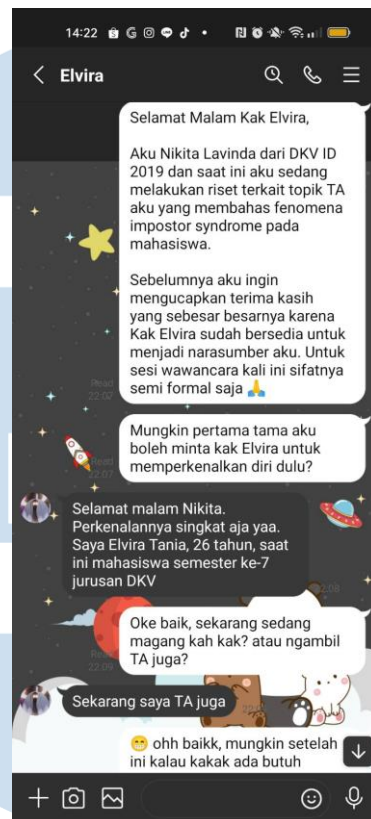
Bagi Blend, diperlukan waktu mingguan bahkan bulanan untuk dapat menerima 1 kejadian *impostor syndrome* yang berpengaruh

terhadap lingkungan sosial dan kemampuan bekerjanya. Adanya perasaan bersalah dan *overthinking* yang berlangsung secara konstan selama masa penerimaan atau pemulihan tersebut. Selain itu adanya keretakan hubungan terhadap orang lain atau rekan kerja. Namun disisi lain, kondisi ini membantu Blend untuk belajar menerima diri, mengatur waktu, serta mengatur emosi dan tindakan.

Suatu bentuk penanganan yang dilakukan oleh Blend adalah dengan bercerita kepada teman dekat. Lingkungan yang *supportive* sangat membantu dalam bersikap tenang dan berfikir jernih. Melalui sesi *sharing* yang dilakukan, cara paling cepat untuk membantu Blend terdasarkan dari kondisi *impostor syndrome* adalah mendapatkan validasi atas kerja kerasnya. Melalui sesi survey, ditemukan bahwa Blend merasakan perasaan lega ketika mengetahui bahwa ada orang lain yang memiliki perasaan dan kondisi yang serupa sehingga merasa tidak sendiri.



## 5) Interview kepada Elvira Tania



Gambar 3.5 Bukti Wawancara bersama Elvira Tania

Elvira Tania adalah seorang mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara angkatan 2019. Wawancara dilakukan secara *online* via *Line chat* berdasarkan permintaan dari narasumber. Wawancara dibagi ke dalam 2 sesi yakni pada hari Kamis, 20 September 2022 pukul 22.00 WIB dan Jumat, 30 September pukul 21.00 WIB.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan Elvira pernah mengalami kondisi *impostor syndrome*. Pengalaman *impostor syndrome* yang dialami dalam bentuk ketidakpercayaan akan pencapaian yang telah didapat serta kepercayaan bahwa pencapaian tersebut didasari faktor keberuntungan. Menurut Elvira, salah satu penyebab dari munculnya kondisi ini adalah trauma yang dialami terhadap seorang guru pada masa sekolah,

yangmana terdapat penilaian secara subyektif yang diberikan oleh guru tersebut. Kondisi ini menyebabkan Elvira kurang mampu untuk menilai kemampuannya karena pencapaian yang telah didapat tidak dianggap sebagai tolak ukur atas kemampuannya. Dampak lain yang dirasakan adalah rasa tidak percaya diri, memaksakan diri untuk beradaptasi dengan lingkungan, tidak berani dalam mengutarakan pendapat, dan sifat perfeksionis dalam pengerjaan tugas. Dampak yang dialami ini secara sadar dan tidak sadar telah mempengaruhi hubungan Elvira dengan sosialnya seperti adanya kerenggangan hubungan dengan orang lain karena terkesan pasif, dan ekspektasi tinggi yang diharap dari orang lain saat bekerja sama.

Elvira telah melakukan beberapa upaya penanganan seperti berkonsultasi dengan psikolog, psikiater, dan juga bercerita dengan teman. Penanganan dengan psikolog dilakukan dengan menggunakan terapi *cognitive behavioral therapy* (CBT) dan sesi sharing yangmana psikolog membantu dalam mengubah pola pikir yang mengarah pada *impostor syndrome*. Sedangkan penanganan melalui psikiater dilakukan dengan memberikan obat-obatan untuk meredakan gejala tertentu. Menurut Elvira, bentuk penanganan yang paling efektif adalah pemberian pendapat yang supportif serta perubahan *mindset* dalam menghadapi kondisi *impostor syndrome* ini.

### **3.1.1.2 Kesimpulan**

Berdasarkan wawancara yang dilakukan didapati beberapa poin penting sekaligus validasi terhadap pernyataan ahli yang terjadi pada mahasiswa maupun sebaliknya. Diketahui bahwa *impostor syndrome* ini merupakan sebuah gejala yang menjadi fenomena karena terjadi secara massal. *Impostor syndrome* tidak dapat di diagnose sebagai gangguan jiwa namun berpotensi untuk menjadi

sebuah diagnosis. Fenomena ini dapat diklasifikasikan menjadi 5 jenis tergantung bagaimana individu menginterpretasikan sebuah keberhasilannya. Fenomena *impostor syndrome* banyak terjadi pada lingkungan mahasiswa karena mental mahasiswa yang masih belum stabil sehingga mudah dipengaruhi oleh hal negatif dari lingkungannya.

Melihat dari penyebabnya, didapati bahwa munculnya kondisi ini sebagian besar dipengaruhi oleh lingkungan baik secara sadar maupun tidak. Pengaruh paling besar adalah bentuk tuntutan lingkungan yang tidak sepadan dengan apresiasi yang didapatkan. Hal tersebut mengakibatkan munculnya sikap rendah diri, menetapkan ekspektasi tinggi, pandangan negatif terhadap diri sendiri, dan pola pikir *close minded*.

Kondisi ini berdampak baik secara internal maupun eksternal. Secara internal, munculnya perasaan-perasaan ragu, penyesalan, *burnout*, tidak percaya diri, dan rasa bersalah ataupun berdampak pada kemampuan kognitif seperti kesulitan berkonsentrasi dan memahami pelajaran. Kondisi ini membuat individu tidak mampu menilai kemampuannya dan menghambat perkembangannya. Selain itu kondisi ini juga berpotensi untuk menjadi gangguan psikologis seperti depresi dan *social anxiety disorder*. Secara eksternal dampak yang bisa dirasakan seperti renggangnya hubungan dengan rekan kerja serta mempengaruhi pola kerja.

Pentingnya edukasi sebagai sumber informasi untuk menyadarkan seseorang dengan *impostor syndrome* terkait pola pikir yang salah. Penyediaan edukasi yang tepat dan sesuai akan membantu individu yang mengalami *impostor syndrome* untuk segera mencari bantuan dan menghindari *self claim* atau *self fulfilling prophecy*. Pendekatan yang paling tepat untuk dilakukan adalah dengan melakukan refleksi diri serta upaya untuk memvalidasi kerja keras

yang telah dilakukan. Metode *sharing* juga dapat membantu untuk memberikan kelegaan karena adanya kondisi yang serupa dan validasi atas perasaan yang dirasakan.

Hasil yang telah didapatkan melalui wawancara ini akan diterapkan ke dalam perancangan. Oleh sebab itu, dalam langkah selanjutnya yakni tahapan perancangan *website*, penulis akan membuat sebuah media yang berbentuk refleksi diri untuk membangun komunikasi intrapersonal dalam diri. Bentuk penyampaiannya akan diimplementasikan dari interaksi *sharing* dan bercerita sehingga bentuk penyampaian pertanyaan reflektif diselipkan dalam media *storytelling*. Elemen pendukung lainnya adalah penggunaan karakter sebagai representasi nyata dari setiap jenis *impostor syndrome*, serta penempatan forum dan *sharing* antar pengguna.

### 3.1.2 Metode Kuantitatif

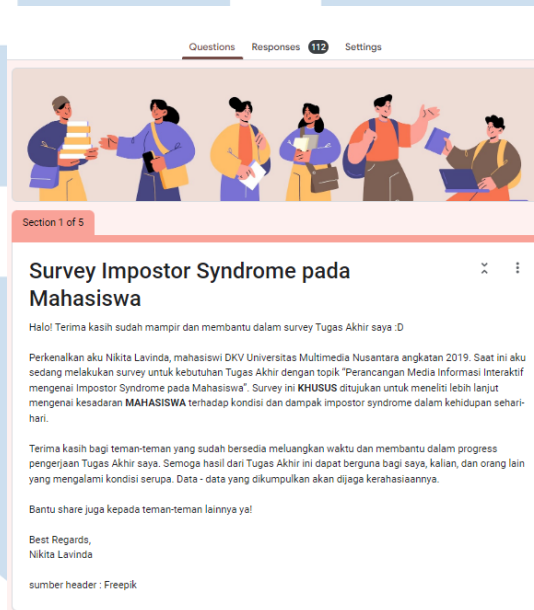
Pengambilan data metode kuantitatif dilakukan sebelum metode kualitatif. Metode ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online*. Metode kuantitatif ditujukan untuk menguji suatu teori dan hubungan antar variable terukur (Creswell & Cresswell, 2018) sehingga metode ini dilakukan di awal untuk memvalidasi fenomena *impostor syndrome* yang terjadi di mahasiswa. Penyebaran kuesioner ditargetkan pada mahasiswa aktif khususnya di Jabodetabek.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021, jumlah mahasiswa di Indonesia sebanyak 8.956.184 jiwa. Target sampel kuesioner yang dibutuhkan sebanyak 100 jiwa berdasarkan rumus Slovin dengan derajat ketelitian sebesar 10%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{8.956.184}{1 + 8.956.184 \times 0.1^2} = 99.99$$

## Keterangan

- n : Jumlah sampel  
N : Jumlah populasi  
E : Derajat Ketelitian



Gambar 3.6 Bukti Kuesioner *online*

Kuesioner disebarakan mulai pada tanggal 14 September 2022 hingga 21 September 2022 dengan total responden mencapai 112 responden. Penyebaran kuesioner menggunakan metode *snowball sampling* yang mana kuesioner disebarakan kepada orang-orang sesuai dengan ketentuan yang dicari dan diharapkan untuk menyebarkan kembali kepada orang lain sesuai dengan target yang dituju. Kuesioner terbagi menjadi 5 segmen yang terdiri dari pengisian data, analisa kondisi *impostor syndrome*, *feedback test impostor syndrome*, pengetahuan mengenai *impostor syndrome*, dan preferensi media dan visual.

Data segmen pertama merupakan data demografis dari pengisi kuesioner. Pengisian kuesioner dilakukan oleh 92% mahasiswa di Jabodetabek dan 8% dari luar Jabodetabek. Responden terdiri dari 52,7% mahasiswi dan 47,3% mahasiswa dengan rentang usia yang dominan pada umur 20 – 21 tahun sebanyak 67%, diikuti dengan rentang usia 18 – 19 tahun



sebanyak 17,9%. Umur responden selaras dengan data tahun mulai kuliah yang didominasi oleh angkatan 2019 sebanyak 50,9%, dan diikuti oleh angkatan 2020 sebanyak 21,4%, dan mahasiswa baru angkatan 2022 sebanyak 10,7%. Kuesioner diisi oleh mahasiswa dari berbagai jurusan dengan dominasi jurusan DKV sebanyak 45,6%.

Pada segmen kedua, dihadirkan 20 pertanyaan yang diambil dari IP Scale yang buat oleh Pauline Rose Clance, Ph. D., dan diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia. Data menggunakan skala 1 – 5 dimana hasil pilihan akan dijumlahkan untuk menentukan tingkat potensi *impostor syndrome* pada diri seseorang. Berikut adalah rangkuman hasil pengujian menggunakan IP Scale:

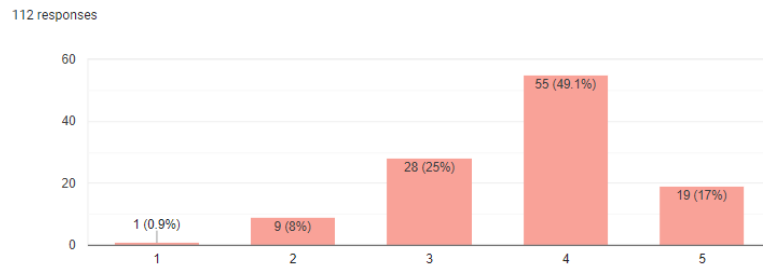
Tabel 3.1 Hasil test menggunakan IP Scale

Skala	Tingkat Potensi <i>Impostor Syndrome</i>	Jumlah Sampel
80>	Potensi intens	26
61 – 80	Potensi tinggi	65
40 – 61	Potensi sedang	18
<40	Potensi rendah	3

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa sebanyak 65 orang atau 58% dari responden mengisi kuesioner memiliki potensi tinggi untuk mengalami *impostor syndrome*. Ditambah dengan 26 orang atau 23,2% dari total responden berpotensi mengalami *impostor syndrome* pada tingkat intens.

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

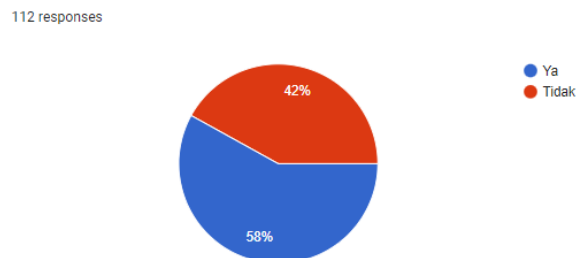
Setelah menjawab pertanyaan pada section sebelumnya, apakah anda sering merasakan perasaan tersebut selama menjadi mahasiswa? [Copy](#)



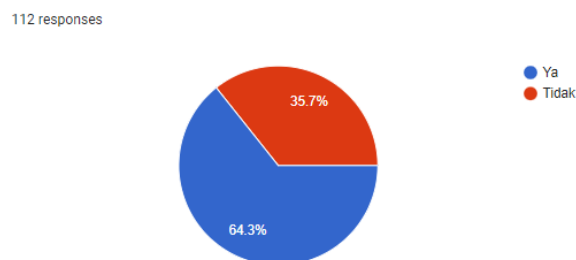
Gambar 3.7 Hasil Kuesioner mengenai familiaritas perasaan

Pada segmen ketiga, mengenai *feedback* setelah melakukan IP Scale pada bagian sebelumnya. Pada pertanyaan mengenai familiaritas pertanyaan tersebut dalam kehidupan sebagai mahasiswa, sebanyak 49,1% menjawab sering merasakan dan 17% lainnya menyatakan selalu merasakan perasaan tersebut.

Apakah dampak yang anda rasakan mempengaruhi kehidupan sosial anda? [Copy](#)



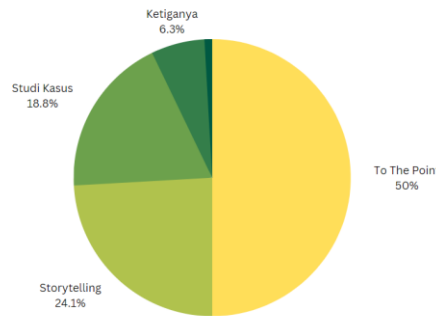
Apakah dampak yang anda rasakan mempengaruhi kinerja anda selama melakukan perkuliahan? [Copy](#)



Gambar 3.8 Hasil Kuesioner mengenai dampak *impostor syndrome*

Berdasarkan pertanyaan mengenai dampak yang dirasakan dari perasaan tersebut dalam kehidupan perkuliahan, didapati jawaban bahwa

58% merasa memiliki dampak terhadap kehidupan sosialnya dan 64,3% merasa memiliki dampak dalam kinerjanya.

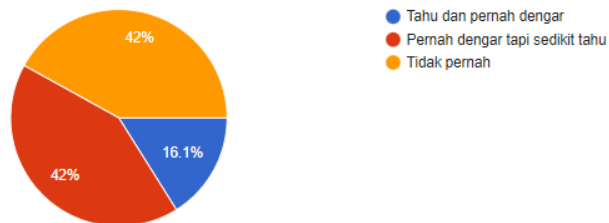


Gambar 3.9 Hasil Kuesioner mengenai penyebab *impostor syndrome*

Dalam pertanyaan terkait sumber atau hal yang mendasari perasaan tersebut, sebanyak 67,9% responden menjawab hal ini didasari oleh ekspektasi diri sendiri diikuti 17% lainnya yang menjawab berasal dari tuntutan keluarga atau lingkungan.

Apakah kamu mengetahui tentang Impostor Syndrome?  
112 responses

[Copy](#)



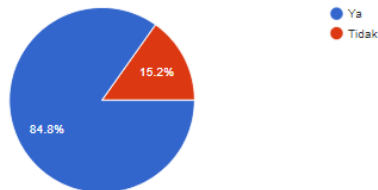
Gambar 3.10 Hasil Kuesioner mengenai pengetahuan terhadap *impostor syndrome*

Pada segmen keempat mengenai pengetahuan terhadap *impostor syndrome* didapati bahwa pengetahuan mengenai fenomena *impostor syndrome* ini masih sangat minim, hanya 16,1% yang mengetahui. Kondisi bertolak belakang dengan tingginya fenomena ini di lingkungan mahasiswa yang menunjukkan kebutuhan akan informasi ini.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

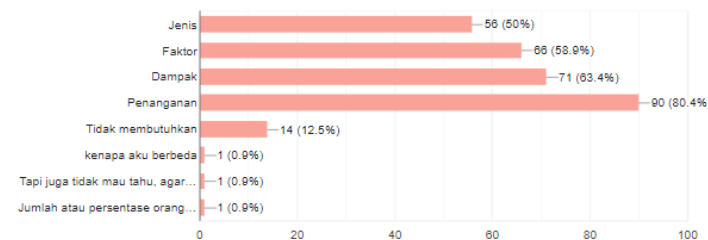
Setelah melakukan tes pada bagian sebelumnya, apakah anda membutuhkan informasi lebih lanjut mengenai Impostor Syndrome? [Copy](#)

112 responses



Informasi apa saja yang anda harapkan? [Copy](#)

112 responses

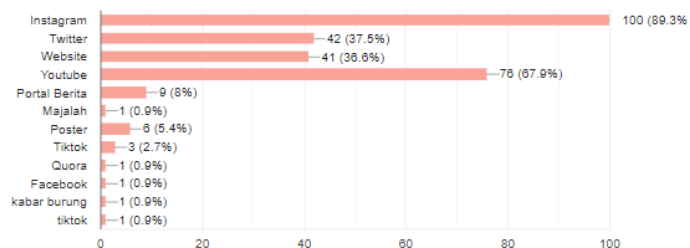


Gambar 3.11 Hasil Kuesioner mengenai kebutuhan terhadap informasi *impostor syndrome*

Dibuktikan melalui pertanyaan lainnya yang mana 54,5% menjawab membutuhkan informasi lebih lanjut terkait fenomena ini. Beberapa informasi yang diharapkan didominasi oleh cara penanganannya sebesar 80,4%, diikuti dengan dampak, faktor, dan jenisnya.

Media apa yang paling sering anda gunakan untuk mendapatkan informasi? (max 3) [Copy](#)

112 responses



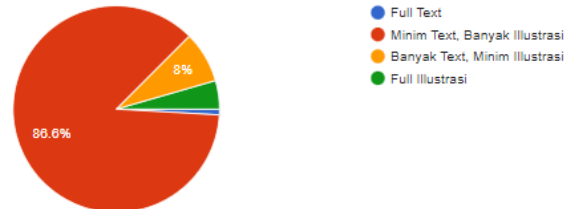
Gambar 3.12 Hasil Kuesioner mengenai media yang digunakan mahasiswa

Pada segmen kelima mengenai preferensi media dan visual, didapati bahwa media interaktif sangat diminati oleh mahasiswa dalam pencarian informasi khususnya Instagram dengan 89,3% dan Youtube dengan 67,9%. Diikuti oleh media interaktif lainnya seperti Twitter dan *website*.

Bentuk visual seperti apa yang anda sukai dalam mendapatkan informasi?

 Copy

112 responses



Gambar 3.13 Hasil Kuesioner mengenai media yang digunakan mahasiswa

Dilanjutkan dengan preferensi visual yang didominasi sebanyak 86,6% oleh preferensi visual dengan penggunaan tulisan yang minim namun memuat banyak ilustrasi. Hal ini membuktikan bahwa minat membaca mahasiswa rendah dan lebih menyukai informasi yang memuat banyak visual dan interaktif.

### 3.1.2.1 Kesimpulan

Melalui kuesioner yang telah disebar, data yang didapat memvalidasi argument bahwa fenomena ini banyak terjadi di mahasiswa bahkan dengan potensi yang cukup tinggi. Kondisi ini juga sudah memiliki dampak nyata pada kehidupan bersosial dan mempengaruhi kinerja dalam perkuliahan. Sayangnya hanya 16,1% yang sudah memahami mengenai fenomena ini sehingga diperlukan suatu media informasi untuk meningkatkan pengetahuan dan membuka wawasan mahasiswa terhadap fenomena yang dialami. Supaya informasi tersampaikan dengan efektif dan efisien, diperlukan penggunaan media informasi yang interaktif menyesuaikan dengan preferensi media dan visual yang diminati oleh mahasiswa.

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

### 3.1.3 Studi Eksisting

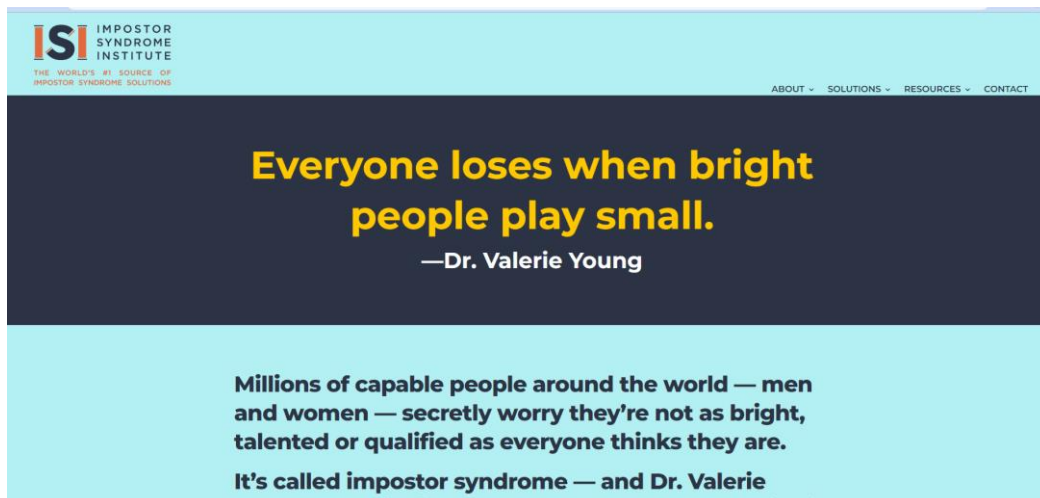
Studi eksisting dilakukan oleh penulis sebagai sumber informasi sekaligus acuan dalam perancangan *website*. Studi mengambil dari buku Dr. Valerie Young (2011) dengan judul “*The Secret Thoughts of Successful Women: Why Capable People Suffer from the Impostor Syndrome and How to Thrive in Spite of It*” serta *website* dari Dr. Valerie Young yaitu [impostorsyndrome.com](http://impostorsyndrome.com)

#### 1) Buku

Buku Dr. Valerie Young menyampaikan informasi terkait fenomena *impostor syndrome* pada wanita *high achiever*. Dalam buku ini memuat mengenai penyebab, dampak, jenis, hingga penanganan dari *impostor syndrome*. Penyampaian informasi dalam buku ini disampaikan secara lugas melalui teks bacaan dengan menyisipkan banyak cerita dan referensi kasus. Penggunaan pertanyaan-pertanyaan retorik memberikan keterlibatan audiens untuk berfikir hanya melalui teks. Komunikasi juga disampaikan dalam beberapa bab dan sub bab dengan judul yang berupa ajakan dan tersirat sehingga materi tidak terasa formal dan berat.

#### 2) Website





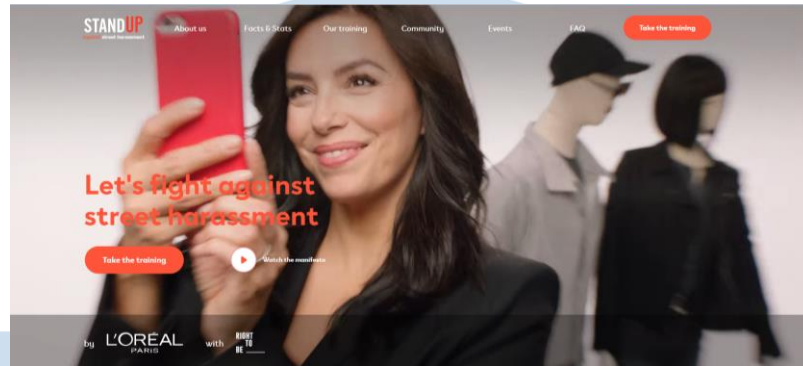
Gambar 3.14 Tampilan *website* impostorsyndrome.com  
Sumber: <https://impostorsyndrome.com/>

*Website* impostorsyndrome.com memuat informasi mengenai *impostor syndrome* secara menyeluruh. Hal ini mencakup test reflektif, jenis, data aktual, artikel, rekaman, dan infografis. Bahasa yang digunakan dalam *website* menggunakan bahasa semi formal, didukung dengan penggunaan warna-warna yang cerah seperti biru, kuning, dan merah sehingga topik dapat dicerna dengan baik. Penyampaian beberapa informasi dalam bentuk infografis dengan teks dan gambar yang mudah dimengerti.

#### 3.1.4 Studi Referensi

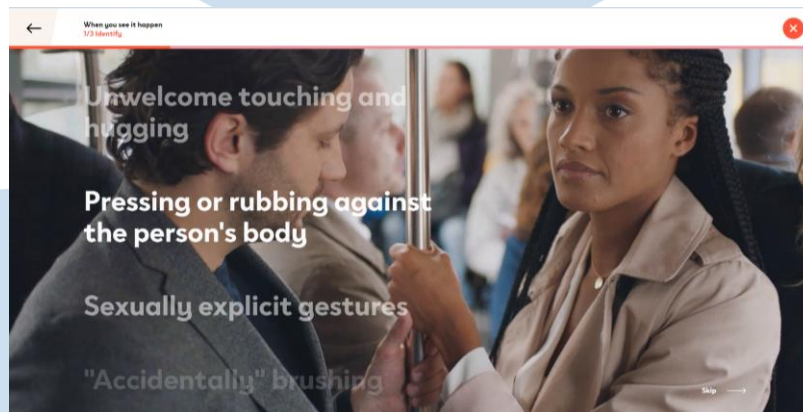
Studi referensi yang dilakukan oleh penulis bertujuan sebagai arahan mengenai alur penyampaian informasi serta pemanfaatan media yang tepat. Referensi mengambil dari aspek elemen, interaktifitas, dan alur informasi. Penulis melakukan studi referensi terhadap *website* StandUp Against Street Harassment dan 16 Personalities.

## 1) StandUp Against Street Harassment



Gambar 3.15 Tampilan homepage *website* StandUp  
Sumber: <https://www.standup-international.com/id/id/>

StandUp merupakan *website* interaktif yang dibuat oleh sebuah lembaga sosial nonprofit Right to Be yang bekerja sama dengan brand Loreal. *Website* ini merupakan kampanye anti pelecehan seksual yang memuat data, cerita, sekaligus mengedukasi audiens untuk mengenai pelecehan seksual.



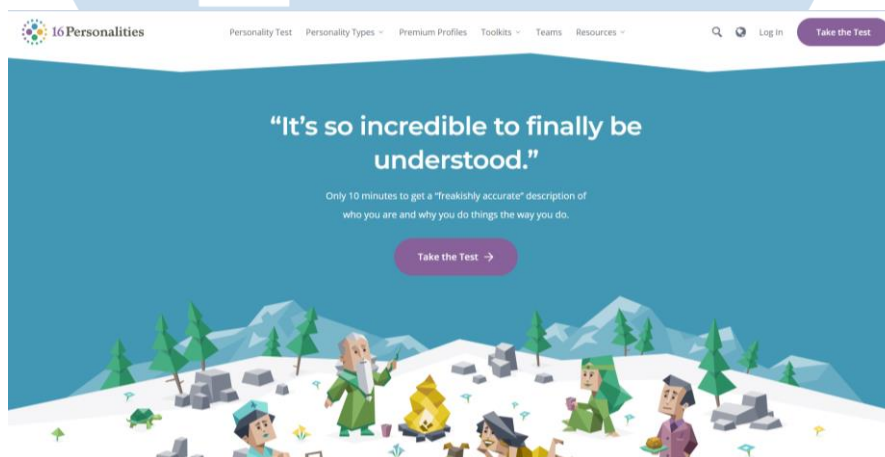
Gambar 3.16 Tampilan page edukasi *website* StandUp  
Sumber: <https://www.standup-international.com/id/id/>

Edukasi yang diberikan mengenai cara menghentikan pelecehan seksual baik sebagai korban atau orang ketiga. Edukasi disampaikan dalam bentuk *storytelling* secara singkat melalui stimulasi gambar, video, dan suara. Penyampaian cerita dimulai dengan menunjukkan kondisi-kondisi yang dapat dikategorikan sebagai pelecehan seksual, kemudian dilanjutkan dengan cara



penanggulangan yang dapat dilakukan. Metode ini membuat audiens lebih mudah memahami dan membandingkan kondisi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Audiens juga diajak untuk berinteraksi dan berpartisipasi melalui pertanyaan – pertanyaan yang diberikan sebelum, pertengahan, dan akhir. Pertanyaan yang diberikan bisa digunakan sebagai sebuah metode pengumpulan data. Penggunaan elemen visual yang mendominasi dengan tulisan yang besar membantu audiens untuk lebih mendalami cerita yang diberikan. Penggunaan microinteraction pada animasi text dan proses transisi membuat *website* terlihat hidup dan tidak monoton.

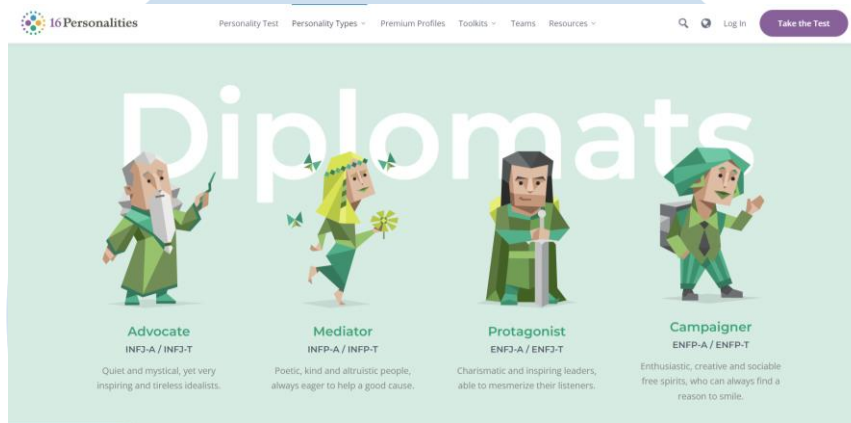
## 2) 16 Personalities



Gambar 3.17 Tampilan homepage *website* 16 Personalities  
Sumber: <https://www.16personalities.com/>

16 Personalities adalah *website* yang digunakan untuk mengetahui jenis kepribadian seseorang berdasarkan Myers-Briggs Type Indicator (MBTI). Proses dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan yang akan diakumulasi menjadi salah satu dari 16 jenis kepribadian yang ada. *Website* tidak hanya memuat akses terhadap testnya saja, namun juga memuat informasi mengenai MBTI secara umum, data pengguna, *review*, artikel terkait, dsb. Pemaparan mengenai ciri dan kondisi

dari setiap jenis kepribadian serta data dari orang terkenal yang memiliki kepribadian tersebut membantu audiens mendapatkan gambaran dan memahami secara mendalam setiap jenisnya.



Gambar 3.18 Halaman page edukasi masing-masing tipe kepribadian  
Sumber: <https://www.16personalities.com/>

Secara visual, penggunaan desain karakter pada setiap jenis kepribadian membantu dalam mengidentifikasi masing-masing jenisnya dengan lebih mudah. Penggunaan warna tertentu menyesuaikan dengan setiap grup kepribadian membantu audiens membangun persepsi terhadap kelompok kepribadian tersebut. Penggunaan elemen dan gaya visual yang selaras membuat *website* terlihat rapih dan menjadi identitas sendiri. Penggunaan *microinteraction* pada setiap ilustrasi membuat *website* terlihat hidup dan tidak membosankan.

## 3.2 Metodologi Perancangan

Perancangan didasari oleh 2 jenis metode perancangan yaitu *Human Centered Design* oleh IDEO (2015) sebagai metode perancangan desain visual dan *Interactive Digital Media Development Process* oleh Griffey (2020) sebagai metode perancangan media interaktif.

### 3.2.1 *Human Centered Design*

*Human Centered Design* menurut IDEO (2015) adalah proses perancangan yang berpusat pada manusia dan keterlibatan empati terhadap

masalah dan manusia yang terlibat sehingga dapat tercipta solusi baru yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan actual di masyarakat. Berdasarkan kebutuhan edukasi terkait masalah psikologis yang diangkat, *Human Centered Design* memiliki 6 prinsip yang mampu mendukung perancangan solusi yang berpusat pada pemenuhan kebutuhan manusia yang terdiri dari:

**1) *Contextual Design***

Pendekatan yang dilakukan menyesuaikan dengan topik atau konteks yang diangkat melalui proses analisis berdasarkan pengalaman pengguna.

**2) *Lead-User Approach***

Pendekatan masalah dari sudut pandang yang belum umum untuk memberikan solusi yang paling efektif sebelum masalah tersebut menjadi kasus umum.

**3) *Emphatic Design***

Solusi desain dibuat berdasarkan kebutuhan serta perasaan pengguna terhadap produk yang sudah ada.

**4) *Participatory Design***

Proses riset dan perancangan melibatkan semua orang baik calon pengguna maupun mitra kerja dalam memberikan ide untuk mendapatkan solusi desain yang efektif.

**5) *Co-Design***

Melanjutkan dari *Participatory Design* yang dibatasi pada ahli yang memahami proses desain dalam proses kolaboratif yang terstruktur.

## 6) *Applied Ethnography*

Pendekatan desain berdasarkan pemahaman dari kehidupan dan perilaku sebuah kelompok manusia yang diilhami sebagai fenomena sosial melalui proses observasi dan pendekatan langsung.

Keenam metode tersebut dijabarkan kedalam 3 tahapan utama yaitu *inspiration*, *ideation*, dan *implementation*.

### 1) *Inspiration*

Tahapan *inspiration* merupakan tahapan untuk mencari inspirasi dan memperdalam tentang masyarakat dan permasalahan atau topik yang diangkat. Pada tahapan ini memuat proses riset sampai pada mendefinisikan solusi dari permasalahan tersebut. Perancangan ini dibuat dengan memanfaatkan 7 metode dari 19 metode yang tersedia diantaranya:

#### a. *Frame your Design*

Menentukan gambaran dan ringkasan masalah yang akan diangkat untuk membantu dalam proses pemetaan solusinya. Ringkasan harus bisa dipahami dan diingat dengan mudah dan mengarah pada pemecahan masalah. Beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan adalah terkait dampak, konteks, dan solusi yang sesuai dan dapat diimplementasikan.

#### b. *Define Your Audience*

Menentukan batasan target yang dituju agar solusi yang dibuat bisa memberikan dampak maksimal.

#### c. *Recruiting Tools*

Menentukan strategi pengumpulan informasi terkait siapa yang akan diwawancara, media apa yang akan digunakan, dan

informasi apa yang dibutuhkan. Hal ini bisa membantu memetakan proses pengumpulan informasi agar tidak ada yang terlewatkan.

**d. Secondary Research**

Melakukan riset menggunakan sumber literatur seperti jurnal, buku, berita, YouTube, dan media lain yang memuat topik masalah, solusi, dan proses perancangan.

**e. Interview**

*Interview* atau wawancara dilakukan bersama dengan mahasiswa dengan potensi *impostor syndrome* sebagai target market yang dituju. Wawancara membantu untuk mendapatkan *insight* mendalam terhadap kondisi yang dialami dan kebutuhan yang diperlukan oleh target market terkait masalah yang diangkat.

**f. Expert Interview**

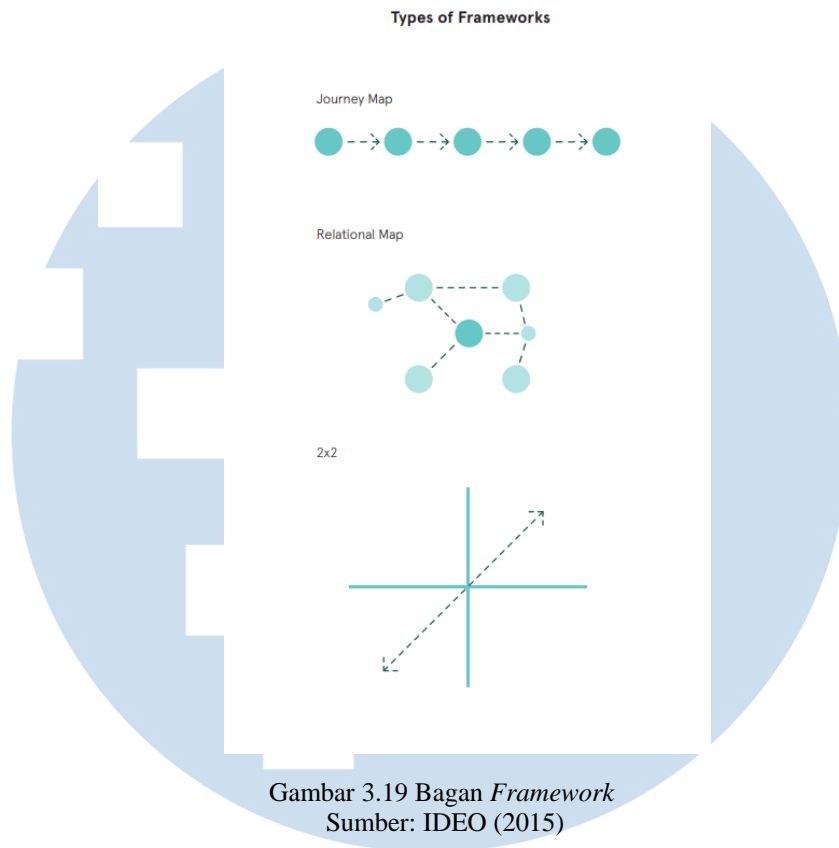
*Interview* atau wawancara yang dilakukan bersama ahli yaitu Psikolog terkait topik yang diangkat. Wawancara ahli membantu untuk memahami dinamika berfikir serta melihat gambaran fenomena ini secara luas dari sudut pandang ahli.

**2) Ideation**

Tahapan *ideation* adalah proses pengolahan dan penerapan dari data yang telah diperoleh pada tahapan sebelumnya menjadi ide dan solusi yang bisa diimplementasikan. Perancangan ini dibuat dengan memanfaatkan 6 metode dari 25 metode yang tersedia diantaranya:

**a. Create Framework**

Visualisasi alur data berdasarkan hasil pada tahapan *inspiration*. *Framework* berguna untuk menentukan alur



**b. *Brainstorming***

Tahapan ini diterapkan dalam proses eksplorasi ide, media, dan visual dengan menggunakan *mind mapping* berdasarkan data yang telah didapatkan sebelumnya.

**c. *Create a concept***

Proses ini berisikan konsep menyeluruh berdasarkan ide yang telah dipilih pada tahapan *brainstorming*.

**d. *Get Visual***

Tahapan ini merupakan eksplorasi ragam jenis visual baik untuk kebutuhan asset maupun keseluruhan media.

### ***e. Rapid Prototyping***

Pada tahapan ini, ide dan konsep serta asset yang telah dibuat sebelumnya disatukan menjadi satu *prototype* untuk dites dan dievaluasi dengan dan tanpa *user* dalam skala kecil. Proses ini dilakukan untuk menguji dan mengidentifikasi masalah yang ada pada desain.

### ***f. Get Feedback***

*Feedback* yang didapatkan setelah proses *rapid prototyping* digunakan sebagai refleksi dan diimplementasikan untuk membuat produk inovasi yang lebih baik.

## **3) Implementation**

Tahapan *implementation* adalah proses implementasi ide menjadi produk nyata. Pada tahapan ini produk sudah di finalisasi dan siap untuk dibawa ke *market*. Perancangan ini menggunakan 4 metode dari 14 metode yang tersedia diantaranya:

### ***a. Define Success***

Pada tahapan ini, ditentukan target pencapaian yang ingin dituju setelah produk diberikan ke target market.

### ***b. Live Prototyping***

Pengujian *prototype* yang dilakukan dengan melibatkan *user* dalam skala besar. Tahapan ini ditujukan untuk melihat apakah solusi yang dihadirkan mampu menyelesaikan masalah yang diangkat.

### ***c. Keep Getting Feedback***

Terkait dengan tahapan *live prototyping* maka *feedback* akan terus diminta untuk mendapatkan *insight* terkait solusi yang dihadirkan.

#### ***d. Monitoring and Evaluate***

Proses ini dilakukan untuk mengawasi dan mengimplementasikan *feedback* yang didapat agar produk bisa memberikan hasil yang maksimal.

#### **3.2.2 Interactive Digital Media Development Process**

Terdapat 3 tahapan dalam membuat digital media interaktif yang terdiri dari *definition*, *design*, dan *production* (Griffey, 2020). Setiap tahapan saling terkait dan berkesinambungan satu sama lain. Tahapan *definition* membantu untuk menentukan apa yang akan dibuat sehingga ketika tahapan *design* perancangan dapat berfokus pada tampilan dan *user experience*. Tahapan *production* ditujukan untuk mengimplementasikan perancangan menjadi produk yang utuh.

##### **1) Definition**

Pada tahapan ini, tujuan utama yang ingin dicapai adalah kejelasan terkait produk yang akan dibuat. Diperlukan proses riset mendalam untuk mencapai tujuan utama dari project yang dibuat. Tahapan riset dibagi menjadi 3 yaitu *Market Research*, *User Research*, *Visual Research*. Dalam *Market Research* fokus utama adalah memperdalam pengetahuan tentang klien, identitas, preferensi, masalah, dan kebutuhannya untuk mengetahui informasi yang dibutuhkan dan tidak. Tahapan *User Research* berfokus pada pengguna sebagai tujuan produk dengan melihat preferensi, kebiasaan, dan keinginannya agar produk bisa mencapai kebutuhan penggunanya. Penggunaan *user persona* dapat membantu memetakan pengguna secara mendetail dan mendalam. Tahapan *Visual Research* berfokus pada mencari inspirasi dan referensi visual yang dibutuhkan melalui *moodboards*, kumpulan foto, teks, dan komposisi visual.



## USER PERSONA #1

USER GROUP: INTERNATIONAL STUDENT

SCENARIO 1	QUESTION
Koko needs to buy groceries for her new on campus apartment, but has no personal transportation in this country.	Does the university offer information on transportation?
USER TASK	USER STEPS
Find page about transportation options.	1. Hover over the services link. 2. Click on Transportation
SCENARIO 2	QUESTION
Koko has heard about a program that would connect her to a family living in the U.S. and wants to get involved.	How can one find the program for students to meet a host family or friend?
USER TASK	USER STEPS
Find page for the International Friendship Program and apply.	1. Hover over the programs link. 2. Click on Webster International Friendship Program 3. Scroll down to the International Student Application link.
SCENARIO 3	QUESTION
Koko has missed the international student orientation for fall one and needs to find out when the next one is.	When is the next international student orientation?
USER TASK	USER STEPS
Find page for the Orientation Schedules.	1. Hover over the News and Events link 2. Click on Orientation Schedules 3. Scroll down to the Appropriate term



Gambar 3.20 Contoh penggunaan *user persona*  
Sumber: Griffey (2020)

## 2) Design

Tahapan ini bertujuan untuk membuat visual yang dapat merepresentasikan tampilan interaktif yang sesuai sebagai solusi dari masalah yang ada. Beberapa tahapan desain yang dilalui adalah pembuatan *flowchart*, *wireframes*, *user scenarios*, *interface design*, dan *prototype*.

### a. *Flowchart*

Pada tahapan *flowchart*, perancangan masih berbentuk struktur yang terdiri dari kotak dan garis. Setiap kotak merepresentasikan *page* ataupun *level* pada game yang saling dihubungkan dengan garis dan jumlahnya bisa beragam tergantung pada kebutuhan.

### b. *Wireframes*

Tahapan *wireframe* merupakan tahapan awal dalam proses visualisasi produk untuk melihat tampilan konten interaktif ketika direalisasikan. Tahapan ini disarankan menggunakan warna hitam dan putih agar fokus utama adalah *user experience* yang ingin dihadirkan.



Gambar 3.20 Contoh tampilan *wireframe*  
Sumber: Griffey (2020)

**c. User Scenario**

Tahapan *user scenario* berfokus pada tahapan yang akan dilakukan oleh pengguna dalam mencapai tujuannya. Dalam pembuatan *user scenario* disarankan menggunakan beberapa

**d. Interface Design**

Tahapan *interface design* adalah tahapan pembuatan *mockup* dari beberapa *page* penting. Tahapan ini mencakup pemilihan warna, tipe dan design icon, tipografi, dan elemen visual lainnya sesuai dengan tujuan, pengguna, konten, dan konteks.

**e. Prototype**

Tahapan *prototype* adalah tahapan pembuatan *working model* dari desain *interface* yang dibuat sebelumnya. Tahapan ini membantu perancang dan klien untuk mendapatkan gambaran dari produk ketika direalisasikan.

### 3) Project Design

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir setelah *prototype* sudah disetujui. Tahapan ini membutuhkan kemampuan *coding* dan *scripting* untuk membuat produk final yang sesuai. Selama prosesnya, *user test* selalu dilakukan untuk melihat jika ada *bugs* ataupun masalah lainnya sebelum produk diluncurkan ke *market*. Arsip dan dokumentasi selama proses pembuatan sangat berguna sebagai solusi jika ada kondisi yang serupa di kemudian hari.

