

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Untuk mendapatkan data yang lebih tepat, dilakukan penelitian menggunakan metode campuran atau *mixed methods* oleh Creswell (2017). Pengumpulan data kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuesioner *google form* dan data kualitatif didapatkan melalui wawancara dengan ahli serta pelaku *hoarding disorder*. Pada tahap akhir dilakukan studi eksisting serta studi referensi mengenai media informasi *hoarding disorder*.

3.1.1 Metode Kualitatif

3.1.1.1 Wawancara

Wawancara dilakukan kepada 2 narasumber dengan pertanyaan yang berbeda. Wawancara pertama dilakukan kepada narasumber ahli, yaitu Veronica Adesla M.Psi., sebagai seorang Psikolog dan *Co-Founder* dari Ohana Space. Wawancara bersama Veronica Adesla M.Psi. ditujukan untuk memverifikasi kembali data-data yang telah dikumpulkan melalui jurnal, kemudian menggali kembali lebih dalam mengenai isu *hoarding disorder* di Indonesia. Kemudian, narasumber kedua merupakan Devi Yenita seorang wanita yang mengaku menjadi pelaku *hoarding* pada tahun 2022 lalu, Devi Yenita membagikan pengalamannya melalui aplikasi *TikTok*. Melalui wawancara berikut, akan didapatkan jawaban dengan pandangan yang berbeda dari Veronica Adesla M.Psi., yang merupakan ahli kemudian Devi Yenita yang merupakan pelaku.

1) Wawancara kepada Veronica Adesla M.Psi.

Veronica Adesla M.Psi., merupakan seorang Psikolog Klinis sejak tahun 2013 dan sudah berlisensi, selain itu beliau merupakan *co-founder* dari Ohana Space yang menjadi tempat

berlangsungnya konseling beliau. Ohana Space didirikan sejak tahun 2020 bersama teman-temannya sebagai tempat layanan psikolog satu atap di bidang kesehatan mental.

Pada tanggal 13 Januari 2023, beliau dihubungi melalui sosial media *Instagram* untuk memperkenalkan diri dan memberikan pertanyaan akan ketersediaan beliau menjadi narasumber ahli dalam penelitian tugas akhir. Beliau kemudian membalas dengan singkat dan mengatakan bahwa dirinya bersedia menjadi narasumber bagi tugas akhir dan wawancara dapat dilakukan pada hari Kamis di Ohana Space. Sebelumnya, pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan untuk sesi wawancara sudah diberikan melalui *chat* dengan beliau.

Akhirnya, pada tanggal 17 Januari 2023 pukul 12.30 siang, penulis mengunjungi Ohana Space yang terletak di Green Lake, Tangerang, Banten, secara langsung dan melakukan wawancara dengan beliau. Sesi wawancara berlangsung sekitar 1 jam lamanya hingga pukul 13.30 WIB.



Gambar 3.1 Wawancara bersama Veronica Adesla M.Psi.

Pembukaan wawancara dimulai dengan beliau memperkenalkan dirinya sendiri serta pengalamannya dalam bidang Psikologi. Beliau menceritakan bahwa Ohana Space dibentuk bersama teman-temannya, namun sebelumnya beliau

sempat bekerja di salah satu biro selama 7 tahun, hingga akhirnya memutuskan untuk membentuk Ohana Space.

Sebelum melanjutkan pertanyaan mendalam, Veronica kemudian menjelaskan terlebih dahulu apa itu *hoarding disorder*, dikatakan bahwa hal tersebut merupakan sebuah kondisi dimana pengidapnya memiliki perilaku menimbun barang-barang karena sebuah kesulitan membuang atau berpisah dari barang tersebut terlepas dari memiliki nilai atau tidak.

Veronica berkata secara teoritis *hoarding disorder* memiliki beberapa penyebab, yaitu pengalaman masa lalu yang tidak menyenangkan dan bisa terjadi akibat genetik. Bila pada pohon keluarga terdapat anggota yang melakukan perilaku menimbun, perilaku tersebut dapat diturunkan kepada anggota lainnya dengan presentasi terjadi sebesar 50%. Hal tersebut memang bisa terjadi secara genetik, namun bisa juga terjadi akibat tinggal bersama dengan pelaku *hoarding* dan terbiasa untuk melihat perilaku tersebut, dan tidak memiliki kebiasaan untuk membersihkan tempatnya.

Menurut Veronica, diagnosa *hoarding disorder* itu berbeda dengan diagnose skizofrenia, OCD, dan *anxiety*. Namun, dikatakan bahwa mungkin saja ada komorbid dengan salah satu gejala tersebut. Bila seorang pelaku melakukan *hoarding* dengan latar belakang OCD, pelaku tersebut tidak bisa dikategorikan ke dalam *hoarding disorder*. Pada pengidap OCD, penimbunan dilakukan agar dirinya merasa tenang. Sedangkan, pada *hoarding* perilaku tersebut terjadi akibat adanya rasa takut berpisah dengan barang tersebut.

Yang dapat melatarbelakangi terjadi perilaku *hoarding* adalah dorongan yang muncul dalam diri karena merasa ada kebutuhan untuk mengumpulkan benda tersebut, namun apa yang menjadi alasan mereka mengumpulkan barang tertentu dapat

berbeda-beda tergantung dengan pengalaman atau bahkan trauma yang pernah dialaminya.

Benar adanya bahwa *hoarding disorder* merupakan penyakit berkembang dengan gejala yang dapat muncul mulai umur 15-19 tahun, kemudian mulai terlihat mengganggu pada usia 20 tahun, dan menjadi lebih parah pada usia 30 tahun. Tidak sampai disitu, perilaku ini dapat menjadi lebih parah lagi pada umur 65 tahun keatas, menurut Veronica.

Veronica mengatakan bahwa dampak terjelas yang dapat dilihat adalah pada lingkungan dimana penumpukkan yang dilakukan dapat mengganggu kehidupan sehari-hari dan membahayakan orang yang tinggal dalam rumah tersebut serta membentuk sebuah lingkungan yang tidak higienis. Namun, selain itu dapat juga berdampak pada relasi pelaku dengan orang-orang sekitar, dengan menjadikan barang penimbunan sebagai sebuah konflik di dalam rumah. Pelaku juga bisa saja harus berurusan dengan hukum akibat barang yang ditimbun telah mengganggu lingkungan perumahan sekitarnya.

Setelah pertanyaan mengenai penyebab dan dampak pada *hoarding disorder*, kemudian dilontarkan pertanyaan mengenai cara penyembuhan yang tepat. Beliau berkata bahwa dapat dilakukan terapi bagi pelaku, namun bisa juga adanya campur tangan obat-obatan. Hal ini bisa terjadi akibat adanya komorbid dengan gangguan lain seperti kecemasan, sehingga obat digunakan untuk membantu menurunkan rasa kecemasan. Tidak dapat dikatakan bahwa dapat disembuhkan secara total, namun tujuan utama adalah para pelaku dapat kembali berfungsi secara normal pada kegiatan sehari-harinya.

Dapat dilakukan tindakan preventif, Veronica berkata ketika seseorang telah merasa melakukan penimbunan barang, mereka dapat melakukan konseling atau terapi. Namun, selain hal

tersebut yang bergantung pada psikolog, pelaku dapat melakukan *decluttering* atau membersihkan, dengan membiasakan diri untuk melakukan *decluttering* secara berkelanjutan. Bila hal tersebut menjadi kebiasaan, pelaku dapat menjadi lebih kuat ketika harus berpisah dengan barang-barang yang akan dibuang. Keluarga dan teman merupakan orang pertama yang dapat menjadi bantuan pertama, namun kembali dengan hubungan kedekatan dengan pelaku.

Beliau mengaku belum pernah mendapati pasien yang mengaku memiliki *hoarding* atau bahkan melakukan, namun dirinya memiliki pengalaman secara pribadi terhadap anggota keluarganya yang merupakan seorang lansia. Akibat sudah akut, beliau melakukan cara paksa dalam membuang barang-barang yang dimiliki. Beliau mengaku apa yang dilakukannya bukan sebagai seorang psikologi namun sebagai seorang anggota keluarga yang peduli.

Pada akhir sesi wawancara, dibahas mengenai informasi mengenai *hoarding disorder* yang ada di Indonesia. Veronica mengaku bahwa dirinya ketika mencari referensi mengenai *hoarding* di Indonesia sangatlah sulit dan lebih banyak menggunakan informasi dari luar. Lalu beliau berkata bahwa dirinya tidak memiliki data mengenai persepsi masyarakat Indonesia terhadap *hoarding*, namun beliau berkata bisa saja karena hal ini tidak dilihat sebagai suatu hal yang besar seperti depresi yang lebih banyak diangkat.

Beliau percaya untuk memberikan informasi mengenai *hoarding* para target harus mengetahui definisi, mengapa perlu ditangani, dampak, ciri-ciri yang dapat dideteksi, Langkah preventif dan pada bagian akhir dicantumkan kontak bantuan. Sebelumnya sudah dilakukan permintaan izin kepada beliau

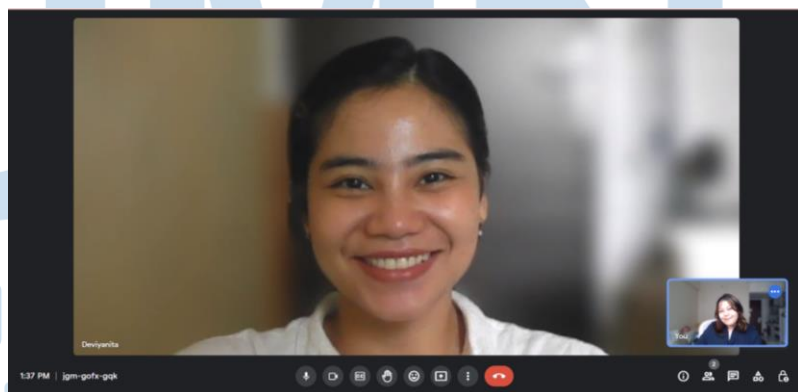
untuk meletakkan nama Ohana Space dalam perancangan tugas akhir ini, dan beliau memberikan perizinan tersebut.

Bagian tersebut merupakan sesi akhir dari wawancara, kemudian wawancara ditutup dan beliau mengatakan bahwa dirinya sangat antusias dengan hasil akhir yang akan diberikan melalui pembahasan masalah ini.

2) Wawancara kepada Devi Yanita

Devi Yanita atau yang dikenal sebagai “*your favorite storyteller*” di aplikasi *TikTok*, merupakan seorang pembuat konten yang berusia 28 tahun dengan akun bernama *@yourgirlnextdoor*. Melalui sosial media tersebut Devi sering berbagi cerita mengenai isu-isu mental dan berbagi ceritanya kepada publik.

Pada tanggal 23 Desember 2022, Devi mengunggah sebuah video yang membahas mengenai *hoarding disorder*, dan berbagi mengenai pengalamannya sendiri melalui video tersebut, akhirnya pada tanggal 22 Februari 2022, wawancara dilakukan secara *online* melalui *Google Meet* dan bertemu dengan Devi Yanita secara langsung. Wawancara berlangsung sekitar 30 menit lamanya dan dimulai pada pukul 13.10 WIB.



Gambar 3.2 Wawancara bersama Devi Yanita

Wawancara dimulai tidak lama setelah Devi bergabung ke *google meet* dan dibuka dengan beliau memperkenalkan diri serta kesibukannya saat ini. Devi mengatakan bahwa dirinya baru saja melakukan *resign* bulan November 2022 lalu dan sedang berusaha membangun *personal branding* melalui *TikTok* dengan membangun konten edukatif dengan sumber-sumber yang terpercaya.

Devi kemudian menceritakan pengalamannya selama melakukan *hoarding*, beliau mengaku bahwa dirinya merupakan penyintas depresi dan memiliki *generalized anxiety disorder* dan telah secara terus menerus melakukan konsultasi dengan psikolog dan psikiater sejak tahun 2020 hingga saat ini. Selama 2 tahun ini Devi telah mengkonsumsi obat untuk membantunya.

Beliau mengatakan bahwa *hoarding disorder* itu masih dilihat sebagai hal yang wajar, dan dirinya sadar telah melakukan *hoarding* karena merasa ada yang salah dengan kondisi rumahnya yang berantakan dengan beberapa tempat yang sempit. Devi tidak dapat mengatakan sejak kapan kegiatan *hoarding* dirinya dimulai, dikarenakan beliau mengaku bahwa ini sudah terjadi secara turun menurun dari neneknya yang kemudian menurun tidak hanya pada dirinya namun pada orang tua dan adiknya.

Kamar yang ditempati Devi bersama dengan adiknya sudah terasa seperti sebuah gudang penyimpanan barang, sehingga tidak ada area yang dapat digunakan untuk berjalan, beliau juga berkata bahwa barang-barang yang ada sekarang juga merupakan campuran dari barang-barang yang ditinggalkan dari neneknya yang juga menimbun.

Menyangkut pertanyaan berikutnya mengenai apakah ada teman dan keluarga yang pernah menyinggung mengenai kondisi lingkungan tempat tinggal Devi. Namun, beliau mengaku bahwa tidak ada yang pernah mengubris mengenai kondisi rumahnya

tersebut dan kesadaran dirinya muncul dari beliau sendiri, beliau merasa bahwa yang dilakukannya sekarang salah dan ada beberapa barang yang tidak pernah digunakan namun tidak ingin dibuang.

Akibat terjadinya *hoarding* ini, dampak terbesar yang pernah dialami Devi adalah pertengkaran dengan adiknya sendiri, dimana pertengkaran tersebut merupakan pertama kalinya beliau marah besar dengan adiknya. Devi berusaha mencoba membenarkan kesalahan *hoarding* tersebut, namun adiknya belum sadar akan kesalahannya dengan pemikiran “sayang kalau dibuang”. Akhirnya, adiknya tetap tidak merapihkan barang-barang tersebut, beliau kemudian sudah tidak tahan dan membersihkannya. Yang dilakukan beliau kemudian ditegur oleh adiknya dan tidak ingin barang miliknya disentuh oleh kakaknya.

Dengan adiknya yang masih menganggap bahwa ini merupakan hal yang biasa dan percaya bahwa barang tersebut kemudian akan digunakan nantinya, konflik diantara kakak dan adik mulai muncul. Dengan Devi yang sudah lelah untuk memberitahu adiknya. Hingga saat ini adiknya masih belum waspada dengan masalah ini, namun sudah dapat mengerti bilang ingin menyimpan suatu barang harus dapat disimpan dengan benar.

Melalui video yang diunggah, Devi telah melakukan proses *decluttering* dan membersihkan kamarnya, setelah ditanyakan apa yang menjadi dorongannya untuk dapat melakukan hal tersebut, beliau mengaku bahwa akhirnya dia sadar bahwa dirinya mulai menaruh barang tidak pada tempatnya ketika mentalnya tidak sedang baik-baik saja dan menghasilkan sebuah tempat yang terlihat berantakan. Lalu, beliau merasa bahwa dirinya berada disebuah ruangan yang rapih setidaknya pikirannya akan

lebih segar. Selain itu, beliau juga merasa bahwa timbunan sudah mengganggu aktivitas kesehariannya.

Barang-barang yang dipilah dan dibersihkan dikategorikan berdasarkan barang yang sering digunakan dan barang yang tidak pernah digunakan atau mungkin telah dilupakan. Barang yang masih terhitung layak akan disumbangkan namun kalau tidak akan dibuang. Barang yang dikiranya masih berguna beliau *re-use* dan dipergunakan dengan benar.

Devi berkata, proses *decluttering* ini terjadi tanpa adanya bantuan dari teman-teman dan keluarga karena merasa bahwa hal ini merupakan tanggung jawabnya dan merasa masalah ini merupakan lingkup yang bisa diatasinya sendiri. Temannya juga berfikir bawa perilaku Devi memang seperti itu dan melihatnya sebagai sebuah hal yang normal. Beliau mengaku bahkan setelah teman-temannya melihat kondisi tempatnya setelah dilakukan *decluttering*, temannya sempat meminta bantuan Devi untuk membantu membersihkan rumah milik temannya tersebut.

Mendekati sesi akhir, ditanyakan kembali apakah kegiatan *decluttering* dan membersihkan ini masih dilakukan hingga sekarang atau tidak. Devi mengaku bahwa dirinya mencoba untuk terus melakukannya. Baru-baru ini beliau berusaha membersihkan meja rias ibunya dan menemukan beberapa *mascara* yang sudah kadaluarsa juga bekas-bekas kardus serta *pouch* kosmetik. Namun, barang yang sudah dibuang tersebut diambil kembali oleh ibunya dan diletakkan di meja rias.

Menutup wawancara, dilakukan permintaan izin kepada Devi untuk menggunakan pengalamannya sebagai sebuah bahasan atau studi kasus dalam konten yang akan dibuat. Beliau setuju dan sangat tertarik, karena dirinya ingin orang-orang akan memiliki kewaspadaan akan masalah *hoarding* yang sebenarnya tidak baik untuk diteruskan.

3.1.1.2 Studi Eksisting

Dilakukan studi eksisting untuk mencari kekurangan maupun kelebihan pada *website* yang sudah ada dan membahas *hoarding disorder*. Tujuan dari studi ini, agar perancangan tidak mengulangi kesalahan yang sama pada desain yang akan dibuat nantinya. Terdapat 3 buah *website* yang menjadi bahan studi eksisting dalam masalah ini.

1) *Hoardingworld.com*

Pertama pada *website Hoardingworld.com* yang dimiliki oleh *Savvy Cleaner* yang menawarkan spesialisasi jasa dalam pelatihan pembersihan rumah bagi pembersih profesional serta pembantu. *Hoardingworld.com* cenderung menawarkan praktek membersihkan barang-barang dengan menggunakan video. Pada studi ini, digunakan analisis SWOT untuk melihat kekurangan dan kelebihan *website Hoardingworld.com*.



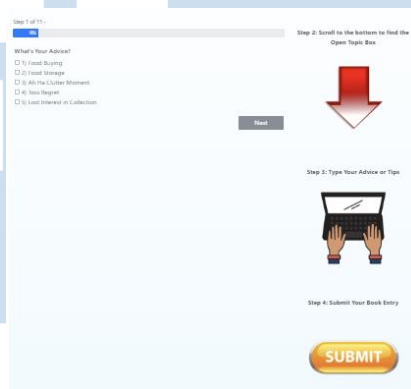
Gambar 3.3 Halaman Depan *Website Hoardingworld.com*

Hoardingworld.com mengajak para pengguna pada sebuah kampanye *Saturdaydonations*, dimana pada setiap hari Sabtu, para anggota di grup *facebook* melakukan selebrasi akan progress yang dilakukan dengan mendonasikan barang-barang kepada sebuah perusahaan. Pelaku dapat mengunggah foto telah melakukan donasi dengan menggunakan tagar *#IWasHere*.

Salah satu fitur yang terdapat pada *website* dapat mengarahkan pengguna ke laman *youtube* milik Angela Brown

Cleaning, yang mengajarkan cara untuk *declutter* atau membersihkan melalui sebuah video.

Sayangnya, laman *website* tidak memberikan konten mengenai pengertian *hoarding*, gejala, serta dampak yang dapat terjadi dan pada halaman awal *website* pengguna diarahkan untuk ikut melakukan submisi pada sebuah buku yang sedang dibuat oleh mereka.



Gambar 3.4 Penggunaan Ikon serta *Whitespace Hoardingworld.com*

Secara desain, *Hoardingworld.com* menggunakan gaya ilustrasi ikon yang berbeda-beda. Beberapa ikon memiliki warna datar, namun yang lainnya memiliki gradasi warna. Selain itu, terdapat *whitespace* yang terlalu luas, sehingga halaman depan terlihat sangat kosong. *Layout* yang digunakan membuat kesan tidak rapih pada halaman depan.

Website juga memiliki sebuah kalender berisikan acara-acara yang dapat diikuti oleh pengguna, dan kalender tersebut dapat terhubung dengan *google calendar* pengguna secara langsung.

Fitur ini belum pernah dilihat di *website* lainnya yang membahas *hoarding*.

2) *Hoarding.Support.com*

Website kedua, yaitu *Haording.Support.com* dibentuk oleh Jasmine Harman yang sempat muncul bersama ibunya dalam sebuah acara di BBC ONE, Britain's Biggest Hoarders. Melalui

websitenya, Jasmine bertekad untuk memberikan informasi, dukungan, serta masukan dan kewaspadaan bagi mereka yang melakukan *hoarding*.

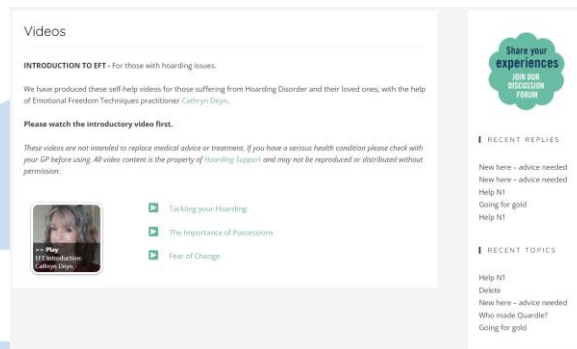


Gambar 3.5 Halaman Depan *Website Hoarding.Support.com*

Website ini memiliki jumlah konten yang banyak dan sangat informatif mengenai *hoarding disorder*. Halaman awal pada *website* telah memberikan penjelasan singkat mengenai *hoarding* yang didasari oleh seorang dokter. Bantuan diberikan secara informasi mulai dari secara medis, terapi, *decluttering*, dan membersihkan.

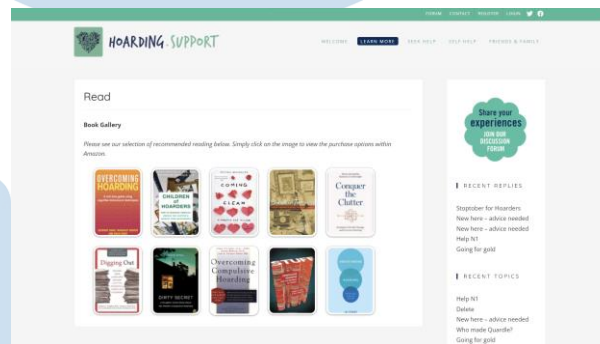
Namun *website* tidak menawarkan informasi lebih mendalam mengenai *hoarding* seperti gejala awal pada usia muda atau bahkan penyebab terjadinya. Terdapat penggunaan *sidebar* yang tidak konsisten pada halaman-halaman. Pada beberapa halaman, *sidebar* terlihat terpisah serta mencantumkan ajakan untuk berbagi pengalaman, fitur *recent replies* dan *recent topics*. Namun, dalam beberapa halaman, *sidebar* terlihat menyambung dengan konten utama dan mencakup informasi yang berbeda.

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



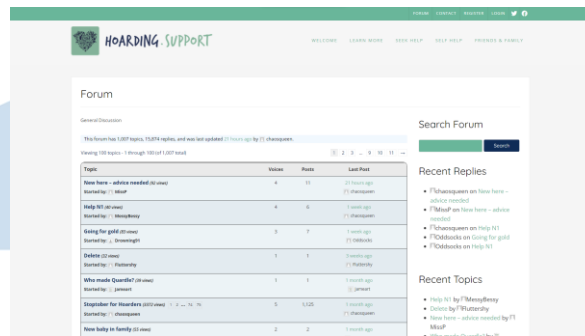
Gambar 3.6 Penggunaan *Sidebar* Pada Halaman *Videos*

Dalam laman *learn more*, mereka menawarkan beberapa rekomendasi buku mengenai *hoarding* dan mengarahkan pengguna pada situs pembelian buku tersebut. Terdapat juga laman *download* pada bagian *learn more* yang berisikan beberapa PDF mengenai tips keamanan untuk menghindari terjadinya kebakaran, lalu terdapat PDF berisikan gambar yang dapat menjadi skala untuk mengetahui tingkat *hoarding*, serta PDF kriteria diagnosa pelaku *hoarding*.



Gambar 3.7 Halaman *Read* pada *Website Hoarding.Support.com*

Selain itu, *website* juga memiliki halaman forum dimana para pengguna dapat berinteraksi dan melakukan diskusi secara daring melalui forum yang dibentuk. Untuk membentuk sebuah forum, pengguna harus memiliki akun sebagai akses.



Gambar 3.8 Fitur Forum Website *Hoarding.Support.com*

Penyampaian konten dalam *website* cukup membosankan, dengan setiap lamannya yang didominasi oleh teks paragraf panjang. Menurut Kusumawati, Sugito, & Mustadi (2021), sebuah konten harus dapat dikemas dengan menarik untuk meningkatkan motivasi para target pada sebuah pembahasan.

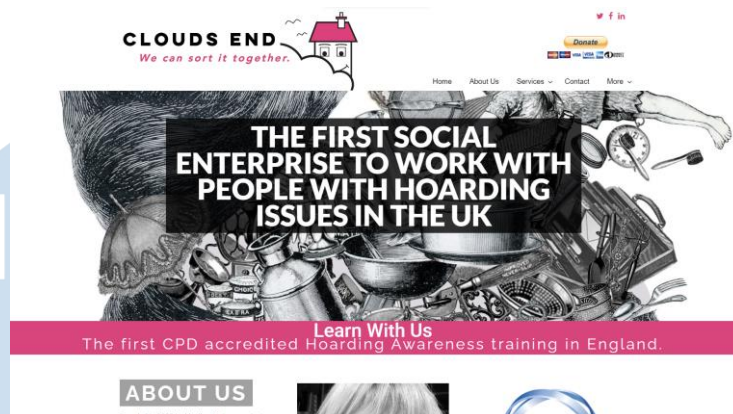


Gambar 3.9 Fitur Donasi Website *Hoarding.Support.com*

Selain itu, pemberitahuan donasi tidak dapat tersorot dengan baik dan hanya diletakkan pada halaman awal, dimana sebaiknya diberikan sebuah *footer* pada *website* untuk dapat memberikan informasi yang bisa dilihat terus menerus walaupun pembaca telah berpindah ke laman lainnya.

3) *Cloudsend.org.uk*

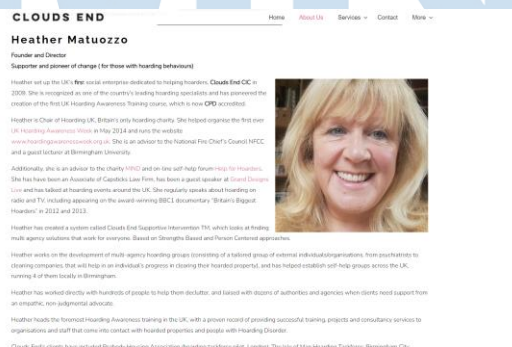
Ketiga, Clouds End merupakan perusahaan sosial pertama di Inggris yang bekerja dengan mereka dengan pengalaman isu *hoarding*. Perusahaan ini dibentuk pada tahun 2019 oleh Heather Matuozzo, yang dikenal sebagai salah satu spesialis *hoarding* di Inggris.



Gambar 3.10 Halaman Depan Website Cloudsend.org.uk

Pada halaman awal terdapat penjelasan mengenai *hoarding* dalam bentuk video *YouTube* yang secara langsung dijelaskan oleh Heather Matuozzo. Halaman awal juga menyoroti *blog* terbaru dan pelatihan *hoarding* terbaru. *Blog* yang diunggah juga selalu diperbarui, jangkauan pembahasan sangat beragam namun tetap memiliki hubungan dengan *hoarding disorder*.

Ukuran *font* yang digunakan sangat kecil, namun konten dalam *website* mencakup penulisan teks yang cukup banyak dengan paragraf panjang. Beberapa konten dalam *website* tidak dapat dikelompokkan dengan jelas akibat jarak yang antar konten yang mungkin terlalu jauh atau dekat. Menurut teori gestalt, *proximity* merupakan sebuah persepsi dimana elemen dikelompokkan berdasarkan kedekatan dengan satu sama lain.



Gambar 3.11 Halaman About Us Cloudsend.org.uk

Website memiliki sebuah *podcast* mengenai *hoarding* yang masih aktif berjalan hingga saat ini. Terdapat juga informasi mengenai kelompok dukungan yang dilakukan pada 4 daerah di Inggris, informasi juga mencakup lokasi dan tanggal dilakukannya pertemuan kelompok. *Website* juga mencantumkan beberapa cerita para pelaku *hoarding* yang berhasil meninggalkan kebiasaannya, cerita dikemas dengan singkat tanpa menjelaskan dengan detail proses yang terjadi.

Konten yang dituliskan tidak sesuai dengan *headline* yang berada pada navigasi. Terdapat navigasi *consultancy*, yang mungkin berisikan kontak untuk melakukan konsultasi bersama dengan Heather, namun konten yang tertulis di dalamnya merupakan penjelasan mengenai sejarah Heather dalam melakukan konsultasi. Secara desain, *website* memiliki beberapa kekurangan dalam tata letak konten yang tidak konsisten seperti posisi sisi paragraf yang secara tiba-tiba berubah. Kurangnya penggunaan ilustrasi ikon maupun gambar membuat *website* terlihat kaku dan sangat didominasi oleh paragraf panjang.

4) Analisis Studi Eksisting

Melalui ketiga *website* yang menjadi studi eksisting, didapatkan kesimpulan melalui analisis SWOT sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tabel SWOT Studi Eksisting

<i>Strengths</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya fitur yang mengarahkan pengguna pada buku, PDF, maupun acara <i>hoarding</i>. 2. Memiliki konten video untuk mengenalkan <i>decluttering</i>. 3. <i>Website</i> dibentuk oleh organisasi atau seseorang yang ahli dalam <i>hoarding</i>.
<i>Weakness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi yang ditampilkan hanya garis besar, tanpa gejala awal dan penyebab.

	2. Penulisan konten dengan paragraf panjang dan ukuran <i>font</i> yang kecil.
<i>Opportunity</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki media lain berupa <i>podcast</i> dan <i>blog</i> yang masih aktif. 2. Fitur forum sebagai tempat para pengguna memuka sebuah diskusi untuk berpendapat dan mencari pertolongan.
<i>Threats</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten tidak tersusun dengan baik secara hierarki visual dan tata letak. 2. Tidak adanya pendukung konten paragraf berupa gambar atau ilustrasi. 3. Materi dikemas hanya menggunakan penulisan paragraf dan tidak ada interaktifitas lain dalam <i>website</i>.

Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas, perancangan media informasi interaktif akan menggunakan pendekatan *storytelling*. Penggunaan media digital berupa *website* dan adanya media sekunder dalam sosial media untuk menjangkau target. Konten harus mencakup selain pengetahuan dasar *hoarding*, seperti gejala, penyebab, cara menyembuhkan, dan kontak bantuan. Konten disampaikan menggunakan visual berbentuk ilustrasi. Untuk mendapatkan ketertarikan pengguna akan konten, digunakan interaktivitas dalam *website*, dimana pengguna dapat berinteraksi secara bebas. *Website* yang ditujukan untuk remaja Indonesia tentunya akan menggunakan Bahasa Indonesia dalam menyalurkan cerita dan informasi.

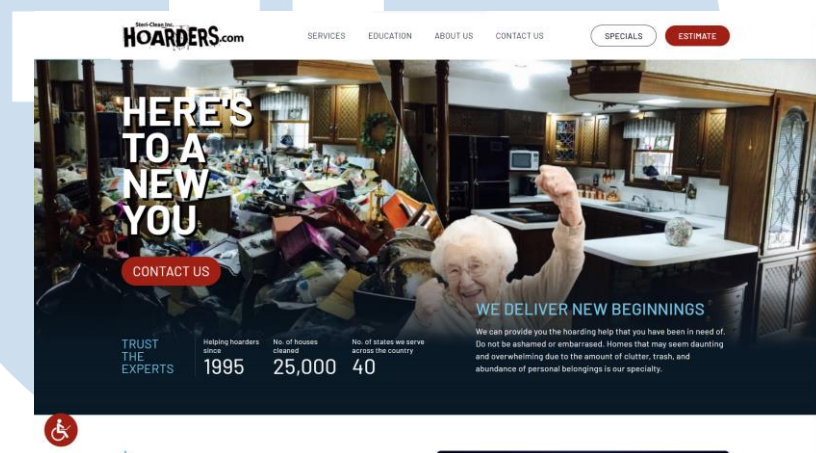
3.1.1.3 Studi Referensi

Dilakukannya studi referensi adalah dengan tujuan untuk membandingkan *website* yang memiliki potensi dalam segi desain dan

konten. Hasil dari studi referensi akan menjadi pertimbangan dalam membentuk perancangan tugas akhir.

1) *Hoarders.com*

Website mengenai *hoarding* ini dibentuk oleh sebuah perusahaan bersih-bersih bernama Steri-Clean. Cory Chalmers membentuk Steri-Clean pada tahun 1995, saat ini mereka telah melayani 30-40 kasus *hoarding* setiap minggunya.



Gambar 3.12 Tampilan *Website Hoarders.com*

Sebagai sebuah perusahaan pembersih, konten yang diberikan mengenai *hoarding* cukup luas dan dapat dibidang mencakup segala pengetahuan dasar, walaupun penulisan informasi dikemas dalam paragraf panjang.

Namun, secara desain, tampilan *website Hoarders.com* sangat tersusun dengan baik dengan tata letak yang rapih. Warna yang digunakan konsisten dengan penggunaan warna biru, kemudian digunakan *icon* bergambar yang memiliki gaya konsisten. Terdapat *footer* dan *header* pada setiap halaman sebagai navigasi para pengguna.

Untuk menunjukkan lokasi cabang jasa yang dimiliki, *website* memiliki gambaran peta dari *google map* yang dapat dikases oleh para pengguna, peta dapat langsung mengarahkan pengguna dalam aplikasi *google map* dan menunjukkan arah.



Gambar 3.13 Fitur *Slider* pada *Website Hoarders.com*

Dalam menunjukkan hasil kerja pembersihan kasus *hoarding*, hasil dikemas dalam bentuk yang interaktif. Dimana pengguna dapat menggeser sebuah *bar* untuk melihat perbedaan sebelum dan sesudah dari pembersihan. Kasus yang menjadi contoh tidak hanya 1 namun beragam, dengan contoh kondisi dan lokasi yang berbeda-beda.

Website juga memiliki halaman dimana pengguna dapat melakukan konsultasi akan pembersihan tempat tinggalnya, dengan mencantumkan beberapa data pribadi serta foto kondisi ruangan yang tertimbun oleh barang-barang.

2) *Itsnotviolent.com*

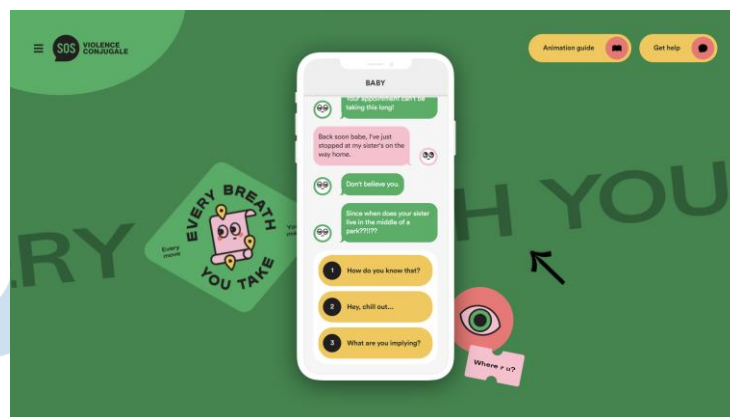
SOS Violence Conjugale menawarkan informasi atas isu dan bantuan untuk korban, orang yang dicintai, maupun para profesional mengenai kekerasan terutama dalam suatu hubungan. *Webiste* memperkenalkan sebuah kampanye bernama *It's not violent*, yang ditujukan bagi remaja usia 15-25 tahun.

Dalam *website* pengguna akan bisa melakukan interaksi dan pengguna akan memiliki pandangan sebuah korban kekerasan dengan tujuan, mempromosikan pengetahuan akan tindakan kekerasan yang beragam, meningkatkan kesadaran terhadap realitas korba kekerasan, dan mendorong refleksi pribadi mengenai kekerasan pasangan.



Gambar 3.14 Tampilan Website *Itsnotviolent.com*

Penggambaran kekerasan dibagi kedalam 5 contoh, yaitu kekerasan seksual atau tekanan untuk menyetujui, eksploitasi seksual atau berbagi gambar intim, gangguan, isolasi, manipulasi, dan ancaman, serta kekerasan digital dan geolokasi. Dalam menyampaikan contoh kekerasan tersebut, digunakan interaktivitas yang menarik, dimana pengguna diberikan skenario berbincang secara daring melalui sebuah aplikasi komunikasi, kemudian pengguna akan dapat memilih pilihan jawaban yang diinginkan.



Gambar 3.15 Interaktivitas pada Website *Itsnotviolent.com*

Setelah skenario tersebut selesai, pengguna akan diberikan sebuah pertanyaan “apakah perbincangan tersebut termasuk kekerasan?” dan akan diberikan 2 pilihan ya atau tidak. Apapun jawaban pengguna, *website* akan memberikan penjelasan

mengenai mengapa perbincangan tersebut terhitung sebagai tindakan kekerasan.

Pada halaman tersebut dipertanyakan kembali opini pengguna akan suatu hal, dengan menjawab ya atau tidak sebagai persetujuan akan opini tersebut, dan akan muncul sebuah penjelasan mengenai opini yang dibahas.

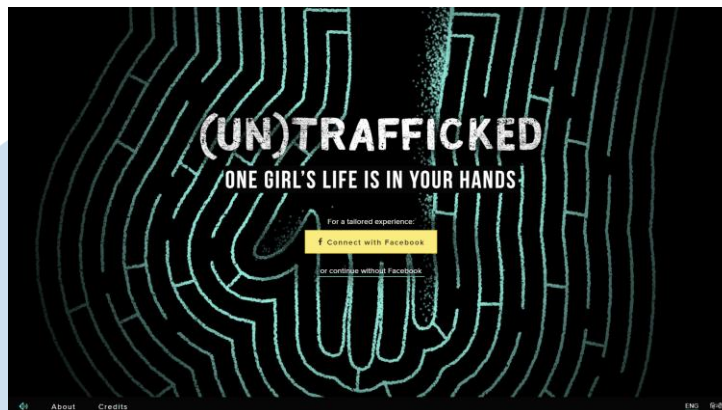
Pada bagian *footer* diberikan pilihan kontak bantuan, serta pengguna yang merupakan korban dapat menuliskan pesan kepada *website*. Terdapat fitur *more information* yang memiliki pertanyaan interaktif untuk membantu pengguna mengetahui apakah hal yang terjadi pada mereka merupakan sebuah tindakan kekerasan atau tidak.

Diluar dari konten interaktif, *website* memiliki desain yang sederhana dengan penggunaan *whitespace* pada setiap halamannya. Banyak digunakan animasi dalam fitur, seperti *hover* tombol, animasi berulang pada latar belakang, serta animasi pada skenario perbincangan. Dalam skenario juga digunakan sebuah *storytelling* untuk memberikan contoh.

Penggunaan warna pada desain juga sangat minim, dengan halaman awal yang didominasi oleh warna abu-abu dan putih, lalu warna cerah lainnya yang memberikan kontras, seperti kuning, hijau, merah muda, dan merah. Penggambaran pada *website* juga menggunakan *flat vector*.

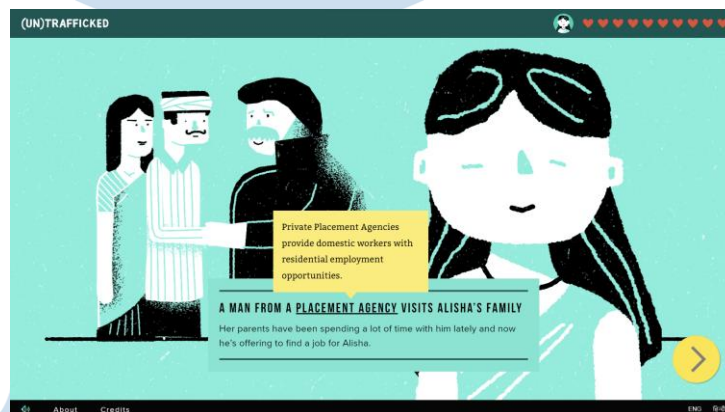
3) *(Un)Trafficked*

(Un)Trafficked merupakan sebuah *website* yang menceritakan kisah seorang gadis, dimana hidupnya seketika hanya dalam jangka waktu 1 minggu. Cerita yang digunakan, dialami secara nyata oleh ribuan anak diseluruh India. Tujuan pembentuk *website* adalah sebagai sebuah kampanye kewaspadaan mengenai *trafficking* pada anak-anak di India.



Gambar 3.16 Tampilan Halaman Awal Website (Un)Trafficked

Cerita dimulai dengan pengguna yang dapat memberikan nama kepada karakter utama yang merupakan seorang gadis perempuan berusia 13 tahun di India. Saat cerita dimulai, pengguna mendapatkan 10 nyawa berbentuk hati yang akan terus ditampilkan pada bagian *header* dari *website*. Pengguna juga dapat memilih lokasi tempat tinggal karakter, namun tetap berada di dalam India.



Gambar 3.17 Ilustrasi pada Website (Un)Trafficked

Narasi cerita ditulis dalam bentuk dialog menggunakan kotak dialog pada setiap halamannya, tulisan yang memiliki garis bawah dapat di-*hover* oleh pengguna untuk dapat memunculkan info penjelasan singkat mengenai kalimat tersebut. Gambar yang terdapat pada belakang memiliki tekstur kasar seperti sebuah krayon dan didominasi oleh penggunaan warna hitam, putih, serta

hijau toska. Setiap situasi yang dijelaskan didukung oleh suara latar belakang serta.

Setelah sebuah situasi ditunjukkan, pengguna akan diberikan pilihan sesuai dengan kondisi yang ada. *Website* akan memberikan pertanyaan dengan seakan-akan meletakkan pengguna sebagai salah satu karakter yang ada. Keputusan yang salah akan mengurangi jumlah nyawa atau hati yang dimiliki. Terdapat kurang lebih 7 pertanyaan pilihan dengan skenario dan pandangan yang berbeda. Dalam beberapa kondisi, setelah pengguna diberikan pilihan, akan muncul sebuah informasi singkat mengenai hal yang bersangkutan dengan pertanyaan.

Pada akhir cerita, pengguna akan diberikan pilihan untuk ikut serta menyelamatkan para gadis-gadis di India dengan menyebarkan kewaspadaan serta info yang ada, dengan mengunggah sebuah *post* mengenai *website* tersebut ke sosial media Twitter dan Facebook.

Melalui *website* ini, perhatian pengguna ditarik melalui sebuah alur cerita yang menjeleskan situasi dari isu yang dibahas. Selain itu, pengguna juga diberikan kebebasan untuk menentukan pilihan mereka, dimana pilihan tersebut menjadi penentu akan jalannya cerita yang diberikan.

3.1.1.4 Kesimpulan

Melalui *interview* dengan ahli dan pengidap, disimpulkan bahwa *hoarding disorder* merupakan sebuah kondisi dimana seseorang mengalami kesulitan untuk membuang harta benda tertentu tanpa memandang nilai benda tersebut. Biasanya ada komorbiditas yang terjadi selain *hoarding* itu sendiri. Selain karena komorbid, terbukti bahwa *hoarding* terjadi karena trauma masa lalu maupun genetik, dengan presentase sebesar 50%. OCD tidak dapat disamakan dengan *hoarding*. Pengidap OCD melakukan penimbunan agar

merasa tenang, sedangkan pelaku *hoarding* melakukannya karena merasa takut untuk berpisah.

Sebenarnya, perilaku *hoarding* dapat dikurangi melalui sesi terapi dan bantuan obat-obatan. Tapi sebelum disarankan untuk melakukan *decluttering* sebagai cara menangani *hoarding disorder*, dengan membiasakan diri dalam membersihkan dan memilah barang. Kesadaran untuk berubah juga harus datang dari diri pelaku sendiri, selain dari orang lain. Seorang pengidap tidak dapat dikatakan sembuh total, namun bisa kembali berfungsi secara normal pada kegiatan sehari-hari. Narasumber juga mengatakan, masyarakat harus mulai menyadari bahwa ini bukanlah sebuah perilaku yang normal, dan dibutuhkan sebuah media khususnya di Indonesia yang dapat mencakup dan mendorong perubahan mengenai *hoarding* pada para calon pelaku *hoarding*. Narasumber mengatakan, para remaja perlu mengetahui informasi mengenai penyebab, gejala, dan dampak serta penanganan pertama ketika merasa memiliki gejala. Setelahnya kontak bantuan menjadi pilihan terakhir.

Selain melalui narasumber, berdasarkan studi eksisting disimpulkan bahwa belum adanya *website* yang membahas mengenai *hoarding* dalam Bahasa Indonesia. *Website* yang didominasi oleh paragraf panjang tanpa adanya ilustrasi yang menarik. Beberapa tidak memiliki pembahasan *hoarding* secara menyeluruh. Tata letak konten dan desain masih terlihat seperti sebuah *blog*.

Sedangkan, melalui studi referensi dapat disimpulkan bahwa suatu penyampaian informasi yang menarik dapat melibatkan penggunaan konsep interaktif di dalamnya. Konten dapat disampaikan menggunakan pendekatan *storytelling*. Pengguna dapat menjadi bagian dari cerita dan memiliki kesempatan untuk mengikuti jalan cerita dari pilihannya sendiri. Elemen ilustrasi dalam konten serta tata letak yang baik juga menjadi pendukung dalam menyalurkan informasi.

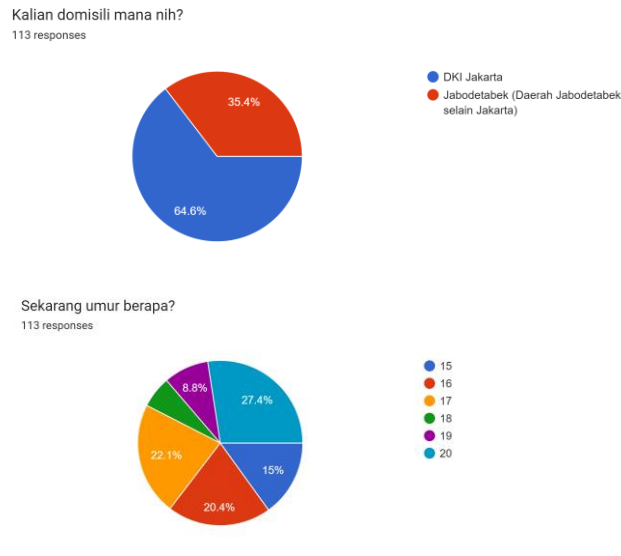
3.1.2 Metode Kuantitatif

Dalam penelitian digunakan metode kuantitatif berupa kuesioner dengan menggunakan *google form*. Kuesioner dibentuk guna mengetahui kembali target dalam segi pengetahuan dan ketertarikan akan masalah *hoarding disorder*. Kuesioner disebarakan secara daring melalui media sosial dan ditujukan kepada target remaja yang berusia 15-20 tahun dan berdomisili di daerah Jabodetabek.

Untuk membatasi jumlah responden kuesioner, digunakan metode *slovin* untuk menghitung banyaknya sampel minimum populasi terbatas. Dengan jumlah *margin error* sebesar 10%. Digunakan jumlah populasi yang bersumber melalui data dari BPS pada tahun 2021, dengan hasil yang dibulatkan menjadi 100 responden.

$$S = \frac{N}{1 + N \cdot (e)^2}$$
$$S = \frac{1.713.597}{1 + 1.713.597 \cdot (0.1)^2}$$
$$S = \frac{1.713.597}{1 + 17.135,97}$$
$$S = \frac{1.713.597}{17.136,97} = 99,99 \sim 100$$

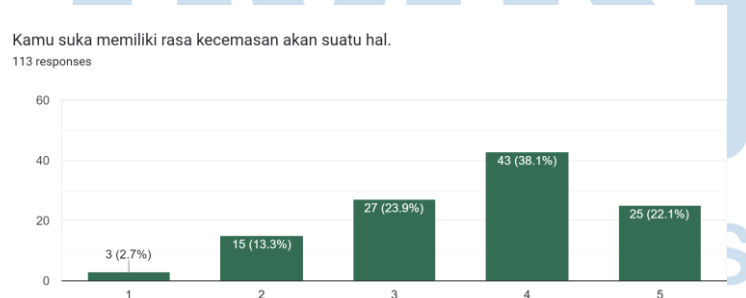
Dalam kuesioner dicantumkan 25 pertanyaan beragam dengan tipe pertanyaan pilihan dan skala. Pertanyaan dibagi dalam 4 bagian, yaitu demografis responden, psikografis responden, pengetahuan responden mengenai *hoarding disorder*, serta ketertarikan dan media yang digunakan oleh responden. Kuesioner disebarakan mulai tanggal 17 Februari 2023, penyebaran dilakukan ke berbagai macam *platform* media sosial dan komunikasi remaja. Kemudian, ditutup pada tanggal 23 Februari 2023, dengan jumlah responden yang didapatkan sebanyak 113 responden.



Gambar 3.18 Demografis Responden

Dari 113 responden yang mengisi kuesioner 64.1% berdomisili di Jakarta dengan 35.4% lainnya berdomisili di daerah Jabodetabek selain Jakarta. Rentang umur responden antara 15-20 tahun terbagi sebanyak 27.4% berusia 20 tahun, 22.1% berusia 17 tahun, 20.4% berusia 16 tahun, 15% dengan usia 15 tahun, 8.8% berusia 19 tahun, dan sisa 6.2% lainnya berusia 18 tahun.

Pada bagian pertama kuesioner, responden diberikan 7 pertanyaan menggunakan skala 1 sampai dengan 5, yaitu sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Pertanyaan yang diberikan bertujuan untuk mengetahui gaya hidup diri responden serta lingkungan sekitarnya.



Gambar 3.19 Skala Rasa Kecemasan

Sebesar 38.1% responden menjawab setuju akan dirinya memiliki rasa kecemasan akan suatu hal dan dilanjutkan dengan 22.1% lainnya menjawab

sangat setuju. Sebanyak 23.9% responden menjawab netral sedangkan 13.3% tidak setuju dan 2.7% menjawab sangat tidak setuju. Pertanyaan berikut bermaksud untuk mengetahui seberapa banyak responden yang memiliki rasa kecemasan dalam dirinya.



Gambar 3.20 Skala Kebiasaan Mengumpulkan Barang

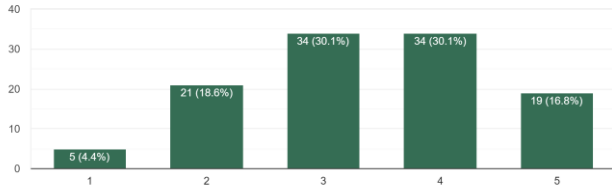
Dilanjutkan dengan pertanyaan skala mengenai kebiasaan dalam mengumpulkan barang, 38.1% responden setuju bahwa dirinya terbiasa mengumpulkan barang tertentu, 12.4% menjawab sangat setuju, 30.1% menjawab netral, 11.5% tidak setuju, dan sisa 8% sangat tidak setuju.



Gambar 3.21 Skala Kerapihan Barang

Mengikuti pertanyaan sebelumnya, responden diberikan pertanyaan apakah barang yang dimiliki tertata dengan rapih dan tidak menumpuk. 31.9% menjawab setuju, 14.2% sangat setuju, 31% netral, dan 15.95 tidak setuju serta 7.1% sisanya sangat tidak setuju.

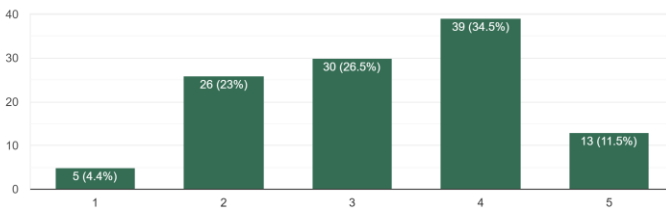
Memiliki anggota keluarga lain yang terbiasa menumpuk barang.
113 responses



Gambar 3.22 Skala Kebiasaan Menumpuk Anggota Keluarga

Mengenai lingkungan responden, terutama keluarga. Diberikan sebuah pertanyaan mengenai gaya hidup anggota keluarga yang mungkin melakukan penumpukkan barang. Terdapat hasil yang sama rata pada pertanyaan ini, 30.1% responden menjawab setuju dan juga netral, 16.8% sangat setuju, 18.6% tidak setuju, sisa 4.4% lainnya sangat tidak setuju.

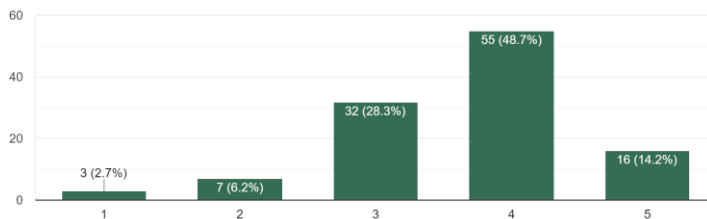
Kamu rajin memberishkan kamar
113 responses



Gambar 3.23 Skala Kerajinan Membersihkan Kamar

Diberikan juga pertanyaan mengenai kerajinan responden dalam membersihkan kamar. 34.5% setuju bahwa mereka rajin membersihkan kamar, 11.5% sangat setuju, 26.5% netral, 23% tidak setuju, dan 4.4% lainnya sangat tidak setuju.

Kamu suka memilah barang-barang (melihat kembali mana yang masih bisa digunakan mana yang tidak)
113 responses



Gambar 3.24 Skala Kebiasaan Memilah Barang

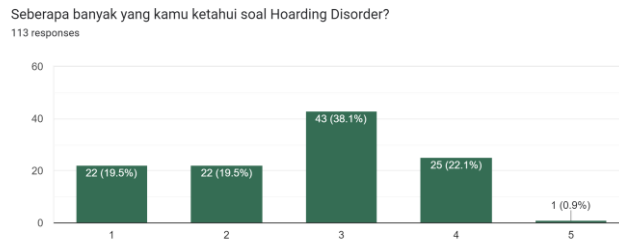
Pertanyaan terakhir pada bagian ini adalah apakah adanya kebiasaan memilah barang-barang dari responden. 48.7% responden menjawab setuju, 14.2% sangat setuju, 28.3% netral, lalu 6.2% tidak setuju, dan sisa 2.7% sangat tidak setuju.

Melalui hasil yang didapat dari 7 pertanyaan, dipilah kembali jawaban responden dan mencari kesinambungan akan masing-masing pertanyaan. Ditemukan setidaknya sekitar 14 responden yang menjawab setuju atau sangat setuju bahwa dirinya memiliki rasa kecemasan akan suatu hal, dan juga mengaku bahwa dirinya suka mengumpulkan barang-barang tertentu. Sebanyak 14 responden tersebut juga menjawab bahwa barang-barang tersebut tidak tertata dengan rapih. Diketahui 13 dari 14 responden ini juga menjawab setuju atau sangat setuju bahwa dalam keluarganya terdapat anggota yang melakukan penumpukkan barang serta mengaku tidak rajin membersihkan kamarnya, namun 9 dari mereka mengaku suka memilah kembali barang-barang yang dimiliki.

Berdasarkan pertanyaan pada kategori 1 dapat disimpulkan bahwa jika terdapat anggota keluarga yang melakukan penimbunan, orang-orang yang tinggal bersamanya cenderung berperilaku menimbun juga. Sehingga, lingkungan tempat tinggal memicu terjadinya kebiasaan menimbun.

Memasuki kategori kedua pada kuesioner, kategori ini ditujukan untuk mengetahui seberapa besar pengetahuan responden akan *hoarding disorder*, serta persepsi responden akan *hoarding*. Pada pertanyaan pertama diberikan pertanyaan berbentuk skala mengenai seberapa jauh pengetahuan para responden mengenai *hoarding disorder*. Skala yang digunakan menjangkau dari 1 sampai 5 dengan indikasi skala sebagai berikut:

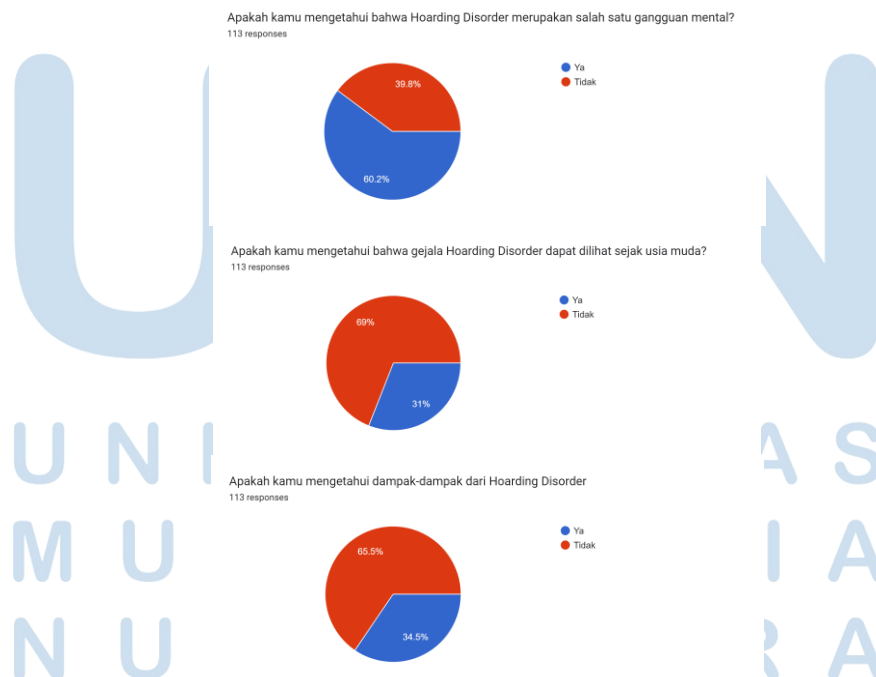
- 1 : tidak mengetahui (belum pernah mendengar sama sekali)
- 2 : sekedar mengetahui (pernah mendengar)
- 3 : cukup mengetahui (mengerti apa itu *hoarding disorder*)
- 4 : sangat mengetahui (mengetahui akan dampak dan akibat)
- 5 : mengetahui dan mengalami



Gambar 3.25 Skala Pengetahuan *Hoarding Disorder*

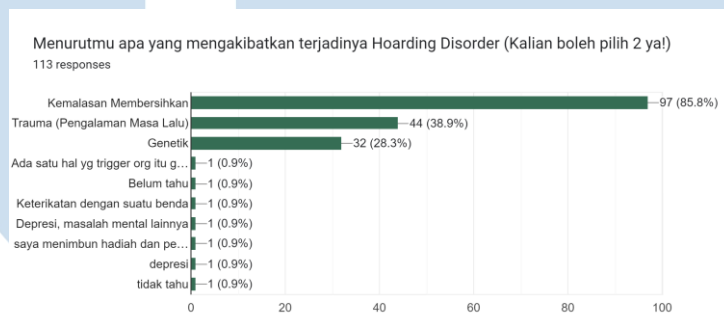
Berdasarkan hasil yang didapat, 38.1% responden hanya cukup mengetahui apa itu *hoarding*, diikuti dengan 22.1% sangat mengetahui *hoarding*, lalu pada posisi yang sebanding 19.5% responden mengaku tidak mengetahui dan sekedar mengetahui *hoarding*. Terdapat 0.9% responden yang mengaku mengetahui dan bahkan mengalami *hoarding*. Dari 14 responden sebelumnya yang memiliki kesinambungan, pada pertanyaan ini 10 dari mereka menjawab bahwa dirinya tidak mengetahui atau hanya sekedar mengetahui *hoarding disorder*.

Tiga pertanyaan berikutnya mencakup mengenai pengetahuan mendalam akan *hoarding disorder*, yang mencakup dampak serta gejala yang dapat timbul pada usia muda.



Gambar 3.26 Piechart Pengetahuan Gejala dan Dampak *Hoarding Disorder*

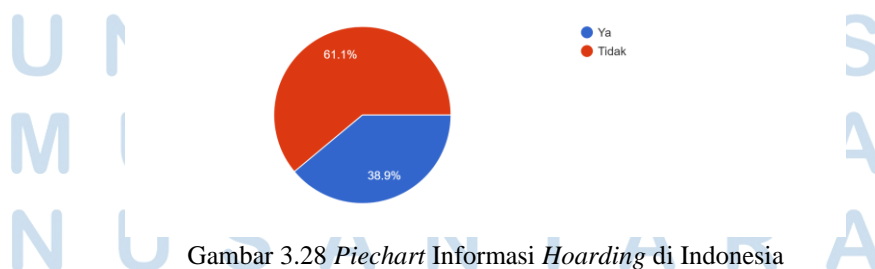
60.2% responden menjawab bahwa mereka mengetahui *hoarding disorder* merupakan gangguan mental, sedangkan 39.8% lainnya tidak mengetahui. Namun, 69% responden tidak mengetahui bahwa gejala *hoarding* dapat dilihat sejak usia muda, sedangkan 31% lainnya menjawab bahwa mereka mengetahui hal tersebut. Sayangnya, 65.5% responden tidak mengetahui dampak-dampak dari *hoarding* dan 34.5% lainnya mengetahui. Melalui 3 pertanyaan tersebut, terbukti diperlukannya media yang membahas mengenai gejala *hoarding disorder* yang muncul saat muda serta dampak dari *hoarding disorder*.



Gambar 3.27 Spekulasi Responden akan Akibat *Hoarding Disorder*

Pada pertanyaan selanjutnya, responden diberikan kebebasan untuk menentukan maksimal 2 pilihan, mengenai apa yang menjadi akibat sebuah *hoarding disorder*. 85.5% responden masih menganggap bahwa kemalasan membersihkan merupakan hal yang mengakibatkan *hoarding*, 38.8% memilih trauma, 28.3% memilih genetik. Terdapat 2 responden yang memberikan opininya, yaitu depresi. Terbukti bahwa para responden masih memiliki persepsi yang salah pada *hoarding*..

Apakah kamu pernah melihat Informasi mengenai Hoarding Disorder di Indonesia?
113 responses



Gambar 3.28 Piechart Informasi *Hoarding* di Indonesia

Mengakhiri kategori kedua, diberikan pertanyaan mengenai media informasi *hoarding* yang pernah dilihat sebelumnya. 61.1% responden belum pernah melihat informasi tersebut di Indonesia, sedangkan 38.9% lainnya pernah melihat. Data tersebut menunjukkan bahwa karena tidak adanya informasi, masih banyak responden yang tidak mengetahui *hoarding disorder*.



Gambar 3.29 Skala Mengenai Konten Informasi *Hoarding* di Indonesia

Pada bagian kedua, ditanyakan informasi apa yang tercantum dalam media informasi yang sempat dilihat. Berdasarkan hasil, media informasi yang pernah dilihat responden mencakup pengertian (31%), ciri-ciri pelaku (28.3%), dampak (28.3%), dan cara menangani (21.2%). Sedangkan belum banyak informasi tersebut yang mencantumkan contoh studi kasus serta kontak bantuan untuk menangani *hoarding*.

Apa sih *Hoarding Disorder*?

Hoarding Disorder merupakan gangguan psikologis dengan perilaku menimbun barang-barang, dimana pelaku mengalami kesulitan untuk membuang/ berpisah dengan barang tertentu terlepas dari apakah barang tersebut memiliki nilai atau tidak.

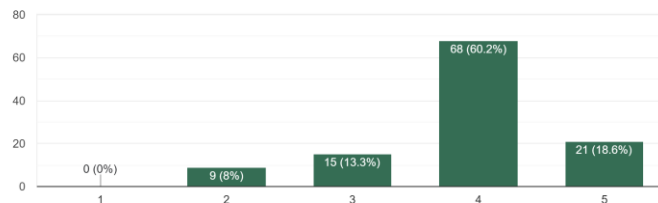
Pernyataan diatas merupakan hasil wawancara dengan Psikolog Veronica Adesla M. Psi, Co-Founder Ohana Space.

Gambar 3.30 Penjelasan Singkat Mengenai *Hoarding* dalam Kuesioner

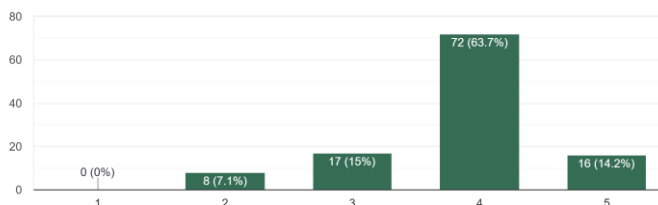
Kategori terakhir berisi pertanyaan mengenai ketertarikan responden akan isu *hoarding disorder* selain itu ditanyakan juga beberapa media yang sering diakses para responden. Sebelum memasuki pertanyaan, sebelumnya telah diberikan sedikit penjelasan mengenai *hoarding disorder* yang bersumber langsung dari narasumber ahli. Tujuan dari penjelasan singkat

adalah untuk mengetahui apakah dari penjelasan yang ada, responden akan memiliki rasa ketertarikan untuk mengetahui HD lebih lanjut.

Dari penjelasan singkat tersebut seberapa tertarik kamu untuk mengetahui lebih mengenai hoarding disorder?
113 responses



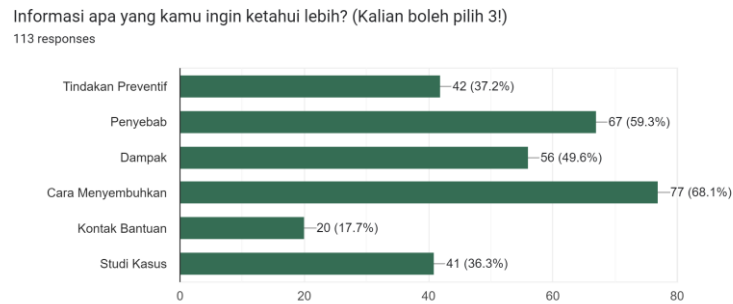
Seberapa penting sih untuk kalian mengetahui Hoarding Disorder?
113 responses



Gambar 3.31 Skala Ketertarikan dan Kepentingan *Hoarding Disorder*

Kemudian digunakan kembali pertanyaan skala 1 sampai dengan 5 untuk menanyakan ketertarikan dan kepentingan pembahasan *hoarding disorder*. 60.2% responden menjawab bahwa mereka tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai isu ini, 18.6% sangat tertarik, 13.3% cukup tertarik, 8% kurang tertarik. Lalu 63.7% responden menjawab bahwa cukup penting bagi mereka mengetahui mengenai *hoarding disorder*. 14.2% menjawab sangat penting, 15% cukup penting, dan 7.1% kurang penting. Walaupun beberapa dari responden pernah melihat media informasi HD, namun masih ada ketertarikan pada informasi tersebut.

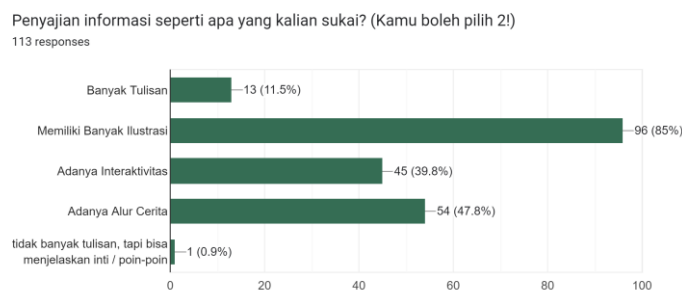
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.32 Skala Informasi yang Ingin Diketahui Responden

Dalam kuesioner, ditanyakan juga informasi-informasi apa yang mereka ingin ketahui lebih mengenai *hoarding disorder*. Responden dapat memilih 3 pilihan dalam pertanyaan ini, jawaban terbanyak dengan 68.1% adalah informasi cara menyembuhkan, lalu 59.3% penyebab *hoarding*, 49.6% dampak-dampak, 37.2% tindakan preventif yang dapat dilakukan, 36.3% studi kasus, dan terakhir sebanyak 17.7% memilih informasi mengenai kontak bantuan.

Untuk mengetahui ketertarikan informasi seperti apa yang diminati oleh para responden, terdapat pertanyaan pilihan mengenai penyajian informasi yang digemari. Responden dapat memilih maksimal 2 buah pilihan.

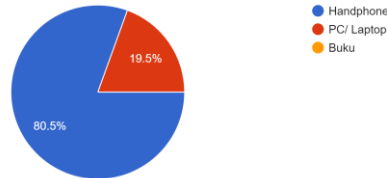


Gambar 3.33 Skala Ketertarikan Penyajian Informasi Responden

85% responden menyukai sebuah penyajian informasi yang memiliki banyak ilustrasi atau gambaran, diikuti oleh 47.8% responden yang tertarik dengan adanya alur cerita, 39.8% memilih untuk adanya interaktivitas, 11.5% memilih banyak tulisan. Terdapat juga 0.9% yang memberikan pilihan lain, yaitu informasi yang tidak memiliki banyak tulisan namun dapat menjelaskan

inti atau poin-poin yang dimaksud. Sehingga, perancangan akan berfokus pada penggunaan ilustrasi dan alur cerita melalui *storytelling*.

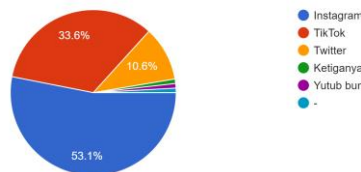
Media apa yang sering kalian gunakan untuk mendapatkan informasi?
113 responses



Gambar 3.34 Piechart Penggunaan Media dalam Mencari Informasi

Berdasarkan kuesioner, sebanyak 80.5% responden menggunakan *handphone* sebagai media utama dalam mendapatkan informasi, 19.5% memilih *laptop*, dan tidak ada yang memilih buku. Berdasarkan data, responden tidak aktif dalam menggunakan media tradisional untuk mencari sebuah informasi.

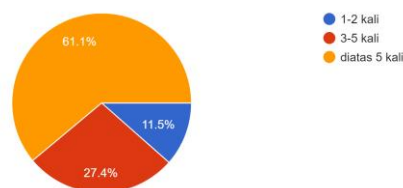
Media Sosial apa yang sering kalian gunakan?
113 responses



Gambar 3.35 Piechart Media Sosial yang Digunakan

Untuk media sosial, 53.1% responden menggunakan *Instagram*, 33.6% aplikasi *TikTok*, 10.6% *Twitter*, dan sisa lainnya *YouTube* dan seluruh ketiga aplikasi pilihan. Pertanyaan ini digunakan untuk menentukan media sekunder yang akan dibuat dengan tujuan perancangan dapat tertuju pada responden.

Seberapa sering kamu mengakses website? (dalam kurun 6 bulan)
113 responses



Gambar 3.36 Piechart Keaktifan Mengakses Website

Untuk melihat seberapa efektif media *website*, responden diberikan pertanyaan mengenai keaktifan dalam mengakses *website* dalam kurun waktu 6 bulan. 61.1% responden mengakses *website* lebih dari 5 kali, 27.4% 3-5 kali, dan 11.5% sebanyak 1-2 kali. Banyaknya responden yang menggunakan *handphone* dan laptop untuk mencari informasi, membuat *website* menjadi pilihan efektif untuk mencapai responden.

3.1.2.1 Kesimpulan

Berdasarkan data kuesioner yang disebar dapat disimpulkan bahwa masalah utama adalah kurangnya informasi *hoarding* di Indonesia. Pengetahuan akan masalah *hoarding* masih sangat kurang, responden hanya sekedar mengetahui *hoarding* tanpa mengetahui dampak serta gejala yang timbul pada usia muda. Responden masih memiliki persepsi yang salah bahwa ini terjadi akibat kemalasan dalam membersihkan.

Dibutuhkan media yang dapat menjelaskan *hoarding* mulai dari gejala usia muda serta dampaknya selain kepada lingkungan. Persepsi salah orang-orang juga harus dapat diluruskan melalui konten tersebut. Peletakkan informasi kontak bantuan menjadi informasi yang hampir tidak pernah dilihat oleh orang-orang, sehingga hal tersebut akan dicantumkan dalam perancangan konten. Tingkat ketertarikan responden pada media yang akan dirancang juga sangat tinggi, walaupun beberapa sudah pernah melihat informasi HD. Hal ini menunjukkan harapan responden untuk menerima informasi lebih dari media yang pernah dilihat sebelumnya.

Perancangan akan menggunakan elemen visual ilustrasi dengan pendekatan berupa *storytelling* dalam menjelaskan konten *hoarding*. Digunakan juga interaktivitas dimana responden akan menjadi bagian dari cerita yang digunakan. Hal ini didukung oleh ketertarikan responden dalam penyajian konten dengan gambar, alur cerita, dan interaktivitas. Media yang aktif digunakan oleh responden adalah gawai *handphone* dan laptop, yang mendukung pembentukan

sebuah *website* sebagai media penyebaran perancangan. *Website* dapat diakses dengan mudah oleh para responden. Selain itu, informasi akan disebarakan juga melalui media sekunder yang berupa sosial media *Instagram*.

3.2 Metodologi Perancangan

Menurut Karjaluoto (2013), metode perancangan membantu dalam memahami situasi dan masalah yang dibahas. Melalui metode, desainer dapat menentukan solusi desain yang tepat dan diperlukan oleh target. Dalam perancangan ini digunakan metode *Human Centered Design* (HCD).

3.2.1 Human Centered Design

Human Centered Design menawarkan pemecah masalah untuk memahami secara mendalam para target, untuk menciptakan beberapa ide, dan untuk membentuk solusi baru yang inovatif mengenai apa yang dibutuhkan oleh target (IDEO, 2015). Tahapan dibagi menjadi 3, yaitu:

1) Inspiration

Fase ini digunakan untuk mempelajari lebih baik lagi para target dengan melakukan observasi hidup mereka, serta harapan dan keinginannya. Melalui keinginan yang dibutuhkan oleh target, ide yang muncul akan berkembang sebagai solusi yang tepat. Tahapan meliputi *interview, secondary research, expert interview, define your audience*.

2) Ideation

Berdasarkan hasil *inspiration*, akan dibentuk ide, kesempatan dalam membentuk desain, menguji, serta mengasah solusi melalui masukkan yang didapat dari *prototype* yang dibentuk. Tahapan meliputi *create insight statements, brainstorm, get visual, storyboard, dan prototyping*.

3) Implementation

Melalui fase ini, solusi yang dibentuk akan diimplementasikan secara nyata dan mencari cara untuk mencoba ide kepada target dan memaksimalkan dampaknya. Tahapan meliputi *live prototyping* dan *keep iterating*, dan *keep getting feedback*.