

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Dalam mengumpulkan data untuk merancang media interaktif mengenai *lifetrapp*, penulis akan menggunakan metode campuran. Untuk metode kuantitatif, penulis akan menggunakan metode kuesioner. Untuk metode kualitatif, penulis akan menggunakan metode wawancara tidak terstruktur, studi eksisting, dan studi referensi. Dokumentasi akan dilakukan dengan perekaman video, audio, dan foto *screenshot* dan foto bukti wawancara.

3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif yang digunakan oleh penulis adalah wawancara tidak terstruktur. Wawancara itu sendiri merupakan pengumpulan data yang dilakukan secara lisan dan mendalam (Jaya, 2020). Pada sisi lain, wawancara tidak terstruktur adalah jenis wawancara yang bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih dalam dari responden dengan panduan pertanyaan yang lebih terbuka dan luas.

3.1.1.1 Interview

Interview dilakukan terhadap John Philip Louis, seorang terapis skema yang disertifikasi, untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih dalam mengenai topik *lifetrapp*. Wawancara dilakukan pada hari Jumat, 3 Maret 2023 pada pukul 22.00 melalui Zoom. *Interview* yang kedua dilakukan terhadap Sonia Louis Masilamani, seorang terapis skema yang sedang menjalankan sertifikasi dan sudah menjalani pelatihan yang tersertifikasi oleh *International Society of Schema Therapy (ISST)*. Sonia saat ini membuka praktek di Jakarta Selatan. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui viabilitas orang Indonesia untuk mengakses terapi skema. Wawancara ini dilakukan melalui chat Whatsapp pada tanggal 23

Maret 2022. *Interview* yang ketiga dilakukan terhadap Kenny Kent, seorang mahasiswa dari Universitas Multimedia Nusantara yang memiliki gejala mengerjakan tugas dengan setengah hati dan melakukan prokrastinasi terhadap tugasnya karena takut untuk gagal serta memiliki lebih dari tiga pernyataan pada YSQ (*Young Schema Questionnaire*) dengan nilai yang tinggi (5 atau 6). *Interview* dengan Kenny Kent dilakukan secara bertatap muka langsung pada tanggal 9 Maret 2022 pada pukul 14.00.

1) *Interview* kepada John Philip Louis

Louis mendefinisikan *Lifetrap* atau *Early Maladaptive Schemas* (EMs) sebagai pandangan terdistorsi terhadap diri sendiri dan orang di sekitarnya. Penyebab dari *lifetrap-lifetrap* tersebut hampir selalu adalah situasi dari dinamika keluarga pada masa kecil individu. Sumber lain, misalnya teman, juga dapat menyebabkan *lifetrap* yang kuat tetapi kejadiannya harus cukup traumatis. Kekerasan fisik, psikis (yang cukup traumatis), dan seksual oleh orang yang tidak dikenal dapat juga mengembangkan *lifetrap*, bahkan jika hanya terjadi sekali atau dua kali pada masa kecil awal. Akan tetapi, perkembangan dari *lifetrap* ini juga berfaktor pada temperamen individu. Jika individu memiliki temperamen yang kuat, cenderung individu dapat mencegah perkembangan *lifetrap* tersebut. Ranah waktu dari berkembangnya *lifetrap* bervariasi dengan setiap ahli. Ada yang mengatakan bahwa *lifetrap* hanya berkembang pada masa kecil awal, ada yang mengatakan sampai usia 10 tahun. Bagi John, *lifetrap* juga dapat berkembang pada masa remaja.

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 Wawancara dengan John Philip Louis

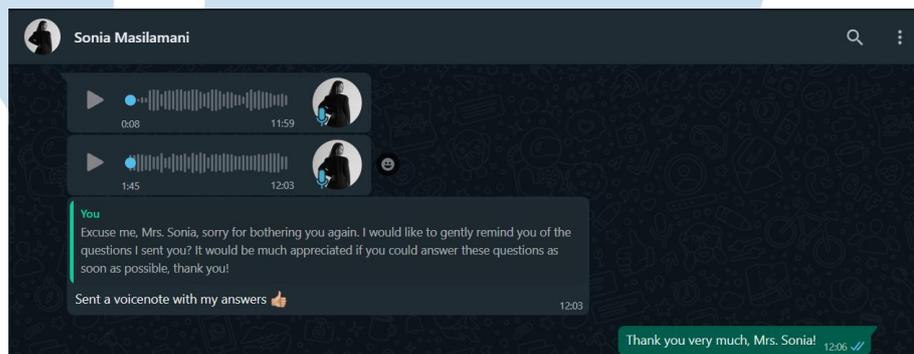
Dalam kasus kecemasan atau depresi, *lifetrap* menyebabkan kedua hal tersebut melalui emosi yang dihasilkan dari terpicunya *lifetrap* si individu. *Lifetrap* tersebut juga dapat mengakibatkan *borderline personality disorder* jika individu memiliki banyak *lifetrap* yang kuat yang terpicu dalam kesehariannya. Louis juga mengatakan dalam situasi tidak adanya *schema therapist* seperti Indonesia, Louis merekomendasikan agar pemilik *lifetrap* untuk mencari 2-3 individu yang individu tersebut bisa aman, terbuka, dan didengarkan untuk melakukan *limited reparenting*.

Melalui *limited reparenting* ini, kebutuhan emosi inti individu yang tidak terpenuhi pada masa kecil dapat dilengkapi dan melemahkan *lifetrap* yang bersangkutan. Selain itu, Durasi dari metode penyembuhan ini cukup lama, berkisar beberapa tahun.

Lifetrap tersebut juga dapat 'diwariskan' kepada anak, walaupun tidak akan sama persis. *Lifetrap* tersebut dapat berwaris karena *lifetrap* si orangtua akan memberi dampak pada cara orangtua mengasuh anak.

2) *Interview* kepada Sonia Louis Masilamani

Mrs. Sonia menyatakan bahwa buku *Schema Therapy: A Practitioner's Guide* (2003) oleh Young dkk merupakan buku yang masih digunakan sampai hari ini. Mrs. Sonia juga mengatakan bahwa cara untuk menghitung nilai evaluasi YSQ (*Young Schema Questionnaire*) adalah untuk menghitung rata-rata nilai setiap *lifetrap* dan juga untuk mempertimbangkan semua pernyataan dengan nilai ekstrim sebesar 4, 5, dan 6. Rata-rata nilai *lifetrap* digunakan untuk mengetahui *lifetrap* yang relevan sedangkan pernyataan dengan nilai ekstrim digunakan untuk dievaluasikan kembali dengan pasien.



Gambar 3. 2 Wawancara dengan Sonia Louis Masilamani

Mrs. Sonia juga menjabarkan mengenai harga dan akses alternatif bagi masyarakat Indonesia dalam mendapatkan terapi skema. Mrs. Sonia mengatakan bahwa harga satu sesi terapi skema dari prakteknya sebesar Rp. 1.000.000,-. Untuk alternatif lain dalam mengakses terapi skema, masyarakat Indonesia dapat melakukan terapi skema secara online, misalnya melalui Zoom.

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) *Interview* kepada Kenny Kent

Dari anamom yang di lakukan dengan Kenny, perlakuan orangtuanya yang kurang baik (memarahi, bersifat ‘pilih kasih’ antara dia dan kakak adiknya) tidak berhubungan dengan *lifetrap* Kegagalan, melainkan *lifetrap* dia yang lain. Dalam kasus Kenny, *lifetrap* Kegagalan dia berkembang karena sekolahnya yang memiliki ujian yang sulit. Kenny berkali-kali mencoba belajar untuk ujian-ujianya, tetapi tidak pernah mendapatkan nilai bagus. Oleh karena itu, Kenny menjadi malas dan memiliki pikiran bahwa belajar tidak guna dan lebih baik melakukan remedial. Prokrastinasi karena takut gagal Kenny disebabkan oleh pengalaman dia pada masa SMA karena segala tugas dia mulai dicek oleh guru-guru. Pengalaman tersebut menyebabkan Kenny untuk takut memaksimalkan usahanya karena malas jika ia harus mengulangi semua yang sudah dikerjakannya.



Gambar 3.3 Wawancara dengan Kenny Kent

Pada masa awal perkuliahan, Kenny juga dibandingkan oleh orangtuanya secara tidak adil dengan anak

orang lain yang beda jurusan. Kenny berkata bahwa ia khawatir dengan susah melepaskan kebiasaan-kebiasaan *lifetrap Failure* yang ia miliki dan menginginkan metode untuk agar dia tidak memikirkan pikiran yang mengajak dia untuk mengerjakan tugas dengan asal-asalan dan berprokrastinasi karena takut akan gagal. Penulis menganggap kalimat sebelum sebagai adanya keperluan pemberian solusi.

3.1.1.2 Kesimpulan

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan ahli, *lifetrap* adalah sebuah pandangan terdistorsi terhadap diri sendiri dan orang lain yang terjadi karena kebutuhan emosi inti yang tidak terpenuhi. John menjelaskan bahwa penyebab *lifetrap* yang ia hampir selalu temui bersumber dari keluarga. *Lifetrap* sendiri tidak diketahui sampai kapan *lifetrap* akan berkembang dalam masa kecil, tetapi John menjelaskan bahwa *lifetrap* dapat berkembang dari masa kecil hingga masa remaja dan *lifetrap* sendiri merupakan proses atau akumulasi dari pengalaman-pengalaman yang dijalani seorang individu. John juga mengatakan jika individu tidak memiliki jalan untuk bertemu dengan terapis skema, maka metode lainnya adalah untuk mencari dua atau tiga orang yang dapat dipercaya untuk memenuhi kebutuhan emosi inti yang tidak terpenuhi saat masa kecil. Metode ini disebut sebagai *limited reparenting*.

Dari wawancara ahli kedua, Sonia menjelaskan mengenai harga dan opsi alternatif bagi orang Indonesia yang ingin mendapatkan terapi skema. Harga yang ditetapkan oleh Sonia adalah sebesar Rp. 1.000.000 per sesi. Selain itu, Sonia juga mengatakan bahwa selain tatap muka terapi skema juga dapat dilakukan secara online seperti melalui Zoom.

Dari kedua wawancara yang dilakukan dengan Kenny Kent mahasiswa, ditemukan bahwa sumber terjadinya *lifetrap Failure*

dapat juga terjadi karena lingkungan yang tidak mendukung, seperti sekolah yang memiliki standar yang sangat sulit. Akan tetapi, *lifetrapp Failure* tetap dapat berkembang atau setidaknya perkembangannya didukung oleh perlakuan yang kurang baik oleh orangtua. Sebuah hal yang juga ditemukan adalah dalam membuat media informasi tentang *lifetrapp Failure*, diperlukan adanya pengarahan langsung kepada pertolongan terapis skema agar memudahkan pengguna.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Jaya (2020) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian mengukur gejala-gejala tertentu yang dikumpulkan sebagai variabel dan kemudian diproses dengan teori dan rumus yang objektif. Selain mengukur satu variabel, penelitian metode kuantitatif juga dapat dilakukan untuk membandingkan atau melihat jika ada pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk membuktikan gejala atau kejadian spesifik melalui statistik, untuk menjawab pertanyaan yang sudah dirumuskan sebelum eksekusi penelitian, dan untuk membuktikan kejadian sebuah gejala atau fenomena dalam wilayah yang lebih besar (generalisasi).

3.1.1.1 Kuesioner

Metode kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* dan *offline* melalui kuesioner Google Form dengan kriteria 1) individu berdomisili (atau merantau) di daerah Banten, 2) individu berumur 18-24 tahun, dan 3) individu adalah seorang mahasiswa. Kuesioner tersebut ditargetkan kepada mahasiswa - mahasiswa di daerah Banten. Pada provinsi Banten sendiri, terdapat sebanyak 1.382.989 mahasiswa pada tahun 2022 berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2022). Berdasarkan rumus Slovin dengan derajat ketelitian 10%, diperlukan sebanyak 100 responden.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{1.382.989}{1 + 1.382.989 \times 0.1^2} = 99,99$$

Keterangan:

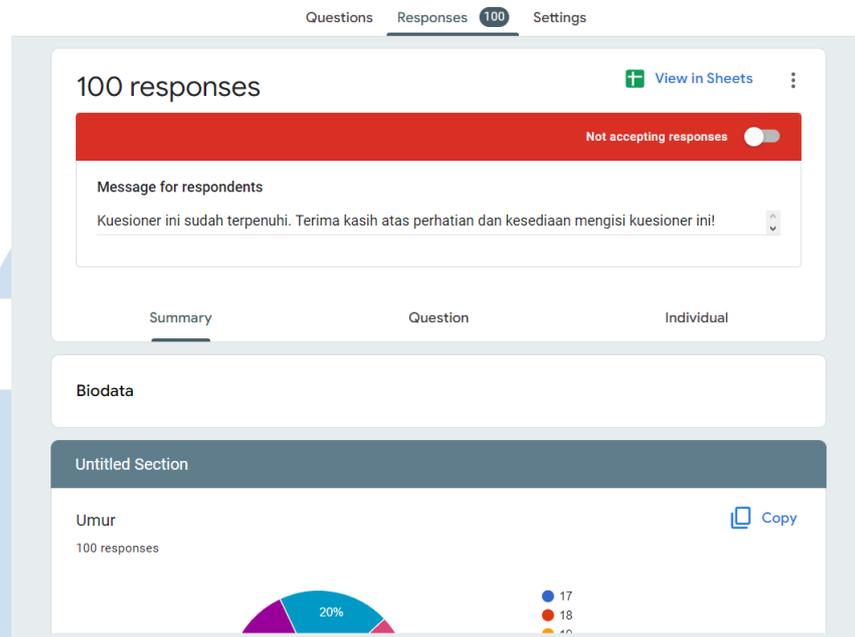
n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

E : *Error margin*

Kuesioner disebarikan dari tanggal 9 Maret 2023 hingga 18 Maret 2023 dengan total responden sebesar 100 responden. Penyebaran kuesioner menggunakan metode *snowball sampling* dan penyebaran kuesioner secara langsung. *Snowball sampling* adalah metode dimana penulis menyebarkan kuesioner kepada individu-individu yang sesuai kriteria kuesioner dan responden dianjurkan oleh penulis untuk menyebarkan kuesioner kepada kenalan individu yang sesuai dengan kriteria tersebut. Penyebaran kuesioner secara langsung yang dimaksud adalah penulis mendatangi lokasi secara langsung dan menyebarkan kuesioner secara tatap muka. Penulis melaksanakan metode ini dengan mendatangi universitas-universitas di Banten dan menyebarkan kuesioner secara tatap muka. Dalam pelaksanaan metode ini, penulis mendatangi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa di Serang, Banten dan Universitas Pamulang di Tangerang Selatan, Banten untuk menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa-mahasiswi universitas tersebut secara tatap muka.

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. 4 Bukti Kuesioner

Kuesioner memiliki sebanyak 6 bagian. Bagian-bagian tersebut adalah pengisian biodata, analisa gejala *lifetrap Failure coping style* menyerah dan menghindari, analisa latar belakang dinamika individu dengan orangtua, analisa *lifetrap Failure* melalui tes kuesioner *lifetrap Failure* dari buku *Reinventing Your Life*, pengetahuan tentang *lifetrap Failure*, dan minat mempelajari *lifetrap* dan *lifetrap Failure* serta preferensi media dan visual. Bagian pertama yaitu pengisian biodata adalah data demografis responden kuesioner yaitu usia, jenis kelamin, dan pendapatan per bulan orangtua untuk menetapkan SES responden. Pengisian kuesioner dilakukan oleh 40% laki-laki dan 60% perempuan. Usia responden kuesioner tersebut terdiri dari 18 tahun (5%), 19 tahun (11%), 20 tahun (25%), 21 tahun (27%), 22 tahun 20%, 23 tahun (10%), dan 24 tahun (2%). Perhimpunan Riset Pemasaran Indonesia (2018) menetapkan SES di Indonesia sebagai C, B, A1, A2, dan A3 berdasarkan pendapatan per bulan. SES C memiliki pendapatan sebesar Rp. 1.400.000 sampai Rp. 2.800.000, SES B memiliki pendapatan sebesar Rp. 2.800.000 sampai Rp. 4.250.000, SES A3

memiliki pendapatan sebesar 4.250.000 sampai Rp. 7.000.000, SES A2 memiliki pendapatan sebesar Rp. 7.000.000 sampai Rp. 11.000.000, dan SES A1 memiliki pendapatan lebih dari Rp. 11.000.000. Berdasarkan data kuesioner, SES responden terdiri atas B (52%), A3 (20%), A2 (10%), dan A1 (18%).

Bagian kedua mengandung empat pertanyaan mengenai gejala-gejala *lifetrap Failure* dengan *coping style* menyerah dan menghindar, yaitu mengerjakan tugas dengan setengah hati dan prokrastinasi dengan motivasi takut akan kegagalan (Young, 2020). Pada bagian kedua tersebut, ditemukan sebesar 45% mahasiswa responden yang sering mengerjakan tugas kuliah dengan setengah hati, 40% mahasiswa responden yang sering menghindari tugas kuliah yang sulit, sebanyak 63% mahasiswa yang sering prokrastinasi, dan sebanyak 31% mahasiswa responden yang prokrastinasi dengan motivasi takut akan kegagalan. Bagian ketiga mengandung lima pertanyaan mengenai dinamika responden dengan orangtua yang menyebabkan *lifetrap Failure* berdasarkan buku *Reinventing Your Life* oleh Jeffrey E. Young. Young (2020) menyatakan bahwa *lifetrap* dapat berkembang karena dinamika keluarga dan lingkungan. Akan tetapi, Young juga mengatakan bahwa dinamika keluarga menjadi faktor yang lebih mempengaruhi perkembangan sebuah *lifetrap*. Dalam dinamika keluarga, terdapat dinamika responden dengan orangtua secara pola asuh orangtua terhadap responden.

Dari bagian ketiga kuesioner, ditemukan bahwa 49% mahasiswa responden memiliki orangtua yang sangat kritis dalam performa mereka dalam sekolah atau hal lain, 15% mahasiswa responden memiliki orangtua yang sering menegur mereka dengan kasar, 47% mahasiswa responden memiliki orangtua yang sangat sukses, 19% mahasiswa responden memiliki orangtua yang tidak

peduli jika mereka gagal atau sukses, dan 45% mahasiswa responden memiliki orangtua yang sering membanding-bandingkan mereka dengan orang lain.

Bagian keempat merupakan cuplikan tes *lifetrap* yang disajikan pada buku *Reinventing Your Life*. Tes tersebut digunakan untuk menguji keberadaan *lifetrap* pada seseorang. Bagian keempat tersebut mengandung 10 pernyataan dengan skala linear sebesar 6, dengan angka yang semakin rendah menyatakan bahwa pernyataan tidak menggambarkan responden dan angka yang semakin tinggi menyatakan bahwa pernyataan sangat menggambarkan responden. Sonia Masilamani menjelaskan bahwa sebuah *lifetrap* cenderung relevan dalam seorang individu jika memiliki rata-rata nilai lebih dari 4 (jumlah lebih dari 40). Berdasarkan kriteria tersebut, sebesar 28% mahasiswa responden atau 28 dari 100 mahasiswa memiliki jumlah nilai lebih dari 40. Akan tetapi, Young menjelaskan bahwa setiap pernyataan perlu dipertanyakan dan dipertimbangkan kepada individu, terutama yang berkontradiksi dengan latar belakang individu. Hal ini dikarenakan bahwa individu dapat salah interpretasi atau mengerti pertanyaan tersebut. Selain itu, responden yang memiliki *lifetrap Failure* namun tidak menunjukkan gejala *coping style* menyerah dan menghindar berpotensi memiliki *coping style* melawan (*overcompensation*) sehingga individu adalah seorang *overachiever*. Oleh karena itu, penulis menyaring responden dengan tiga pernyataan bernilai tinggi berdasarkan latar belakang (orangtua yang kritis, menegur kasar, membanding-banding, dan/atau orangtua yang tidak peduli dengan kesuksesan atau kegagalan individu) dan gejala (mengerjakan tugas kuliah dengan setengah hati, menghindar tugas sulit dan/atau prokrastinasi karena takut akan gagal). Setelah disaring, ditemukan sebesar 21% atau 21 dari 100 mahasiswa responden yang memiliki gejala, latar belakang, dan banyak pernyataan bernilai tinggi yang sesuai.

Bagian kelima dan keenam mengandung enam pertanyaan tentang pengetahuan akan *lifetrapp*, minat mempelajari *lifetrapp* dan *lifetrapp Failure* serta preferensi media dan visual responden untuk penyajian informasi tentang *lifetrapp Failure*. Ditemukan bahwa sebesar 77% mahasiswa responden yang tidak mengetahui istilah *lifetrapp*, 81% mahasiswa responden yang memiliki minat untuk mempelajari tentang *lifetrapp*, 90% mahasiswa responden yang memiliki minat untuk mempelajari cara melepaskan *lifetrapp Failure* yang mungkin dimiliki, 68% mahasiswa responden yang memiliki preferensi media video, dengan peringkat kedua sebesar 49% mahasiswa responden yang memiliki preferensi media situs, dan 54% mahasiswa responden yang memiliki preferensi penyajian informasi berupa teks dan visual yang seimbang dengan 43% mahasiswa responden memiliki preferensi penyajian informasi berupa visual yang lebih banyak daripada teks.

3.1.1.2 Kesimpulan

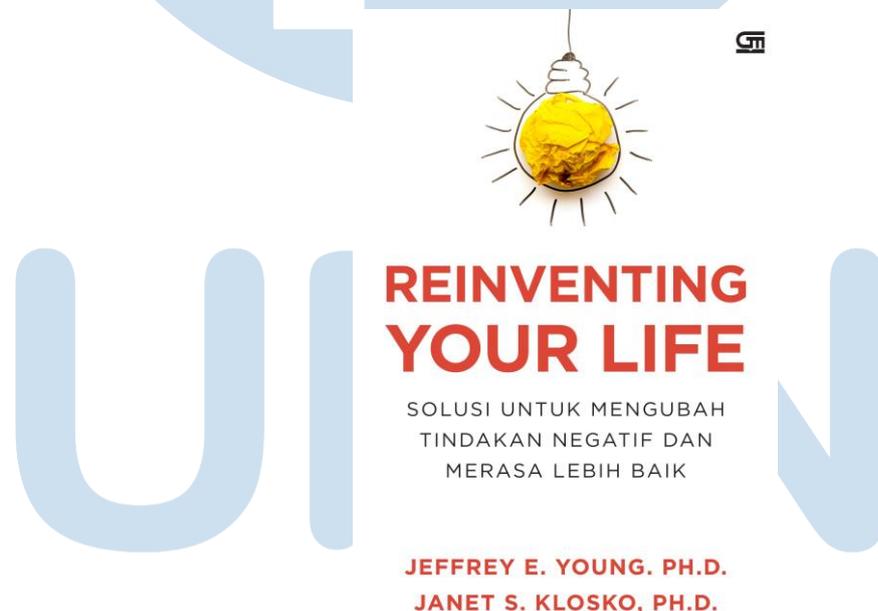
Melalui data kuesioner yang terkumpul, ditemukan bahwa sebanyak 21% dari responden memiliki potensi paling besar untuk memiliki *lifetrapp Failure*. Akan tetapi, 77% dari responden yang menjawab tidak mengetahui tentang istilah *lifetrapp* sendiri sehingga diperlukan sebuah media informasi agar mahasiswa-mahasiswi dapat mengenal dan mengetahui tentang *lifetrapp* terutama *lifetrapp Failure*. Pada sisi lain, ditemukan adanya minat yang besar dari mahasiswa untuk mempelajari tentang *lifetrapp* terutama cara melepaskan *lifetrapp Failure* sebesar 81% dan 90% masing-masing. Selain itu, data menunjukkan bahwa terdapat minat dengan media video dan *website*, dengan banyak yang memiliki preferensi penyajian informasi teks dan visual yang seimbang serta penyajian informasi yang lebih berat pada visual. Oleh karena itu, diperlukan media informasi yang disesuaikan berdasarkan minat mahasiswa agar penyampaian informasi tersebut seefektif dan seefisien mungkin.

3.2 Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan oleh penulis sebagai patokan penyajian informasi dan perancangan *website*. Studi eksisting menggunakan media-media yang sudah ada yang memiliki informasi mengenai *lifetrap*. Penulis mengambil buku *Reinventing Your Life* oleh Jeffrey E. Young (2020) dan *website The Attachment Project* (2023).

3.2.1 Buku *Reinventing Your Life*

Reinventing Your Life adalah buku *self-help* yang ditulis oleh Jeffrey E. Young, Ph.D. dan Janet S. Klosko, Ph.D. yang ditujukan kepada orang umum. Versi Bahasa Indonesia buku tersebut diterbitkan oleh Gramedia pada tahun 2010 (cetakan pertama) dan 2020 (cetakan kedua). Buku tersebut menyajikan informasi mengenai 11 *lifetrap* yang umum ditemukan, asal mulanya, serta langkah-langkah untuk mengubahkannya.



Gambar 3. 5 Reinventing Your Life

Sumber: <https://www.gramedia.com/best-seller/review-buku-reinventing-your-life/>

Penyajian informasi dalam buku tersebut menggunakan tulisan secara menyeluruh. Dalam penyajian tersebut, buku menggunakan penulisan yang informatif mengenai *lifetrap* serta penulisan naratif

dengan menggunakan studi kasus pasien penulis buku untuk membantu pembaca lebih mengerti mengenai *lifetrap*. Penulis menggunakan buku tersebut sebagai studi eksisting dalam merancang media informasi tentang *lifetrap* dan *lifetrap Failure* yang tertuju kepada mahasiswa.

Tabel 3. 1 SWOT Buku Reinventing Your Life

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
Buku Reinventing Your Life mengandung penjelasan tentang <i>lifetrap</i> , 11 <i>lifetrap</i> yang paling umum, <i>coping styles</i> , dan langkah-langkah untuk melepaskan setiap <i>lifetrap</i> . Buku ini juga menyajikan contoh kasus klien untuk membantu pembaca dalam mempelajari <i>lifetrap</i> .	Media buku merupakan bukan media yang efektif di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh tingkat kegemaran membaca Indonesia yang hanya mencapai 59,52%, berdasarkan data BPS tahun 2022 (Putranta, 2023).
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
Mendigitalisasikan media buku menjadi media yang lebih interaktif dan lebih menarik untuk pengguna. Selain itu, buku dapat diberikan gambar untuk mendukung penyampaian informasi.	Target audiens lebih tertarik bermain dengan gawai <i>smartphone</i> dan perangkat elektronik lainnya ketimbang dengan membaca buku. 70,98% mahasiswa di Indonesia sendiri sudah memiliki <i>smartphone</i> (Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2017).

3.2.2 Website The Attachment Project

The Attachment Project adalah *website* yang diterbitkan oleh MindOnly Property Limited pada tahun 2020. *Website* tersebut bertopik utama tentang teori kelekatan. Akan tetapi, *website* tersebut juga menjelaskan tentang *lifetrapp* dengan cukup lengkap pada salah satu artikelnya.



Gambar 3. 6 Website The Attachment Project

Sumber: <https://www.attachmentproject.com/blog/early-maladaptive-schemas/>

Penyampaian informasi menggunakan teks dan foto, dengan teks sebagai elemen yang lebih dominan. Informasi yang disajikan merupakan artikel-artikel informatif tentang teori kelekatan dan juga mengenai kelas terapi. Penulis akan menggunakan *website* tersebut sebagai studi eksisting dalam merancang media informasi interaktif tentang *lifetrapp* dan *lifetrapp Failure* yang tertuju kepada mahasiswa.

Tabel 3. 2 SWOT *Website* The Attachment Project

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
Penjelasan dan penyajian informasi <i>lifetrapp</i> oleh <i>website</i> tersebut mudah dimengerti. Selain itu, tampilan dan <i>white space</i> membantu pembaca untuk membaca artikel.	Penyajian informasi dilakukan dalam bahasa Inggris sehingga tidak tertuju pada masyarakat dan mahasiswa di Indonesia.

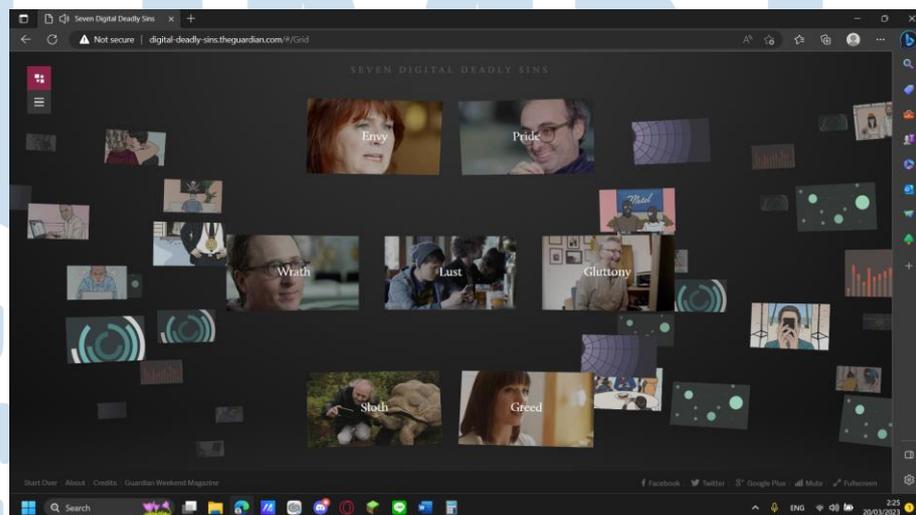
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
Penambahan interaktivitas dan penambahan visual yang lebih mendukung informasi agar penyampaian informasi lebih mudah dipahami oleh pengguna.	Tidak semua mahasiswa di Indonesia serta di Banten dapat berbahasa Inggris.

3.3 Studi Referensi

Studi referensi dilakukan oleh penulis sebagai patokan penyampaian informasi dan *website* yang interaktif. Pemilihan media untuk digunakan sebagai studi referensi berdasarkan *layout* dan jenis interaktivitas. Studi referensi dilakukan pada *website Seven Deadly Digital Sins* yang dirancang oleh National Film Board of Canada dan The Guardian serta *website mobile 16 Personalities*.

3.3.1 Website Seven Digital Deadly Sins

Seven Digital Deadly Sins adalah sebuah *website* interaktif yang diterbitkan oleh National Film Board of Canada dan The Guardian pada tahun 2014. *Website* tersebut menyajikan informasi dan data mengenai ‘dosa-dosa’ digital manusia. Penyajian informasi tersebut dilakukan melalui berbagai media yang berbeda seperti video dan artikel berilustrasi.



Gambar 3. 7 Website Seven Digital Deadly Sins
 Sumber: <http://digital-deadly-sins.theguardian.com/#/Grid>

Selain video dan artikel berilustrasi, *website* tersebut juga menyajikan sebuah ‘kuesioner’ pernyataan yang dapat diisi. Hasilnya dari kuesioner tersebut dapat dilihat oleh semua pengguna yang sudah menjawab, menjelaskan bagaimana pengguna lain berpikir mengenai pernyataan yang diberikan. Penulis akan menggunakan *website* tersebut sebagai studi referensi dalam merancang media informasi interaktif tentang *lifetrapp* dan *lifetrapp Failure*, khususnya pada interaktivitasnya.

Tabel 3. 3 SWOT *Website* Seven Digital Deadly Sins

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
Memunculkan animasi interaksi yang cukup banyak, dari laman utama yang bergerak berdasarkan letak cursor hingga animasi pembukaan sebuah elemen interaktif yang membuat pengalaman menggunakan <i>website</i> tersebut menarik. Selain itu, bentuk konten informasi bervariasi dari teks yang didukung ilustrasi dan video.	Penyajian informasi dilakukan dengan cukup acak sehingga navigasi pada <i>website</i> agak sulit. Selain itu, pada saat ini <i>website</i> sedang tidak diiklankan secara aktif, sehingga eksposur kepada audiens kurang.
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
Penambahan media iklan untuk mempromosikan <i>website</i> .	Pengguna tidak aktif mencari <i>website</i> sehingga lebih tidak memungkinkan pengguna untuk menemukan <i>website</i> pada saat ini.

3.3.2 *Website Mobile 16 Personalities*

16 Personalities adalah *website* yang diterbitkan oleh NERIS Analytics Limited pada tahun 2011. *Website* tersebut menyajikan informasi mengenai teori kepribadian Myers-Brigg (MBTI), tes MBTI, dan artikel riset mengenai MBTI. Informasi yang disajikan oleh *website* tersebut adalah teks dan ilustrasi.



Gambar 3. 8 Website Mobile 16 Personalities

Penyajian informasi pada *website* tersebut terbagi menjadi tes-tes, informasi mengenai setiap jenis kepribadian, informasi riset berbayar, serta artikel-artikel mengenai MBTI. Pada halaman informasi inti jenis-jenis kepribadian, dipaparkan ilustrasi bergerak yang menarik perhatian pengguna. Pada setiap halaman informasi kepribadian tersebut juga terbagikan lagi menjadi beberapa bagian seperti introduksi, kekuatan dan kelemahan, dan lain-lainnya. Penulis akan menggunakan *website* tersebut sebagai studi referensi dalam merancang media informasi interaktif tentang *lifetrap* dan *lifetrap Failure*, khususnya pada penataletakan komposisi *website mobile* tersebut.

Tabel 3. 4 SWOT *Website Mobile* 16 Personalities

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<i>Website</i> memiliki <i>landing page</i> yang menarik serta navigasi yang mudah. Navigasi mengandung tombol <i>hamburger</i> dan sebuah <i>menubar</i> di bawah layar.	Penyampaian informasi jauh lebih dominan menggunakan teks daripada ilustrasi sehingga dapat membuat pengguna cepat bosan dengan konten.

<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
Penambahan ilustrasi dalam penyampaian informasi dalam <i>website</i> .	Keberadaan <i>website</i> tes kepribadian yang lebih terbukti dan kredibel dalam riset (MBTI tidak berdasarkan data riset yang konkrit).

3.4 Metodologi Perancangan

Dua metode perancangan yang akan digunakan oleh penulis adalah *Human Centered Design* oleh IDEO (2015) dan proses perancangan media interaktif digital Griffey (2020). Metode *Human Centered Design* digunakan sebagai metode perancangan media secara garis besar. Pada sisi lain, metode perancangan media interaktif digital Griffey sebagai metode perancangan media interaktif.

3.4.1 *Human Centered Design*

Human Centered Design oleh IDEO (2015) adalah sebuah metode yang mengajak kerjasama antara desainer dan komunitas yang ingin dibantu. Metode ini menekankan pengertian pada individu-individu yang ingin dibantu serta memenuhi keperluan mereka dengan solusi yang inovatif. Metode *Human Centered Design* memiliki tiga tahap dengan metode-metode tersendiri untuk digunakan sesuai kebutuhan yaitu *Inspiration*, *Ideation*, dan *Implementation*.

3.4.1.1 *Inspiration*

Tahap *inspiration* adalah tahap dimana desainer mengumpulkan data mengenai masalah yang dihadapi. Dalam tahap ini, seorang desainer berinteraksi dengan komunitas yang ingin dibantu dengan tujuan untuk mengerti masalah yang perlu diselesaikan serta kemauan komunitas. Dalam tahap ini, penulis akan menggunakan 7 dari 19 metode tahap *inspiration*.

1) *Frame Your Design*

Frame Your Design adalah metode membatasi masalah agar perancangan terarah pada solusi yang paling ideal. Metode ini tidak harus selesai dalam percobaan pertama. Hal ini dikarenakan batasan masalah yang dibuat dapat semakin dikerucutkan atau berubah setelah semakin banyak data yang diterima.

2) *Define Your Audience*

Define Your Audience adalah metode untuk memperjelas target sasaran desain yang akan dirancang. Target sasaran yang terkerucutkan akan membantu mengarahkan perancangan desain dan pengumpulan data. Data yang diterima saat proses pengumpulan data dapat mengubah target sasaran lagi.

3) *Recruiting Tools*

Recruiting Tools adalah metode yang berfungsi untuk memperjelas target sasaran dan juga ahli yang perlu ditanyakan. Selain memperjelas target sasaran dan ahli, hal lain yang dipertimbangkan adalah pertanyaan apa yang perlu dipertanyakan. Hal ini dikarenakan agar desainer mendapat data yang membantu dalam perancangan.

4) *Secondary Research*

Secondary Research adalah metode pengumpulan data pada statistik dan informasi yang sudah ada. Informasi tidak hanya dapat didapatkan dari badan pusat statistik, tetapi juga dari media-media lainnya seperti koran, jurnal, dan Youtube. *Secondary Research* bermanfaat untuk mempertajam dan mengerucutkan masalah yang dihadapi.

5) *Interview*

Interview adalah metode pengumpulan data melalui wawancara dengan target sasaran untuk mendapatkan pengertian baru mengenai masalah yang sedang dipecahkan. Metode ini adalah metode yang paling penting dalam metode *Human Centered Design* yang berpusat

kepada kebutuhan individu yang ingin dibantu. Wawancara dilakukan dengan pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya.

6) *Expert Interview*

Expert Interview adalah metode pengumpulan data melalui wawancara dengan ahli yang paham dengan topik atau masalah yang ingin dipecahkan. Selain itu, metode *Expert Interview* dapat memberikan desainer sebuah perspektif yang baru terhadap masalah yang ingin dipecahkan. Metode ini membantu dengan memberikan sebuah pandangan baru terhadap masalah yang sedang dipecahkan.

3.4.1.2 *Ideation*

Tahap *ideation* adalah tahap pembentukan ide dan perancangan *prototype* berdasarkan informasi yang sudah didapatkan dari tahap *inspiration*. Tahap ini juga tetap akan terjadi masukan berupa timbal balik yang akan digunakan untuk memperbaiki atau mempertajam solusi yang diperlukan. Penulis akan menggunakan 5 dari 25 metode tahap *ideation*.

1) *Brainstorming*

Brainstorming adalah metode untuk generasi banyak idea dan inovasi sebanyaknya. Jika desainer mendesain dengan tim, maka metode ini dilakukan dengan satu tim. IDEO mengatakan bahwa metode ini perlu dilakukan dengan keterbukaan dan kreativitas ketimbang jika sebuah ide dapat dirancang.

2) *Get Visual*

Get Visual adalah sebuah pendekatan daripada metode. Ide yang diperbuat secara visual lebih membantu untuk memperjelas ide. Menggunakan gambar ketimbang kata-kata dalam menjabarkan ide membuat ide tersebut lebih mudah dibayangkan dan membantu tim atau desainer dalam merancang desain.

3) *Create a Concept*

Create a Concept adalah metode pembentukan sebuah konsep yang lebih konkrit dari ide-ide yang sudah digenerasikan. Konsep adalah bentuk yang lebih tajam dan terbentuk ketimbang dari sebuah ide. Konsep tersebut dapat digerakkan menjadi sebuah *prototype*.

4) *Rapid Prototyping*

Rapid Prototyping adalah metode perancangan *prototype* yang dilakukan secara cepat dengan tujuan untuk mendapatkan timbal balik secepat mungkin dari target sasaran. *Prototype* yang dirancang tidak harus sempurna. Hal ini dikarenakan hal yang terpenting dalam metode ini adalah untuk mendapatkan timbal balik.

5) *Get Feedback*

Get Feedback adalah metode yang dilakukan setelah *Rapid Prototyping*. Timbal balik yang diterima dalam metode ini kemudian akan dipertimbangkan untuk mengembangkan solusi yang sedang dirancang. Selain itu, timbal balik membantu agar solusi yang dirancang lebih sesuai dengan masalah yang ingin dipecahkan.

3.4.1.3 *Implementation*

Tahap *implementation* adalah tahap dimana *prototype* yang sudah dipertajam dimunculkan dalam dunia. Tahap ini juga masa *prototype* diuji di dalam dunia sebenarnya ketimbang pengujian terbatas dengan komunitas yang sedang dibantu. Dari metode ini, penulis menggunakan 4 dari 14 metode *Implementation*.

1) *Define Success*

Define Success adalah metode untuk menetapkan apa yang perlu dicapai untuk menetapkan jika *prototype* atau produk yang dirancang sukses atau tidak. Hal ini dilakukan dengan menelaah kembali batasan masalah yang terbentuk dan kriteria-kriteria kesuksesan yang didasari oleh garis waktu dan penanggalan (*milestone*). Metode ini juga

dilakukan dengan membayangkan kesuksesan solusi yang dirancang berdasarkan perspektif yang berbeda.

2) *Live Prototyping*

Live Prototyping adalah metode yang dilakukan setelah *prototype* sudah cukup jadi. Metode ini dilakukan untuk menguji *prototype* yang dibuat dan juga untuk mendapatkan timbal balik lagi. *Prototype* dimunculkan kepada dunia untuk mengumpulkan timbal balik dan efektivitas *prototype* yang sudah dirancang.

3) *Keep Getting Feedback*

Keep Getting Feedback adalah metode mengumpulkan timbal balik dari *prototype* atau produk yang hampir siap. Timbal balik tersebut akan dipertimbangkan lagi untuk mengembangkan *prototype* atau produk. Metode ini dilakukan dengan metode *Live Prototyping*.

4) *Monitor and Evaluate*

Monitor and Evaluate adalah metode mengumpulkan data dari *prototype* atau produk yang sudah berjalan. Hal ini dilakukan agar produk dapat dikembangkan lebih optimal. Metode ini dapat dilakukan dengan berkonsultasi dengan sebuah tim lain atau dengan beberapa konsultan.

3.4.2 Perancangan Media Interaktif Digital

Griffey (2020) menetapkan tiga tahapan dalam perancangan sebuah media interaktif digital yang umumnya digunakan oleh perusahaan-perusahaan. Ketiga tahapan tersebut adalah *definition*, *design*, dan *project design*. Walau secara garis besar prosesnya dapat dibagi menjadi tiga, Griffey menjelaskan bahwa proses perancangan media interaktif digital dapat berubah berdasarkan iterasi yang perlu dilakukan.

3.4.2.1 *Definition*

Definition adalah tahap dimana semua pihak menetapkan dan memperjelas batasan-batasan dalam perancangan seperti jenis

mediannya, alasan media dirancang, dan target sasaran media tersebut. Terdapat tiga jenis riset yang dilakukan dalam tahap ini yaitu *market research*, *user research*, dan *visual research*. *Market research* adalah riset terhadap target yang disasarkan serta masalah dan keinginan target untuk mendefinisikan media yang perlu dirancang. *User research* adalah riset terhadap kebiasaan dan kecenderungan target sasaran. *Visual research* adalah riset terhadap tampak media akhir.

3.4.2.2 Project Design

Project Design adalah tahap pre-produksi media interaktif digital dimana visual dan fungsi media mulai direncanakan. Pada tahapan ini, beberapa dokumen desain yang dirancang. Dokumen desain tersebut yang dirancang dalam tahap ini adalah *flowchart*, *wireframes*, *user scenarios*, *interface design*, dan *prototype*.

1) Flowchart

Flowchart adalah struktur media secara garis besar dalam setiap penempatan bagian terpisah yang dapat diakses melalui interaksi dengan media. Sebuah *flowchart* mengandung kotak-kotak sebagai bagian-bagian terpisah dalam media serta garis-garis yang saling menghubungkan setiap bagian. *Flowchart* media yang memiliki banyak konten harus melakukan pengelompokan konten terlebih dahulu sebelum merancang sebuah *flowchart*.

2) Wireframes

Wireframe adalah struktur kerangka tampilan media yang paling sederhana tanpa aset konten-kontennya. Konten-kontennya diganti dengan *placeholder* yang sederhana. *Wireframe* menunjukkan semua konten dan elemen interaktif yang tampil dalam media. *Wireframe* akan membantu dalam menata letak elemen interaktif, desain dan informasi dalam media. Sebuah media dapat memiliki banyak *wireframe*, terutama jika media memiliki lebih dari satu halaman dengan tata letak yang berbeda.

3) User Scenario

User scenario adalah sebuah dokumen yang menunjukkan alur prosedur yang akan dilakukan oleh seorang pengguna. Pada sebuah dokumen *user scenario*, tujuan dan deskripsi pengguna perlu ditetapkan. Sebuah media dapat memiliki lebih dari satu *user scenario* berdasarkan fungsi yang ingin digunakan oleh pengguna.

4) Interface Design

Interface design adalah maket yang berfungsi sebagai alat untuk memilih arahan desain, warna, dan bentuk aset yang digunakan dalam media ketimbang *wireframe* yang lebih fokus kepada tata letak elemen-elemen dalam media. *Interface design* itu sendiri dirancang berdasarkan tujuan, target audiens, dan konten yang disampaikan. Pada tahap ini, *interface design* belum memiliki fungsi interaktivitas seperti *prototype*.

5) Site Map (Information Architecture)

Site map adalah sebuah diagram yang bertujuan untuk menstruktur dan mengkategorisasikan halaman-halaman *website* (Duckett, 2011). Umumnya, *site map* berbentuk dengan kotak-kotak yang dilabelkan dengan jenis konten dan dihubung-hubungkan dengan garis berdasarkan pengelompokkan dan alur media. Walaupun semakin besar *website* yang ingin dirancang, semakin besar dan terkelompok halaman-halamannya, sebagian besar *site map* selalu berawal pada satu *home page*.

6) Prototype

Prototype adalah bentuk awal dari media yang sedang dirancang. *Prototype* bersifat tidak lengkap dan digunakan untuk mendapatkan timbal balik dan mencari cela atau oportunity untuk mengembangkan media dengan lebih baik. *Prototype* itu sendiri merupakan PDF

interaktif atau sebuah rancangan Figma yang pengguna dapat gunakan dan berinteraksi.

3.4.2.3 *Project Production*

Project Production adalah tahap dimana produk akhir mulai dibuat hingga jadi. Ketimbang *prototype* yang dapat berbentuk seperti maket interaktif, media yang dikembangkan pada tahap ini sudah memerlukan keahlian pemrograman. Tahap ini tidak lepas dari pengujian dan penerimaan timbal balik untuk mengembangkan produk akhir yang dirancang.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA