

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, karena penelitian ini dan hasilnya tidak diolah menggunakan prosedur statistik. Namun, penelitian ini masih menggunakan kuesioner, yang umumnya merupakan metode kuantitatif. Hasil dari kuesioner akan diolah secara kualitatif, yang berarti penyajian hasil kuesioner tersebut berupa deskripsi, bukan melalui prosedur statistik.

3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner, studi eksisting, dan studi referensi.

3.1.1.1 Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap dua narasumber, yang berasal dari dua bidang yang berbeda. Narasumber pertama adalah seorang psikolog. Wawancara terhadap psikolog bertujuan untuk mengetahui tentang remaja, dan permasalahan remaja pada umumnya. Narasumber kedua adalah seorang yang mahir dalam merenda. Wawancara terhadap seorang *mentor* dalam kegiatan merenda bertujuan untuk mengetahui, dan menggali lebih dalam tentang kegiatan merenda, terlebih lagi membahas tentang manfaat merenda.

1) Wawancara kepada Mariati Budirahardjo

Mariati Budirahardjo adalah seorang psikolog yang sudah berpengalaman selama 16 tahun di dunia pendidikan, menjadi seorang guru BK (Bimbingan & Konseling) di salah satu SMA di kota Semarang. Mariati juga merupakan seorang praktisi yang menekuni tentang *tools Points of You*. Sekarang, Mariati bekerja

dengan sebuah tim yang menangani anak-anak, remaja, dan dewasa muda. Tahun ini merupakan tahun kelima Mariati membuka praktek dengan timnya di Semarang. Rentang usia individu yang sering Mariati tangani adalah anak dan remaja kelas 5 SD, sampai mahasiswa tingkat akhir.

Wawancara dengan Mariati dilakukan pada tanggal 07 Maret 2023, pukul 08.04 WIB hingga pukul 09.15 WIB, melalui *platform meeting Zoom*.



Gambar 3.0.1 Wawancara dengan Mariati Budirahardjo

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan Mariati, penulis menyimpulkan bahwa terdapat banyak permasalahan remaja, dan dewasa muda lebih dari apa yang pernah dilihat oleh masyarakat melalui berita, atau media sosial. Selain masalah-masalah tersebut, terdapat juga masalah seperti individu yang masih bingung dengan identitas dirinya, kecemasan terhadap karir di masa mendatang, masalah dengan keluarga, atau masalah hubungan dengan lawan jenis.

Mariati mengatakan bahwa dari banyaknya permasalahan yang dialami oleh remaja dan individu dewasa muda, mayoritas penyebab atau akar permasalahannya berasal dari keluarga. Jika ditelusuri atau dikupas lebih dalam, masalah tersebut pasti masih ada sangkut-pautnya dengan keluarga mereka. Oleh karena itu, peran orangtua juga sangat penting dalam tumbuh kembang anak di masa remaja, dan adaptasi mereka ketika memasuki usia dewasa.

Kemudian, penulis bertanya mengenai penyebab seseorang dapat mengalami masalah mental. Mariati mengatakan bahwa ada beberapa penyebab seseorang rentan mengalami masalah mental. Pertama, mental dari individu itu sendiri. Setiap manusia diciptakan dengan bawaan yang berbeda-beda. Namun, bawaan mental, karakter, dan kepribadian seseorang juga dipengaruhi oleh lingkungan disekitarnya. Bawaan mental seperti apa, pola asuh yang didapatkan seperti apa, lingkungan sekolah dan pertemanannya seperti apa, itu juga mempengaruhi. Berdasarkan perkataan dari Mariati, pola asuh yang didapatkan seorang anak itu yang menjadi faktor terbesar terhadap bawaan mental mereka.

Selain itu, penulis bertanya mengenai karakteristik seseorang yang mengalami masalah mental, dan solusi yang umumnya ditawarkan oleh psikolog/psikiater kepada mereka yang mengalami masalah mental. Mariati mengatakan bahwa, orang yang mengalami masalah mental umumnya tidak terlihat secara fisik, seperti orang normal pada umumnya. Lebih lanjut Mariati berpendapat bahwa anak-anak Generasi Milenial dan Generasi Z sekarang ini telah memiliki *awareness* yang tinggi mengenai *mental health*, namun hal tersebut sulit dibedakan antara itu adalah apakah seseorang itu melabeli dirinya sendiri karena *self-pity*, atau memang ia memiliki masalah mental.

Mengenai solusi, Mariati mengatakan bahwa beliau dan timnya lebih mengedepankan hal-hal yang *practical* dalam memberikan solusi, serta menggali potensi yang terdapat didalam anak dan remaja itu sendiri. Beliau dan timnya menyesuaikan solusi yang akan diberikan sesuai dengan kompetensi, dan potensi, lalu akan dibimbing untuk bisa bergerak maju (*moving forward*).

Mariati mengatakan bahwa umumnya kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan sebagai terapi adalah dengan musik, menulis, dan sebagainya, tergantung kepada apa yang anak dan remaja tersebut sukai. Ketika ditanyakan pendapat mengenai kegiatan merenda sebagai terapi, Mariati mengatakan bahwa kegiatan tersebut sah-sah saja, dan dapat dilakukan, asalkan kegiatan tersebut sesuai dengan minatnya, sehingga ia pun juga tidak akan merasa terbebani melakukan kegiatan tersebut untuk menyembuhkan dirinya.

Terakhir, penulis ingin menekankan apa yang dikatakan oleh Mariati, yaitu semua orang, termasuk psikolog, psikiater, dan dokter sekalipun, pasti dari diri yang terdalam memiliki masalah mental, tidak ada yang tidak memilikinya. Yang membedakan adalah, bagaimana kita sebagai pribadi dapat menyikapi hal tersebut, dan berusaha untuk mengatasi masalah tersebut.

2) Wawancara kepada Ahli Merenda

Wawancara dilakukan kepada seorang guru kursus yang didapatkan melalui *website* Superprof, sebuah *site* yang menjadi jembatan antara seorang guru yang ingin memberikan kursus di bidang tertentu, dengan seseorang yang ingin belajar suatu keahlian tertentu melalui kursus. Permintaan wawancara dilakukan pada tanggal 15 April 2023, dan disetujui pada 17 April 2023, untuk dilakukan pada awal Mei. Namun, karena terkendala komunikasi dengan guru kursus tersebut, wawancara baru bisa dilakukan pada tanggal 2 Juni 2023, melalui aplikasi *chat* WhatsApp.

Guru kursus *crocheting* mengenalkan dirinya dengan nama Octy. Octy memulai pekerjaannya sebagai seorang guru *crocheting* karena sebuah kebetulan yang tidak disengaja, yaitu disebabkan karena ia lupa bahwa ia pernah melakukan *sign up*

pada website kursus Superprof di tahun 2019, dan mendapatkan murid pertamanya pada Desember 2020. Kemudian, ia memulai perjalanannya sebagai tutor di bulan Januari tahun 2021, dan masih berlanjut hingga sekarang, walaupun sempat vakum beberapa kali karena alasan pendidikan.

Octy bercerita, bahwa pengenalannya dengan *crocheting* dimulai sejak ia masih duduk di bangku sekolah, Asisten Rumah Tangga (ART) yang mengenalkan hal tersebut kepadanya. Namun, ia mengaku bahwa ia belum teredukasi dengan nama, maupun detail dari kegiatan tersebut, sehingga ia tidak mengetahui nama kegiatan tersebut. Setelah itu, ia melihat temannya yang membawa alat merajut ke sekolah, dan merasa ‘panas’ karena temannya banyak disanjung oleh karena keahliannya tersebut. Selain alasan tersebut, Octy juga mengatakan bahwa penumpukan kantong plastik belanjaan di rumah juga menjadi salah satu faktornya. Ketika ia melihat tumpukan kantong plastik, ia tergerak untuk mencari solusi melalui internet, dan mulai mengenal tentang *crocheting* tersebut.

Selama 3 tahun belajar dan berkembang sebagai seorang guru kursus *crocheting*, Octy mengatakan bahwa tren *crocheting* memang sedang meningkat di kalangan anak muda, terbukti dari permintaan kursus dari murid-muridnya, dan mayoritas *background*-nya adalah anak muda. Tren *crocheting* ini mulai meningkat, terutama disaat pandemi kemarin, karena orang-orang terjebak didalam rumah, dan membutuhkan kegiatan sebagai pelampiasan stress. Pada saat pandemi, banyak orang yang lebih banyak terpapar dengan teknologi, melalui *handphone*, komputer, atau laptop. Oleh sebabnya, mereka mencari sebuah kegiatan yang dapat mengalihkan pandangan mereka dari layar *handphone*, atau laptop. Octy mengatakan,

kebetulan yang mendaftar kursus adalah orang-orang yang tertarik dengan kerajinan tangan.

Dalam pandangannya terhadap merenda, Octy setuju dengan mengatakan bahwa kegiatan, dan hasil luaran dari merenda ini cenderung mengarah kepada usia lanjut, seperti ibu rumah tangga, maupun lansia. Namun, karena seiring dengan perkembangan zaman, produk luaran dari merenda lebih variatif, sehingga banyak anak muda yang mulai tertarik dengan merenda.

Ketika ditanya pendapatnya tentang manfaat merenda bagi dirinya, Octy mengatakan bahwa dari segi fungsi, merenda memberikan kesempatan untuk bisa memproduksi barang-barang secara mandiri, mulai dari dekorasi rumah, hingga produk garmen. Sebagai daya guna, merenda dapat menjadi sebuah upaya berkelanjutan (*sustainability*), dan mencegah *fast fashion*, karena merenda tidak hanya dapat dibuat dari benang, namun dapat dibuat dengan material kain perca, plastik, atau dari bahan denim.

3) Wawancara kepada *Crocheters*/ Pengrajin Merenda

Wawancara dilakukan kepada beberapa *crocheters*, atau individu yang menekuni kegiatan merenda, dengan tujuan untuk mengetahui lebih dalam tentang pengalaman mereka dalam merenda. Narasumber didapatkan dari responden kuesioner yang telah disebarakan sebelumnya. Kedua narasumber yang akan diwawancarai sudah menyatakan ulang kesediaannya untuk ditanyakan mengenai pengalamannya dalam merenda.

a) Wawancara terhadap AR

AR adalah seorang laki-laki yang mengetahui, dan juga menekuni kegiatan merenda. Wawancara dengan AR dilakukan pada hari Senin, 15 Mei 2023, pada pukul 12.44 WIB melalui aplikasi chat WhatsApp.

AR mengatakan bahwa ia sudah mulai merenda sejak 5 tahun lalu, karena pengaruh dari Ibundanya. Ibunda dari AR sudah merenda sejak 40 tahun yang lalu disaat beliau masih gadis, namun sekarang sudah pensiun. AR mengatakan bahwa ia memutuskan untuk ikut menekuni kegiatan merenda untuk menemani Ibundanya, sekadar mengisi waktu luang dengan kegiatan yang bermanfaat, dan juga sebagai sarana melatih kesabaran.

Saat penulis menanyakan tentang alasan lain yang mendorongnya untuk mencoba merenda, AR mengatakan bahwa awalnya memang hanya untuk menemani Ibundanya dalam merenda. Namun, ia mengaku bahwa setelah mencoba mulai merenda, ada sebuah rasa puas yang didapatkan setelah selesai merenda. Pada akhirnya, iapun tetap melanjutkan untuk menekuni kegiatan merenda ini saat waktu senggang, dan juga sebagai sarana melepas stress. Selama 5 tahun merenda, AR sudah menghasilkan karya merenda berupa taplak meja, dan taplak gelas air minum.

Sebagai penutup, karena AR adalah satu-satunya narasumber laki-laki, penulis bertanya tentang stigma, atau pandangan buruk yang pernah didapatkan sebelumnya. AR mengatakan bahwa ia belum pernah memberitahu siapapun tentang kegiatan merenda yang ia jalani, karena menurut AR, hal ini bukanlah sesuatu yang penting untuk diberitahu. Ia juga mengatakan bahwa ia belum pernah mempublikasikan, atau menjual hasil karya merendanya selama ini kepada publik. Satu-satunya orang yang mengetahui tentang kesukaan AR dalam merenda adalah Ibunda dari AR.

b) Wawancara terhadap Melinda

Milenda adalah seseorang yang menjalani kegiatan merenda sebagai bisnis sampingan dalam kesehariannya. Wawancara dengan Milenda dilakukan pada hari Senin, 15 Mei 2023, pukul 12.43 WIB melalui aplikasi chat WhatsApp.

Milenda sudah menekuni kegiatan merenda sejak satu tahun yang lalu, bermula dari melihat temannya yang sedang merenda, kemudian ia menumbuhkan ketertarikan terhadap merenda, dan mengikuti jejak temannya untuk belajar. Ia belajar melalui *platform* media sosial YouTube, secara otodidak (belajar mandiri).

Selama setahun ia belajar merenda, hasil karya yang ia hasilkan tersebut dijual sebagai penghasilan tambahan. Milenda mengatakan, ia akan mulai merenda jika mendapatkan pesanan. Walaupun tidak banyak, namun penghasilan dari merenda ini cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Manfaat dari merenda yang diutarakan oleh Milenda adalah, merenda dapat mengurangi *screentime* penggunaan *smartphone*, atau komputer/laptop. Jika jenuh pada pekerjaan yang membutuhkan mata untuk menatap layar hp/komputer, ia mengalihkannya ke merenda. Selain itu, merenda dapat diisi sebagai kegiatan untuk *refreshing*, karena ia merasa bahwa merenda itu menyenangkan, dan waktu terasa cepat berlalu.

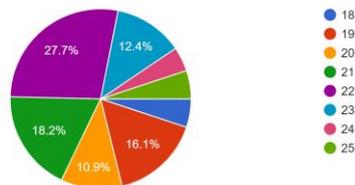
Karena Milenda belajar otodidak melalui YouTube, penulis bertanya mengenai kesulitan yang ia hadapi jika belajar mandiri. Milenda mengatakan bahwa, awalnya terasa sulit, dan membingungkan. Namun, ia mempunyai solusi untuk mengatasi hal tersebut dengan bertanya kepada

temannya, atau menonton video lain yang serupa. Teman dari Milenda juga terkadang merekomendasikan beberapa *channel* YouTube untuk dipelajari lebih lanjut. Milenda belum pernah mencoba alternatif pembelajaran merenda lainnya, seperti buku, dan lain-lain.

3.1.1.2 Kuesioner

Penggunaan kuesioner dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai data awal dalam untuk mendukung latar belakang penelitian ini diadakan. Kuesioner disebarakan melalui *Word of Mouth* terhadap teman penulis, serta membagikannya melalui sosial media pribadi penulis. Kuesioner ini terdiri dari beberapa segmen

Umur Anda:
137 responses

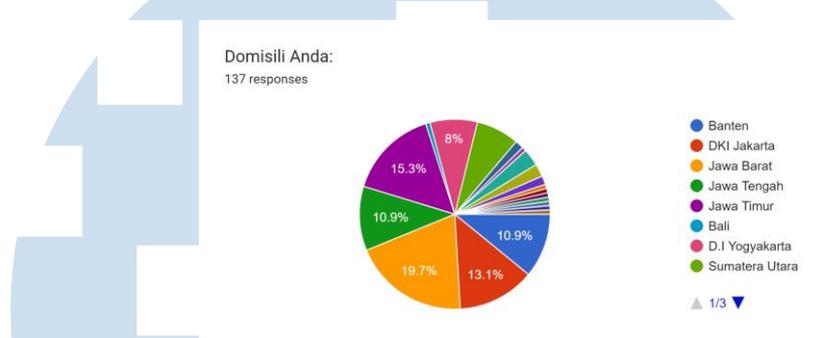


Gambar 3.0.2 Grafik hasil kuesioner untuk 'umur'

Target umur yang telah ditetapkan dalam penelitian ini adalah umur 18 – 25 tahun, sehingga target penyebaran kuesioner penelitian ini adalah individu usia dewasa awal yang berumur 18 – 25 tahun. Dari hasil kuesioner, didapatkan sebanyak 27,7% merupakan individu usia 22 tahun, disusul sebanyak 18,2% berumur 21 tahun, dan 16,1% berumur 19 tahun.

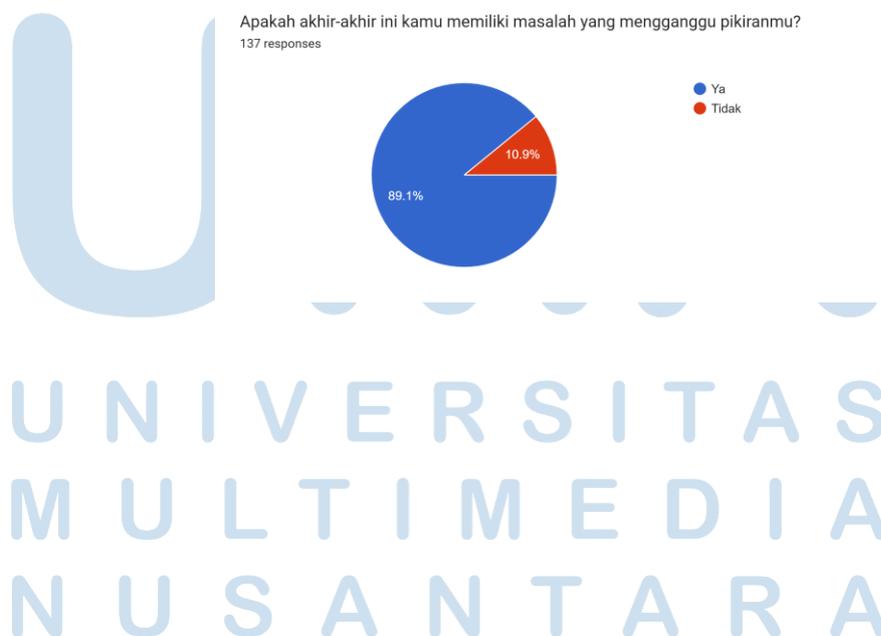
Penulis tidak menetapkan batasan lokasi untuk responden kuesioner ini, namun pilihan yang tertulis di kuesioner mengacu kepada target geografis pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden berdomisili di Jawa Barat dengan persentase 19,7%, disusul Jawa Timur dengan 15,3%, dan Jakarta sebesar 13,1%

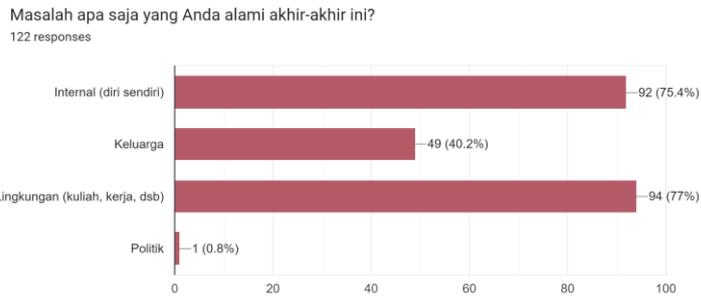


Gambar 3.0.3 Grafik hasil kuesioner untuk ‘domisili responden’

Selanjutnya, dari 137 responden yang telah terkumpul, 89,1% menjawab bahwa mereka memiliki masalah yang mengganggu pikiran mereka, dengan 75,4% mengalami masalah dengan dirinya sendiri (internal), 40,2% mengalami masalah keluarga, 77% mengalami masalah dengan lingkungannya, baik sekolah, maupun pekerjaan, serta 0,8% menjawab mengalami masalah politik.

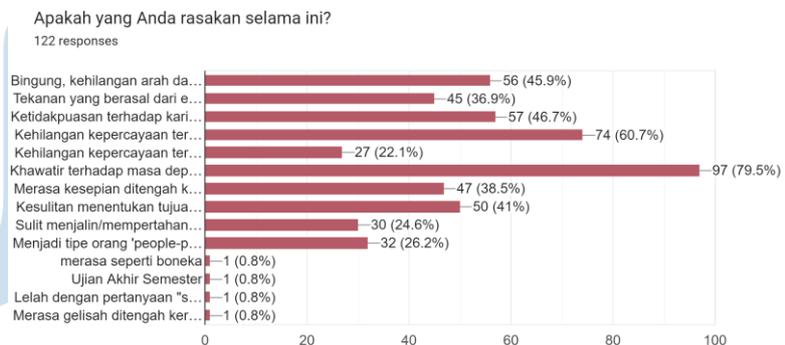


U
N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.0.4 Grafik hasil kuesioner mengenai masalah yang dialami

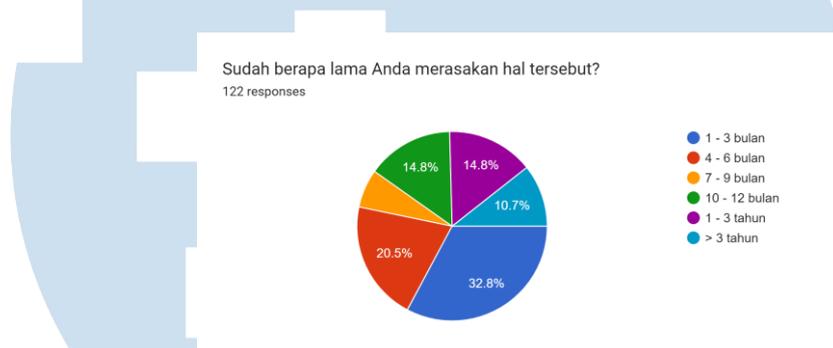
Kemudian, penulis bertanya tentang apa yang mereka rasakan. Pada peraturan kuesioner, penulis tidak membatasi berapa jumlah respon yang dapat dicentang oleh responden, untuk mengetahui lebih dalam tentang usia dewasa awal. Pertanyaan ini juga bertujuan untuk mencari tahu, apakah individu di masa peralihan (*Emerging Adulthood*) yang telah dijelaskan sebelumnya, benar-benar mengalami fenomena Quarter Life Crisis. Data yang didapatkan dapat dilihat lebih lanjut pada gambar yang telah dicantumkan tersebut.



Gambar 3.0.5 Grafik mengenai perasaan responden

Berbagai jenis perasaan yang dialami oleh responden yang telah dijawab pada pertanyaan sebelumnya, terhubung kepada pertanyaan “sudah berapa lama mereka mengalami hal tersebut,” karena keingintahuan penulis tentang waktu

yang telah dilewati oleh responden dengan perasaan-perasaan tersebut. Berdasarkan hasil kuesioner, 32,8% menjawab dalam rentang 1 – 3 bulan terakhir, disusul dengan 20,5% yang menjawab sudah merasakan dari 4 – 6 bulan yang lalu.



Gambar 3.0.6 Grafik mengenai rentang waktu yang telah dirasakan responden

Selanjutnya, penulis menanyakan tentang upaya mereka yang telah dilakukan untuk mengatasi berbagai perasaan tersebut. Berdasarkan data kuesioner, 89,2% mengatakan bahwa mereka mencari kegiatan yang dapat menenangkan pikiran mereka, atau pergi keluar rumah untuk sekadar mencari angin segar, dengan data sebanyak 54,2%.



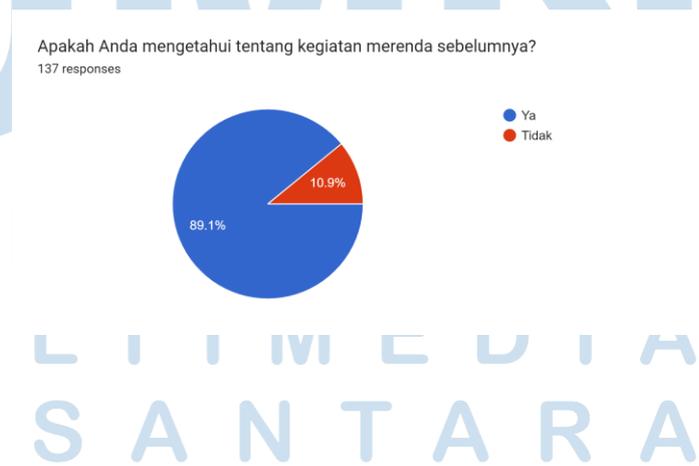
Gambar 3.0.7 Grafik hasil kuesioner mengenai upaya/solusi yang mereka lakukan

Selain itu, menurut responden kuesioner, mereka berpendapat bahwa mendengarkan musik, dan menjalankan hobi, dapat membantu mereka untuk menenangkan pikiran. Sedangkan, 32% menjawab mengerjakan pekerjaan rumah dapat membantu mereka menenangkan pikiran.

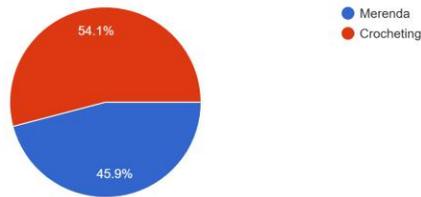


Gambar 3.0.8 Grafik mengenai kegiatan untuk menenangkan pikiran

Dalam *section* selanjutnya, penulis bertanya kepada responden tentang pengetahuan mereka tentang merenda (*crocheting*). Dari 137 responden, 89,1% mengetahui tentang kegiatan merenda, dan 54,1% dari responden tersebut lebih familiar dengan istilah *crocheting* dibandingkan dengan merenda.



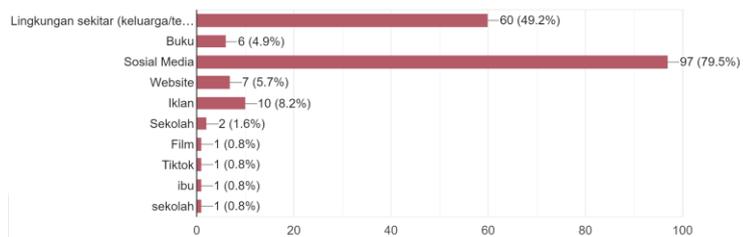
Istilah mana yang lebih familiar dengan kamu?
122 responses



Gambar 3.0.9 Grafik mengenai pengetahuan tentang merenda

Berdasarkan hasil kuesioner, pada pertanyaan yang penulis ajukan tentang asal-usul mereka mengetahui kegiatan merenda, 79,5% menjawab bahwa mereka mengetahuinya dari sosial media, dan 50% berasal dari lingkungan sekitar (keluarga).

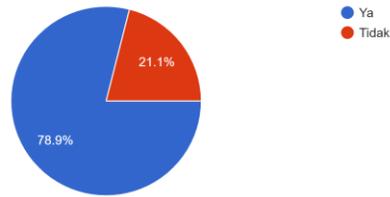
Dimanakah kamu mengetahui tentang kegiatan merenda (crocheting)?
122 responses



Gambar 3.0.10 Grafik hasil kuesioner tentang sumber mereka mengetahui tentang merenda

Kemudian, responden kuesioner dipecah, menjadi “responden yang sedang menekuni kegiatan ini”, dan yang “tidak pernah, atau tidak sedang menekuni kegiatan ini”. Sebanyak 31,1% atau setara dengan 38 responden menjawab “Ya”.

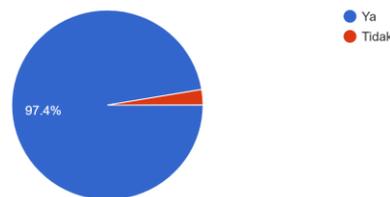
Apakah kamu merasa kegiatan ini dapat membantumu menjadi lebih rileks?
38 responses



Gambar 3.0.11 Grafik hasil kuesioner

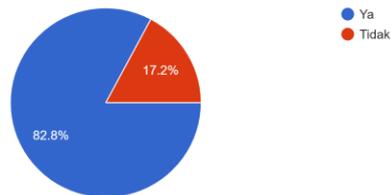
Dari 38 responden tersebut, 30 responden setuju bahwa kegiatan merenda dapat membantu seorang individu menjadi lebih rileks, dan 8 responden tidak setuju. Lalu, berdasarkan hasil kuesioner, 21 dari 38 responden tersebut menjawab bahwa mereka mengetahui manfaat dari kegiatan merenda, dan 17 responden tidak mengetahui hal tersebut. Namun, 97,4% responden, atau sebanyak 37 orang, masih ingin mengetahui lebih lanjut tentang manfaat merenda. Selain itu, 82,8% responden yang sebelumnya menjawab mengenai “tidak pernah, atau tidak sedang menekuni kegiatan merenda” juga tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang kegiatan merenda.

Apakah Anda tertarik untuk mengetahui tentang manfaat merenda (crocheting) lebih lanjut?
38 responses



U N
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

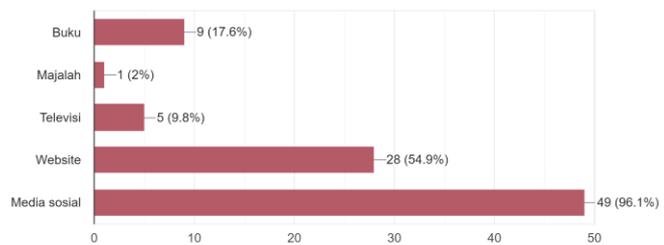
Apakah Anda tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang kegiatan merenda, beserta manfaatnya?
99 responses



Gambar 3.0.12 Grafik ketertarikan responden terhadap manfaat merenda lebih lanjut

Section selanjutnya adalah mengenai pemilihan media. Karena penulis ingin membuat media informasi, maka penulis pun mencari tahu tentang preferensi media yang sering responden gunakan dalam mencari informasi.

Media informasi manakah yang sering Anda gunakan?

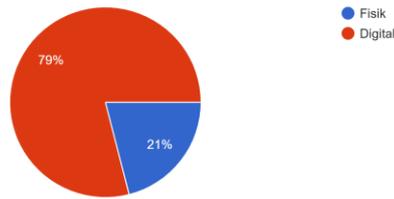


Gambar 3.0.13 Grafik Pemilihan Media

Berdasarkan hasil data tersebut, sebanyak 96,1% menjawab media sosial sebagai media yang sering digunakan, disusul dengan website sebanyak 54,9%, dan buku sebanyak 17,6%.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

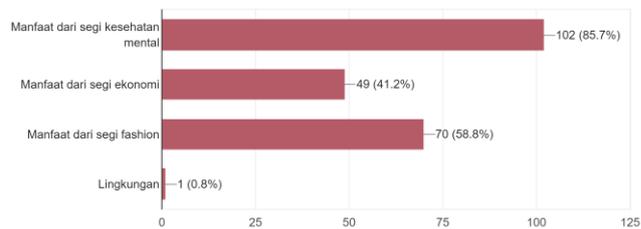
Apakah Anda lebih menyukai media informasi dalam bentuk fisik, atau digital?
119 responses



Gambar 3.0.14 Grafik preferensi media

Hasil kuesioner juga menjawab bahwa 79% responden memilih media informasi dalam bentuk digital, mendukung jawaban dari pertanyaan yang telah diajukan sebelumnya.

Apakah yang Anda ingin ketahui tentang manfaat dari kegiatan merenda?
119 responses

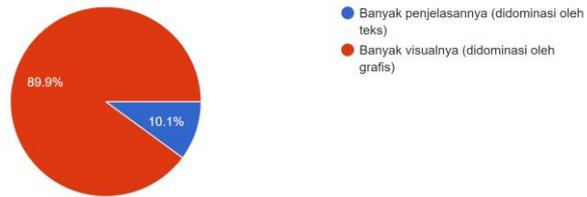


Gambar 3.0.15 Grafik tentang aspek manfaat yang ingin diketahui

Selanjutnya, penulis bertanya mengenai konten yang ingin mereka lihat, melanjutkan dari pertanyaan tentang ketertarikan responden terhadap manfaat kegiatan merenda. 85,7% menjawab ingin mengetahui manfaat dari segi kesehatan mental, 58,8% menjawab ingin mengetahui manfaat dari segi fashion, 41,2% menjawab ingin mengetahui manfaat dari segi ekonomi, dan 0,8% menjawab ingin mengetahui manfaat untuk lingkungan.

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

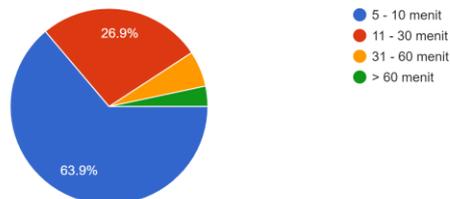
Media informasi seperti apakah yang lebih Anda sukai?
119 responses



Gambar 3.0.16 Tampilan media informasi yang lebih disukai

Selain itu, preferensi responden terhadap tampilan dari media informasi yang mereka sukai adalah tampilan yang didominasi oleh grafis, dengan 89,9% responden menjawab demikian. Selain itu, 63,9% responden menjawab bahwa mereka dapat meluangkan waktu selama 5 – 10 menit untuk membaca tentang manfaat merenda tersebut.

Berapa lama waktu yang akan Anda luangkan untuk membaca tentang manfaat kegiatan merenda?
119 responses



Gambar 3.0.17 Lama waktu yang akan diluangkan responden

3.1.1.3 Kesimpulan

1) Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap 6 orang, yang merupakan 1 psikolog, 1 ahli renda, dan 4 penekun renda.

Dari wawancara yang dilakukan dengan Psikolog Mariati Budirahardjo, penulis menyimpulkan bahwa semua orang, tidak terkecuali profesi yang bertugas untuk membantu menyembuhkan, dan memulihkan

keadaan orang lain, terhindar dari masalah. Setiap orang pasti memiliki masalah yang berbeda-beda, tidak terkecuali juga individu usia dewasa awal. Selain itu, penulis juga belajar bahwa setiap orang terlahir dengan bawaan mental yang berbeda. Penting untuk mengetahui bahwa setiap orang mempunyai kondisi yang berbeda-beda, dan belajar untuk menghargai kondisi setiap individu. Selain itu, Mariati mengatakan bahwa setiap akar permasalahan yang umumnya terjadi itu mayoritas berasal dari keluarga, banyak yang terganggu pikiran dan mentalnya karena keluarga. Pada akhirnya, setiap psikolog selalu menawarkan solusi yang berbeda-beda, karena kembali kepada individu itu sendiri. Mariati mengatakan, bahwa dalam memberi sebuah solusi, menghindari solusi yang sekiranya akan menambah beban mereka untuk sembuh.

Berdasarkan wawancara terhadap ahli merenda, penulis dapat menyimpulkan bahwa kegiatan merenda memang tumbuh di benak masyarakat sebagai kegiatan yang berhubungan dengan wanita lanjut usia. Namun, tren merenda sudah mulai meningkat, terutama di masa pandemi, demikian yang dirasakan oleh Octy. Octy mengatakan bahwa karena merenda telah berkembang menjadi lebih variatif, sehingga menarik minat generasi yang lebih muda. Selain itu, melalui wawancara dengan Octy, penulis mendapatkan *insight* bahwa merenda tidak hanya diasosiasikan dengan produk dari benang saja, namun dapat terbuat dari bahan perca, denim, maupun plastik. Dari bahan-bahan tersebutlah, sisi *sustainability* merenda itu.

Terakhir, berdasarkan wawancara dengan 2 narasumber yang belajar dan menekuni merenda, penulis dapat menyimpulkan bahwa mayoritas orang yang tertarik dengan kegiatan merenda adalah orang-orang yang menyukai kerajinan tangan pada umumnya. Latar belakang mereka mengetahui tentang merenda berbeda-beda, namun mayoritas mengetahui dari kerabat dekat mereka (keluarga, atau teman). Selain itu, mayoritas tertarik untuk mengembangkan hobi merenda menjadi bisnis yang memberikan penghasilan tambahan. Kedua narasumber yang sedang menekuni kegiatan merenda mengatakan bahwa mereka merasakan manfaat dari kegiatan merenda itu sendiri. Sebagai pelepas rasa stress, atau untuk mengurangi *screentime* terhadap radiasi layar *handphone*.

2) Kuesioner

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar oleh penulis, dapat disimpulkan sebagai berikut:



Gambar 3.0.18 Grafik Kuesioner

Grafik diatas adalah data hasil kuesioner terhadap pertanyaan “perasaan yang dialami oleh responden saat ini, atau yang sedang dialami akhir-akhir ini.” Pilihan-

pilihan yang disajikan kepada responden diambil dari tujuh aspek yang dikemukakan oleh Robbins & Wilner (2001), dalam jurnal penelitian Artiningsih & Savira pada tahun 2021 yang berjudul, “Hubungan *Loneliness* dan *Quarter Life Crisis* pada Dewasa Awal.” Robbins & Wilner mengemukakan bahwa individu mengalami *Quarter Life Crisis* (QLC) jika mereka merasa bimbang saat mengambil keputusan, menilai negatif diri sendiri, terjebak dalam situasi sulit, cemas terhadap masa depan, putus asa, tertekan, dan khawatir terhadap hubungan interpersonal (dengan orang lain). Selain itu, dari jurnal hasil penelitian tersebut, ditemukan gejala tertekan karena tekanan dari lingkungan sekitar. Artiningsih & Savira lebih lanjut menjelaskan bahwa tekanan tersebut merupakan tekanan yang berasal dari keluarga, maupun lingkungan sekitar. Dari data tersebut, terbukti bahwa mayoritas usia dewasa awal di Indonesia mengalami fenomena *Quarter Life Crisis* (QLC).

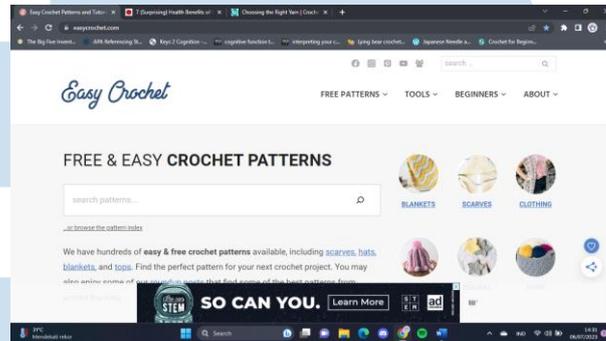
Selain itu, dari data kuesioner yang juga telah dijelaskan sebelumnya, mayoritas responden sudah mengetahui kegiatan merenda, namun lebih akrab dengan nama *crocheting*. Berdasarkan kuesioner juga diketahui bahwa masih banyak yang hanya sekadar tahu, dan menekuni, namun tidak terlalu mengetahui tentang manfaat dari merenda.

3.1.1.4 Studi Eksisting

1) Easycrochet.com

Easycrochet adalah sebuah situs mengenai kegiatan merenda (*crocheting*) yang menyajikan lebih banyak

mengenai teknik, atau alat dan bahan yang dipakai saat merenda. Dikelola oleh Krista, yang sudah menekuni kegiatan merenda sejak tahun 2010, yang percaya bahwa merenda dapat dilakukan dengan cara yang simpel, namun indah.



Gambar 3.0.19 laman web easycrochet.com
Sumber: <https://easycrochet.com/>

Laman web yang dikelola oleh Krista umumnya menawarkan *pattern* untuk membuat produk-produk merenda secara gratis. Ada banyak jenis *project* yang dapat dilakukan, seperti selimut, pakaian, topi, syal, maupun barang-barang yang berkaitan dengan suatu acara tertentu (*occasional*), atau aksesoris dan hiasan yang biasanya ada didalam rumah. *Pattern* yang disajikan bermacam-macam, membuat produk yang ditawarkan menjadi bervariasi.

Selain *pattern*, Krista juga menyajikan tentang berbagai macam tips, dan penjelasan mengenai hakpen dan benang yang bisa dipakai dalam membuat *project*. Sebagai seseorang yang sudah menekuni kegiatan merenda sejak lama, Krista juga menawarkan kursus merenda bagi pemula.

Tampilan *website* yang dikelola oleh Krista sangat nyaman untuk dilihat, dan pengunjung *website* juga tidak akan kebingungan mencari apa yang ingin mereka cari,

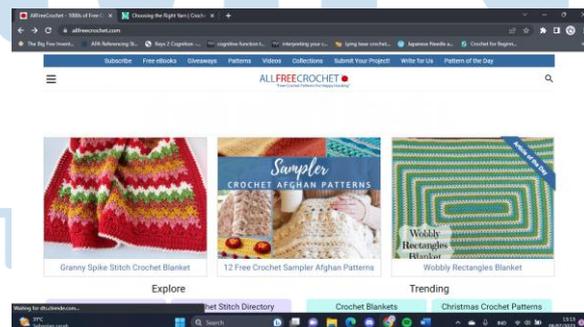
karena Krista juga menyediakan *search bar* dibagian kanan atas untuk membantu pengunjung. Selain itu, Krista juga membagi informasi kedalam beberapa *section*, seperti informasi mengenai *patterns* berbagai produk merenda, dikelompokkan menjadi satu kedalam *section* “*free patterns*”.

Dalam *homepage websitenya*, Krista konsisten menggunakan *4-column grid*, dari bagian atas hingga bagian bawah. *Spacing* tulisan, dan jarak antara bagian-bagian dalam *homepage* juga cukup renggang, sehingga tidak menimbulkan kejenuhan dalam melihat.

Dari semua hal yang disajikan dalam *easycrochet.com*, penulis tidak menemukan adanya informasi mengenai manfaat tentang kegiatan merenda. Fokus Krista dalam *websitenya* adalah mengenai hal-hal teknis, sehingga tidak ditemukan informasi mengenai hal-hal lainnya yang berupa artikel.

2) AllFreeCrochet

AllFreeCrochet adalah sebuah laman web yang menyajikan 11.000 *free patterns*, tutorial video, dan lain sebagainya untuk pemula, maupun untuk yang sudah mahir dalam merenda.



Gambar 3.0.20 Laman web AllFreeCrochet
Sumber: <https://www.allfreecrochet.com/>

Laman web AllFreeCrochet menyediakan berbagai macam *pattern* yang dapat diakses secara gratis, dengan jenis produk yang berbeda-beda. Terlihat dari bagian *homepage*, AllFreeCrochet menampilkan produk *wearable*, seperti pakaian, selimut, dan produk lainnya.

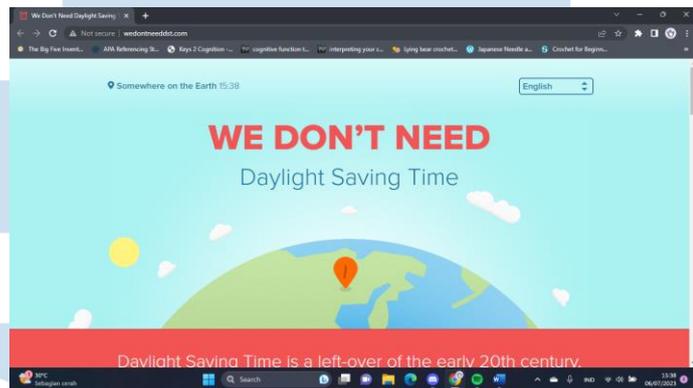
Dalam laman AllFreeCrochet, penulis menemukan bagian dimana editor dari laman tersebut menjelaskan tentang berbagai macam manfaat yang dapat dirasakan melalui kegiatan merenda. Namun, penulis masih kesulitan untuk menemukan akses menuju artikel tersebut dari laman utama web AllFreeCrochet, karena desain pada web yang masih terlihat seperti desain web pada awal mula popularitas *website* mulai meningkat. Desain web AllFreeCrochet dapat diidentifikasi menggunakan *4-column grid*, namun penggunaan margin yang terlalu kecil membuat laman web ini sedikit sulit untuk ditelusuri. Laman artikel yang memuat tentang manfaat merenda tersebut dapat dicari menggunakan aplikasi pencarian Google, dengan *keyword* “*benefits of crocheting*”.

3.1.1.5 Studi Referensi

Dalam perancangan, studi referensi menjadi langkah penting bagi penulis untuk memperoleh inspirasi dan referensi yang dapat diterapkan dalam berbagai aspek seperti *layout*, *copywriting*, maupun navigasi yang diinginkan. Dengan menyusun studi referensi, penulis dapat memperoleh ide-ide yang berguna untuk meningkatkan kualitas perancangan. Sebagai referensi, penulis mengambil dua contoh *website* yang dapat membantu membangun desain *website* informasi ini, yaitu:

1) We Don't Need Daylight Saving Time

Melalui *website We Don't Need Daylight Saving Time* (<http://wedontneeddst.com/>), penulis melihat bagaimana menyajikan sebuah informasi dalam sebuah *website*. Perancangan *website* tersebut menggunakan ilustrasi yang lebih dominan dibandingkan dengan penggunaan teks, dengan penyajian menggunakan infografis yang terbagi menjadi tiga buah kolom.



Gambar 3.0.21 Laman web We Don't Need Daylight Saving Time
Sumber: <http://wedontneeddst.com/>

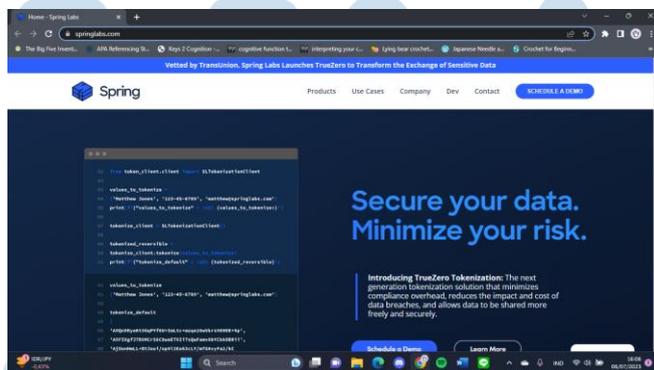
Umumnya, dalam sebuah *website*, *hero section* atau halaman yang muncul pertama kali setelah selesai *loading* adalah *banner* dari *website* tersebut. Karena penulis akan merancang sebuah *website* informasi, maka penulis tidak membutuhkan *banner* promosi, sehingga penulis mencari alternatif lain sebagai pengganti *banner* tersebut. Penulis menggunakan referensi yang sama dengan laman web *We Don't Need Daylight Saving Time*, mengganti bagian dari *banner* tersebut dengan sebuah ilustrasi, dan menuju poin utama dari informasi yang akan diberikan.

Selain itu, penulis juga mengadaptasi bagaimana penyajian konten yang enak dan mudah untuk dibaca. Dalam laman web tersebut, perancang dari web membuat perbedaan yang sangat signifikan antara judul dan *bodytext*, dan bagian informasi yang ingin di-*highlight* dengan menggunakan **bold** pada tulisan tersebut.

Dari berbagai hasil studi referensi pada *website* lainnya, dan juga *website* ini, penulis mempelajari tentang pengaplikasian warna yang berbeda-beda pada setiap bagian informasi yang berbeda pula. Sebagai contoh, dalam *website* tersebut, informasi mengenai apa itu *Daylight Saving Time* dan penggunaan energi dibedakan, dengan memainkan saturasi warna.

2) SpringLabs

Melalui laman web SpringLabs, penulis mengadaptasi bagaimana peletakan *header* dan *footer* dalam sebuah *website*.

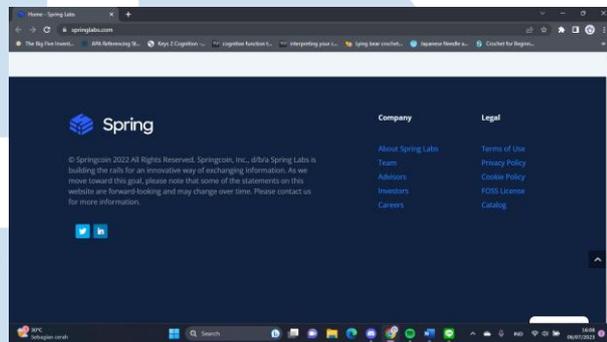


Gambar 3.0.22 Laman web SpringLabs

Sumber: <https://springlabs.com/>

Header yang digunakan oleh SpringLabs memiliki menu yang disusun secara horizontal di bagian atas halaman. Logo sebagai identitas *website* dapat ditaruh pada bagian kiri secara mandiri, dengan

tombol navigasi menu berada dibagian kanan. Peletakkan logo disebelah kiri harus disesuaikan dengan *grid* yang dipakai, tidak dapat melebihi, agar konten disebelah kiri juga dapat terlihat sejajar.



Gambar 3.0.23 Bagian footer dari laman web SpringLabs
Sumber: <https://springlabs.com/>

Pada bagian *footer*, penulis mengadaptasi *layouting* dari laman web SpringLabs, yaitu meletakkan logo dibagian kiri, dan navigasi lainnya di kolom sebelah kanan. *Footer* berfungsi sebagai bagian akhir dari sebuah halaman web, sehingga dapat memuat informasi yang lebih ringkas terkait apa yang telah disajikan dalam *homepage*.

Selain itu, penulis juga mempelajari tentang pengaplikasian warna yang berbeda-beda pada setiap bagian informasi yang berbeda, seperti referensi dari *website* sebelumnya. Dalam *website* SpringLabs, perancang *website* menggunakan *color palette* dari perancangannya, yaitu saturasi dari warna biru, untuk mengelompokkan informasi.

3.2 Metodologi Perancangan

Perancangan ini dilakukan melalui 4 tahapan yang dikemukakan oleh Srikant M. Datar (Landry, 2020) dalam salah satu *course* berjudul “Design Thinking and Innovation” dari Harvard Business School Online, yaitu:

3.2.1. Clarify

Pada tahapan ini, yang harus dilakukan adalah mencari dan mengumpulkan data, mengobservasi target sasaran yang telah ditentukan sebelumnya, dan memikirkan cara untuk menyelesaikan sebuah permasalahan. Datar mengatakan, lebih baik mengadakan sebuah riset terhadap *user*, dan menilai kebutuhan konsumen untuk menentukan prospektif seperti apa yang mereka butuhkan, dibandingkan dengan mengembangkan sesuatu berdasarkan asumsi pribadi.

Dalam fase ini, kemampuan empati seseorang dibutuhkan, yaitu kemampuan mengerti tentang pengalaman, dan perasaan orang tersebut. Turut merasakan apa yang dirasakan orang lain. Pertimbangkan untuk menilai dari sudut pandang konsumen, lalu mencari tahu, dan menggali lebih dalam tentang konsumen tersebut. Apa yang mereka gunakan, mengapa mereka menggunakan produk tersebut, bagaimana cara mereka memakai produk tersebut, dan hal apa yang ingin mereka selesaikan.

Di tahap ini, Datar mengatakan bahwa ditahapan inilah saatnya untuk mencari tahu tentang *pain points* dari konsumen. Datar membaginya menjadi dua bagian, yaitu *pain points* yang bersifat eksplisit, atau tersembunyi. *Pain points* yang bersifat eksplisit adalah poin-poin yang terlihat, yang bisa mereka deskripsikan, dan mereka mengetahui apa yang membuat mereka frustrasi tentang pengalaman mereka. Sedangkan, yang tersembunyi adalah poin-poin yang sebenarnya ada (*exist*), namun mereka tidak dapat mendeskripsikan, ataupun tidak diketahui keberadaannya.

Untuk mengetahui *pain point* tersebut, tanya dan observasilah orang-orang yang menggunakan produkmu, lalu bertanya kepada mereka untuk mendapatkan sebuah *feedback*. Dari jawaban tersebut, akan ada banyak *insight* menarik yang dapat digunakan untuk merumuskan masalah dari perspektif user.

3.2.2. Ideate

Dari informasi yang telah dikumpulkan pada tahapan pertama, tahapan selanjutnya adalah menuangkannya kedalam bentuk sebuah ide. Dalam tahap ini, beberapa alat yang digunakan dalam “Design Thinking” dapat diterapkan, atau melakukan sebuah *brainstorm*, untuk mencegah adanya pemikiran dimana seseorang berpikir bahwa hanya ada satu jalan untuk menginterpretasi, atau mengetahui lebih dalam tentang situasi tertentu.

Setelah tahapan pencegahan tersebut selesai, tujuannya adalah untuk menciptakan berbagai macam ide untuk menambah kreatifitas, dan memastikan bahwa tidak ada orang yang terikat pada satu solusi yang potensial sebelum diuji coba.

3.2.3. Develop

Tahapan Develop adalah tahapan dimana ide yang telah dihasilkan saat *brainstorming* digabungkan semua untuk menemukan beberapa cara dalam menyelesaikan masalah. Dari hasil menggabungkan dan mengevaluasi ide-ide yang telah dipikirkan sebelumnya, terdapat 3 karakteristik saat mendesain yang penting untuk dipertimbangkan sebagai evaluasi sebuah ide, yaitu *Desirability*, *Feasibility*, dan *Viability*. Dari *Desirability*, dapat mempertimbangkan, “Apakah ide yang telah terpikirkan tersebut memenuhi apa yang dibutuhkan oleh konsumen?” Dari *Feasibility*, dapat dipertimbangkan dari segi fungsi bagi penggunaanya, dan dari *Viability*, dapat dipertimbangkan mengenai keberlanjutan dari solusi tersebut.

Ketika sudah sampai pada tahap *prototyping*, penting untuk bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, sehingga dapat berlanjut ke tahap selanjutnya.

3.2.4. Implement

Tahapan terakhir adalah proses pengimplementasian. Dalam tahapan ini, penting untuk memberitahu orang internal, maupun orang eksternal tentang nilai dari ciptaan yang telah dibuat, tidak terkecuali kerabat, rekan kerja, atau konsumen, untuk membawa pasar mereka dengan sukses, mendukung pengadopsi, dan menjaga perkembangan.

Dalam fase implementasi ini, ambil waktu sejenak untuk merefleksikan tentang budaya dari organisasimu, dinamik dari assess grup, dan lain sebagainya. Penting untuk dicatat, bahwa pekerjaan tidak akan selesai jika kamu pun sudah mencapai tahapan akhir. Keinginan dan kebutuhan konsumen akan berlanjut untuk berkembang. Tujuannya adalah, menyesuaikan diri untuk bertemu dengan mereka. Memegang teguh untuk menempatkan manusia ditengah-tengah dalam proses perkembangan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA