

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Berdasarkan panduan metode yang dijabarkan oleh Patricia Leavy (2017) penulis menggunakan metode penelitian *hybrid* atau *mixed-method* (campuran) untuk perancangan media informasi tentang media informasi stoikisme untuk remaja akhir karena berdasarkan buku tersebut menggunakan metode penelitian *hybrid* dapat membantu peneliti melihat gambaran luas melalui kuesioner dan membahasnya lebih dalam wawancara atau *Focus Group Discussion*.

##### 3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif yang dilakukan penulis adalah wawancara dengan seorang psikolog, *Focus Group Discussion* dengan potensi *target audience*, dan studi referensi.

##### 3.1.1.1 Wawancara

Menurut Leavy (2017) metode wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi mendalam tentang topik dan untuk melakukannya pastikan partisipan wawancara mengetahui tujuan dari wawancara tersebut. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan psikolog mengenai relevansi ajaran stoik kepada remaja akhir.

- 1) **Wawancara dengan Psikolog Fiona Valentina Damanik, M.Psi, tentang Ajaran Stoikisme untuk Kontrol Emosi Remaja Akhir**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 1 Wawancara Ahli dengan Fiona Valentina Damanik

Wawancara dilakukan penulis pada tanggal 11 April 2023 secara tatap muka selama dua sesi. Sesi pertama membahas tentang relevansi stoikisme terhadap pola pikir atau psikologi remaja akhir dan nilai-nilai stoik seperti apa yang dapat membantu perkembangan emosi remaja akhir. Sesi kedua adalah proses penyuntingan konten tentang stoikisme yang penulis buat. Penjelasan untuk wawancara sesi dua terdapat pada bab 4.1.2.4 *Create a concept*.

Berdasarkan pernyataan beliau dijelaskan bahwa stoik mulai relevan di dunia modern karena stoikisme memang secara tidak langsung sudah diterapkan dalam ilmu psikologi. Dalam psikologi, stoikisme ini artinya bagaimana melihat situasi secara *it is what it is*. Alasan mengapa stoikisme mulai dipakai lagi dalam psikologi karena sekarang banyak individu yang mudah larut dalam emosi yang dialami, jadi orang mencari tahu kembali tentang cara hidup manusia yang benar itu seperti apa. Dalam ilmu psikologi nilai stoikisme juga tercerminkan dalam praktek CBT (*Cognitive Behaviour Therapy*) yang membantu pasien depresi dalam mengubah pemikiran irasional menjadi rasional.

Remaja akhir memiliki pola pikir yang berbeda dari generasi lainnya. Berdasarkan pernyataan beliau, alasan mengapa remaja

akhir ini cocok untuk generasi remaja akhir karena pola pikir mereka yang sudah mampu memahami konsepnya dan mereka memang dalam masa rentan emosi negatif. Fase manusia terdapat tiga masa yaitu masa anak-anak, remaja, dan dewasa. Untuk anak-anak ajaran stoik ini masih cenderung kurang cocok karena kapasitas biologis otaknya yang kurang mampu untuk mengerti ajarannya jadi di masa ini yang terpenting adalah cara untuk mengenali emosi. Kalau orang dewasa, mereka sudah memiliki konsep berpikir yang terpolat dan kuat. Di masa tersebut mereka sudah menetapkan cara berpikir sendiri sehingga jika diberikan cara berpikir baru, perlu dari orang itu sendiri. Kenapa remaja akhir ini cocok untuk stoik karena di masa dari remaja sampai remaja akhir ini mereka sedang mencari jati dirinya dan mencoba banyak hal sehingga lebih tepat untuk mengajarkan atau menawarkan cara ide pola pikir stoik sehingga mereka dapat mencerminkannya dengan apa yang sudah mereka miliki. Ibaratnya remaja itu seperti plastisin yang masih dapat dibentuk, kalau anak-anak ini seperti air yang susah dibentuk, sementara orang dewasa sudah seperti batu yang sulit dibentuk.

Untuk aspek kehidupan yang paling sering dikhawatirkan remaja akhir bisa menjadi bermacam. Karena ada yang prioritasnya untuk nikah dulu, cari kerja, dan sebagainya. Yang membuat orang jadi *overthinking* itu saat mereka nggak melakukan apa-apa dari krisis hidup itu. Mereka gagal itu karena membandingkan diri dengan orang lain, takut mencoba, terlalu merendahkan diri dan lain-lain. Menurut beliau, *quarter life crisis* ini munculnya di saat lulus SMA, karena sejak SD arah hidup kita sudah jelas akan ke SMP dan SMA tapi setelah itu langsung banyak pilihan jurusan di dunia ini akhirnya semakin bingung dengan tujuan hidup. Masa remaja ini dikaitkan dengan masa aktif untuk menemukan apa yang mereka sukai ditambah dengan

banjir hormon yang membuat mereka lebih emosional ditambah lingkungan sekitar yang menuntut mereka untuk memilih. Karena masa aktif ini membuat remaja akhir menjadi memiliki *quarter life crisis* atau hingga *identity crisis* yang membuat mereka lebih *fragile* terhadap emosi-emosi negatif sehingga stoik ini bisa membantu mereka untuk lebih *emotionally stable* menjalankannya dan tidak hanyut dalam kegagalan. Dengan adanya stoik mereka dapat mendefinisikan ulang kegagalan yang dialami dalam hidup dan juga mengevaluasi kembali apa yang membangun kebahagiaan pribadi. Karena sering kali orang-orang menggantungkan kebahagiaan mereka dalam hal-hal eksternal yang di luar kontrol mereka.

Untuk seseorang dapat memindahkan prioritasnya kepada sesuatu yang bisa dikontrol, membutuhkan latihan. Dalam stoik, terdapat proses refleksi dari kegiatan sehari-hari dan berjarak dari emosi. Dalam media informasi stoik yang terpenting adalah nilai-nilai reflektif kehidupannya sementara sejarah dan tokoh-tokoh ini hanyalah preferensi yang mungkin tidak pada setiap orang miliki.

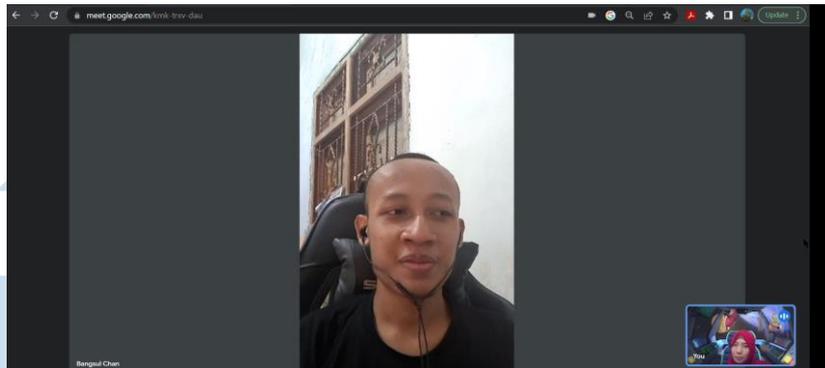
Menurut beliau, media informasi tentang kesehatan mental atau cara berpikir ini cenderung digunakan saat pengguna tersebut secara aktif mencari dan siap untuk menguji diri atau meragukan apakah perspektifnya dalam hidup ini sudah benar. Karena fungsi media tersebut itu untuk menawarkan mereka kepada cara pandang hidup yang baru. Berbeda dengan konsultasi langsung dimana orang tersebut perlu menerima solusi terlebih dahulu. Seseorang yang belum siap untuk berpikiran terbuka atau sudah merasa yakin dengan prinsip hidupnya tidak akan mampu menerima informasi tentang cara pandang hidup dengan mudah.

## 2) Kesimpulan wawancara

Stoikisme telah menjadi salah satu dasar dari praktek psikolog dalam CBT untuk membantu pasien depresi dengan mengubah pemikiran irasional menjadi rasional sama dengan stoikisme yang mengarahkan pada pemikiran rasional. Remaja akhir merupakan masa manusia rentan dengan emosi negatif karena masa itu adalah masa *quarter life crisis*. Pada masa ini orang mulai dituntut untuk memilih jalan hidup sendiri dan ditambah dengan hormon remaja yang membuat mereka lebih emosional. Anak-anak masih belum memiliki kapasitas otak yang mampu mengerti pemahaman stoik sementara orang dewasa lebih sulit untuk menerimanya karena pada orang dewasa, mereka cenderung telah mengetahui apa yang menjadi prioritas dan sudah memiliki perspektif hidup sendiri.

Stoikisme bukan sebuah materi yang dipelajari, melainkan merupakan sebuah pelatihan refleksi hidup sehingga untuk mengertinya perlu diaplikasikan sehari-hari mulai dari ketidaknyamanan kecil yang terjadi di kehidupan dan tidak hanya diandalkan saat mengalami musibah. Terdapat banyak aspek kehidupan yang menjadi sumber kekhawatiran remaja akhir dan untuk mengertinya diperlukan survei lebih dalam terhadap prioritas mereka. Karena tujuan dari media informasi ini adalah untuk memperkenalkan remaja akhir kepada cara pandang hidup stoik, maka yang perlu dipentingkan adalah mengedukasi inti dari ajaran stoik. Dalam perancangannya, perlu diingat bahwa orang dapat menerima ajaran stoik dengan terbuka saat mereka terbuka dengan cara pandang hidup baru.

### **3) Interview dengan Mohammad Yusuf Efendi tentang Pengalaman mengikuti Ajaran Stoik di Masa Muda**



Gambar 3. 2 Wawancara *Google Meet* dengan Yusuf

Wawancara ini dilakukan pada tanggal 4 Juni 2023 melalui *Google Meet* dengan narasumber bernama Mohammad Yusuf Efendi yang berusia 18 tahun dan dia sedang mendalami stoikisme. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan *insight* dari pengalamannya menemukan dan mempelajari stoik di masa muda. Yusuf adalah seorang lulusan SMK dan sedang belajar mendalami bisnis NFT dan *Crypto*. Penulis bertemu dengan Yusuf pada grup stoik yang didirikan oleh Henry Manampiring di Facebook dan setuju untuk menceritakan pengalamannya.

Pertama, Yusuf menceritakan awal mulanya menemukan stoikisme dan alasannya mempelajari lebih dalam. Yusuf menemukan stoik di saat dirinya kelas 3 SMK, pada saat itu dia menemukan buku *Filosofi Teras* di toko dan iseng membelinya. Saat membaca, dia merasa dalam buku itu terdapat kalimat-kalimat yang *relate* dengan kehidupan sekarang. Dia merasa bahwa di masyarakat sekarang itu selalu memaksa untuk maju, namun Yusuf merasa dia hanya ingin hidup yang sederhana. Bukan berarti dia tidak menginginkan untuk maju, namun hanya membawanya lebih santai dan tidak buru-buru. Yang paling dia rasa selama mempelajari stoik adalah hidupnya menjadi lebih tenang, karena dia merasa fondasi-fondasi filsafat stoik sangat berpengaruh dari kehidupannya. Fondasi yang dimaksud dalam hidupnya adalah

kontrol diri seperti fakta bahwa setiap hari kita tidak akan mengetahui apa saja yang akan dialami. Akan banyak orang tidak menyenangkan yang akan ditemui dan dia berprinsip untuk tidak seperti mereka dan tetap tenang menghadapi orang-orang menyebalkan.

Dia menemukan grup stoikisme setelah membaca buku *Filosofi Teras* dan senang mengetahui ada banyak orang yang bisa berbagi solusi stoik dalam semua masalah hidup dalam grup tersebut. Selain *Filosofi Teras*, Yusuf juga pernah membaca buku *self-help* lainnya seperti buku *Seni untuk Bersifat Bodo Amat*, namun yang membuat dia merasa lebih nyaman membaca *Filosofi Teras* adalah cara pembawaannya lebih santai dan *relate* pada kehidupan sehari-hari dibandingkan buku lain yang lebih rumit penggunaan bahasanya. Yusuf ingin mendalami stoikisme lebih dalam tapi saat dicari bukunya dia menemukan bahwa kebanyakan buku stoik itu ditulis dalam bahasa Inggris sementara dia lebih senang buku yang terbitan lokal menggunakan bahasa Indonesia yang santai.

Stoikisme menjadi terasa sangat personal saat ayahnya meninggal di saat masa ujian pasca lulus SMK. Sebelum kejadian tersebut Yusuf merasa bahwa stoik ini hanyalah sebuah filsafat yang dia pelajari saat waktu luang, namun setelah kejadian tersebut Yusuf menemukan bab yang membahas stoikisme dalam menghadapi kematian dalam buku *Filosofi Teras*. Karena di situ dijelaskan bahwa dalam menghadapi berita orang terdekat meninggal, diajarkan untuk bersyukur karena telah dianugerahi masa-masa kebersamaan yang baik dengan almarhum ayahnya dan yang bisa dilakukan sekarang hanyalah berdoa. Dari situ kita belajar bagaimana hidup mengikuti alam dan suatu hari pun semua orang akan meninggal.

Sejak mendalami stoik, Yusuf merasa kehidupannya mengalami banyak perbedaan. Melihat anak muda sekarang dia merasa emosi mereka sangat tinggi, semenjak menemukan stoik itu dia mulai bisa merasa lebih tenang apalagi saat menghadapi situasi yang naik turun. Yang paling dirasakan perubahannya di sehari-hari adalah dia mulai mudah mengontrol emosinya dan mengevaluasi kembali keinginannya dalam hidup. Menurutnya stoik ini bukan mengajarkan orang untuk menghindari emosi mereka, melainkan untuk mengontrolnya. Menurut Yusuf, selama menghadapi orang yang hanya sekedar menyebalkan maka masih bisa dikontrol emosinya tapi apabila orang tersebut mulai main fisik dari situ mulai harus bertindak.

Melihat kehidupannya yang menjadi lulusan SMK dan hanya kerja *freelance*, Yusuf seringkali mendapat cibiran dari tetangga-tetangga yang menganggap bahwa Yusuf adalah pengangguran, menghadapi hal tersebut Yusuf melihat ke diri sendiri yang merasa bahwa dirinya bukan penganggur jadi untuk apa menanggapi omongan tetangga. Semenjak dia belajar stoik, dia menemukan bahwa manusia hidupnya untuk bekerja sebagai manusia, seperti bangun pagi, sholat tepat waktu, dan lain-lain.

Selama belajar stoik Yusuf juga mencari tujuan hidup, baginya tujuan hidup adalah untuk mempersiapkan diri pada kematian. Namun mempersiapkan diri yang dimaksud adalah untuk selalu berpikir, karena suatu saat dirinya akan mati, maka harus menjalani hidup yang bermanfaat dan tidak sembarangan. Karena banyak anak muda sekarang ini menjalani hidup yang aneh-aneh seperti minum-minum, atau lainnya. Baginya hidup tidak aneh-aneh itu menyenangkan. Di kesehariannya Yusuf bangun di pagi hari, membantu ibunya belanja, lalu mengerjakan *freelance* lalu sholat dzuhur, makan dan balik bekerja sampai ashar, setelah

itu meluangkan waktu *me time* dengan membaca di teras rumah sampai maghrib, setelah itu menghabiskan malamnya dengan mengaji dan istirahat. Karena dia tidak ingin merasa hidupnya seperti dikejar-kejar waktu. Yang terpenting adalah untuk selalu berjalan dan tidak perlu berlari terus. Ada waktu saat Yusuf bermalas-malasan dan akhirnya dia merasa tidak senang dengan diri sendiri. Yusuf datang dari keluarga yang sederhana dan dia tidak mengejar uang. Baginya investasi terpenting dimulai dari investasi pikiran baru setelah itu mulai investasi ke material. Apabila hasil *freelance* dia terasa sangat banyak, Yusuf justru merasa terbebani karena dirinya akan menginginkan lebih banyak lagi jadi yang terpenting baginya adalah bagaimana menjaga hidup sederhana.

Yusuf tidak merasa dia perlu mendalami aliran filosofi lain karena baginya stoikisme telah relevan dengan banyak bagian hidupnya. Yusuf ingin mendalami lebih tentang sejarah stoik namun dia sulit menemukan buku stoik berbahasa Indonesia yang nyaman dibaca. Melihat stoikisme yang lagi *hype* saat ini apabila ada anak muda lain yang penasaran dengan stoik, Yusuf tidak membagikannya dengan memberi wawasan-wawasan filosofi stoik namun akan dia ajak mengobrol santai tentang hidup sederhana dan tidak terbawa emosi. Menurutnya *self control* ini yang paling relevan di masa remaja akhir.

#### 4) Kesimpulan Wawancara

Selama wawancara, Yusuf menjelaskan bahwa stoik ini relevan untuk kehidupan anak muda karena menurutnya anak muda zaman sekarang terlalu mudah terbawa emosi dan hidup yang sembarangan. Yang membuat stoik menarik untuknya adalah karena stoikisme terasa personal mengingat bahwa ajarannya membantu dia melewati masa sulit karena di saat

ayahnya meninggal dia menemukan pembahasan stoik yang juga mengajarkan tentang cara mengatasi musibah yang sama. Baginya yang terpenting adalah hidup dengan sederhana dan tidak terburu-buru. Selama masa mudanya menjadi seorang stoik Yusuf belajar untuk selalu melihat ke dalam diri sendiri. Di saat lingkungan sekitar menganggap dirinya sebagai seorang pengangguran dia tidak merasa tersinggung karena dia merasa bukan seorang pengangguran. Apabila terdapat musibah melanda hidup, yang terpenting adalah menerima musibah tersebut sebagai kejadian yang memang sudah alamnya dan berusaha menerima. Penulis mendapatkan *insight* bahwa dalam menyampaikan stoikisme pada anak muda, yang terpenting adalah membawanya dengan cara santai dan kasual tanpa menggunakan bahasa yang rumit.

5) ***Focus Group Discussion*** dengan calon target pengguna tentang preferensi konten dan visual



Gambar 3. 3 *Focus Group Discussion*

*Focus Group Discussion* ini dilakukan pada 20 Mei 2023 melalui *Google Meet*. FGD ini dihadiri dengan tujuh orang peserta yang merupakan seorang mahasiswa yang bertempat tinggal di daerah Jabodetabek. Peserta tersebut meliputi remaja akhir berusia 21 tahun yaitu Saniyyah Khairunnisa, Nabila Andjani Salsabila Putri, Claudia Isabel Mandey, Clarissa Heraldi

Kurniawan, dan Salsabila Elyandra Clarabelle. Lalu Felicia Angeline yang berusia 20 tahun, dan Yuvinda Aurollia Hana Syajida berusia 22 tahun. FGD ini dilakukan untuk mengetahui lebih dalam tentang sumber kekhawatiran mereka, minat remaja akhir kepada media *self-improvement*, pengertian stoikisme, dan kebiasaan visual mereka.

Pertama-tama setelah perkenalan penulis mulai membawa topik tentang sumber stres remaja akhir. Yuvinda berpendapat bahwa stres itu datang dari *mood* dan lingkungan yang menuntut suatu ekspektasi. Apabila lingkungan itu rasanya berat dan mendesak kita untuk melakukan sesuatu dalam kurun waktu yang terlalu cepat karena ingin mempersamakan individu seperti orang-orang. Menurut Nabila, terkadang ucapan semangat dari orang lain juga bisa terasa seperti tuntutan seperti misalnya “Ayo, kak. Lulus cepet pasti bisa!” dirinya yang mendengar rasanya seperti secara langsung mereka memberi tuntutan, jadi terasa bahwa semua stres berasal dari cara pandang dirinya yang pesimis terhadap lingkungan sekitarnya yang akhirnya setiap dirinya main-main jadi merasa bersalah sendiri. Salsabila setuju dengan pendapat tersebut karena menurutnya pemikiran sendiri itu dapat membuatnya sulit fokus untuk mengerjakan kewajiban. Niya, Claudya, Felicia, dan Clarrisa juga setuju dengan pendapat tersebut, bahwa stres mereka cenderung muncul dari diri mereka sendiri. Untuk Yuvinda stres ini sering terjadi, kadang yang tidak perlu dikhawatirkan juga menjadi hal yang terus-terusan dipikirkan, dan biasanya saat udah *overthink* bisa sampai berpengaruh ke fisik. Meskipun sudah berusaha menenangkan diri dengan cara *let it go*, sering kali emosi tersebut tetap muncul kembali.

Nabila dan Claudya mengatakan bahwa mereka tidak terlalu sering merasakan stres berat. Untuk Claudya, dia mengatakan

bahwa sebelum dirinya merasa tenggelam dalam stres dia akan mencari kegiatan lain yang menenangkan *mood*-nya. Menurut Clarissa stres itu terasa bagaikan dikejar oleh ekspektasi tapi pada akhirnya karena *overthinking* jadi terasa sudah terlanjur kepanasan sendiri otaknya sebelum bisa mengerjakan apapun sehingga akhirnya menjadi prokrastinasi. Clarissa mengatakan untuk menjaga dirinya tetap maju dan tidak tenggelam dalam stres adalah dengan selalu mengingatkan diri kepada *worst case scenario* apabila dia hanya diam saja. Mereka semua setuju bahwa kebanyakan sumber stres yang mereka alami adalah dari pendidikan dan mencari kerja. Salsabila menambahkan bahwa stres dia juga berasal dari belajar mandiri di lingkungan rumahnya seperti pekerjaan rumah yang mudah berantakan dan harus dibersihkan. Claudya juga menambahkan bahwa keluarga juga sering menjadi sumber stres karena mendapat urusan lebih banyak dari orang tua yang kembali lagi ke tuntutan.

Masuk ke dalam topik media *self-improvement*, Nabila mengatakan bahwa dirinya pernah membaca namun merasa solusi yang ditawarkan kurang *relate* dengannya karena tidak ada contoh masalah yang *relatable* dengan apa yang dia alami. Salsabila memiliki buku *self-improvement* untuk membantu dia percaya diri dalam *public speaking* namun dia merasa tidak cocok dengan solusi yang ditawarkan dan akhirnya menjadi semakin gugup saat *public speaking*. Untuk Niya, dia pernah menonton video *self-improvement* namun dia hanya merasakan positifnya setelah menonton videonya saja dan belum mampu mempraktekkannya dalam jangka panjang.

Felicia merasa dalam media *self-improvement* yang dia lihat selalu memberikan solusi yang tidak realistis dan terlalu ambisius untuk seseorang yang masih baru dalam hal tersebut. Ada juga yang menawarkan solusi yang sebenarnya sudah diketahui semua

orang seperti misalnya saat mencari bagaimana cara mengatasi prokrastinasi tapi solusi yang diberikan adalah “jangan malas” jadi rasanya tidak ada gunanya mencari solusi yang sudah jelas seperti itu. Mereka semua mengatakan alasan mereka melihat media *self-improvement* tersebut juga hanya untuk mengisi waktu. Menurut Clarissa anak sekarang ini sudah jarang yang mau membaca buku *self-improvement* panjang dan lebih memilih sesuatu yang singkat, padat, dan jelas. Media digital juga tentunya menjadi preferensi anak muda sekarang yang malas membaca.

Semuanya mengakui belum pernah mendengar istilah stoikisme dan setelah penulis memberikan penjelasan singkat tentang stoik, semua peserta mengatakan bahwa mereka bisa *relate* dengan apa yang dijelaskan. Clarissa menambahkan pendapat bahwa meskipun *relate*, tidak semua nilai stoik tersebut bisa dilakukan oleh semua orang karena beberapa orang masih terlalu mengandalkan emosi jadi semua balik lagi ke diri sendiri. Niya juga setuju karena merasa semua orang itu harus tetap rasional tapi masalahnya beberapa orang memang lebih memilih main emosi.

Dalam membahas topik media informasi penulis memberikan *link* dari salah satu media referensi yaitu *website The Boat* dan menanyakan pendapat para peserta tentang pengaplikasian media pengenalan stoik dengan cara yang mirip dengan media referensi itu. Clarissa mengatakan karena informasi dalam referensi disampaikan dengan cerita jadi rasanya lebih mudah dicerna karena lebih *engage*. Nabila merasa karena elemen visual *The Boat* yang terlalu ramai menjadi pusing melihatnya, visualnya menarik tapi kalau diberikan informasi stoik secara tiba-tiba dengan media seperti *The Boat* rasanya akan kurang mengerti. Salsabila setuju dengan Nabila dan merasa informasi seperti stoik lebih mudah diserap dengan penyampaian

yang simple. Yuvinda merasa penggunaan bahasa dapat dibuat lebih mudah dimengerti karena *The Boat* menggunakan bahasa yang puitis, jadi dia lebih memilih penggunaan bahasa yang kasual dalam media informasi baik itu *storytelling* atau tidak. Niya juga setuju dengan media informasi yang tidak perlu menggunakan terlalu banyak elemen interaktif karena dapat mengganggu *flow* informasi. Felicia juga setuju dengan Salsabila, dia merasa dengan interaktifitas yang terlalu banyak justru akan mengubah fokus orang kepada visualnya dan mengabaikan informasinya.

Untuk konten dalam media tentang stoikisme, mereka merasa yang terpenting adalah inti dan prakter dari stoik itu. Sejarahnya memang menarik namun jika terlalu banyak maka orang akan mengira ini adalah media tentang sejarah karena yang terpenting itu singkat, padat, dan jelas. Nabila memberikan gambaran preferensi seperti komik *WHY?*, yang membahas tentang ilmu sains dengan komik yang digabung dengan artikel di akhir BAB. Menurut Nabila akan lebih menarik saat media stoik tersebut disampaikan dengan cara yang sama. Salsabila merasa yang terpenting adalah definisi dari stoik, sejarah dapat disampaikan dengan *timeline* singkat.

Saat memasuki preferensi gaya visual, Salsabila lebih memilih komik bergaya manhwa yang berwarna dibandingkan manga yang hitam putih karena manhwa mempunyai lebih banyak *white space*. Mereka semua merasa dalam cerita tentang stoikisme, yang paling cocok adalah *genre slice of life* karena merefleksikan penekanan pada aspek stoikisme yang *relatable*.

Untuk gaya ilustrasinya mereka merasa dalam media tentang kesehatan mental cocok menggunakan gaya yang simple dan warna cerah. Nabila mengatakan bahwa sebenarnya dia secara pribadi suka gaya visual anime shojou namun dalam konteks

stoikisme dia merasa gaya chibi simple lebih nyaman untuk menyerap informasi. Clarissa mengatakan bahwa bisa juga menggunakan gaya tidak serius seperti Tahilalats yang meski gayanya komedi aneh tapi tetap merefleksikan realita.

## 6) Kesimpulan FGD

Berdasarkan hasil FGD dapat disimpulkan bahwa sumber stres remaja akhir mayoritas muncul dari ekspektasi lingkungan sekitar yang mendorong mereka untuk terus bergerak, dan yang menjadi prioritas mereka pada saat ini adalah pendidikan dan menentukan masa depan. Tidak jarang tuntutan itu juga terbentuk dari bagaimana mereka memandang lingkungan sekitar. Lingkungan yang sehat juga dapat mengakibatkan emosi negatif karena perspektif mereka yang pesimis. Setiap orang memiliki limit stres masing-masing, ada yang jarang merasa stres dan ada yang sering. Dampak dari stres tersebut dapat mengakibatkan prokrastinasi, *overthinking*, hingga kesehatan fisik.

Para peserta FGD merasa masalah pada media *self-improvement* saat ini ada karena mereka merasa tidak cocok dengan solusi yang ditawarkan. Mereka berpendapat bahwa solusi yang diberikan itu kurang *relatable*, terlalu rumit, atau terlalu umum untuk dipelajari. Mereka setuju bahwa Gen-Z saat ini lebih memilih media digital sehingga diperlukan media *self-help* digital dan bukan hanya buku cetak. Minat membaca gen-Z yang kurang pada membuat media informasi sekarang lebih tepat dirancang singkat, padat, jelas.

Belum ada yang pernah mendengar istilah stoik di saat berlangsungnya FGD, namun penulis mulai memberikan video pengenalan stoik dengan *briefing* tentang stoikisme dari penulis, mereka dapat berpendapat bahwa stoik ini relevan dengan gen-Z

sekarang meski masih terdapat orang yang tidak akan menyerap apapun.

Para peserta FGD mengatakan bahwa dalam media informasi tentang stoik cocok untuk menyampaikannya secara simple tanpa harus menggunakan elemen visual yang terlalu ramai karena dapat mengganggu *flow* informasi yang hendak dicerna. Sama halnya dengan interaktifitas, interaksi yang terlalu banyak dapat mengganggu pengguna dalam melihat informasi. Selain itu pembahasan kasual juga menjadi sorot yang penting karena untuk mengerti sebuah informasi.

Penulis mendapatkan ide untuk merancang media berdasarkan komik *WHY?* Atau manhwa yang memiliki *flow* dan *white space* nyaman. Untuk konten dalam media tersebut perlu dipahami aspek-aspek stoik yang menjadi tujuan medianya sebelum menentukan, seperti tidak perlu mencantumkan sejarah yang panjang tentang stoik, cukup simple saja. Gaya visual yang menjadi preferensi mereka dalam media tentang stoik adalah *slice of life* dengan warna cerah dan gaya ilustrasi yang tidak terlalu detail karena dapat mengganggu pengguna dari informasinya namun juga memastikan tidak terlalu chibi karena orang akan menganggap media tersebut adalah untuk anak-anak.

### 3.1.1.2 Studi Eksisting

Studi ini dilakukan untuk mengetahui media tentang stoikisme yang telah beredar di kalangan masyarakat. Studi ini dilakukan untuk mencari tahu tentang kondisi media informasi digital tentang stoikisme yang telah beredar terutama di Indonesia. Berikut adalah media-media yang diteliti penulis:

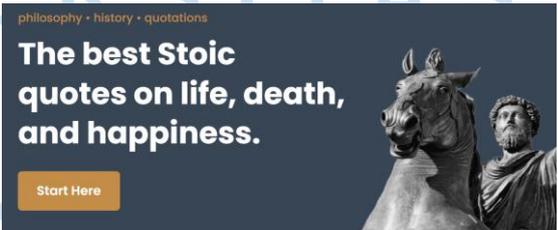
- 1) *Website StoicQuotes.com*



Gambar 3. 4 Homepage StoicQuotes.com

*StoicQuotes.com* adalah *website* tempat informasi artikel dan dan ajaran filosofi stoik yang dibuat oleh Shaun Connell dan Sophia Merton (2023). Dalam *website* ini terdapat informasi tentang *quotes* dari tokoh-tokoh terkenal yang mencerminkan nilai stoik. *StoicQuotes.com* diciptakan untuk menyediakan sumber informasi simpel dan komprehensif untuk mereka yang hendak mempelajari tentang stoikisme. Berikut adalah tabel analisa visual *website* tersebut:

Tabel 3. 1 Tabel Analisa Visual *StoicQuote.com*

Isi/konten	<p>Menu:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Home</i>: homepage berisikan tombol “<i>Start here</i>” untuk mulai mengerti tentang stoikisme. Di dalamnya terdapat artikel yang menjabarkan tentang stoik, prinsip, contohnya. hingga rekomendasi buku-buku stoik.</li> </ol> 
------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Selain itu saat <i>scroll</i> ke bawah dapat ditemukan kumpulan <i>quotes</i> stoik yang dapat diklik dan akan memperlihatkan artikel dengan kumpulan <i>quotes</i> hingga penjelasan tentang artinya. Kumpulan <i>quotes</i> dikategorikan dari topik, sejarah, dan tokohnya.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. <i>About Us</i>: Berisikan tentang apa saja yang tersedia dalam <i>website</i> dan tim yang mengerjakan perancangan <i>website</i> tersebut.</li> <li>3. <i>Quotes</i>: terbagi menjadi <i>sub-menu</i> dalam <i>dropdown menu</i>. <i>Quotes</i> ini dibagi menjadi <i>quotes</i> dari tokoh stoik Yunani terkenal yaitu: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Epictetus quotes</i></li> <li>b. <i>Marcus Aurelius quotes</i></li> <li>c. <i>Seneca quotes</i></li> <li>d. <i>Zeno quotes</i></li> </ol> </li> <li>4. <i>Blog</i>: Kumpulan blog tentang bermacam <i>quotes</i> stoikisme yang dikategorikan dari topik-topik kehidupan seperti <i>quotes</i> tentang kerja keras, kematian, atau perubahan.</li> <li>5. <i>Contact Us</i>: Kolom pengisian identitas dan pesan atau pertanyaan yang hendak dikirim tim <i>website</i>.</li> </ol>
Desain visual/navigasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Logo: Berupa jenis logo yang mengkombinasikan elemen visual</li> </ol>

dengan *lettering*. Didesain dengan warna biru toska dan kuning emas.

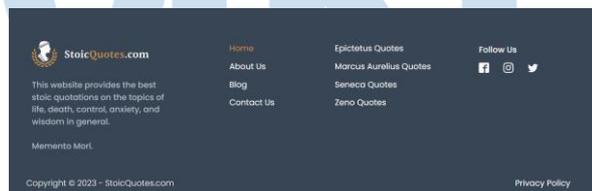


**StoicQuotes.com**

2. *Header*: Didesain dengan warna putih.

Logo *Stoic Quotes* terdapat pada bagian kiri *website*, dan pilihan menu lain berada di sisi kanan dengan opsi *quotes* memiliki ikon panah ke bawah yang menandakan bahwa terdapat *drop-down menu* pada opsi tersebut.

3. *Footer*: Didesain dengan warna biru toska kusam sama seperti warna pada logo. *Layout* menggunakan empat kolom. Logo terletak di atas kiri *layout* paling kiri *footer*. Rincian menu juga terdapat di tengah *layout* mulai dari *home*, hingga *contact us*. *Layout* paling kanan terdapat ikon media sosial *StoicQuotes.com*.



4. *Warna*: *Website* ini menggunakan warna biru toska kusam dengan warna emas. Dalam psikologi warna dalam Beard dan George (2014) dijelaskan bahwa warna biru memberi kesan pencerahan sementara kuning

memberikan kesan energetik.

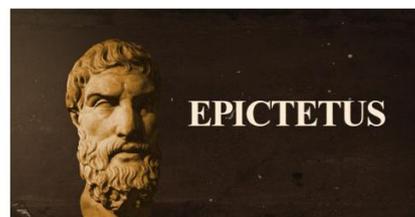
Berdasarkan thecolorpsychology.com (2022) dijelaskan bahwa warna emas melambangkan pengetahuan dan kebijaksanaan. Selain kedua warna tersebut, *website* ini menggunakan putih sebagai latar.

5. *Typography*: Pada logo digunakan *typeface serif* sementara sub-judul menggunakan *typeface sans serif bold* dan *bodytext* menggunakan *sans serif normal*. Judul untuk artikel menggunakan jenis *typeface* yang sama dengan logo.

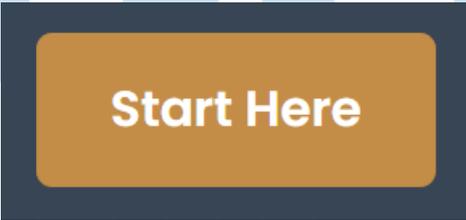
## Featured Stoic Quotes

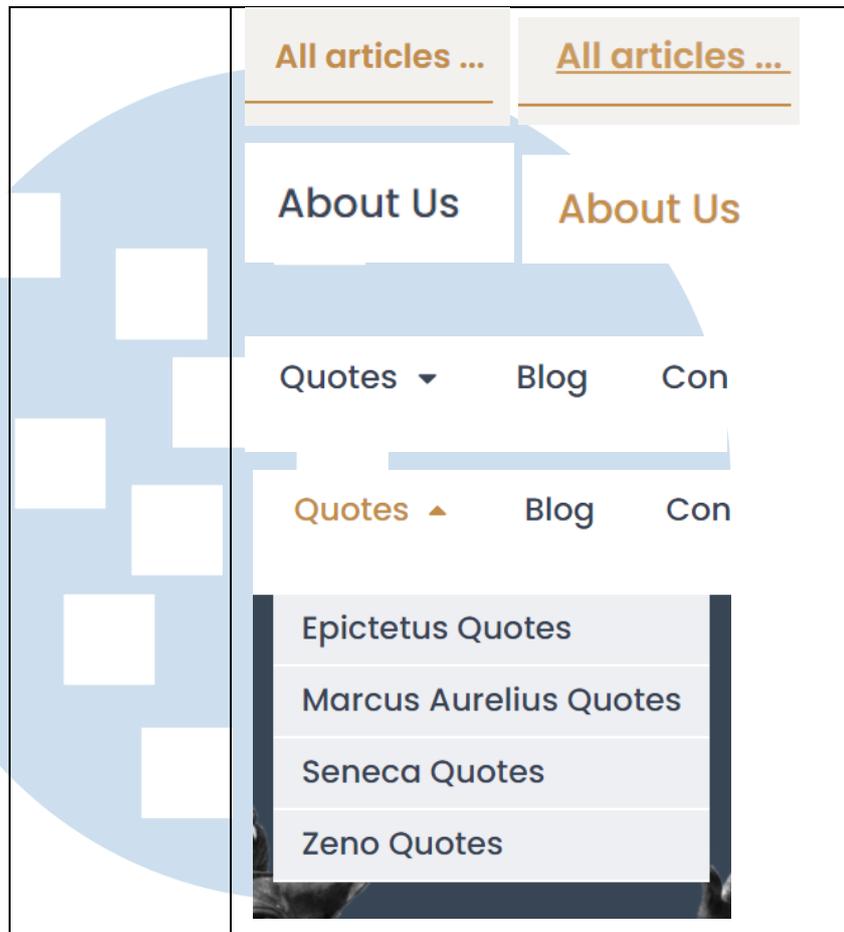
### Stoic history

You'll learn the history of stoic ideas and philosophers so you can see how the worldview morphed and molded over time.



**Epictetus Quotes: 18+ Best Quotes from the Stoic Philosopher**

	<p>6. <i>Imagery</i>: Menggunakan <i>digital imaging</i> dari patung-patung tokoh stoik Yunani kuno untuk artikel dan homepage.</p>  <p>Digunakan jug ikon untuk poin-poin penjelasan dalam menu <i>about us</i>.</p> 
Interaktivitas	<p>Desain penanda interaktivitas dibuat secara simpel dan tidak semua memiliki <i>animasi</i> untuk interaksi <i>hover</i>.</p>  <p>Tombol didesain dengan menggunakan sudut tumpul, membedakan dari elemen lain yang tidak memiliki interaksi yang diberikan desain sudut tajam. Interaksi <i>hover</i> hanya terdapat pada <i>text buttons</i>. Berikut contoh <i>micro interaction hover</i> pada <i>website</i>:</p>



Berdasarkan penjabaran dari analisa visual tersebut penulis membuat analisa SWOT dari penyampaian konten dan visual yang ada. Berikut adalah analisa SWOT dari website Stoic Quotes yang dibentuk dalam tabel:

<b><i>Strength</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain <i>layout</i> halaman depan yang tidak memberikan kesan penuh dengan meminimalisir teks yang penuh.</li> </ul>
<b><i>Weakness</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artikel memiliki teks yang panjang dengan terlalu banyak poin dalam satu artikel, membuat</li> </ul>

	<p><i>user</i> harus membaca detail untuk mendapatkan informasi spesifik.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayoritas informasi hanya sebuah penjelasan dari suatu <i>quote</i>.</li> </ul>
<b>Opportunity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penggunaan warna dan <i>imagery</i> yang konsisten membuat pengguna nyaman menavigasi.</li> </ul>
<b>Threat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Imagery</i> mayoritas menggunakan foto patung tokoh stoik yang sudah umum mampu menurunkan minat pengguna.</li> <li>• Ketersediaan informasi yang hanya sebatas penjelasan arti <i>quotes-quotes</i> tidak efektif dalam mendalami stoik.</li> </ul>

## 2) Website *dailystoic.com*



Gambar 3. 5 Homepage Website Daily Stoic  
 Sumber: <https://dailystoic.com/>

Website ini adalah website yang membahas tentang nilai-nilai stoikisme secara mendalam dan juga menyediakan *membership*

untuk orang yang hendak mendapatkan program stoikisme di kesehariannya.

Tabel 3. 2 Studi Eksisting Website Daily Stoic

Isi/Konten	Menu:
	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="799 562 1342 875">1. <i>Welcome</i>: halaman yang mengenalkan tentang tawaran <i>daily stoic</i> dan tercantumkan kolom <i>sign up</i> untuk menulis nama dan email. Terdapat penjelasan tentang apa yang akan didapat jika pengguna <i>signed up</i>.</li> <li data-bbox="799 898 1342 1144">2. <i>Articles</i>: kumpulan artikel mengenai stoikisme menggunakan desain layout dua kolom dengan peletakan visual besar sehingga halaman tidak terasa penuh.</li> <li data-bbox="799 1167 1342 1256">3. <i>Videos</i>: mengarahkan langsung pada akun <i>Youtube Daily Stoic</i>.</li> <li data-bbox="799 1279 1342 1704">4. <i>Podcast</i>: halaman penjelasan mengenai <i>podcast Daily Stoic</i>, disertakan tombol yang mengarahkan kepada akun <i>Amazon Music, Apple Podcast, Spotify, Overcast</i>, dan <i>Wondery</i>. Ditunjukkan juga list selebriti-selebriti yang pernah menjadi bintang tamu.</li> <li data-bbox="799 1727 1342 1928">5. <i>Store</i>: halaman toko menjual buku stoikisme dari tokoh stoik terkenal edisi terbaru dan memento serta <i>pendants</i> stoikisme. Terdapat juga</li> </ol>

	<p><i>dropdown menu</i> berisikan detail barang dan pelatihan yang dijual.</p> <p>6. <i>Membership</i>: Penjelasan tentang kegiatan <i>daily stoic</i> disertakan dengan videonya dan apa saja yang akan didapat dalam menjadi <i>membership</i>. Terdapat juga <i>button</i> FAQ untuk mengirim pertanyaan.</p> <p>7. <i>Sign in</i>: halaman untuk membuat akun <i>membership</i>.</p>
Desain/Visual dan navigasi	<p>1. Logo: Logo berupa visualisasi koin memento dan tulisan “<i>Daily Stoic</i>” menggunakan <i>font serif bold</i> yang memberi kesan <i>historical</i>.</p>  <p>2. <i>Header</i>: Logo <i>Daily Stoic</i> di kiri, sisi kanan terdapat ikon <i>search bar</i>. Desain <i>header</i> menggunakan warna hitam. Terdapat desain <i>header</i> yang berbeda untuk halaman <i>store</i> yang menggunakan warna putih dan dapat di-<i>drop down</i>. Terdapat penekanan pada halaman <i>sign up for daily email</i> dan <i>store</i> yang memiliki warna dan <i>icon</i> sendiri.</p> 

3. *Footer*: Didesain dengan warna hitam. Terdapat logo *Daily Stoic* dengan link media sosial, toko buku-bukunya dan konten-konten lainnya.
4. *Warna*: display didominasi dengan warna putih dengan warna *secondary* hitam lalu kuning emas. Tombol *interface* berwarna hitam dengan warna *hover* emas. Berdasarkan [thecolorpsychology.com](http://thecolorpsychology.com) (2022) dijelaskan bahwa warna emas melambangkan pengetahuan dan kebijaksanaan.
5. *Typography*: menggunakan tipografi jenis *serif* yang memberi kesan elegan dan antik. Namun *bodytext* dan tulisan pada tombol menggunakan jenis *sans serif*. Berikut tampak penggunaan *font* pada *website*.

## How To Find And Keep Joy

### Email Archives

"To be like the rock that the v  
unmoved and the raging of t

**READ MORE**

6. *Imagery*: Foto dalam website banyak menggunakan foto yang menggambarkan sejara Yunani kuno

dan foto orang melihat ke pemandangan alam luas.

## What Is Stoicism? A Definition & 9 Stoic Exercises To Get You Started

Stoic Exercises, Wisdom, and More



Selain foto, terdapat sedikit elemen ilustrasi dengan *style ink drawing* zaman dahulu.



### Interaktivitas

Interaksi yang terjadi pada website ini adalah interaksi dengan sistem.

#### 1. *Micro interaction*

Terdapat *search bar* yang menjadi contoh interaksi *conversing* dengan sistem. Juga terdapat contoh interaksi *manipulating* pada ikon *search* yang saat di-klik akan muncul garis *search bar* menutupi *interface sign in*.



Berdasarkan penjabaran dari analisa visual tersebut penulis membuat analisa SWOT dari penyampaian konten dan visual yang ada. Berikut adalah analisa SWOT dari website Daily Stoic yang dibentuk dalam tabel:

<b><i>Strength</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketersediaan informasi yang lengkap.</li> <li>• Memiliki banyak media sekunder yang memperkuat identitas.</li> </ul>
<b><i>Weakness</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayoritas informasi mendalam tertutup dalam <i>membership</i>.</li> <li>• Beberapa halaman memiliki desain yang berbeda sehingga</li> </ul>

	membuat <i>website</i> terlihat tidak konsisten.
<b>Opportunity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lengkapya informasi terpercaya ditambah dengan media sekundernya dapat menarik <i>user</i> lebih banyak.</li> </ul>
<b>Threat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Homepage</i> yang langsung menunjukkan artikel, sehingga dapat membuat <i>user</i> berpikir <i>website</i> tersebut adalah sebuah artikel biasa.</li> </ul>

### 3.1.1.3 Studi Referensi

Studi referensi digunakan penulis sebagai cara penggambaran ide interaktivitas dan penyampaian informasi kepada target pengguna. Aspek yang penulis perhatikan dalam studi ini adalah bagaimana cara untuk menyediakan informasi tentang stoikisme dengan mengimplementasikan aspek *storytelling* dalam Selain itu penulis juga melihat bagaimana mendesain penyampaian cara diet yang tepat dengan menggunakan visualisasi menarik untuk target pengguna.

#### 1) *The Boat by SBS*

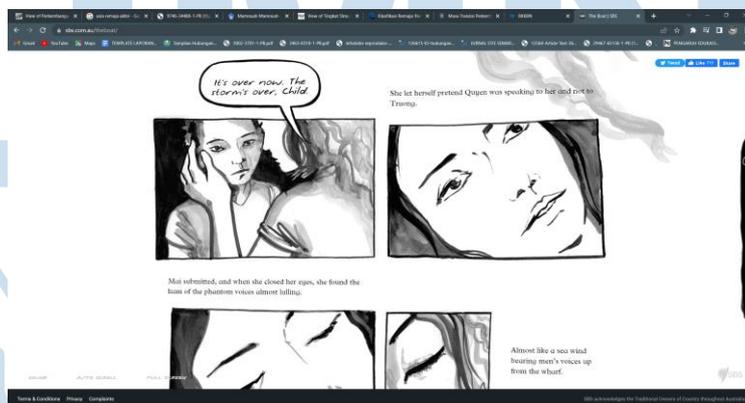
*Website* ini adalah *graphic novel* digital yang diadaptasi dari cerita pendek karya Nam Lee yang bermigrasi dari Vietnam ke Australia. Menceritakan tentang Mai yang berusia 16 tahun dalam perjalanannya di kapal ke Australia bersama 200 penumpang lainnya dan juga mengilustrasikan tantangan yang dialami dia dan teman yang ditemua di sana selama perjalanan. Dalam media ini ditampilkan enam bab yang membawa *user* menelusuri pengalaman Mai menggunakan elemen ilustrasi, musik, dan animasi. Media ini menggunakan gaya ilustrasi *brush strokes* yang

monokrom. Ilustrasi yang digunakan juga menggunakan format *comic strip* dipadu dengan paragraf narasi. Elemen musik dan *sfx* memberikan pengalaman *immersive* dalam narasi.



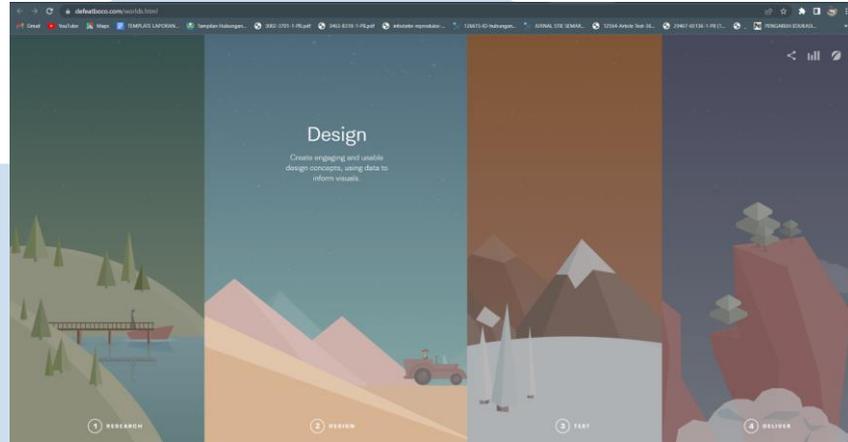
Gambar 3. 6 Homepage The Boat  
Sumber: <https://www.sbs.com.au/theboat/>

Interaktivitas *scrolling* dalam *website* ini dapat dipilih oleh *user* yang ingin melakukannya secara manual atau otomatis membiarkan sistem memandu mereka dalam narasi. Media ini menggunakan elemen *text bubble* saat karakter berbicara dan menggunakan bentuk paragraf saat tulisannya masuk pada *3<sup>rd</sup> POV*. Selama enam bab pengguna dapat melompati bab dan membaca bab tertentu menggunakan fitur di samping kanan untuk menavigasi bab cerita.



Gambar 3. 7 Paneling dalam Website The Boat  
Sumber: <https://www.sbs.com.au/theboat/>

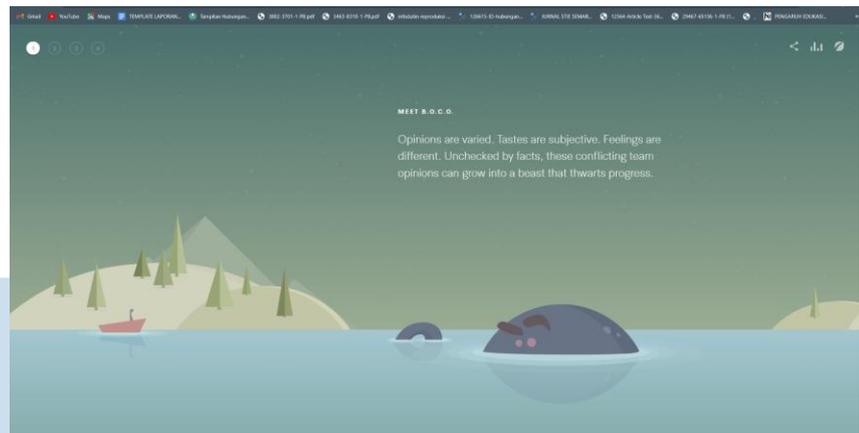
## 2) Website “Defeat The B.O.C.O”



Gambar 3. 8 Homepage Website “Defeat The B.O.C.O”  
Sumber: <https://www.defeatboco.com/worlds.html>

Proyek interaktif diciptakan oleh Fresh Consulting untuk menunjukkan tantangan-tantangan dalam desain UX sebelum mencari solusi desain dan menunjukkannya ke klien. *The Beast of Conflicting Opinions (B.O.C.O.)* adalah penggambaran opini klien desain yang divisualisasikan sebagai karakter monster. Dalam website ini proses desain dibagi menjadi 4 tahap yaitu *research*, *design*, *test*, dan *deliver*. Tiap tahap divisualisasikan dalam bab berbeda sehingga berkesan seolah desainer sebagai karakter melakukan petualangan dengan ancaman B.O.C.O di setiap bab. Visual yang digunakan pada website ini adalah gaya vektor dengan *palette* warna yang berbeda di setiap bab namun tetap terdapat kesatuan dalam perbedaan warna tersebut.

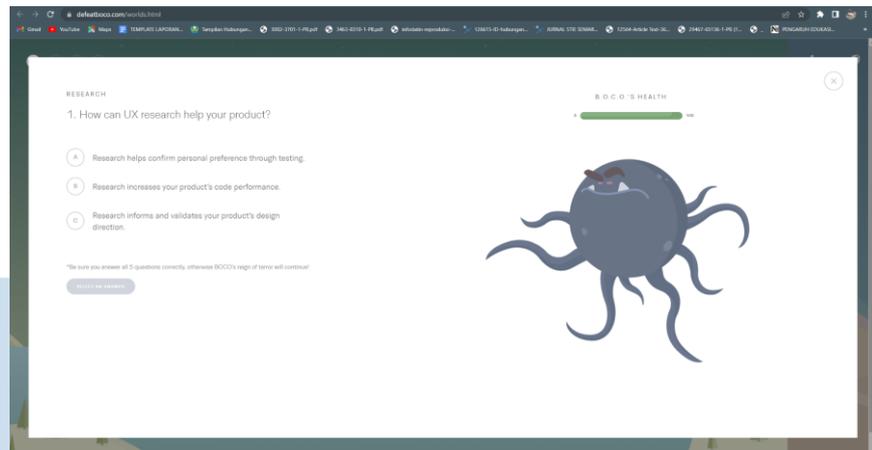
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 3. 9 *Storytelling* pada Website “Defeat The B.O.C.O”  
Sumber: <https://www.defeatboco.com/worlds.html>

Website ini menggunakan *storytelling* sebagai cara penyampaian informasi tentang prosedur desain. Dengan menciptakan karakter B.O.C.O sebagai perumpamaan dari opini klien desain yang membingungkan membuat informasi mampu diserap lebih mudah oleh target pengguna namun tanpa menghilangkan aspek *storytelling* menarik. Di akhir setiap bab juga dijelaskan tujuan akhir dari setiap proses dalam desain. Seperti pada akhir bab tentang desain ditunjukkan karakter yang menyuarakan *goal* proses desain dari perspektif di luar orang desain. Di akhir bab juga disediakan opsi untuk mengetes pengetahuan yang telah didapat selama perjalanan dengan bentuk kuis pilihan ganda yang divisualisasikan sebagai pertarungan mengalahkan B.O.C.O.

UIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 10 Kuis Pilihan Ganda di Akhir Bab  
Sumber: <https://www.defeatboco.com/worlds.html>

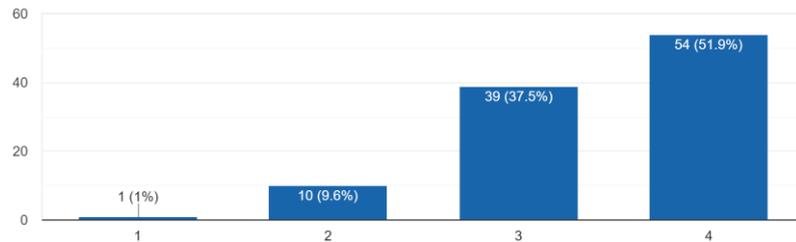
### 3.1.2 Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif yang dilakukan penulis adalah penelitian melalui platform *google forms*. Survey ini dilakukan dengan cara *purposive sampling* dan responden dari kuesioner ini adalah remaja akhir usia 18-24 tahun dari kampus dalam daerah Jabodetabek. Pada kuesioner ini penulis ingin mengetahui apa yang menjadi kecenderungan sumber stress remaja akhir, pendapat mereka terhadap media *self-improvement* dan stoikisme serta kecenderungan visual mereka. Kuesioner ini dibagi menjadi empat *section* yaitu pertanyaan mengenai kelola stress, stoikisme, media *self-improvement*, dan tentang kecenderungan visual media informasi.

Berdasarkan hasil survey yang disebar, dari 104 responden sebesar 93.3% remaja akhir adalah seorang mahasiswa dan yang menjadi permasalahan paling banyak dalam remaja akhir adalah kesulitan mengatur waktu dengan total responden yang memilih sebanyak 87 serta kekhawatiran akan nilai sebanyak 65 responden. Sebanyak 54 dari 104 responden merasa sangat khawatir dengan masa depan mereka. Untuk tingkat kekhawatiran mereka pada nilai akademis adalah total 45 dari 104 responden merasa sangat khawatir. Sementara untuk nilai kekhawatiran mereka pada *image* diri atau pergaulan, 30 responden merasa sangat khawatir. Tentang akibat dari tingkat kekhawatiran tersebut dari 104 responden, 67 memilih opsi mereka merasa

terganggu dalam mengambil keputusan, dan 53 merasa menjadi lebih pesimis, 52 merasa susah fokus, dan 46 memilih menjadi lebih emosional.

Seberapa khawatir teman-teman terhadap hidup/masa depan kalian secara keseluruhan?  
104 responses

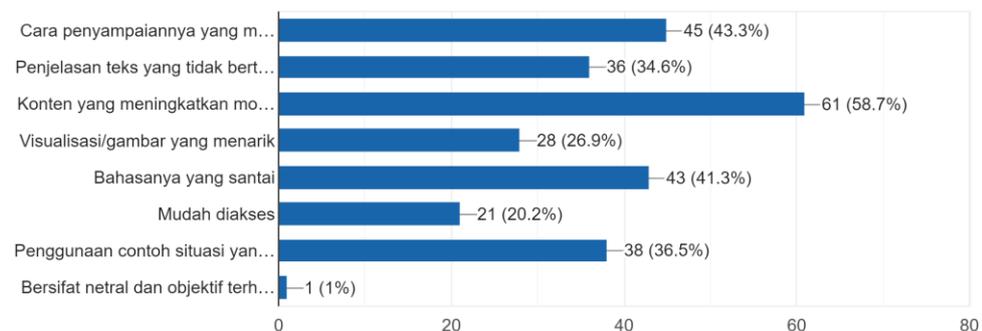


Gambar 3. 11 Survey Tingkat Kekhawatiran terhadap Masa Depan

Dari 104 responden, 54 merasa tertarik dengan media *self-improvement* dan 35 merasa sangat tertarik. Untuk alasan ketertarikan remaja akhir pada media *self-improvement*, konten yang meningkatkan motivasi dan percaya diri menjadi yang paling terpilih sebanyak 58.7% serta cara penyampaiannya yang menarik terpilih sebanyak 43.3%. Alasan terbanyak tentang mengapa media *self-improvement* kurang menarik untuk remaja akhir adalah teks yang terlalu panjang (68 responden), dan penjelasan yang bertele-tele (64 responden).

Apa yang dapat membuat teman-teman tertarik mendalami media atau buku self-improvement?  
(pilih max 3 pilihan)

104 responses

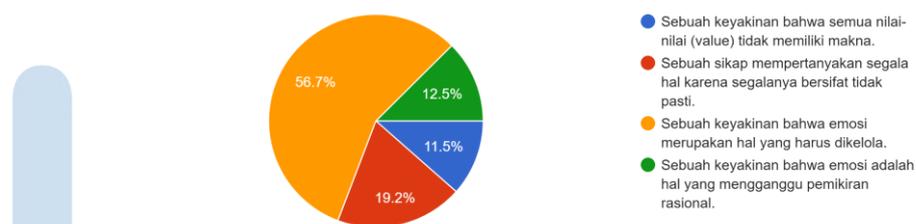


Gambar 3. 12 Survey Tingkat Minat Remaja Akhir Terhadap Media *Self-Improvement*

Mengenai tingkat ketertarikan remaja akhir terhadap filosofi, dari skala 1 hingga 4 sebanyak 50 responden memilih 3 yang berarti merasa tertarik dengan bidangnya dan 23 responden memilih 4 yang artinya merasa sangat tertarik. Saat ditanya alasan ketertarikan mereka pada filosofi sebanyak 59 responden merasa bahwa filosofi meningkatkan *creative* dan *critical thinking*, serta alasan kedua sebanyak 54 responden merasa filosofi dapat membuka perspektif baru dalam hidup.

Sebanyak 47.1% dari 104 responden merasa belum pernah mendengar istilah filosofi atau orang stoik. Saat diberikan gambar dua wajah yaitu tersenyum dan cemberut lalu ditanyakan ekspresi mana yang paling menggambarkan orang stoik, 37.5% responden menjawab ekspresi cemberut. Penggambaran seorang stoik dengan raut wajah serius merupakan sebuah miskonsepsi. 62.5% dari responden juga merasa tidak mengerti tentang stoikisme dan saat diberikan empat opsi definisi stoikisme menurut mereka, 56.7% memilih definisi yang benar.

Berdasarkan jawaban ini, menurut teman-teman yang manakah definisi stoikisme?  
104 responses



Gambar 3. 13 Pertanyaan Survei tentang Definisi Stoikisme

Dalam *section* media informasi dan visual, 64.4% responden memilih *website* sebagai media informasi yang paling sering mereka gunakan. Penyajian informasi yang menurut mereka dapat membantu mereka menyerap informasi tentang stoikisme untuk kontrol emosi remaja adalah melalui *storytelling* menarik (69 responden) dan visual yang banyak (73 responden). Dari pilihan gaya visual yang menjadi preferensi remaja akhir, 41.3% responden memilih gaya ilustrasi kartun, dan 28.8% memilih gaya

ilustrasi anime. Untuk *mood* atau *genre* yang menjadi preferensi dalam topik stoikisme ini 41.3% responden memilih *mood* komedi, 25% memilih *mood* tenang, dan 22.1% memilih *mood* semangat.

### 3.1.2.1 Kesimpulan Hasil Survey

Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan penulis kepada 104 responden berusia 18-24 tahun yang berdomisili di Jabodetabek. Dapat dilihat bahwa mayoritas dari usia tersebut adalah seorang mahasiswa. Kekhawatiran yang paling terasa oleh mereka berada pada pendidikan dan masa depan mereka. Dari kekhawatiran tersebut, paling sering berpengaruh kepada kemampuan mereka memilih keputusan sendiri. Kesulitan mengatur waktu, prokrastinasi, dan nilai menjadi permasalahan yang paling sering dialami. Tingkat kekhawatiran mereka terhadap pergaulan tidak sebanyak kekhawatiran mereka terhadap pendidikan. Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa aspek pendidikan dan masa depan menjadi konten yang *relatable* untuk mayoritas remaja akhir.

Alasan remaja akhir kurang minat dalam media *self-help* adalah karena penjelasannya yang bertele-tele dan terlalu panjang sehingga terkesan membosankan, namun mereka merasa bahwa konten yang meningkatkan motivasi menjadi alasan mereka dalam mengonsumsi media *self-improvement*. Untuk pengertian mereka dalam stoikisme, banyak yang tidak mengetahui stoikisme namun telah mengerti dasar dari cara kontrol emosi. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa cara yang tepat untuk menyampaikan stoikisme sebagai cara kontrol emosi remaja akhir adalah dengan singkat, padat, jelas dan memotivasi.

Para remaja akhir juga merasa bahwa *website* merupakan media yang paling sering digunakan untuk informasi. *Stroytelling* yang menarik dan visual banyak menjadi preferensi desain para remaja akhir dalam media stoikisme tersebut. Dengan gaya ilustrasi

*cartooney* dan genre komedi yang menyenangkan namun juga bersemangat menjadi kecenderungan visual mereka.

### 3.2 Metodologi Perancangan

Metode perancangan yang digunakan adalah teori *Human Centered Design (HCI)* dari IDEO.org (2015). Proses desain HCD adalah proses yang digunakan karena metode desain ini mengikuti kebutuhan target desain dan membantu penulis untuk mencari solusi desain dari kebutuhan target.

#### 1) *Inspiration*

Fase ini adalah fase untuk peneliti berusaha mengerti masalah dan membuka pikiran terhadap berbagai kemungkinan terhadap bermacam solusi desain untuk target hingga solusi desain media yang akan dirancang tetap mendasar pada kebutuhan kalangan remaja akhir. Fase ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data sebanyak dan mengerti lebih dalam tentang masalah desain yang dihadapi menggunakan metode-metode *inspiration* seperti *frame your design challenge*, *secondary research*, *interview*, *group interview*, *define your audience* atau *analogous inspiration*.

#### 2) *Ideation*

Dalam tahap ini, desainer mengumpulkan semua data yang telah didapat dan berusaha mengambil *insight* dari analisa masalah untuk menjadi kesimpulan solusi desain. Fase *ideation* mendorong desainer untuk menelusuri banyak ide dan *insight* dari data yang telah didapat.

#### 3) *Implementation*

Tahap ini adalah tahap desainer membawa solusi desain mereka ke lapangan dan mendapatkan *feedback* dari bermacam sumber. Dalam tahap ini penulis akan melakukan perancangan desain dan melakukan *testing* kepada target desain maupun di luar target desain. Kegiatan yang akan dilakukan dalam tahap *implementation* adalah *prototyping*, *define success*, dan *keep iterating*.