

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Metodologi Penelitian yang akan penulis pakai untuk Perancangan Kampanye *Digital* Berdasarkan Pentingnya Pengawasan Orang Tua Kepada Anak Terhadap *Gaming Addiction* adalah metode kualitatif.

##### 3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif adalah metode yang menggunakan atau mengumpulkan data yang berupa narasi, detail cerita, ekspresi, atau komunikasi langsung dengan narasumber. Pada umumnya metode ini menggunakan proses wawancara mendalam atau observasi langsung ke lapangan, untuk melihat situasi atau kondisi yang terjadi secara nyata. Dengan menggunakan metode ini, penulis dapat lebih mendalam memahami fenomena yang terjadi (Qotrun, 2021).

##### 3.1.1.1 Interview

Menurut Creswell (2014), untuk mengumpulkan data atau informasi tambahan dapat dilakukan dengan cara wawancara secara tatap muka, wawancara melalui perangkat telepon, atau diskusi kelompok. Dari ketiga metode tersebut, penulis melakukan wawancara tatap muka dan diskusi kelompok secara *online* lewat perangkat Google Meets. Wawancara pertama dilakukan bersama dengan psikolog anak dan remaja bernama Nida Khairunnissaa, M.Psi. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 26 Februari 2024 pukul 10.00 pagi via *google meets*. Wawancara ini bertujuan untuk mencari informasi mengenai dampak anak kecanduan *game online*. Kemudian, penulis melakukan *focus group discussion* dengan ketiga orang tua untuk menggali informasi serta mengetahui tingkat pemahaman mereka terhadap topik yang penulis angkat. Diskusi ini dilakukan pada tanggal 20 Maret 2024.

### a) *Interview dengan Psikolog Anak*



Gambar 3.1 Wawancara dengan psikolog Nida Khairunnisaa, M.Psi.

Penulis mewawancarai psikolog anak dan remaja, Nida Khairunnisaa, M.Psi. yang sudah berprofesi sebagai psikolog anak selama dua tahun dan berdomisili di Kepulauan Riau, Batam. Nida saat ini bekerja sebagai ketua psikologis dari perusahaan *start-up* layanan konseling Denger-inD sejak Mei 2022 sampai sekarang dan juga sebagai konsultan karir di *MyEduSolve* sejak Februari 2022 sampai sekarang. Menurut Nida, faktor lingkungan, pergaulan, fitur dalam *game* dan juga *in-game rewards* dapat mempengaruhi kecanduan *game* kepada anak. Beberapa ciri-ciri yang terlihat seperti tidak menjalani aktivitas biasanya, lupa waktu, sering bergadang, dan rasa cemas sekaligus resah secara berlebihan adalah dampak yang terlihat pada anak yang kecanduan *game*. Setelah mendapatkan jawaban tersebut, penulis menanyakan tanggapan Nida mengenai pihak mana yang lebih bertanggung jawab untuk menghindarkan seseorang dari kecanduan *game*. Nida bertanggapan bahwa tidak ada pihak manapun yang salah (pihak orang tua, anak, ataupun *game* itu sendiri). Nida menambahkan ada beberapa poin

penting dimana *game* diciptakan memang untuk sebuah hiburan personal di waktu senggang. Karena *game* yang dibuat ada kesan yang seru yang membuat anak menjadi terhubung dengan *game* tersebut. Hal ini membuat orang tua risih dengan anak mereka sendiri karena anak dianggap lebih mementingkan *game* dibandingkan keluarganya. Jika dilihat dari perspektif orang tua, pada umumnya yang mereka lakukan adalah memperhatikan *gadget* mereka. Hal ini menimbulkan faktor dimana jika ada anak mereka yang ingin meminta perhatian orang tua, orang tua sedang sibuk memperhatikan *gadget*. Melihat perilaku orang tua mereka, anak cenderung akan mengikuti apa yang dilakukan oleh orang tua mereka. Beberapa tahun lalu, Nida memiliki dua *client* yang berbeda dengan masalah yang sama. *Client* pertamanya berumur kurang lebih 18 tahun dan baru masuk kuliah. Akan tetapi, ia tidak bisa lepas dari gawainya dan alhasil sering suka begadang, terlambat untuk masuk kelas, dan juga banyaknya tugas yang tidak dikerjakan. Setelah melakukan sesi terapi selama 8 kali, Nida mendapati bahwa *client*nya kurang diapresiasi keluarganya sehingga pelariannya adalah *game*. Terakhir yang Nida dengan, *client*nya mulai kuliah lagi di jurusan dan universitas yang berbeda tentunya sudah dikurangi waktu mainnya. *Client* Nida yang terakhir adalah seorang anak SMP yang memiliki tantrum yang luar biasa parah karena perangkat-perangkatnya untuk bermain *game* seringkali disita oleh orang tuanya. Yang dilakukan Nida pada saat itu juga sesi terapi setelah orang tuanya mengatakan bahwa mereka kebingungan. Sesi terapi ini sempat mejadi pertengkaran antara ayah dengan *client* karena ketidak setujuan satu sama lain. Namun pada akhirnya, mereka semua sepakat waktu bermainnya dijadwalkan pada hari senin sampai jum'at sedangkan pada hari sabtu dan minggu diperbolehkan bermain sepuasnya. Solusi yang patut dilakukan oleh orang tua menurut Nida adalah membuat sebuah koneksi dimana

anak dan orang tua menjadi harmonis. Seperti melakukan aktivitas diluar rumah tanpa adanya *gadget* ataupun mengobrol dengan cara *sharing* cerita dan juga saling mengerti kepada satu sama lain. Jika orang tua juga ingin tau cara yang patut dilakukan, Nida juga menambahkan bahwa orang tua cenderung lebih suka untuk menghabiskan waktu mereka dengan cara *browsing* di sosial media. Karena info yang ada pada *social* media dapat dipelajari dengan mudah, cepat, dan jelas. Seperti contohnya *TikTok* yang kontennya bermacam-macam edukasinya seperti bagaimana caranya menjelaskan kepada anak dengan baik dan benar tanpa adanya emosi.

### 3.1.1.2 *Focus Group Discussion*



Gambar 3.2 FGD via *google meet* bersama para *moms*

Tanggal 30 Maret 2024 lalu, dikarenakan ada kendala secara personal, penulis meminta bantuan sahabat penulis untuk melengkapi aktivitas wawancara tersebut. Dalam proses wawancara ini, penulis menggunakan metode diskusi kelompok untuk melakukan pendekatan dan pengumpulan informasi, dan berlangsung melalui *google meet*. Pihak pertama adalah Melly yang merupakan ibu rumah tangga yang sudah memiliki 2 anak yang berusia 6 dan 8 tahun. Pihak kedua adalah Nadia seorang ibu rumah tangga yang memiliki anak berusia 2 tahun dan batita. Pihak ketiga yaitu Ista belum memiliki anak, namun sudah berencana untuk memiliki anak. Melalui diskusi kelompok ini penulis mendapatkan beberapa penemuan mengenai pemahaman mereka pada topik kecanduan game. Mereka ber 3 mengakui bahwa sudah pernah

mendengar bahwa kecanduan game dapat menyebabkan gangguan mental. Namun Nadia dan Ista belum tau secara mendalam akibat kecanduan game dalam segi kesehatan. Sedangkan Melly lebih paham, karena anaknya sendiri pernah terjangkit kecanduan game. Meskipun demikian, melly masih mencari cara bagaimana untuk menghindarkan anak-anaknya dari kecanduan game. Meskipun telah mengetahui bahwa penggunaan gadget dan game online pada anak berujung buruk, Nadia mengaku bahwa seringkali mereka tidak punya waktu untuk bermain dengan anak. Sehingga gadget diberikan kepada anak untuk membuat mereka tenang. Kembali lagi tanpa pengawasan yang tepat, anak dapat lepas kendali.

#### **3.1.1.3 Kesimpulan**

Dari hasil kesimpulan secara keseluruhan, orang tua adalah sosok terdekat anak yang dapat memberikan akses untuk memegang aktivitas permainan. Tak hanya itu, orang tua juga merupakan cerminan anak dengan apa yang mereka lakukan seperti dari cara mereka bersikap, berbicara, sampai beraktivitas. Kemudian, diketahui bahwa beberapa orang tua masih belum mengira bahwa kecanduan *game* itu sangat memprihatinkan bahkan mereka juga mengira bahwa *game addiction* adalah penyakit mental yang dimana langsung bisa ditanggulangi tanpa bantuan psikologis.

#### **3.1.2 Studi Eksisting**

Studi eksisting merupakan sebuah analisa suatu karya atau kampanye yang sudah ada dengan topik bawaan yang temanya sama. Penulis menganalisa sebuah kampanye yang pernah dilakukan sebelumnya tentang mencegah kecanduan *game online* dan juga sebuah karya infografis bahayanya kecanduan *game online* yang sudah ada yaitu Kampanye Selamatkan Anak dari Kecanduan Gawai dan juga Infografis Dampak Kecanduan *Game Online* dari artikel solopos.

a. **Kampanye Cegah Anak Kecanduan *Game Online***



Gambar 3.3 Kampanye Cegah Anak Kecanduan *Game* di Bundaran HI  
 Sumber: [https://statik.tempo.co/data/2019/11/10/id\\_887977/887977\\_720.jpg](https://statik.tempo.co/data/2019/11/10/id_887977/887977_720.jpg)

Kampanye ini diselenggarakan pada tanggal 10 November 2019 lalu di Bundaran HI saat *car free day* oleh Komnas Perlindungan Anak. Kampanye ini bertujuan untuk mengajakk orang-orang sekitar untuk mencegah anak dari kecanduan gawai sekaligus *online games*. Dalam aksi itu, terlihat ada beberapa anak-anak yang bermain *hopscotch* atau permainan jingkat. Adanya permainan jingkat dalam kampanye ini adalah untuk memperkenalkan kembali permainan tradisional untuk anak-anak sebagai media aktivitas permainan lain agar tidak selalu bergantung dengan bermain *game online*.

Tabel dibawah berikut merupakan analisis SWOT yang penulis analisa kampanye berikut.

Tabel 3.1 Tabel SWOT Kampanye Cegah Anak Kecanduan *Game Online*

<b><i>Strength</i></b>	<b><i>Weakness</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampanye ini memperkenalkan permainan tradisional kepada anak-anak.</li> <li>• Dari permainan ini, orang tua mampu untuk mendapatkan sebuah ide untuk mengganti aktivitas bermain anak.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permainan yang di kenalkan hanya semacam saja.</li> </ul>

<i>Opportunity</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anak-anak dapat merasakan serunya permainan tradisional.</li> <li>• Orang tua memiliki sebuah wawasan baru akan aktivitas alternatif untuk anak-anak.</li> <li>• Masyarakat mampu memahami bahwa kecanduan <i>game online</i> masih bisa ditanggulangi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anak cenderung mudah bosan dengan permainan yang sama.</li> </ul>

### b. Infografis Dampak Kecanduan *Game Online*



Gambar 3.4 Infografis Kecanduan *Game Online* oleh Solopos  
 Sumber: [https://images.solopos.com/2019/10/181019\\_GAME.jpg](https://images.solopos.com/2019/10/181019_GAME.jpg)

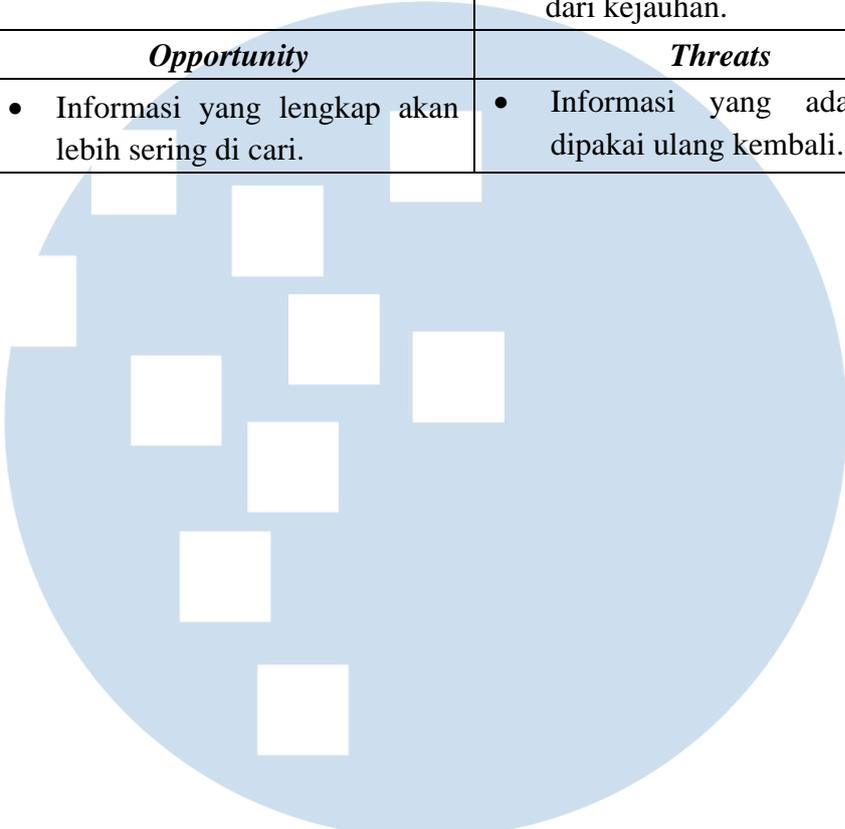
Dalam infografis tersebut, terlihat beberapa info tentang dampak fisik dan psikologis dari kecanduan *game online* dan juga tahapan terapi untuk dilakukan jika seseorang sudah terkena *gaming addiction*.

Tabel dibawah berikut merupakan analisis SWOT yang penulis analisa infografis berikut.

Tabel 3.2 Tabel SWOT infografis kecanduan *game online*

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Info yang ada pada infografis tersebut sangat spesifik.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Walaupun spesifik, penempatan pada informasinya tersebut</li> </ul>

	tidak sama sekali <i>visiblilitynya</i> dari kejauhan.
<b><i>Opportunity</i></b>	<b><i>Threats</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi yang lengkap akan lebih sering di cari.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi yang ada dapat dipakai ulang kembali.</li> </ul>



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.2 Metodologi Perancangan

Metodologi perancangan yang dipakai penulis dalam Perancangan Kampanye *Digital* Berdasarkan Pentingnya Ikatan Emosional Orang Tua Kepada Anak untuk Menghindari *Gaming Addiction* adalah buku yang berjudul *Advertising by Design Second Edition* (2010) yang ditulis oleh Robin Landa. Landa berpendapat bahwa tahapan untuk membuat sebuah proyek ada 6 fase yakni, *overview, strategy, ideas, design, production, dan implementation* (2010).

#### 1) *Overview*

Setelah mendapatkan beberapa info tambahan dengan mewawancarai beberapa pihak narasumber orang tua dan psikolog dan juga mempelajari hasil dari studi eksisting, penulis mengumpulkan beberapa kata kunci yang mendukung dalam pembuatan karya kampanye *digital* diperuntukan bagi orang tua untuk dikembangkan kedepannya atau membuat sebuah hal baru.

#### 2) *Strategy*

Strategi yang penulis gunakan adalah untuk meyakinkan orang tua untuk mendekati diri dengan anak secara emosional supaya anak tidak sepenuhnya bergantung kepada pelariannya, *game online*.

#### 3) *Ideas*

Ide yang penulis angkat adalah mengembangkan solusi masalah dari topik yang penulis angkat. Disini, penulis akan membuat sebuah *mind mapping*, beberapa catatan kecil, dan juga melakukan *review* dari hasil *FGD* terhadap opini orang tua tentang *gaming addiction*.

#### 4) *Design*

Pada tahap awal mendesain karya kampanye *digital*, penulis membuat beberapa sketsa kecil dan penentuan dari segi *asset* karya seperti logo, tipografi, warna, dan karakter.

5) ***Production***

Karya yang sudah penulis selesaikan nanti akan penulis buat *prototype* awalnya untuk dilihat bagaimana *feedbacknya* yang diberikan oleh para pengguna dan juga seberapa efektif kampanyenya sebelum diimplementasi.

6) ***Implementation***

Setelah diimplementasi, penulis pastinya mendapatkan banyak sekali *feedback* dari *prototype* yang sudah dibuat. Hal ini dapat mendorong penulis untuk memperbaiki karyanya pada bagian yang masih kurang.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA