

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metodologi yang diterapkan penulis untuk mendapatkan data adalah *Mixed Method*. Menurut Creswell & Creswell (2018) metode campuran menggabungkan antara metode penelitian kualitatif yang bersifat *open ended* dan metode kuantitatif yang bersifat *close ended*; sehingga data yang didapatkan bisa lebih akurat dan karena mengoptimalkan kelebihan dari gabungan kedua metode tersebut. Tahapan kualitatif dalam metode ini adalah; studi eksisting, wawancara terhadap ahli dan korban kekerasan dalam hubungan. Kemudian proses kualitatif dilakukan dengan pengumpulan data melalui kuesioner *Google Form*.

3.1.1 Metode Kualitatif

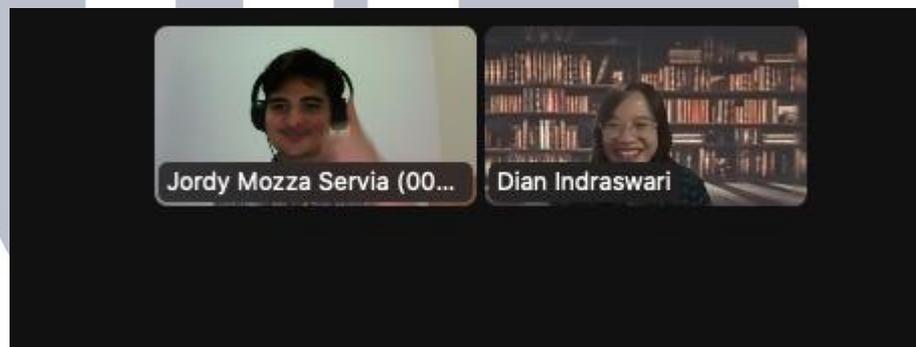
Proses yang penulis lakukan dalam mendapatkan data kualitatif adalah dengan melakukan wawancara dengan berbagai narasumber, yaitu wawancara terhadap ahli untuk memahami isu dari sudut pandang profesional, wawancara terhadap korban narsis, orang awam dan juga untuk mendapatkan pemahaman dari sisi pelaku; wawancara dengan penderita *narcissistic personality disorder*.

3.1.1.1 Wawancara

Interview akan dilakukan terhadap Yosephine Dian Indraswari, S.PSI., M.PSI, selaku direktur eksekutif Yayasan Putih yang akan dilakukan pada 27 september. Kemudian wawancara yang akan dilakukan secara *online* dengan aplikasi *Zoom* terhadap koban akan dilakukan kepada; Grace Shenandoah, Salma Aditi, Vania Saffanah, Siti Amanda Kusumawati, dan robi tsani akan dilakukan pada 4 Oktober, sedangkan interview dengan Kaludius Bengoteku sebagai orang awam akan dilakukan secara tatap muka pada tanggal 5 Oktober.

1) *Wawancara* dengan Dian Indraswari, S.PSI., M.PSI,

Wawancara bersama Dian Indraswari dilakukan pada 27 September 2023 secara daring menggunakan aplikasi Zoom pada pukul 19.00 WIB. Beliau merupakan psikolog dan merupakan direktur eksekutif Yayasan Pulih yang menangani permasalahan kesehatan mental dan secara spesifik terkait isu; kekerasan dalam hubungan dan penyembuhan trauma.



Gambar 3.1 Wawancara bersama Yosephine Dian Indraswari, S.PSI., M.PSI

Melalui wawancara; diketahui bahwa isu kekerasan dalam hubungan kian memuncak. Kasus tercatat di Indonesia mencapai 3000, namun angka ini tidak menggambarkan keseluruhan kasus. Kasus biasanya dilaporkan saat sudah ada kekerasan fisik; sedangkan menurut beliau tanda – tanda kekerasan umumnya sudah terlihat dalam ranah komunikasi dan bersifat gradual dan kekerasan itu sendiri dapat berbentuk manipulasi psikologis.

Dalam hubungan seperti ini umumnya terjadi kesetimpangan kuasa, yaitu terdapat sisi yang lebih dominan dan mengontrol sedangkan pasangannya harus terpaksa kehilangan kontrol akan diri secara mendalam. Dalam hal ini pelaku umumnya sudah mengetahui titik lemah dan sudah menanamkan insecurities demi pengambilan kontrol kendali diri korban secara keseluruhan kemudian agar korban bergantung pada dirinya, sehingga korban merasa tidak berdaya dan merasa sulit keluar dari hubungan itu

Segala perlakuan pelaku dapat membuat korban goyah dan lemah secara mental sehingga sukar lepas dari jeratan hubungan tersebut karena rasa ketidak berdayaan nya. Dalam hal ini, lingkungan sosial korban juga berperan sangat penting; lingkungan bisa saja memperparah maupun membantu korban secara signifikan. Lingkungan yang tidak mengerti bisa membuat permasalahan dan keterikatan korban dengan pelaku semakin parah; korban bisa saja disalahkan karena berbagai bias orang sekitar, seperti dirasa kurang bersyukur, banyak ingin dan berbagai tekanan sosial lainnya, sehingga korban semakin merasa sendiri dan menarik diri.

Secara berkesinambungan juga pelaku ingin dan akan menjauhkan korban dari koneksi sosial, seperti; teman. Keluarga dan orang terdekat. Sedangkan lingkungan yang dapat membantu korban secara efektif adalah lingkungan yang memahami betul isu yang dialami (bahkan bisa mengedukasi korban), orang sekitar kemudian berperan sebagai pendamping. Intervensi juga dilakukan dengan struktur yang harus tepat dan tidak sembarangan, karena langkah yang salah bisa saja membahayakan korban maupun orang lain, beberapa larangan antara lain; jangan langsung intervensi terutama di depan pelaku, bicaralah dengan korban di tempat dan waktu yang aman, ajak korban berbicara dan dengarlah korban, edukasi korban apabila memang dirasa perlu, kemudian tunggulah persetujuan korban terhadap keputusan yang akan diambil (harus sesuai keputusan korban), kemudian bila korban sudah setuju, rujuklah korban kepada ahli sesuai keadaan.

Terdapat banyak ahli yang dapat menangani kasus dari berbagai perspektif, antara lain; psikolog sebagai sarana konseling, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak

(PPPA), Komnas perempuan dan bantuan legal lainnya. Informasi akan isu sangat penting untuk ditanamkan pada korban dan khalayak umum, namun beliau setuju bahwa informasi terkait isu yang tersedia umumnya tidak efektif menggapai kaula muda karena berbentuk; jurnal penelitian, video edukasi dan konten yang terlalu banyak tulisan dan tidak menarik.

2) *Wawancara* kepada Korban Kekerasan Narsis Berinisial RA

Wawancara kedua terhadap korban dilakukan secara daring melalui *direct message* Instagram, kepada saudari RA sebagai korban kekerasan narsis selama bertahun-tahun. Dalam wawancara ini penulis belajar bahwa awalnya pelaku terkesan dan berlaku sangat baik dan ideal. Kemudian hal ini membuat korban percaya dan memutuskan untuk cepat – cepat menikah (2 bulan setelah berkenalan). Keputusan ini juga dipicu oleh trauma korban akan hubungan sebelumnya yang kandas walaupun sudah kenal lama dengan mantan nya.

Setelah menikah, perlakuan pelaku menjadi sangat kasar dan pelaku menyakiti korban secara verbal dan psikis hingga dilakukan di depan anak mereka. Kontrol dan kekerasan tidak hanya terjadi secara verbal, seluruh hidup korban dibatasi dan dikontrol, tidak boleh berteman, tidakizinkan bekerja dan tidak diperbolehkan melakukan hal lain selain merawat pelaku; pengaruh buruk dirasakan korban dari mulai kehilangan lingkungan sosial, kesempatan karir, tidak terawat hingga hampir depresi. Penulis kemudian mendapatkan *insight* bahwa pemahaman korban akan siapa yang sedang dihadapinya sangatlah penting.

Korban masih menetap karena merasa saying dan takut anaknya tidak mendapatkan figure ayah, namun. Setelah terekspos

informasi mengenai narsisme dari seorang ahli; korban langsung mengambil tindakan datang ke psikolog dan mendapatkan penanganan yang di butuhkan hingga akhirnya lepas dari jeratan kekerasan. Dalam aspek perancangan penulis mendapatkan masukan bahwa media sosial seperti tiktok dan Instagram menjadi wadah yang baik untuk penyebaran informasi terhadap korban. Korban juga berpesan agar informasi tidak rumit, dan membahas upaya dan cara manipulasi pelaku dan korban ingin mengetahui alasan pelaku melakukan.

3.1.1.2 Studi Eksisting

Studi eksisting penulis lakukan terhadap beberapa media yang dianggap memiliki pola serupa maupun potensi informasi yang dapat dipergunakan terhadap metode perancangan kampanye interaktif mengenai narsisme.

1) *Black Mirror: Bandersnatch*



Gambar 3.2 *Bandersnatch* (2018)
Sumber: *Netflix* (2018)

Bandersnatch merupakan tayangan media interaktif, di mana penonton dapat menentukan jalan cerita dari masing-masing karakter. *Black Mirror: Bandersnatch* mengisahkan kehidupan programmer muda bernama Stefan Butler dan ambisinya dalam menciptakan game berjudul *Bandersnatch*. Stefan pun memulai proyek besarnya ini dengan bantuan perancang game

terkenal, Collin Ritman. Pemirsan akan disuguhkan dengan sesi pilihan yang harus diputuskan dalam 10 detik dan pilihan pemirsa akan mempengaruhi skenario dan menentukan alur dan *ending* seperti apakah yang akan dialami oleh karakter tersebut. Film ini memiliki kesamaan dengan konsep cerita interaktif yang akan penulis buat, sehingga menjadi objek studi eksisting.

Tabel 3.1 SWOT Eksisting

	<i>Black Mirror: Bandersnatch</i>
<i>Strength</i>	Bandersnatch memiliki konsep yang menarik dan terbilang baru dalam penyampaian narasi. Desain UI cukup simple dan <i>user friendly</i> sehingga cocok dinikmati untuk orang awam/secara mainstream tanpa kehilangan makna cerita inti.

U M N
 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

<p><i>Weakness</i></p>	<p>Percabangan cerita terlalu banyak. Walaupun gagasan utama cerita tetap tersampaikan, namun cerita lebih fokus kepada aspek pilihan dan interaksi ketimbang pendalaman karakter dan <i>world building</i>. Sehingga banyak pertanyaan yang tidak terjawab.</p>
<p><i>Oppurtunities</i></p>	<p>Konsep cerita/<i>series</i> interaktif cenderung baru dan menarik. Pengguna diajak berkontribusi dalam cerita sehingga imersi lebih dalam, dengan hadirnya film ini orang – orang diperkenalkan dengan media cerita interaktif sehingga kedepannya orang – orang akan lebih mudah menerima konten dengan penyampaian serupa. Popularitas serial <i>Black Mirror</i> sebagai seri Netflix <i>Top of Mind</i> juga membuat popularitas <i>bandersnatch</i> cukup melonjak dan potensi produksi konten serupa meningkat.</p>

<p><i>Threat</i></p>	<p>Konsumen yang hanya ingin menonton saja mungkin akan cepat bosan dan malas melakukan interaksi dengan media, apalagi film ini memiliki banyak ending sehingga penonton harus mencoba berulang – ulang, kemungkinan orang hanya tertarik di awal namun tipe pengguna <i>switcher</i> akan beralih dan tidak mendalami semua cerita yang di suguhkan. Produksi seri baru secara cepat juga membuat pengguna kemungkinan memilih untuk menonton narasi yang <i>linear</i> dan tidak terlalu memakan waktu dan pikiran.</p>
----------------------	--

3) Mars met Venus



Gambar 3.3 Mars Met Venus (2017)
Sumber: Netflix (2017)

Mars *Met Venus* adalah film yang di edarkan pada tahun 2017; mengisahkan antara laki – laki dan perempuan dalam menyatukan diri dan menjalin sebuah hubungan yang kental *stereotype* sosial *gender*. Film ini di edarkan pada tahun 2017. Kesamaan yang terdapat pada film ini dengan teknik penyampaian karakter penulis terdapat pada pembagian cerita menjad dua film yang masng-masing diceritakan dalam perspektif laki – laki dan perempuan dan juga membahas tentang hubungan.

Tabel 3.2 SWOT Eksisting

	Mars met Venus
<i>Strength</i>	Konsep cerita terbilang unik, film juga dapat menyampaikan cerita dan karakter secara mendalam. Selain itu cerita komedi juga membuat film ini menjadi mudah untuk dinikmati dengan santai sembari membahas isu antar hubungan berpacaran.

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

<p><i>Weakness</i></p>	<p>Karena ini adalah cerita komedi, maka isu tidak bisa di bahas terlalu dalam, dan cerita harus terfokus menuntun tiap skenario menuju <i>punchline</i> komedi. Selain itu part cowok terkesan hanya menjadi penambah cerita saja dan lebih condong kearah komedi. Penokohan juga sangat mengikuti stereotipe sehingga walaupun cerita mencoba mengupas perspektif karakter namun tetap terasa sedikit tidak substansial dan mewakili kenyataan.</p>
<p><i>Oppurtunities</i></p>	<p>Konsep cerita unik yang membahas permasalahan umum, yaitu dinamika berpacaran menjadi premis yang sangat menarik bagi khalayak umum. Sehingga dapat menjadi bahan perbincangan dan engagement akan cukup tinggi.</p>

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

<i>Threat</i>	<p>Penggambaran antar perspektif bisa saja menyinggung atau malah memperdalam stereotipe yang ada walaupun berniat untuk mengupas isu, karena tetap dalam kaca mata komedi sehingga karakter harus bertingkah konyol.</p> <p>Selain itu penonton bisa saja hanya menonton satu film dan tidak memahami narasi secara penuh</p>
---------------	--

3.1.1.2 Studi Refrensi

Studi refrensi penulis lakukan terhadap media yang dianggap menginspirasi;

1) *Eva Stories*

Eva Stories berjalan atas inisiasi Mati Kochavi, pegiat teknologi asal Israel bersama putrinya Maya Kochavi. *Eva Stories* dirilis sebagai upaya pengenalan Holocaust sekaligus menjadi bagian Hari Peringatan Holocaust di Israel yang diperingati pada 1 hingga 2 Mei 2019 kepada generasi muda.

Narasi menceritakan Eva Heyman pada masa 1944. Dia mencatat aktivitasnya bersama dengan saudara, sahabat, kekasih, hingga saat menjadi bagian dari 400 ribu Yahudi yang dideportasi ke kamp 'kematian' Auschwitz.

Setiap narasi dalam *Eva stories* berdurasi sesuai dengan batasan durasi *reels* ataupun *story* Instagram; sehingga

konten tetap mudah di cerna dan dapat menangkap perhatian pengguna sebelum mereka bosan. Aspek menarik yang penulis jadikan acuan juga cara penyampaian cerita yang imersif; media disampaikan seolah nyata sehingga pemirsa benar – benar dapat membayangkan dan mengkonsepsikan Eva dan ceritanya sebagai bagian dari kehidupan nyata yang terjadi. *Eva stories* juga menunjukkan sedikit banyak interaktivitas menggunakan fitur instagram, seperti fitur *yes/no*, *question*, dll.



Gambar 3.3 Eva Stories (2017)
Sumber: Instagram (2017)

2) Gillette #TheBestMenCanBe

Kampanye sosial Gillette *#TheBestMenCanBe* untuk melawan *Toxic Masculinity*, di luncurkan pada tahun 2019.

Kampanye mencoba melawan stigma akan kiasan “*boys will be boys*” dengan perkataan “*be better*”. Kampanye ini

cukup menuai kontroversi dan mendapatkan banyak sekali *dislike*, namun secara bersamaan hal ini membuat banyak orang membahas tentang Gillette hingga kemudian membuat kampanye ini disebar di twitter sebanyak 300.000 kali dan akhirnya mendapatkan *like* sebanyak

600.000 kali. Hal yang penulis pelajari dari kampanye ini adalah usaha untuk merubah perspektif dan cara pikir orang lain dengan memberikan iklan cerita untuk memberikan contoh.

3.1.1.3 Kesimpulan

Penulis mempelajari dan mempertimbangkan media interaktif dengan judul *Bandersnatch* karena merupakan sebuah media interaktif *story telling* yang sama dengan hal yang penulis buat, namun berdasarkan studi kasus yang dijabarkan, penulis juga belajar apa saja yang lebih baik tidak di lakukan. Yaitu terlalu mengutamakan shock factor tanpa mednalami karakter, terlalu berbelit atau rumit. Penulis juga melakukan kajian terhadap *Mars Met Venus* yang memiliki konsep serupa dengan perancangan penulis; dari kajian tersebut penulis akan mencoba menggambarkan karakter sesuai kenyataan dibandingkan stereotipe. Selain itu, penulis mengambli refrensi dari *Eva Stories*, yaitu; format penyampaian cerita dengan post Instagram, dan interaktivitas menggunakan fitur Instagram, lalu penulis mengambil contoh kampanye Gillette dalam memberikan himbauan lewat cerita, rangkuman yang penulis pelajari antara lain:

- 1) Kekerasan umumnya terjadi pada hubungan berpasangan dengan pola prilaku narsistik berlebih, dengan kontrol dan agresivitas.
- 2) Korban dapat terjerat hubungan narsis karena belum memahami standar hubungan yang baik dan ciri – ciri orang *toxic*.
- 3) Korban terjerat dan tidak keluar dari hubungan karena masih merasa sayang dan percaya terhadap pelaku dan yakin akan berubah.
- 4) Korban tidak sadar sedang dimanipulasi maupun bingung membedakan yang mana manipulasi yang mana bukan, hal ini membuat korban berpegang atas imaji dan manipulasi manis di awal hubungan.

- 5) Kekerasan dan manipulasi tidak hanya terjadi dan berpengaruh atas korban namun juga lingkungan sosial.
- 6) Pengetahuan korban mengenai kekerasan narsis menjadi hal yang sangat penting dalam mengambil keputusan untuk lepas dari hubungan buruk
- 7) Pengetahuan dan dukungan lingkungan sosial juga menjadi hal yang sangat penting dalam proses kebebasan korban.
- 8) Prosedur dan tata cara yang tepat dalam membantu korban diperlukan dan tidak bisa sembarangan, hindari melakukan intervensi secara langsung dan lebih baik melakukan edukasi/dukungan.
- 9) Informasi yang tersedia di rasa kurang efektif dalam aspek penyampaian dan penyebaran.
- 10) Interaktivitas harus diimplementasikan tanpa mengurangi kualitas kedalaman karakter dan cerita.
- 11) Pemberdayaan media sosial untuk jangkauan audiens yang lebih luas bersamaan dengan kelebihan fitur interaktivitas IG dapat menjadi medium yang menjanjikan.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap sampel dalam jenjang umur 16 hingga 30 tahun. Kuesioner disebarkan dengan target 100 sampel responden dan telah mendapatkan 101 responden, berikut kesimpulan data yang di dapatkan;

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

Tabel 3.3 Kuesioner

1 = Sangat tidak setuju		
2 = Tidak setuju		
3 = Cukup tidak setuju		
4 = Cukup setuju		
5 = Setuju		
6 = Sangat setuju		
Pertanyaan	Pilihan	Presentase dan jawaban
Usia	16 – 20	25,7%
	21 – 25	67.5%
	26 – 30	10%
	.>30	2%
Jenis Kelamin	Perempuan	71.3%
	Laki – laki	28.7%
Status	Berpacaran	30.7%
	Menikah	7.9%
	Single	61.4%
Pendapatan	< Rp 1.000.000,00	26.7%
	Rp 1.000.000,00 Rp - 2.000.000,00	17.8%
	Rp 2.500.000,00 – Rp 3.500.000,00	21.8%

	Rp 4.000.000,00 – Rp 6.000.000,0	18.8%
	Rp 6.500.000,00 – Rp 7.500.000,00	7.9%
	> Rp 7.500.000,00	6.9%
Domisili	Jakarta	29.7%
	Bogor	6.9%
	Depok	6,9%
	Tangerang	39.6%
	Bekasi	5.9%

Apakah anda pernah mengetahui istilah tersebut?	Ya	43.6%
	Tidak	16.8%
	Pernah dengar tetapi tidak tahu arti	37.7%
	Pernah menjumpai tetapi tidak tahu istilah	6.9%
Seberapa tahukah anda mengenai isu tersebut?	1	8.9%
	2	17.8%
	3	21.%
	4	29.7%
	5	15.8%

	6	5.9%
Apakah anda mengetahui istilah taktik berbagai yang digunakan oleh narcissist?	Gaslighting	71.3%
	Idealize, devalue & discard	19.8%
	Love Bombing	53.5%
	Amplification	7.9%
	DARVO (Deny, Attack, and Reverse the Victim and Offender)	24.8%
	Coercion (general ataupun sexual)	17.8%
	Triangulation	8.9%
	Emotional Blackmail	33.7%
	Gatekeeping	19.8%
	Superficial charm	6.9%
	Guilt Trip	39.6%
	Inappropriate Restrictions	10.9%
	Objectifying	22.8%
	Reactive Abuse	16.8%
Flying Monkey	5%	
The Black Sheep and the Golden Child	5.9%	

	Infantilize	5%
	Brainwashing	36.6%
	Divide and conquer	4%
	Breadcrumbing	5%
	Negative Reinforcement	10.9%
	Covert Aggressive Abuse	4%
	Smear campaign	6.9%
	Hoovering	2%
	(Pilih ini bila anda mengklik opsi” diatas tapi hanya pernah dengar dan tidak tahu arti)	10.9%
	Tidak tahu sama sekali	8.9%
Bila ada yang diketahui; dari manakah anda mengetahui informasi tersebut?	Buku	1%
	Online post	41.6%
	Artikel	23.8%
	Video	21.8%
	Jurnal	2%
	Tidak pernah tahu	9.9%
Apakah media yang tersedia di web (buku,	1	3.0%
	2	15.8%

jurnal penelitian, artikel dan video) mengenai isu narsisme sudah disajikan dengan relevan dan mudah dicerna?	3	26.7%
	4	26.7%
	5	18%
	6	9.9%
Apakah media yang tersedia di web (buku, jurnal, artikel dan video) mengenai isu narsisme sudah efektif menggapai khalayak umum?	1	%
	2	21.8%
	3	39.6%
	4	16.8%
	5	9.9%
	6	6.9%

Pengalaman pribadi		
Apakah anda pernah mengalami manipulasi/kekerasan tersebut?	Ya	30.7%
	Tidak	22.8%
	Curiga tetapi tidak yakin	46.5%
Bila ya/Mungkin, apakah yang anda lakukan?	Mencari pertolongan	4%
	Bercerita/curhat	41.6%
	Diam dan menerima saja	19.8%
	Melawan balik/menjadi konflik	9.9%

	Menarik diri dari lingkungan sosial	13.9%
Apakah anda saat itu menyadari sedang berada dalam hubungan narsistik?	Ya	19.8%
	Tidak	28.7%
	Curiga	41.6%
	Tidak, dan sudah yakin tidak mengalami	9.9%

Pengalaman orang terdekat		
Apakah teman/orang terdekat anda pernah mengalami manipulasi/kekerasan tersebut?	Ya	41.6%
	Tidak	6.9%
	Mungkin	51.5%
Bila ya/Mungkin, apakah yang teman anda lakukan? *isi dengan "-" bila tidak pernah mengalami	Mencari pertolongan	10.9%
	Bercerita/curhat	55.4%
	Diam dan menerima saja	12.9%
	Melawan balik/menjadi konflik	5.9%
	Menarik diri dari lingkungan sosial	8.9%
	Ya	28.7%

Apakah teman/orang terdekat saat itu menyadari sedang berada dalam hubungan narsistik?	Tidak	29.7%
	Curiga	38.6%
	Tidak, dan sudah yakin tidak mengalami	3%
Bagaimanakah reaksi anda sebagai orang terdekat?	Mencoba mendengar	44.6%
	Mencoba menolong	32.7%
	Acuh tak acuh	5%
	Tidak tahu harus apa	14.9%
Efek buruk jangka panjang apakah yang anda ketahui dapat dialami korban? *pilih sesuai pengetahuan anda	Post-traumatic stress disorder (PTSD)	51.5%
	Major depressive disorder	31.7%
	Generalized anxiety disorder	33.7%
	Stress induced brain damage, menciutnya hippocampus, dan membesarnya amygdala	15.8%
	Short term memory loss	22.8%
	Isolasi sosial	45.5%
	Krisis identitas dan rendah diri	51.5%
	Repeated cycle of abuse (keadaan tidak stabil)	18.8%

	mengundang abuser lain)	
	Tidak tahu sama sekali	12.9%

Apakah menurut anda kesadaran mengenai isu tersebut penting diketahui?	1	1%
	2	0%
	3	2%
	4	2%
	5	33.7%
	6	61.4%
Apakah anda berkeinginan mendukung diri terkait isu?	1	0%
	2	0%
	3	5%
	4	10.9%
	5	30.7%
	6	53.5%
Apakah anda berkeinginan mendukung korban terkait isu?	1	0%
	2	0%
	3	5%
	4	15.8%
	5	29.7%
	6	49.5%

Apakah anda setuju bahwa korban yang terjerat membutuhkan intervensi sosial?	1	0%
	2	2%
	3	5%
	4	8.9%
	5	28.7%
	6	55.4%
Apakah Anda setuju bahwa pengetahuan korban dan orang terdekat korban mengenai taktik manipulasi yang dialami dapat mempermudah komunikasi permasalahan korban kepada orang sekitar?	1	%
	2	1%
	3	4%
	4	6.9%
	5	34.7%
	6	53.5%

Perancangan Media		
Apakah Anda pernah melihat kampanye terstruktur mengenai isu narcissistic abuse di Indonesia?	Ya	27.7%
	Tidak	59.4%
	Pernah tapi tidak detail	12.9%

Bila pernah dimanakah platform anda terekspos kampanye tersebut?	Media konvensional (Majalah, koran, buku, banner, poster dll)	4%
	Media digital (Iklan televisi, radio, web banner dll)	7.9%
	Media sosial (Instagram, twitter, facebook, dll)	34.7%
	Tidak pernah	53.5%
Media sosial apa yang sering anda digunakan untuk mendapatkan informasi? (Boleh pilih lebih dari 1, max 3).	Instagram	82.2%
	X (Twitter)	55.4%
	Facebook	5%
	Youtube	39,6%
	Whatsapp	22.8%
	Tik - tok	60.4%
Media interaktif apa yang sering anda gunakan?	Digital (Aplikasi handphone, game digital, interactive web series dll)	66.3%
	Interaksi Fisik (Board game, card game, toys, dll)	6.9%

	Hybrid/transmedia (campuran keduanya; Social media filter, virtual reality, dll)	26.7%
Informasi terkait isu narcissistic abuse	Definisi, tipe dan seluk beluk narsisme	66.3%
apakah yang ingin anda ketahui? (maks pilih 3)	Berbagai taktik eksploitasi dan manipulasi yang digunakan oleh narcissist	69.3%
	Kiat penyembuhan psikis pasca kekerasan narsis	48.5%
	Membangun komunikasi dan persuasi yang efektif terhadap korban/orang terdekat agar lepas dari jeratan narsis	37.6%
	Metode melindungi diri dan orang sekitar dari manipulasi narsis	59.4%
Interaktivitas seperti apakah yang menarik menurut anda? (Maks pilih 2)	Surprise, inspiration & fun	44.6%
	Achievement & collection	28.7%

	Status, influence & acceptance	32.7%
	Contact, communication & connections	66.3%
Antarmuka informasi seperti apakah yang efektif untuk anda?	Banyak gambar sedikit text	52.5%
	Banyak teks sedikit gambar	7.9%
	Jumlah teks dan gambar setara	56.4%
Penyampaian informasi seperti apakah yang efektif dan anda pahami	Informasi diberikan secara naratif	72.3%
	Informasi sporadis/terpencar	13.9%
	Informasi tersusun dan runut	77.2%
	Informasi ditemukan secara acak	6.9%
Gaya bahasa apa yang anda sukai?	Formal	18.8%
	Informal	81.2%
Berapa lamakah biasanya waktu yang anda luangkan untuk bermain gadget/game/toys dan objek media interaktif	<1 jam	7.9%
	2 - 3 jam	23.8%
	4 - 5 jam	34.7%

lainnya dalam 1 hari? (Mohon menjawab dengan jujur)	7 - 8 jam	19.8%
	8 - 10 jam	8.9%
	>11 jam	5%
Gaya desain mana yang efektif untuk anda?	Foto & tulisan	%
	<i>Material Design</i> (dominan tulisan yang dibagi dengan komponen layout flat dan warna)	11.9%
	Illustrative UI (Ilustrasi/ <i>vector flat</i> dan tulisan)	48.5%
	<i>Experimental</i> (tulisan dengan visualisasi objek pendukung yang kontemporer/experimen tal/dengan <i>digital imaging</i>)	19.8%
	Neumorphic & <i>sterile</i> (<i>3 dimensional plastic texture</i>)	5.9%

Responden terbanyak adalah wanita dengan rentang usia 21 hingga 25 dan bersomsili di Tangerang, sebanyak 39.6% kemudian Jakarta 29.7%. Umumnya responden memiliki status lajang; 61.4%, kemudian 30.7% berpacaran dan 7.9% sudah menikah. Pembagian pendapatan responden adalah; 33,3% responden memiliki pendapatan di bawah 1 juta, 17.8% responden pada kisaran 1 hingga 2 juta, 21.8% responden 2,5 juta hingga 3,5

juta, kemudian 4 juta hingga 6 juta sebanyak 18,8%, 6,5 juta sampai 7,5 juta 7,9% dan terakhir di atas 7,5 juta sebanyak 6,9%. Dalam pertanyaan untuk mengetahui apakah responden pernah mengetahui istilah didapati bahwa cukup banyak yang mengetahui, yaitu sekitar 43.6%, dan 37.7% responden juga merasa pernah menjumpai namun tidak mengetahui istilah. Namun pada pertanyaan kedalaman pengetahuan, kebanyakan baru menjawab “cukup tahu”, dan 17.8% lumayan tidak tahu.

Kebanyakan dari responden (41.6%) terekspos informasi lewat *post* media sosial. Penulis kemudian mempertanyakan apakah media yang tersedia seperti buku dan video sudah cukup efektif, dan rata – rata menjawab sedikit efektif (26.7%) dan sedikit kurang efektif (26.7%). Kemudian untuk keterjangkauan media terhadap khalayak umum rata – rata menjawab kurang efektif (39.6%) dan tidak efektif (21.8%). Dalam pertanyaan untuk mengetahui berbagai taktik manipulasi; hanya *gaslighting* (71.8%) dan *love bombing* (53.5%) yang terlihat dari presentase dikenal oleh responden sedangkan 10% menjawab hanya pernah mendengar tapi tahu arti. Pada pertanyaan pengalaman pribadi; 30,7% merasa pernah mengalami, kemudian 46.5% responden merasa curiga namun tidak yakin. Umumnya orang – orang memutuskan untuk bercerita (41.6%), mereka memilih bercerita untuk melepas penat dalam hubungan tersebut dan mendapatkan validasi. Mereka merasakan berbagai efek samping dalam hubungan narsis yang mempengaruhi kualitas persepsi diri, kemudian dalam hubungan tersebut mereka merasa tidak di dengar dan di intimidasi, namun umumnya mereka tetap melanjutkan hubungan dengan pelaku karena berbagai alasan hingga mereka akhirnya mereka tidak kuat.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Apakah alasan terhadap keputusan tersebut, dan apakah yang anda rasakan saat sedang menjalani? (mohon jabarkan secara mendalam)

101 responses

Saya melakukan tahapan-tahapan yang banyak itu untuk membuat saya tidak stres. Saya tidak mampu menghadapi dan memendamnya sendiri. Jadi, ketika mengalami kekerasan tersebut, biasanya saya curhat dan mencari validasi dari sahabat-sahabat saya terutama yang punya pengalaman yang sama. Ada kalanya ketika mengalami hal tersebut saya melawan. Meskipun akhir dari perlawanan tersebut menghasilkan kepahitan dan amarah yang terpendam karena merasa tidak didengar, yang akhirnya membawa kepada diam saja. Beberapa hal tersebut seperti siklus, tergantung kesanggupan dan kemauan saya saat sedang mengalami itu.

merasa aneh karena dapat kelakuan seperti itu

kalo bercerita sama orang jauh lebih lega, it makes me feel sane knowing the fact that sometimes im not crazy / on the wrong side.

Trauma dari masa kecil yang membuat diri saya secara otomatis membela diri dan melawan orang tua

Diri sendiri tidak mampu menyelesaikan sendiri

Karena jika dibiarkan hal tersebut dapat semakin menyakiti diri saya sehingga saya dapat bercerita/curhat untuk melihat dari pandangan lain dan untuk mendapatkan dukungan. Ketika saya memiliki dukungan dari

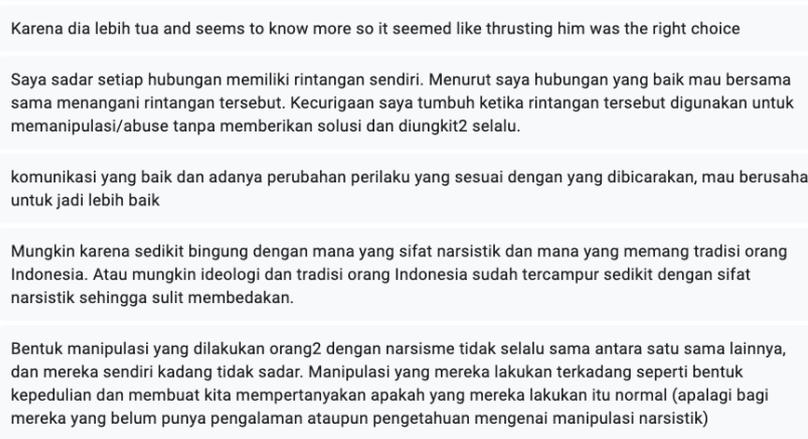
Gambar 3.16 Alasan Terhadap Keputusan Bagian 3

Umumnya yang pernah mengalami akan merasa rendah diri dalam hubungan dan merasa dirinya salah/yang tidak waras. Kemudian ada yang mengatakan bahwa dirinya dijauhkan dari lingkungan sosial, kemudian beberapa menjawab tidak pernah merasakan. Dalam pertanyaan untuk mengetahui apakah orang-orang menyadari mereka berada dalam hubungan narsistik; didapati sebanyak 41.6% menjawab curiga, 19.8% responden menjawab ya, 28.7% kemudian 9.9%. responden memilih tidak, dan yakin tidak mengalami

U M N
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

Bila tidak menyadari, apakah menurut anda alasan akan ketidak sadaran ini? (Isi dengan "-" bila yakin tidak mengalami)

101 responses



Gambar 3.18 Alasan Pengambilan Keputusan

Responden umumnya merasa curiga, namun masih ingin berpikir positif, kemudian beberapa tidak memiliki pengetahuan mengenai isu saat menjalani sehingga masih mencoba menjalani hubungan. Kemudian ada juga korban yang trauma terhadap perlakuan buruk terhadap dirinya sehingga mencoba tidak mengingat detail kejadian. Dalam pertanyaan untuk mengetahui apakah teman/orang terdekat responden pernah mengalami kekerasan narsis; 41.6% menjawab pernah, 51.5% menjawab mungkin dan 6,9% menjawab tidak pernah. Responden menjawab bahwa, rata – rata 55.4% memilih untuk bercerita dan curhat, 12,9% memilih untuk diam dan menerima, kemudian 10,9% mencari pertolongan, 5,9% melawan balik hingga konflik, 8,9% mnarik diri dari lingkungan sosial. Responden menjawab bahwa, keputusan untuk bercerita adalah agar teman nya merasa tetap waras, melepas penat dan mencari validasi, namun umumnya mereka masih menjalani hubungan tersebut karena berbagai alasan, seperti; masih sayang, takut tidak mendapatkan pasangan lagi, ataupun takut konflik. Umumnya orang-orang merasa tidak sadar maupun masih menjalani hubungan karena masih memberikan kesempatan terhadap pasangan toxic. Beberapa karena teman mereka belum memahami seluk beluk narsisme

sehingga masih memberikan kesempatan walaupun terus mendapatkan perlakuan buruk, bahkan ada yang baru menyadari dan mempelajari mengenai manipulasi dan narsisme saat hubungan sudah dalam dan berjalan selama 6 bulan. Orang – orang kebanyakan mengetahui mengenai efek buruk dalam bentuk krisis identitas dan rendah diri kemudian PTSD, kemudian isolasi sosial menjadi masalah ketiga yang paling diketahui, dilanjutkan dengan permasalahan kecemasan. Sedangkan orang – orang umumnya tidak tahu kerusakan otak jangka panjang karena stress dan tekanan mental yang disebabkan pada hubungan tersebut. Kemudian sebanyak 6,7% (3 orang) tidak tahu sama sekali.

Sebanyak 68,9% responden sangat setuju bahwa kesadaran mengenai isu sangatlah penting, kemudian 28,9% berpendapat penting dan 2,2% berpendapat cukup penting. Sebanyak 60% responden sangat setuju dan berkeinginan untuk mengedukasi diri terkait isu, kemudian 28,7% berpendapat ingin, kemudian 11,1% berpendapat cukup ingin dan 2,2% menyatakan tidak terlalu ingin. Kemudian dalam pertanyaan atas keinginan mengedukasi korban; sebanyak 51,1% sangat ingin mengedukasi korban, 42,2% ingin mengedukasi korban dan 6,7% cukup ingin mengedukasi korban. Sebanyak 51,1% sangat setuju bahwa korban membutuhkan intervensi sosial dan bantuan ahli, 35,6% setuju, 8,9% cukup setuju, kemudian 2,2% tidak terlalu setuju dan 2,2% tidak setuju. Dalam pertanyaan selanjutnya mengenai kebutuhan korban terhadap ajakan dan motivasi; 48,9% responden sangat setuju bahwa korban membutuhkan ajakan dan motivasi, 35,6% setuju, 8,9% agak setuju, 4,4% agak tidak setuju kemudian 2,2% sangat tidak setuju.

Dalam pertanyaan mengenai pentingnya pengetahuan korban dan orang sekitar terkait taktik manipulasi dalam mempermudah komunikasi korban dengan orang sekitar; 55,6% menjawab sangat setuju, 33,3%

menjawab setuju, 8,9% cukup setuju dan 2,2% tidak terlalu setuju. Dalam pertanyaan untuk mengetahui apakah responden pernah menjumpai kampanye mengenai isu narsisme 68,9% menyatakan tidak pernah, 22,2% pernah melihat namun tidak detail kemudian 8,9% pernah melihat. Mayoritas responden, sebanyak; 57,8% menyatakan tidak pernah melihat sama sekali, 36,6% menyatakan melihat dari media sosial, 4,4% merasa melihat dari media sosial dan 2,2% melihat melalui media cetak, seperti koran, buku dan poster. Media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram, disusul oleh tik-tok kemudian X (Twitter). Responden umumnya menggunakan media interaktif digital sejumlah 62,2%, penggunaan media campuran berjumlah 28,9% dan 8,9% interaksi fisik, seperti kartu bermain dan papan bermain.

Angka ketertarikan responden atas informasi terkait isu narsisme yang ingin diketahui adalah; 66,7% orang ingin mengetahui definisi, tipe dan seluk beluk terkait narsisme, kemudian 64,4% untuk metode melindungi diri dan orang sekitar dari manipulasi narsis, ketiga adalah berbagai taktik manipulasi dan eksploitasi yang digunakan sebanyak 62,2%, kiat penyembuhan psikis pasca hubungan narsis sebanyak 55,6%, dan terakhir membangun komunikasi dan persuasi efektif terhadap korban sebesar 44,4%. Sebanyak 64,4% responden memilih *contact, communication & connections*, 51,1% memilih *surprise, inspiration & fun*, 28,9% memilih status, *influence & acceptance*, dan 26,7% memilih *achievement & collection*. Sebanyak 68,9% responden memilih UI dengan banyak gambar dan sedikit teks, 48,9% memilih jumlah gambar dan teks yang setara dan 6,7% banyak teks dan sedikit gambar. Responden paling banyak menginginkan penyampaian yang naratif (75,6%). Kemudian peringkat kedua yaitu informasi tersusun dan runut (80%).

Terdapat berbagai ciri penyampaian media yang dianggap kurang efektif, antara lain; teks yang terlalu banyak, kata-kata tidak straight forward, informasi yang terlalu banyak terbagi dalam banyak sesi, kemudian banyak

tulisan dan eksposisi dengan bahasa rumit. Beberapa contoh yang diberikan responden adalah; buku, artikel, video, dan *podcast*. 84,4% responden menyukai gaya bahasa informal dan 15,6% responden menyukai bahasa formal. Sebanyak 40% responden memilih gaya UI dengan ilustrasi, 28,9% memilih desain yang lebih eksperimental, secara bersamaan penyampaian foto dengan tulisan dan material desain; masing – masing mendapat angka 13,3%. Terakhir neumorphic mendapat angka 4,4%.

3.2 Metodologi Perancangan

Metodologi perancangan yang digunakan penulis untuk merancang kampanye interaktif mengenai manipulasi narsis; menggunakan metode utama *Human Centered Design* IDEO.org (IDEO.org, 2015) dengan acuan buku yang berjudul *The Field Guide to Human-Centered Design. Human Centered Design* digunakan karena pendekatan tiap tahapannya yang mengedepankan kreativitas yang digabungkan dengan empati untuk menciptakan solusi desain yang menyelesaikan permasalahan orang lain, sehingga cocok untuk memecahkan masalah sosial lewat desain. Kemudian di dalam rangkaian perancangan besar; penulis memasukan metode dari bebragai konsep lain dan berkenaan dengan; perancangan kampanye, interaktivitas dan *transmedia story telling*:

1) *Inspiration*

Menurut IDEO, tahapan ini digunakan untuk memahami, mendengar dan mendalami isu dan mencoba berempati dengan target desain. Oleh karena itu penulis mencoba memahami isu secara mendalam dengan berbagai metode dalam konsep tersebut;

- a) Penulis menggunakan metode *secondary research* dalam memahami isu secara konseptual; materi dalam bentuk jurnal, buku dan berbagai video penulis pelajari untuk mendapatkan gambaran isu.
- b) Setelah itu penulis membuat dan membagikan kuesioner sebagai bagian dari pencarian data secara kuantitatif.

Dalam tahap selanjutnya digunakan metode *frame your design challenge* dalam bentuk untuk membagi permasalahan secara sosial maupun aspek desain.

- c) *Interview* kemudian dilakukan kepada berbagai pihak, yaitu; wawancara ahli, dan wawancara terhadap korban. Dalam hal ini penulis juga mencampur interview dengan metode *expert nterview* dan *interview* terhadap target. Penulis mencari sampel dari yang paling biasa hingga yang paling ekstrim (IDEO.Org, 2015)
- d) Penulis lalu menggunakan metode *define your audience, create insight statement* dan *how might we* untuk menentukan target sasaran, masalah dan solusi kampanye.

2) *Define*

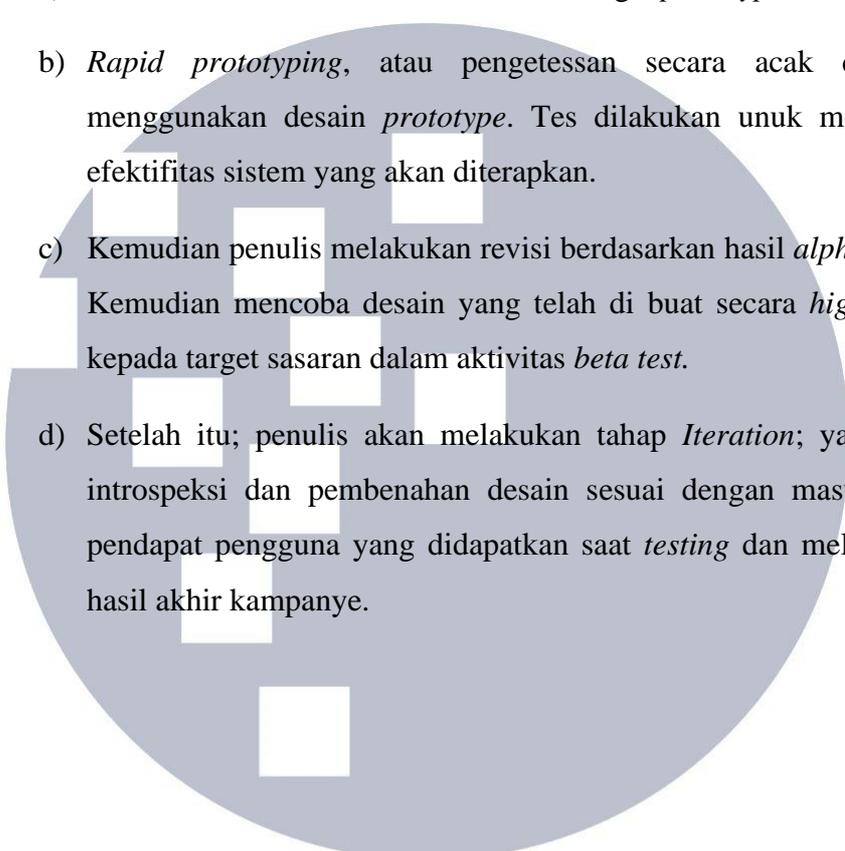
Tahapan *define* dilakukan untuk mengolah seluruh data yang didapat hingga permasalahan desain yang akan diselesaikan dapat ditetapkan. Beberapa aktivitas yang penulis lakukan antara lain;

- a) *Find themes*, adalah prosedur mencari dan melihat pola kejadian umum dalam sebuah isu, penulis mencoba melihat pola perilaku korban, pelaku dan orang sekitar korban.
- b) Setelah itu *insight statement* dikemukakan berdasarkan data dan ditemukan bahwa permasalahan terdapat pada kesadaran khalayak umum dan ketidak tahuan korban akan isu dan taktik manipulasi yang di lakukan.
- c) Kemudian tahap berlanjut kedalam *how might we?*, sebuah fase pertanyaan akan solusi, dan berdasarkan data yang didapatkan, isu diharapkan akan membaik dan korban akan terbantu apabila korban dan orang – orang lebih sadar dan memahami isu. Selain itu media interaktif *story telling* di pilih karena efektivitasnya dalam penyampaian pengetahuan dan disukai oleh target sasaran.

- d) Penulis melakukan studi eksisting terhadap media serupa, dalam tahap ini penulis mempelajari sebuah film interaktif, sebuah film romansa dengan pembagian dua perspektif. Kemudian penulis melakukan studi rerensi dengan mempelajari sebuah kampanye sosial dan web series yang di tayangkan di instagram; penulis mempelajari apa saja fitur yang tersedia dan belajar dari kesalahan dan kesuksesan masing-masing objek kajian.
- e) Kemudian penulis masuk ke dalam tahap selanjutnya, yaitu *design system*. Dalam tahap ini penulis memutuskan untuk menganut berbagai konsep desain yang sesuai dengan perancangan, yaitu memahami dasar teori desain, menggunakan berbagai teori perancangan media interaktif, cara menerapkan interaktivitas kepada sebuah objek, mempelajari isu narsis yang diangkat, kemudian menggunakan teori AISAS sebagai prosedur kampanye dan PESO sebagai tata cara publikasi dan komunikasi kampanye.
- f) Penulis kemudian menentukan konsep kampanye akan seperti apa, lalu mengimplementasikan tata cara pembuatan naskah dan karakter *transmedia story telling* yang dikemukakan Pratten.
- g) Penulis kemudian membuat refrensi visual, membuat alur user journey, menetapkan interaksi apa yang akan digunakan, kemudian penulis mendesain karakter menggunakan buku "*The Character Designer*" oleh 21 Draw.

3) **Implementation**

Tahapan implementation adalah tahapan desain mulai diterapkan dan ide di realisasikan menjadi konsep kemudian objek; tahap yang dilakukan dalam fase ini antara lain;

- 
- a) Penulis mulai membuat desain awal sebagai *prototype*.
 - b) *Rapid prototyping*, atau pengetesan secara acak dilakukan menggunakan desain *prototype*. Tes dilakukan untuk mengetahui efektifitas sistem yang akan diterapkan.
 - c) Kemudian penulis melakukan revisi berdasarkan hasil *alpha testing*. Kemudian mencoba desain yang telah di buat secara *high fidelity* kepada target sasaran dalam aktivitas *beta test*.
 - d) Setelah itu; penulis akan melakukan tahap *Iteration*; yaitu tahap introspeksi dan pembenahan desain sesuai dengan masukan dan pendapat pengguna yang didapatkan saat *testing* dan meluncurkan hasil akhir kampanye.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA