

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian adalah sebuah langkah saintifik yang ditempuh untuk memperoleh fakta berupa data. Dalam penelitian ini, penulis menggabungkan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penjabarannya adalah sebagai berikut.

##### 3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif, diartikan Sugiyono (2013) sebagai metode penelitian yang hasilnya berupa pandangan atau pendapat mengenai fakta di lapangan. Penulis melakukan wawancara dan *focus group discussion* untuk mendapatkan data primer. Sedangkan untuk data sekunder, penulis melakukan studi eksisting dan studi referensi.

##### 3.1.1.1 Interview

Penulis melakukan *interview* kepada 2 orang psikolog klinis. *Interview* pertama dilakukan kepada Bianglala Andriadewi, M.Psi. selaku CEO Welas Asih *Consulting* untuk mendapatkan *insight* mengenai katarsis. Sementara itu, *interview* kedua dilakukan kepada Fiona Damanik, M.Psi. selaku psikolog klinis di *Student Support* UMN untuk mendapatkan *insight* mengenai perilaku mahasiswa dan keterkaitannya dengan katarsis.

##### 1. Interview dengan Bianglala Andriadewi

*Interview* pertama dilakukan bersama Bianglala Andriadewi, M.Psi. selaku CEO dan psikolog klinis di Welas Asih *Consulting*. Beliau aktif melakukan praktik konseling dan menjadi narasumber untuk seminar ataupun pelatihan. Andriadewi memiliki ketertarikan klinis di area *personal growth* yang berkaitan dengan emosi, mood, dan perilaku. *Interview* dilakukan untuk mendapatkan

data dan *insight* mengenai penumpukan emosi, perilaku destruktif, dan katarsis. *Interview* dilakukan secara daring menggunakan aplikasi *Google Meeting* pada Rabu, 21 Februari 2024 yang dimulai dari pukul 16.00 WIB.



Gambar 3.1 *Interview* dengan Psikolog Klinis Bianglala Andriadewi, M.Psi.

a. Penumpukan Emosi

Menurut Andriadewi, seseorang yang mengalami penumpukan emosi dapat dilihat dari perubahan raut wajah yang selalu terlihat sedih atau murung. Selain itu, orang dengan penumpukan emosi juga mengalami perubahan perilaku, seperti penurunan kinerja sehari-hari atau kehilangan minat dalam melakukan sesuatu yang dulu disukai. Setiap orang dapat mendeteksi apakah dirinya mengalami penumpukan emosi atau tidak dengan mengenali adanya perasaan tidak nyaman dan sulitnya mengelola pikiran yang mengganggu.

Andriadewi menjelaskan bahwa pada dasarnya emosi adalah sebuah energi yang bergerak. Artinya, emosi tidak akan diam ketika didiamkan atau ditumpuk,

melainkan terus bergerak dan dapat menimbulkan pergerakan di luar batas sewaktu-waktu. Beliau menjelaskan bahwa emosi seharusnya dikeluarkan atau 'dibuang' pada tempatnya, bukan dipendam yang kemudian terekspresikan sembarangan sehingga berpotensi melukai diri sendiri ataupun orang lain.

Menurut Andriadewi, pada usia mahasiswa, seseorang seharusnya bisa menyadari emosi diri sendiri dan emosi orang lain. Dalam kata lain, seseorang pada usia mahasiswa seharusnya sudah memiliki sikap tenggang rasa, yaitu mampu menimbang-nimbang apakah tindakan yang dilakukan mengganggu orang lain atau tidak. Namun, Andriadewi juga menjelaskan bahwa ada bagian otak manusia yang baru berkembang sempurna setelah usia 25 tahun (bukan mahasiswa lagi). Bagian otak tersebut adalah *prefrontal cortex* yang memungkinkan seseorang untuk berpikir lebih logis dan *less emotional*. Dengan demikian, mengelola emosi pada usia mahasiswa memang menjadi suatu hal yang cukup menantang karena ada faktor biologis yang belum berkembang dengan sempurna.

b. Perilaku Destruktif

Menurut Andriadewi, wujud perilaku destruktif sangatlah beragam. Sebuah perilaku dapat dikatakan destruktif jika perilaku tersebut bersifat merusak dan/atau melukai diri sendiri, orang lain, ataupun alam semesta. Beliau juga menegaskan bahwa setiap orang dapat melakukan tindakan destruktif sebagai pelampiasan dengan cara yang berbeda-beda. Perilaku destruktif tidak selalu berupa tindakan fisik, melainkan bisa berupa tindakan verbal seperti berbicara dengan nada yang ketus atau menyindir orang lain. Perilaku destruktif kepada diri sendiri

juga kerap kali terjadi, misalnya selalu meremehkan diri sendiri.

Andriadewi menyatakan bahwa emosi yang mendorong munculnya perilaku destruktif adalah emosi negatif yang menimbulkan rasa tidak nyaman. Meski demikian, rasa tidak nyaman juga bisa ditimbulkan oleh emosi positif, seperti senang, yang dipendam atau ditekan sehingga menimbulkan emosi baru berupa ketidaknyamanan tadi yang berpotensi menimbulkan perilaku destruktif. Andriadewi menjelaskan sebuah contoh untuk memperjelas bagaimana sebuah emosi senang bisa berubah menjadi emosi tidak nyaman. Beliau bercerita kalau dahulu beliau merasa senang ketika mengetahui dirinya diterima di universitas yang diinginkan. Namun, beliau mengurungkan niatnya ketika melihat dan mengetahui teman-temannya merasa sedih karena tidak diterima di universitas yang diinginkan. Untuk menjaga perasaan temannya, beliau memilih untuk menyimpan kegembiraannya sendiri, namun malah merasa tidak nyaman karena merasa kecewa tidak dapat mengekspresikan kebahagiaan yang dirasakan.

Menurut Andriadewi, maraknya kasus kejahatan oleh mahasiswa ditimbulkan oleh kegagalan dalam menyadari emosi yang dirasakan. Akibatnya, mahasiswa tidak dapat menentukan solusi atas permasalahan yang dihadapi. Hal ini dapat dilihat dari kasus *bully* yang marak terjadi, di mana pelaku *bully* biasanya tidak menyadari emosi yang timbul di dalam dirinya sehingga ia tidak dapat menentukan respon yang tepat atas emosi yang ia rasakan. Pada akhirnya, emosi yang tidak terproses itu berubah menjadi ketidaknyamanan yang mendorong pelaku *bully*

untuk menindas orang lain supaya dirinya merasa ‘nyaman’ kembali.

c. Katarsis

Menurut Andriadewi, katarsis adalah cara yang bagus untuk mengatasi penumpukan emosi agar tidak berujung pada munculnya perilaku destruktif. Beliau menjelaskan bahwa adanya katarsis dapat membantu psikolog dalam membantu seseorang melampiaskan emosinya. Meski Andriadewi menyarankan katarsis dilakukan di bawah pengawasan psikolog, beliau mengatakan setidaknya katarsis dapat menjadi pertolongan pertama ketika seseorang ingin melampiaskan emosinya namun belum memungkinkan untuk pergi ke psikolog.

Berhubungan dengan pernyataan sebelumnya, Andriadewi juga menegaskan bahwa katarsis baiknya dilakukan dengan dan/atau di bawah pengawasan psikolog untuk menjamin kerahasiaan cerita seseorang karena sayangnya tidak semua orang bisa menerima cerita orang lain dengan baik. Andriadewi juga lebih menyarankan untuk melakukan kegiatan yang sifatnya *private* sebagai katarsis, seperti menulis, menggambar, melukis, berolahraga, meremas botol, dan lain-lain. Alternatif lain yang disarankan oleh Andriadewi bagi orang yang kurang suka menulis namun ingin meluapkan emosi lewat kata-kata, bisa merekam *voice note* atau membuat *vlog* yang kemudian dihapus setelah merasa lega.

Katarsis menurut Andriadewi adalah mengekspresikan, melampiaskan, dan menyuarakan emosi. Katarsis tidak sama dengan *self-harm*. Katarsis bertujuan untuk menyalurkan emosi, bukan mengalihkan emosi

kepada sakit secara fisik seperti tujuan *self-harm*. Pada dasarnya, katarsis tidak seharusnya bersifat destruktif (merusak/melukai) sehingga diperlukan berbagai pertimbangan dalam melakukannya.

d. Edukasi dan Media Informasi

Menurut Andriadewi, edukasi mengenai katarsis perlu untuk dilakukan. Dengan demikian, orang-orang akan memiliki kesempatan untuk mengeksplor caranya mengekspresikan emosi masing-masing. Selain edukasi, penting juga untuk menyediakan cara untuk melakukan katarsis untuk dicoba. Andriadewi juga menyebutkan edukasi disertai *experience* dan *activity* merupakan cara yang sangat baik untuk dicoba karena dinilai lebih mudah diingat.

2. *Interview* dengan Fiona Damanik

*Interview* kedua dilakukan bersama Fiona Damanik, M.Psi. selaku psikolog klinis di *Student Support* UMN. Beliau aktif melakukan praktik konseling, baik di dalam ataupun di luar *Student Support* UMN. Damanik banyak menangani kasus di kalangan remaja dan orang tua dengan isu depresi dan pengelolaan emosi. *Interview* dilakukan untuk mendapatkan data dan *insight* mengenai perilaku mahasiswa dan mengapa katarsis menjadi penting untuk diterapkan oleh mahasiswa. *Interview* dilakukan secara langsung di kantor *Student Support* UMN pada Kamis, 14 Maret 2024 yang dimulai dari pukul 10.00 WIB.

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 3.2 *Interview* dengan Psikolog Klinis Fiona Damanik, M.Psi.

a. Emosi

Menurut Damanik (2024), emosi merupakan sinyal yang menandakan bahwa kita memiliki kebutuhan yang perlu dipenuhi atau luka yang harus dirawat. Lebih jelas lagi, Damanik (2024) mengumpamakan emosi seperti lampu lalu lintas. Beliau mengibaratkan emosi yang memuncak adalah seperti lampu merah, di mana orang yang merasakan emosi tersebut perlu berhenti sejenak untuk menginterpretasi emosi yang dirasa sehingga dapat menentukan langkah apa yang harus diambil kemudian.

Damanik (2024) menjelaskan, bahwa emosi dan logika seringkali berbanding terbalik, apabila emosi naik maka logika turun dan sebaliknya. Oleh karena itu, Damanik (2024) menyebutkan seseorang yang emosinya sedang meledak tidak memiliki kesadaran bahwa perbuatannya berpotensi merusak. Hal ini dikarenakan belum adanya kemampuan untuk mengidentifikasi atau menginterpretasi emosi itu sendiri (Damanik, 2024).

b. Katarsis

Menurut Damanik (2024), katarsis sebagai pelampiasan emosi adalah proses mengkonkritkan emosi yang sifatnya tidak berwujud atau tidak tampak. Damanik (2024) menjelaskan, ketika seseorang melakukan perilaku destruktif, emosinya memang terlampiaskan. Namun, sayangnya bentuk pelampiasan emosi yang seperti ini tidak membuat seseorang lebih mengenal dirinya dan situasi yang dialaminya.

Oleh karena itu, Damanik (2024) menjelaskan bahwa esensi dari katarsis tidak seluruhnya terletak pada kegiatan yang dilakukan, melainkan proses refleksi dan pengenalan diri yang didapat lewat kegiatan tersebut. Menurut Damanik (2024), hal ini dilakukan supaya seseorang dapat lebih mengenal dirinya dan mengetahui apa yang harus dilakukan bila merasakan emosi yang sama di kemudian hari. Damanik (2024) juga menyebutkan bahwa hobi dapat dilakukan sebagai katarsis apabila dijadikan aktivitas wajib, bukan hanya di saat waktu luang.

c. Perilaku Mahasiswa

Menurut Damanik (2024), mahasiswa usia 18-25 tahun cenderung mengalami kebingungan karena sedang diperhadapkan dengan proses sosial yang lebih luas, di mana mereka mungkin dipertemukan dengan masalah-masalah baru. Pada usia ini juga, Damanik (2024) menjelaskan bahwa mahasiswa sering diperhadapkan dengan tuntutan yang tidak memberikan ruang untuk belajar dan beradaptasi. Hal ini dikarenakan mahasiswa usia 18-25 tahun belum sepenuhnya menemukan jati diri mereka (Damanik, 2024).



Damanik (2024) menyebut kondisi ini diperparah dengan belum terbentuknya kemampuan *critical thinking* di masa SMP atau SMA sehingga menghambat mahasiswa usia 18-25 tahun dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu, Damanik (2024) menilai mahasiswa perlu dipersuasi untuk melakukan pelampiasan emosi secara konstruktif. Tujuannya adalah supaya memiliki kesiapan untuk berhadapan dengan banyak hal dan memahami apa yang harus dilakukan bila merasakan suatu emosi (Damanik, 2024).

### 3.1.1.2 *Focus Group Discussion*

*Focus Group Discussion* (FGD) dilakukan kepada Elsa, Marcheline, Felisha, Queenlie, Steven, dan Toni. Keenamnya merupakan mahasiswa aktif dari jurusan dan universitas yang berbeda-beda. FGD dilakukan untuk mendapatkan pandangan peserta mengenai penumpukan emosi, perilaku destruktif, dan katarsis berdasarkan pengalaman yang pernah mereka alami. FGD dilakukan secara daring menggunakan aplikasi Google *Meeting* pada Senin, 27 Februari 2024 yang dimulai dari pukul 19.00 WIB.



Gambar 3. 3 *Focus Group Discussion*

## 1. Penumpukan Emosi

Keenam peserta FGD mengaku lebih sering memendam perasaannya sendiri. Mereka melakukan hal ini karena merasa tidak ada orang yang cukup nyaman untuk dijadikan tempat bercerita. Alasan lain yang mendorong mereka untuk terus memendam perasaan adalah mereka merasa hanya diri mereka sendiri yang mengerti permasalahannya. Beberapa di antara mereka bahkan menyebutkan bahwa terkadang mereka merasa tidak pantas untuk merasa kesal atau marah, apalagi mengungkapkannya karena tidak ingin membebani orang lain ataupun karena merasa orang lain tidak kesal seperti mereka dan bersikap biasa saja.

Selain itu, keenam peserta FGD juga menyatakan pernah merasa tidak nyaman dalam melakukan aktivitas sehari-harinya karena adanya emosi yang dipendam atau belum terproses. Beberapa di antara mereka menyebutkan bahwa emosi tersebut membuat mereka merasa tidak nyaman dan mempengaruhi kinerja mereka. Keenam peserta FGD mengutarakan solusi yang berbeda-beda untuk setiap permasalahan yang ditemui, mulai dari mencoba lebih ikhlas dalam menerima kenyataan, menyibukkan diri dengan perkuliahan, hingga melakukan kegiatan spiritual untuk mendekatkan diri dengan Tuhan. Namun, penulis mendapati salah satu peserta FGD yang menyampaikan bahwa ia harus menyakiti diri sendiri, seperti memukul meja atau tembok, supaya ia bisa merasa lega.

## 2. Perilaku Destruktif

Salah satu peserta FGD mengaku belum memahami dan belum dapat mendeskripsikan perilaku destruktif. Namun, kelima peserta lainnya sudah memahami bahwa perilaku destruktif dapat tidak hanya berlaku untuk orang lain melainkan juga kepada diri sendiri. Kelimanya lebih banyak membahas bentuk perilaku destruktif kepada diri sendiri ketimbang perilaku destruktif kepada

orang lain. Beberapa bentuk perilaku destruktif yang mereka sebutkan adalah munculnya pemikiran untuk bunuh diri, merusak pandangan orang lain kepada diri kita sendiri, merokok, minum minuman keras, *self-harm*, *bad coping mechanism*. Sedangkan perilaku destruktif kepada orang lain yang disebutkan adalah mengacaukan situasi dan meluapkan amarah ke sembarang orang.

Beberapa peserta FGD mengaku belum pernah melihat, terlibat, ataupun menjadi korban dari perilaku destruktif. Namun, keempat lainnya membagikan pengalaman mereka atau orang terdekat mereka ketika menjadi korban perilaku destruktif. Bentuk perilaku destruktif yang mereka rasakan adalah *body shamming*.

Menanggapi pengalaman tiap-tiap peserta, peserta lainnya mengutarakan bahwa mereka merasa prihatin kepada setiap korban perilaku destruktif karena posisinya sangat dirugikan dan kesehatan mentalnya berpotensi terganggu. Sementara itu, setiap peserta FGD juga menyampaikan bahwa mereka juga merasa prihatin kepada para pelaku perilaku destruktif karena mereka menyadari bahwa pelaku perilaku destruktif kemungkinan memiliki *insecurities*, masa lalu dan emosi yang belum terproses. Peserta FGD yang sempat mengaku harus melampiaskan emosinya dengan memukul meja atau tembok juga mengutarakan bahwa ia merasa sedih dan prihatin bagi orang-orang yang melakukan perilaku destruktif kepada diri sendiri. Ia juga menyatakan bahwa hal ini terjadi karena para pelaku destruktif kepada diri sendiri merasa bingung harus melakukan apa.

### 3. Katarsis

Penulis kemudian meminta seluruh peserta FGD untuk menyebutkan kegiatan yang akan mereka lakukan ketika merasa sedih atau marah. Seorang peserta FGD menyebutkan bahwa ia akan membuat dirinya lupa dengan emosi yang ia rasakan dengan cara menyibukkan diri dengan tanggung jawab atau melakukan kegiatan

yang ia sukai, seperti menonton film. Peserta lain mengungkapkan bahwa menangis dan tidur adalah hal yang dilakukan ketika merasakan emosi sedih atau marah. Peserta lainnya menyebutkan mereka akan mencoba mencari teman untuk bercerita atau pergi berjalan-jalan.

Penulis kemudian menjelaskan secara singkat mengenai pengertian katarsis. Setelah itu, penulis bertanya kepada seluruh peserta FGD, apakah menurut mereka kegiatan yang mereka lakukan ketika marah atau sedih termasuk ke dalam katarsis atau tidak. Seluruh peserta mengaku bahwa kegiatan yang mereka lakukan ketika sedih/marah merupakan katarsis, kecuali satu peserta FGD yang melampiaskan emosinya dengan cara memukul meja atau tembok. Peserta ini juga menjelaskan bahwa setelah melakukan kegiatan memukul meja atau tembok, ia tidak merasa lega melainkan merasa bersalah dan menyesali mengapa ia harus melakukan hal tersebut.

#### 4. Media yang Sering Digunakan

Sebagai penutup, penulis mengajukan pertanyaan seputar media kepada para peserta. Pertanyaan yang penulis ajukan adalah media apa yang umumnya dipakai oleh para peserta ketika mereka ingin tahu tentang sesuatu. Mayoritas peserta menjawab menggunakan Google, Instagram, dan Tiktok. Beberapa peserta juga menambahkan media lainnya, seperti buku cetak, *e-book*, dan ChatGPT.

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

### 3.1.1.3 Studi Eksisting

Penulis juga melakukan studi eksisting terhadap Kampanye Pintar Atur Emosi yang diselenggarakan oleh NOVA, tabloid wanita di bawah naungan Kompas Gramedia, dalam rangka ulang tahunnya yang ke-34. Kampanye Pintar Atur Emosi oleh NOVA diselenggarakan selama satu bulan, tepatnya pada 25 Februari—25 Maret 2022.

Saraswaty—selaku *Editor in Chief* NOVA, dalam Widyastuti (2022) dalam situs NOVA.id menjelaskan bahwa Kampanye Pintar Atur Emosi diselenggarakan sebagai bentuk kepedulian NOVA terhadap wanita Indonesia dengan cara melakukan pemberdayaan secara emosional. Hal ini dilakukan untuk membantu wanita Indonesia untuk tetap cermat dalam memutuskan sesuatu dan menjaga kesehatan mental di tengah munculnya berbagai tantangan dan tekanan yang berakibat pada ketidakstabilan emosi (Saraswaty dalam Widyastuti, 2022). Widyastuti (2022) juga menyebutkan bahwa kampanye ini diharapkan tidak hanya berdampak bagi para wanita, namun juga terhadap keluarganya.

Widyastuti (2022) menyebutkan bahwa program yang dilaksanakan dalam Kampanye Pintar Atur Emosi adalah REHAT (Rekam Curhat). Widyastuti (2022) menjelaskan bahwa program ini mengajak para wanita Indonesia untuk ‘rehat’ atau berhenti sejenak dari kegiatan yang berpotensi menimbulkan tekanan emosi dengan cara bersikap lebih terbuka agar dapat mengutarakan emosinya dengan cara yang konstruktif. Program REHAT menyajikan sesi siaran langsung yang dibawakan oleh berbagai profesional dan artis, serta menghadirkan kegiatan interaktif berupa *challenge* di Tiktok dan Instagram Reels (Widyastuti, 2022).



Gambar 3.4 Konten Instagram Kampanye Pintar Atur Emosi oleh NOVA  
 Sumber: <https://www.instagram.com/tabloidnovaofficial/>

Konten Instagram dari Kampanye Pintar Atur Emosi oleh NOVA menggunakan bentuk lingkaran, mulai dari logo hingga *framing* foto narasumber. Selain lingkaran, bentuk persegi panjang juga banyak digunakan namun kurang konsisten perlakuannya karena didapati persegi panjang dengan ujung tajam dan membulat. Pada beberapa konten, didapati warna *pink* yang berbeda antara satu dengan yang lainnya sehingga terkesan kurang konsisten. Didapati juga pemilihan warna putih untuk teks dengan latar berwarna kuning yang membuat teks kurang terbaca.

Tabel 3.1 Tabel Analisis SWOT Konten Instagram Kampanye Pintar Atur Emosi oleh NOVA

<b>Strength</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menghadirkan narasumber yang familiar dan profesional di bidangnya untuk <i>webinar</i>.</li> <li>2. Membuat <i>challenge</i> supaya target <i>audience</i> bisa berpartisipasi langsung.</li> <li>3. Melakukan <i>giveaway</i> dengan produk yang berhubungan dengan target <i>audience</i>.</li> <li>4. <i>Copywriting</i> yang digunakan terkesan santai namun tetap ramah dan sopan.</li> </ol>
<b>Weakness</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desain di dalam satu konten terlalu penuh, bahkan beberapa elemen dan informasi mepet ke tepi bidang.</li> <li>2. <i>Layout</i> tidak rapi dan tidak terlihat <i>grid</i> digunakan.</li> <li>3. Penggunaan elemen visual yang kurang konsisten.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Pemilihan warna teks dan latar yang kurang menonjol.</li> </ol>
<b>Opportunity</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Target <i>audience</i> tertarik untuk mengikuti webinar karena narasumber merupakan sosok yang mereka kenal.</li> <li>2. Pesan kampanye dapat lebih mudah dimengerti dan diingat karena target <i>audience</i> berpartisipasi langsung.</li> <li>3. Target <i>audience</i> tertarik untuk berkontribusi dalam kampanye karena berpotensi mendapatkan barang yang mereka butuhkan.</li> <li>4. Konten menarik untuk dibaca karena pemilihan kalimat tidak kaku.</li> </ol>
<b>Threat</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Target <i>audience</i> tidak dapat menemukan pesan utama dari setiap konten karena terlalu banyak informasi.</li> <li>2. Target <i>audience</i> mengalami kebingungan dalam membaca konten karena tata letak penempatan pesan tidak rapi.</li> <li>3. Konten kampanye kurang dapat dikenali karena inkonsistensi dari elemen visual yang digunakan.</li> <li>4. Pesan tidak tersampaikan dengan baik karena teks tidak terbaca akibat pemilihan warna yang kurang tepat.</li> </ol>

### 3.1.1.4 Studi Referensi

Penulis juga melakukan studi referensi dengan tujuan memperkaya referensi yang akan menjadi acuan dalam perancangan. Studi pertama dilakukan terhadap kampanye yang diselenggarakan oleh *World Cleanup Day 2023*. Sedangkan studi kedua, dilakukan terhadap gaya visual yang dimiliki oleh festival musik Waktu Indonesia Berdansa 2023.

#### 1. *World Cleanup Day 2023*

*World Cleanup Day* adalah gerakan tahunan yang digagas oleh NGO bernama *Let's Do It World*. Gerakan ini mengajak seluruh dunia untuk melakukan kegiatan bersih-bersih guna menciptakan planet yang lebih bersih. Pada tahun 2023, *World Cleanup Day* berhasil menjangkau lebih dari 19 milyar penduduk dunia untuk berkontribusi.



Gambar 3.5 Poster *World Cleanup Day 2023*

Sumber: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/plastic-is-fantastic>

Penyampaian pesan pada poster kampanye *World Cleanup Day 2023* dituangkan dalam copywriting yang unik dengan menggunakan kata yang akhiran yang sama, seperti jags dengan bags, atau rats dengan hats. Copywriting menggunakan gaya bahasa sarkasme yang mempertanyakan fungsi sampah manusia bagi hewan di alam. Copywriting yang digunakan juga kemudian tercermin dalam pemilihan objek yang dibuat menggunakan ilustrasi.



Poster kampanye *World Cleanup Day 2023* menggunakan ilustrasi dengan *outline* yang membuat objek ilustrasi terlihat lebih tegas dan mudah dikenali. Poster ini menggunakan *triad color scheme* yang terdiri atas magenta, kuning, dan biru. Pemilihan warna yang cerah dan mencolok membuat poster menarik untuk dilihat dan tidak memberikan kesan kaku meski topik kampanye merupakan topik yang menjadi permasalahan dunia selama bertahun-tahun.

Tabel 3.2 Tabel Analisis SWOT Poster *World Cleanup Day*

<b><i>Strength</i></b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan <i>copywriting</i> yang unik.</li> <li>2. Menggunakan warna cerah dan mencolok.</li> </ol>
<b><i>Weakness</i></b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identitas kampanye yang terlihat pada poster kurang diimplementasikan pada media lainnya.</li> </ol>
<b><i>Opportunity</i></b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Target <i>audience</i> tertarik untuk membaca poster dengan <i>copywriting</i> yang unik.</li> <li>2. Target <i>audience</i> dapat mengenali poster di antara poster lainnya karena warna yang digunakan mencolok.</li> </ol>
<b><i>Threat</i></b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Target <i>audience</i> tidak dapat mengenali media kampanye sehingga pesan kampanye tidak tersampaikan dengan baik karena inkonsistensi penerapan identitas kampanye.</li> </ol>

UMMN  
 UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA

## 2. Waktu Indonesia Berdansa 2023

Waktu Indonesia Berdansa merupakan festival musik yang ditujukan kepada anak-anak muda untuk kembali mengekspresikan diri lewat festival musik, di mana kegiatan seperti ini sempat terhenti karena pandemi Covid-19. Waktu Indonesia Berdansa 2023 diselenggarakan di Bandung. Festival musik ini menghadirkan berbagai musisi tanah air, seperti Rossa, Kahitna, D'Masiv, dan lain-lain.



Gambar 3.6 Konten Instagram Waktu Indonesia Berdansa 2023

Sumber: <https://www.instagram.com/waktuindonesiaberdansa/>

Waktu Indonesia Berdansa sering disingkat WIB, di mana WIB merupakan akronim dari Waktu Indonesia Barat yang sering digunakan masyarakat Indonesia. Pemilihan nama WIB membuat festival musik ini menjadi lebih mudah untuk diingat. Penyampaian pesan pun digunakan dalam Bahasa Indonesia sehari-hari sehingga lebih mudah untuk menarik perhatian target pasar yang merupakan anak muda.

Gaya visual yang digunakan adalah *groovy retro* dengan warna yang cerah. Elemen visual dibuat dengan vektor sehingga menghasilkan bentuk-bentuk yang rapi dan simetris. Waktu Indonesia Berdansa 2023 juga mempersonifikasi bentuk jam sebagai maskot dengan tujuan berinteraksi lebih dekat dengan target pasar.

Tabel 3. 3 Tabel Analisis SWOT Konten Instagram WIB 2023

<b>Strength</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki nama yang merupakan kata umum digunakan masyarakat.</li> <li>2. Menggunakan bahasa sehari-hari.</li> <li>3. Menggunakan warna cerah.</li> </ol>
<b>Weakness</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemenggalan kata dalam kalimat kurang nyaman.</li> </ol>
<b>Opportunity</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masyarakat mudah mengenali dan mengingat suatu acara atau merk yang menggunakan kata yang umum digunakan.</li> <li>2. Target pasar (anak muda) tertarik untuk mencari tahu ketika bahasa yang digunakan adalah bahasa sehari-hari.</li> <li>3. Target pasar (anak muda) tertarik untuk berpartisipasi apabila gaya visual sesuai dengan kesukaan mereka.</li> </ol>
<b>Threat</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kalimat yang pemotongan katanya kurang nyaman berpotensi menimbulkan kebingungan dan ketidaknyamanan.</li> </ol>

### 3.1.1.5 Kesimpulan

Berdasarkan data-data kualitatif yang sudah penulis kumpulkan, dapat disimpulkan bahwa katarsis merupakan sebuah proses penyaluran emosi keluar dari diri seseorang dengan cara yang tidak merusak. Katarsis memiliki banyak bentuk dan kecocokannya bisa berbeda-beda di tiap orang. Selain itu, katarsis bukan berarti sekedar pelampiasan emosi, melainkan ada pertimbangan lain yang perlu diperhatikan supaya katarsis yang tidak berujung pada perilaku destruktif dan harus benar-benar dilakukan mengeluarkan emosi yang terpendam.

Selain itu, dapat disimpulkan pula masih terdapat mahasiswa yang beranggapan emosi cukup dilupakan atau dialihkan. Padahal, emosi merupakan energi yang tidak berhenti bergerak meskipun dilupakan atau dialihkan sehingga berpotensi menimbulkan pergerakan yang tidak terbandung dalam bentuk

perilaku destruktif. Hal inilah menunjukkan perlu adanya edukasi dan persuasi mengenai katarsis untuk mahasiswa.

### 3.1.2 Metode Kuantitatif

Sugiyono (2013) mengartikan metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang melibatkan angka yang ditelaah dengan statistik. Pengumpulan data kuantitatif penulis tempuh dengan cara membagikan kuesioner secara digital menggunakan Google Forms. Tujuan pembagian kuesioner adalah untuk mengetahui apakah permasalahan mengenai penumpukan emosi dan perilaku destruktif pernah dialami responden. Selain itu, penyebaran kuesioner juga dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman responden mengenai katarsis.

#### 3.1.2.1 Penentuan Jumlah Responden

Untuk menentukan jumlah responden, penulis menggunakan Rumus Slovin. Jumlah populasi yang akan penulis masukkan ke dalam perhitungan Rumus Slovin adalah jumlah populasi di Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan. Menurut data gabungan dsri BPS tahun 2022 dan Disdukcapil Tangerang Selatan 2022, jumlah penduduk di area ini adalah 5,110,919. Dengan demikian, perhitungan dengan Rumus Slovin adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$
$$n = \frac{5,110,919}{1+5,110,919(0,01)^2}$$

$$n = 99,9$$

$$n = 100$$

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

### Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$N$  = jumlah populasi

$e$  = *margin of error*

### 3.1.2.2 Hasil Kuesioner

Penulis membagikan kuesioner dan berhasil mendapatkan 106 orang responden yang merupakan mahasiswa yang berkuliah di Tangerang. Pada bagian pertama, penulis mengajukan pertanyaan yang menyangkut diri masing-masing responden. Berikut adalah data yang penulis peroleh.

Tabel 3.4 Data Diri Responden

Variabel	Kategori	Jumlah	Persentase
Usia	18 tahun	2	1,9%
	19 tahun	6	5,7%
	20 tahun	22	20,8%
	21 tahun	52	49,1%
	22 tahun	22	20,8%
	23 tahun	1	0,9%
	24 tahun	1	0,9%
Universitas asal	Universitas Multimedia Nusantara (UMN)	87	82,1%
	Universitas Pelita Harapan (UPH)	3	2,8%
	Universitas Prasetya Mulya	1	0,9%
	Binus <i>University</i>	4	3,8%
	Universitas Buddhi Dharma	3	2,8%
	Universitas Bunda Mulia	7	6,6%

	(UBM)		
	Universitas Terbuka	1	0,9%
	Desain Komunikasi Visual	58	54,7%
	Film & Animasi	6	5,7%
	Arsitektur	3	2,8%
	Manajemen	8	7,5%
	Ilmu Komunikasi	8	7,5%
	Teknik Informatika	6	5,7%
	Sistem Informasi	4	3,8%
	Akuntansi	5	4,7%
	Bisnis	2	1,9%
	<i>Data Science</i>	2	1,9%
	Hukum	1	0,9%
	Psikologi	1	0,9%
	Pariwisata	1	0,9%
	Teknologi Pangan	1	0,9%
Semester	1-2	7	6,6%
	3-4	4	3,8%
	5-6	29	27,4%
	7-8	66	62,3%

Dari data yang diperoleh, diketahui bahwa mayoritas responden berusia 21 tahun dengan persentase sebesar 49,1%. Selain itu, didapati pula bahwa mayoritas responden sedang berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Sebanyak 54,7% responden merupakan mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual. Sebesar 62,3% responden diketahui sedang menempuh semester akhir, yaitu semester 7-8.

Tabel 3.5 Pernyataan Responden Mengenai Penumpukan Emosi dan Perilaku Destruktif

Pernyataan	Skala			
	1	2	3	4
Saya memendam perasaan saya sendiri.	7 (6,6%)	19 (17,9%)	30 (28,3%)	50 (47,2%)

Pada bagian selanjutnya, penulis memberikan pernyataan mengenai penumpukan emosi dan perilaku destruktif. Responden diminta untuk memberikan angka dari skala 1 (tidak pernah) hingga 4 (sering). Dari data yang diperoleh, diketahui bahwa sebanyak 47% mengaku sering memendam perasaannya sendiri dan hanya 7% yang mengaku tidak pernah memendam perasaannya sendiri. Berdasarkan data ini, dapat disimpulkan bahwa masih banyak responden yang memendam perasaannya sendiri.

Tabel 3.6 Pengetahuan Responden Mengenai Katarsis

Pertanyaan	Variabel	Jumlah	Persentase
Apakah kamu mengetahui istilah katarsis?	Ya	15	14,2%
	Tidak	91	85,8%

Kemudian, penulis juga memberikan pertanyaan mengenai katarsis kepada responden. Hasilnya, sebanyak 85,8% mengaku tidak mengetahui istilah katarsis. Penulis kemudian memberikan pengertian singkat mengenai katarsis dan menyebutkan beberapa kegiatan yang dapat dilakukan sebagai katarsis. Setelah itu, penulis menanyakan apakah responden sudah mengetahui kegiatan yang disebutkan dapat dilakukan untuk melampaikan emosi. Hasilnya, sebanyak 91,5% mengaku sudah mengetahuinya. Maka dapat disimpulkan, meskipun responden tidak mengetahui katarsis, mereka sudah mengetahui kegiatan yang dapat dilakukan untuk menyalurkan emosinya.

Tabel 3.7 Pengalaman Responden Mengenai Kegiatan Katarsis

Pernyataan	Jawaban
------------	---------

	<b>Ya</b>	<b>Mungkin</b>	<b>Tidak</b>
Apakah sebelumnya kamu sudah mengetahui kegiatan di atas dapat dilakukan untuk menyalurkan emosi?	97 (91,5%)	-	9 (8,5%)
Apakah sebelumnya kamu sudah mengetahui cara melakukan kegiatan tersebut dengan tepat?	39 (36,8%)	60 (56,6%)	7 (6,6%)

Penulis juga menanyakan apakah responden sudah mengetahui cara melakukan kegiatan tersebut sebagai katarsis dengan tepat. Hasilnya menunjukkan sebanyak 56,6% responden mengaku ragu sudah mengetahui atau belum dan sebanyak 7% responden mengaku belum mengetahui. Maka, dapat disimpulkan bahwa lebih dari setengah responden belum yakin mereka sudah melakukan kegiatan katarsis dengan tepat.

Tabel 3.8 Frekuensi Melakukan Kegiatan Katarsis

<b>Pernyataan</b>	<b>Skala (dalam seminggu)</b>	
	<b>... &lt; 5</b>	<b>... &gt; 5</b>
Seberapa sering kamu melakukan kegiatan tersebut?	84 (79,2%)	22 (20,8%)

Penulis juga menanyakan seberapa sering responden melakukan kegiatan katarsis. Hasilnya, sebanyak 79,2% responden hanya melakukan kegiatan katarsis kurang dari 5 kali seminggu. Hal ini menunjukkan diperlukannya edukasi dan ajakan kepada responden untuk rutin melakukan kegiatan katarsis guna melampiaskan emosi secara konstruktif.

Sebagai penutup, penulis juga menanyakan mengenai media yang sering digunakan oleh responden. Hasilnya, sebanyak 97,2% responden mengaku paling sering menjumpai media sosial. Sementara untuk mencari informasi, 79,2% responden mengaku menggunakan media sosial dan 11,3% responden mengandalkan portal berita.



Tabel 3.9 Preferensi Responden dalam Menggunakan Media

Pertanyaan	Variabel	Jumlah	Persentase
Media apa yang paling sering kamu temui sehari-hari?	Media sosial	103	97,2%
	Buku cetak	1	0,9%
	<i>E-book</i>	1	0,9%
Media apa yang paling sering kamu gunakan untuk mencari informasi?	Media sosial	84	79,2%
	Portal berita	12	11,3%
	<i>Webside</i>	4	3,7%
	<i>Search engine</i>	5	4,7
	Buku cetak	1	0,9
	<i>E-book</i>	1	0,9

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah media yang paling banyak digunakan oleh responden. Penulis kemudian menanyakan alasan responden memilih menggunakan media yang mereka pilih. Hasilnya, mudah diakses dipilih sebanyak 101 kali dan tampilan yang menarik dipilih sebanyak 46 kali. Hal ini menunjukkan bahwa responden tertarik dengan media yang dekat dan mudah diakses dengan mereka, namun memiliki tampilan yang menarik.

Tabel 3.10 Alasan Responden dalam Memilih Media

Pertanyaan	Jawaban	Frekuensi dipilih
Mengapa kamu memilih menggunakan media tersebut?	Mudah diakses	101
	Mudah dibawa ke mana-mana	59
	Tampilannya menarik	46
	Tidak memerlukan biaya yang besar	39
	Konten cocok	1
	Sudah terkenal	1
	Lengkap	1

### 3.2 Metodologi Perancangan

Dalam merancang kampanye, penulis akan mengacu pada 6 fase perancangan kampanye yang digagas oleh Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Advertising Design* (2010). Keenam fase tersebut adalah *overview*, *strategy*, *ideas*, *design*, *production*, dan *implementation*. Dalam setiap fase, penulis akan melakukan hal yang berbeda-beda, yaitu sebagai berikut.

### 1) *Overview*

Pada fase ini penulis melakukan pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer penulis peroleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa yang berkuliah di Tangerang, melakukan wawancara dengan psikolog, dan melaksanakan *focus group discussion* (FGD) dengan sekelompok mahasiswa yang berkuliah di Tangerang. Sedangkan untuk mendapatkan data sekunder, penulis melakukan studi literatur lewat jurnal, artikel, serta buku terdahulu, lalu melakukan studi eksisting dan studi referensi terhadap karya yang sudah ada.

### 2) *Strategy*

Pada fase ini, penulis dapat menentukan fokus utama dari permasalahan yang ada untuk dirancang solusinya. Setelah memperoleh berbagai macam data dari fase sebelumnya, penulis akan memilah data yang akan penulis jadikan acuan dalam perancangan kampanye. Penulis menyusun data-data tersebut ke dalam *creative brief*. Hasilnya, penulis mendapatkan pesan kampanye berupa “lampiaskan emosimu secara konstruktif dengan katarsis”. Penulis menjabarkan mekanisme jalannya kampanye dan menentukan strategi penyampaian pesan lewat berbagai media berdasarkan tahapan AISAS.

### 3) *Ideas*

Pada tahap ini penulis akan mengumpulkan berbagai ide kreatif untuk menerjemahkan *design brief* ke dalam bentuk visual. Penulis membuat *mind mapping* dan mendapatkan 3 kata kunci, yaitu *bold*, *orderly*, dan *explicit* yang dituangkan ke dalam *moodboard*. Penulis kemudian mendapatkan *big idea* berupa “Suarakan Emosimu” dan nama kampanye OTW (Olah emosimu, Tanya dirimu, dan Wujudkan responmu).

### 4) *Design*

Pada tahap ini, penulis akan merancang sebuah *key visual*. Hal ini dilakukan dengan cara melakukan proses sketsa, *layouting*, dan digitalisasi. Penulis kemudian meminta *insight* dan opini dari dosen spesialis yang

memiliki spesialisasi di bidang kampanye mengenai pesan kampanye dan *key visual* yang sudah penulis susun.

#### 5) *Production*

Pada fase ini, penulis akan mengimplementasikan *key visual* ke dalam media-media yang sudah ditentukan. Penulis membuat media utama berupa instalasi *event* dengan menerapkan gaya visual pada *key visual*. Selain itu, penulis juga menerapkan *key visual* ke media sekunder, seperti Instagram, *banner*, dan lainnya.

#### 6) *Implementation*

Pada fase ini, penulis melakukan peninjauan ulang terhadap media-media yang sudah dirancang. Tujuannya adalah supaya penulis mengetahui hal yang sudah tepat dan yang masih perlu ditingkatkan. Penilaian yang diperoleh dari perancangan yang dilakukan dapat digunakan untuk membuat perancangan yang lebih baik di masa depan.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA