

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Untuk perancangan media informasi ini, penulis berencana untuk mengumpulkan data dengan metode kualitatif serta kuantitatif.

##### 3.1.1 Metode Kualitatif

Menurut Suwarsono (2016) kualitatif adalah suatu cara pengumpulan dan pengelompokan informasi dari manusia menggunakan mata dan telinga. Metode pengumpulan data secara kualitatif tersebut akan dilaksanakan melalui wawancara terhadap narasumber. Narasumber wawancara ditargetkan kepada 5 orang yaitu seorang psikolog klinis, seorang ahli produktivitas, 2 orang berusia sekitar 22 – 28 tahun yang aktif berkuliah atau bekerja serta seorang dosen ahli board games.

##### 3.1.1.1 Interview

Interview atau wawancara merupakan proses pengumpulan informasi yang dilakukan dari seorang narasumber yang dianggap ahli, berpengalaman dan dapat memberikan jawaban atau solusi atas sebuah topik. Pewawancara biasanya melakukan janji dan membuat beberapa pertanyaan untuk diajukan dan dibahas dengan narasumber sebagai informan atas topik yang sedang ia teliti. Menurut Siregar (2002) wawancara adalah proses pengumpulan informasi yang paling luas dalam pengumpulannya. Wawancara biasanya dilakukan seperti mengobrol biasa, namun dengan pertanyaan dan jawaban yang lebih berbobot menyesuaikan dengan teknik wawancara yang ditentukan. Berikut adalah beberapa narasumber yang sekiranya penulis tentukan untuk kebutuhan wawancara guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk perancangan karya :

### 1) *Interview* kepada psikolog klinis

Psikolog klinis adalah ahli ilmu psikologi yang fokus pada perilaku dan tindakan seseorang. Oleh karena itu, wawancara kepada psikolog dilakukan untuk mencari informasi mengenai hubungan antara cara berpikir dan perilaku seorang individu dengan aktivitas pekerjaannya sehari-hari.

Narasumber psikolog dalam wawancara ini adalah Michelle Dylan, M.Psi. Michelle Dylan adalah seorang sarjana psikologi dari Atma Jaya, kini menjadi psikolog klinis dewasa. Ia menaruh perhatiannya pada masalah kesehatan mental, hubungan, pengaturan emosi, pengembangan pribadi, dan masalah psikologis lainnya. Ia mempunyai pengalaman dalam kesehatan mental dengan pengetahuan yang kuat tentang penilaian psikologis untuk mendukung pengalamannya dalam industri pelatihan.



Gambar 3.1 Wawancara bersama Michelle Dylan, M.Psi.

Wawancara dilakukan pada tanggal 25 Februari 2024 dan berlangsung selama 30 menit. Berikut merupakan hasil wawancara dengan Michelle Dylan, M.Psi.

Michelle menjelaskan bahwa hormon Dopamin sebenarnya dibagi menjadi 2 jenis. Dopamin adalah neurotransmitter, dimana perannya adalah meneruskan sinyal dari satu neuron ke neuron yang lain. Sehingga, Dopamin bisa memberikan sinyal ke tubuh untuk membedakan hal apa yang pleasurable dan yang tidak. Hormon Dopamin dikeluarkan oleh Asam Amino lalu disebarkan melalui pembuluh darah, yakni sistem peredaran darah yang bertugas mengedarkan darah ke seluruh bagian tubuh manusia.

Hormon Dopamin juga berperan dari segi motorik, ada istilah yang dinamakan fight or flight response. Hal ini merupakan reaksi fisiologis otomatis terhadap suatu peristiwa yang dianggap menegangkan atau menakutkan. Persepsi ancaman mengaktifkan sistem saraf simpatik dan memicu respons stres akut yang mempersiapkan tubuh untuk melawan atau melarikan diri. Karena Hormon Dopamin berkaitan juga dengan aliran darah, maka ia mempunyai peran juga dalam sistem ekskresi.

Idealnya, kita harus mengusahakan agar Hormon Dopamin bisa menjadi seimbang karena berkaitan dengan kegiatan yang membawa kesenangan atau pleasure. Ada resiko dari kelebihan Hormon Dopamin yakni obesitas dan ADHD. Sedangkan dari kekurangan Hormon Dopamin dapat mengakibatkan depresi, kurangnya motivasi.

Adanya Hormon Dopamin yang cukup dapat memotivasi untuk melakukan sesuatu, kita menjadi lebih kritis dan objektif dalam menentukan sebuah situasi sehingga kita menjadi tahu mau bertindak seperti apa dalam menangani sebuah keadaan.

## 2) *Interview* ahli produktivitas

Ahli produktivitas adalah seseorang yang membantu individu meningkatkan produktivitas mereka secara keseluruhan dengan berfokus pada manajemen waktu, kebiasaan, dan perubahan perilaku. Mereka dapat membantu menerapkan strategi yang efisien dan

kebiasaan baru untuk meningkatkan produktivitas. Oleh karena itu, wawancara kepada ahli produktivitas dilakukan untuk mencari informasi mengenai produktivitas, terutama terkait pengaturan waktu, prioritas, fokus dan motivasi secara efektif.

Narasumber ahli produktivitas dalam wawancara ini adalah Rama Satya. Rama Satya adalah seorang sarjana biomedis yang menjadi kini menjadi kreator kreatif penuh waktu. Pendidikan formalnya di bidang biomedis menjadikannya mempunyai pemikiran yang berorientasi pada pemikiran analitis dan pola pikir ilmiah dalam menulis dan membuat konten tentang potensi manusia yang menjalin disiplin produktivitas, filosofi, dan pemasaran konten.

Rama Satya merasa banyak orang lain hanya berbicara tentang "peretasan", "jalan pintas", dan "cara" lain yang merangsang Dopamin palsu, sedangkan ia membawa sains ke dalam perspektif pengembangan diri. Ia juga telah berkecimpung di bidang kreatif selama 4 tahun, ia membuat konten edukasi dan pemasaran, membantu dan berkolaborasi dengan lebih dari 50 merek untuk menumbuhkan akun mereka.



Gambar 3.2 Wawancara bersama Rama Satya

Wawancara dilakukan pada tanggal 26 Februari 2024 secara daring dan berlangsung selama 30 menit. Berikut merupakan hasil wawancara dengan Rama Satya.

Menurut Rama, produktivitas adalah sesuatu yang kita lakukan yang dapat membuat kita lebih bahagia, sehat dan sejahtera. Tidak harus berfokus pada outcome atau hasil akhir, tapi makna atau kualitas dari sebuah proses juga sangatlah penting dalam mendukung produktivitas. Salah satu matriks yang terpenting dalam produktivitas adalah waktu. Rama mempunyai suatu konsep yang dinamakan time triad. Time triad ini berisi 3 hal, yakni prioritas, perencanaan dan eksekusi.

Aspek pertama yaitu prioritas, berhubungan dengan bagaimana seseorang dapat memaksimalkan 24 jam yang dimilikinya dalam 1 hari. Aspek kedua yaitu perencanaan adalah bagaimana kita bisa membuat rencana untuk menjalankan atau mewujudkan prioritas kita, istilahnya seperti membuat jadwal harian. Aspek ketiga yaitu eksekusi adalah bagaimana kita benar-benar menjalankan rencana yang sudah kita susun tersebut. Dalam tahap inilah, paling banyak terdapat distraksi.

Ada 2 jenis distraksi, yakni distraksi eksternal dan distraksi internal. Contoh distraksi eksternal adalah suara berisik dari lingkungan, ajakan teman untuk bermain, notifikasi dari gadget. Namun, menurut Rama, yang lebih sering mengganggu adalah distraksi internal, yakni distraksi dari pikiran. Contohnya rasa malas, bingung, overthinking.

Ada sebuah istilah yang dinamakan *flow zone*, keadaan dimana seseorang sudah terbiasa dengan kegiatan yang ia lakukan sehari-hari sehingga sudah hampir menguasai atau mahir. Untuk dapat mencapai flow zone tersebut kita harus fokus pada challenge-skill-balance. Kita harus memastikan apa yang kita kerjakan sesuai kemampuan kita atau tidak. Andaikan kemampuan (skill) kita masih rendah, tapi tugas yang diberikan kepada kita sulit, maka hal tersebut akan menghasilkan tekanan dan stres. Sedangkan, kemampuan (skill) kita sudah berada di tingkat yang cukup tinggi, tapi tugas yang diberikan kepada kita

rendah atau tidak ada tantangannya, maka hal tersebut tidak akan mengarahkan atau membuat kita berkembang. Jadi caranya adalah kita harus seimbangkan kemampuan dengan tantangan perlahan-lahan.

Menurut Rama, distraksi eksternal lebih mudah dieliminasi ketimbang distraksi internal. Kita bisa mengatur dan mengarahkan bagaimana distraksi eksternal tersebut agar tidak mengganggu kita, sedangkan distraksi internal lebih sulit dieliminasi karena sudah berhubungan dengan pikiran serta psikologi. Jadi untuk fokus adalah saat bekerja upayakan tempat kerja kita hanya berisi peralatan yang dibutuhkan untuk pekerjaan tersebut, jangan ada komponen lain yang mendistraksi. Jika kita seringkali ingin menunda sesuatu dan merasa masih mempunyai banyak waktu, kita bisa mencoba menciptakan urgensi terhadap keadaan. Contohnya, kita bisa membawa laptop untuk bekerja dengan baterai laptop yang terbatas, dengan begitu kita pasti akan mengejar waktu untuk mengerjakannya sebelum baterai laptop habis.

Rama menjelaskan bahwa dalam otak kita terdapat beberapa neurochemicals yang responsif terhadap motivasi kita. Salah satu neurochemicals adalah Dopamin, yang dikenal sebagai reward chemical. Intinya, Dopamin adalah molekul yang mendorong atau memotivasi kita untuk mencapai suatu target atau tujuan yang kita mau. Reward ini berhubungan dengan rasa nikmat dan bahagia. Pada zaman sekarang ini, kebahagiaan sudah dengan mudah didapatkan dan seringkali Dopamin yang didapat tersebut masuk ke kategori cheap Dopamine. Cheap Dopamine adalah hal-hal yang membuat kita bahagia, tapi sebenarnya tidak bagus untuk kesehatan dan otak kita. Umumnya pada zaman sekarang ini, orang banyak menyukai cheap Dopamine dari junk food atau makanan instan, scrolling sosial media hingga tak kenal waktu, dan juga menonton pornografi. Cheap

Dopamine ibaratnya Dopamin yang kita dapatkan dari kegiatan-kegiatan yang tidak bermakna.

Realitanya dalam kehidupan sekarang ini kita dikelilingi oleh cheap Dopamine, lama-lama kita menjadi teradiksi dengan kegiatan tersebut. Oleh karena itu kita perlu mengatur ulang otak atau kebiasaan kita supaya tidak mudah terdistraksi dengan cheap Dopamine yakni dengan cara detox atau membatasi. Dengan Dopamine detox, kita berlatih untuk mencari Dopamin melalui kegiatan yang bermakna dan berkualitas.

Salah satu caranya lagi yaitu dengan menanamkan konsep *delayed gratification* atau kebahagiaan yang tertunda, kita berlatih untuk sabar dengan proses yang kita lakukan saat ini dan kebahagiaan itu akan muncul pada waktu yang tepat di masa depan. Karena nyatanya cheap Dopamine berdampak buruk pada diri kita dan dengan kita membatasi hal tersebut pastinya kita akan lebih bahagia, sehat dan sejahtera seperti tujuan produktivitas yang disebutkan di awal.

Untuk bisa melakukan Dopamine detox, kita perlu menjauhkan distraksi agar tidak terlihat dalam pandangan secara visual, dengan demikian kita tidak akan terstimulasi untuk melakukannya. Banyak alasan yang dibuat-buat orang yang tidak niat memulai, padahal semuanya bisa dilakukan jika memang ada niat. Kita identifikasi dulu secara sadar (*mindful*) sensasi atau hal apa yang kita sukai dari cheap Dopamine yang kita lakukan. Misalnya, kita menyukai sensasi renyah dari kentang goreng, maka kita bisa mencari sensasi renyah tersebut dari alternatif makanan yang lebih baik. Dengan demikian, kita sudah mempunyai arahan mau mengganti kebiasaan buruk yang biasanya kita lakukan dengan alternatif yang lebih baik seperti apa.

Untuk jangka waktu melakukan Dopamine detox tidak perlu dilakukan sering-sering, cukup disesuaikan dengan kebutuhan. Langkah terpenting adalah mulai untuk melakukannya karena seringkali langkah awal tersebutlah yang sulit. Jika sudah memulai,

seiring waktu pasti kita semakin percaya diri untuk melakukannya lagi di masa mendatang. 1 hingga 30 hari sudah sangat cukup sebenarnya, intinya disesuaikan kembali pada diri masing-masing, lakukanlah hingga kita merasakan hasilnya.

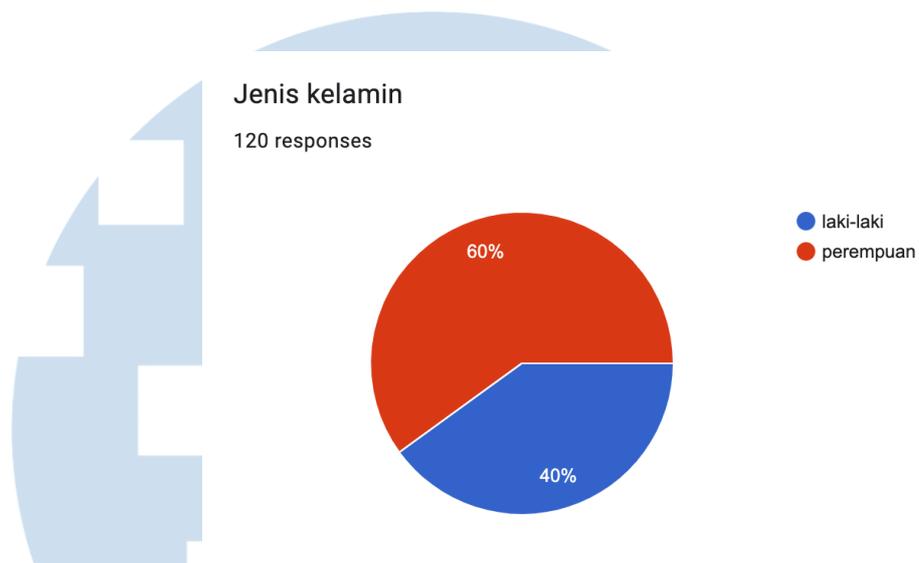
### **3.1.2 Metode Kuantitatif**

Menurut Sugiyono (2015) metode kuantitatif adalah suatu cara pengumpulan data statistik dengan meneliti populasi tertentu serta mengambil sampel secara acak. Metode pengumpulan data secara kuantitatif tersebut akan dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner terhadap responden.

#### **3.1.2.1 Penyebaran Kuesioner**

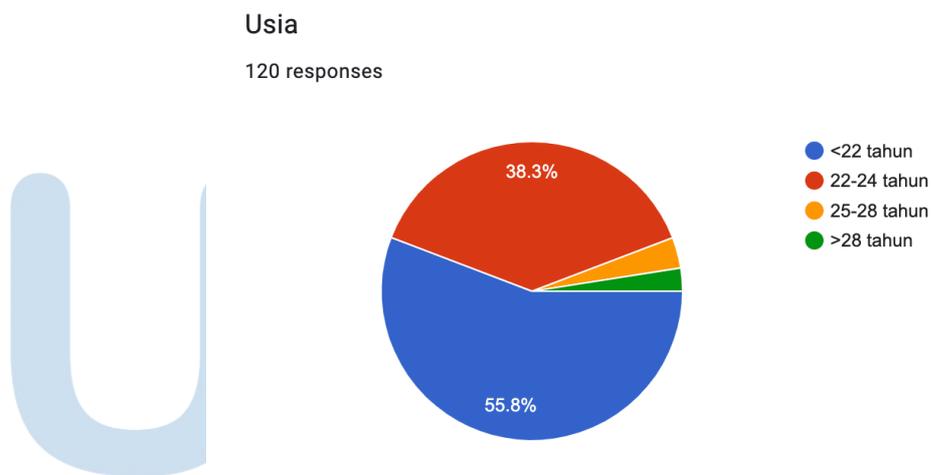
Kuesioner adalah pengumpulan data dalam bentuk tertulis yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja karena biasanya berupa formulir digital. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data atau informasi dari responden melalui beberapa pertanyaan untuk dijawab. Kelebihan dari teknik penyebaran kuesioner adalah lebih hemat waktu untuk disebar dan juga bisa menjangkau banyak responden, responden pun bisa mengaksesnya kapan saja dan dimana saja, serta memiliki waktu yang cukup untuk memikirkan jawabannya. kuesioner akan disebar kepada mahasiswa dan remaja berusia 22 hingga 28 tahun yang sedang berkuliah atau bekerja.

Kuesioner berisi 4 section. Section pertama mengenai biodata responden. Section kedua berisi pertanyaan terkait pengetahuan umum terkait Dopamin. Section ketiga berisi pertanyaan terkait kebiasaan. Section keempat berisi pertanyaan terkait media.



Gambar 3.3 Grafik jenis kelamin responden

Hasil dari kuesioner mendapat jawaban dari 120 responden. Sebagian besar responden merupakan perempuan, dengan persentase 60%, sisanya sebesar 40% adalah laki-laki.

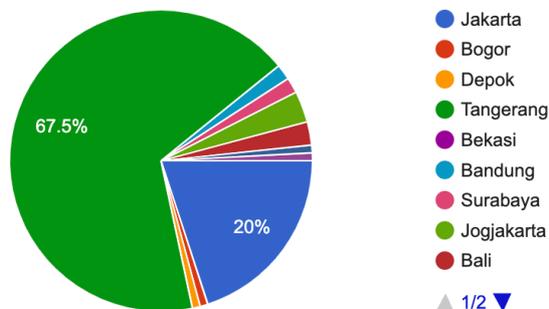


Gambar 3.4 Grafik usia responden

Sebanyak 55.8% responden yang menjawab berumur di bawah 22 tahun. Kemudian disusul dengan 38.3% responden yang usianya di rentang 22 hingga 24 tahun. Sebanyak 3.3% responden berada di rentang usia 25 hingga 28 tahun. Terakhir, untuk responden dengan usia lebih dari 28 tahun hanya besar 2.5%.

### Domisili

120 responses

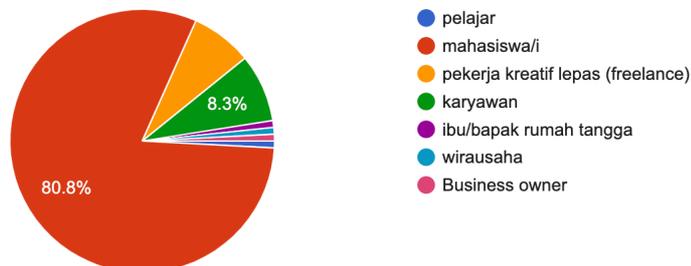


Gambar 3.5 Grafik domisili responden

67,5% responden berdomisili di Tangerang dan 20% di Jakarta. Sisanya adalah responden yang tersebar di kota lain.

### Pekerjaan utama saat ini..

120 responses



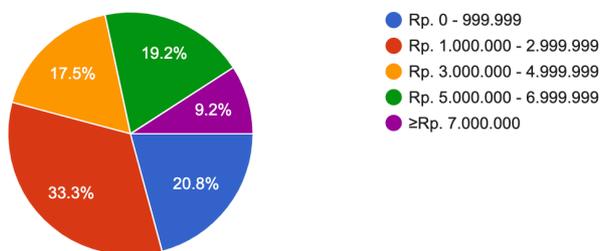
Gambar 3.6 Grafik pekerjaan responden

Pekerjaan utama responden yang mengisi adalah mahasiswa, dengan persentase sebesar 80.8%. Kemudian disusul dengan 8.3% responden yang bekerja sebagai karyawan dan 7.5% responden merupakan pekerja kreatif lepas.

### Pendapatan per bulan

120 responses

 Copy



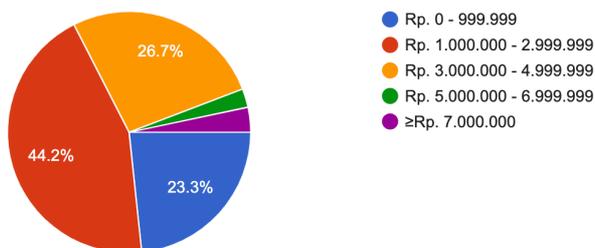
Gambar 3.7 Grafik pendapatan responden

Untuk pendapatan bulanan mereka cukup bervariasi. Sebesar 20,8% merupakan responden dengan pendapatan Rp. 0 - 999.999, 33,3% merupakan responden dengan pendapatan Rp. 1.000.000 - 2.999.999, 17,5% merupakan responden dengan pendapatan Rp. 3.000.000 - 4.999.999, 19,2% merupakan responden dengan pendapatan Rp. 5.000.000 - 6.999.999, 9,2% merupakan responden dengan pendapatan  $\geq$ Rp. 7.000.000.

### Pengeluaran per bulan

120 responses

 Copy



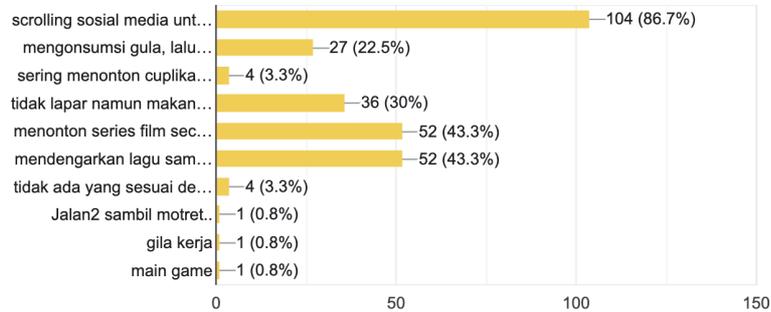
Gambar 3.8 Grafik pengeluaran responden

Data pengeluaran bulanan juga bervariasi. Sebesar 23,3% merupakan responden dengan pengeluaran Rp. 0 - 999.999, 44,2% merupakan responden dengan pengeluaran Rp. 1.000.000 - 2.999.999, 26,7% merupakan responden dengan pengeluaran Rp. 3.000.000 - 4.999.999, 2,5% merupakan responden dengan pengeluaran Rp. 5.000.000 - 6.999.999, 3,3% merupakan responden dengan pengeluaran  $\geq$ Rp. 7.000.000.

### kebiasaan yang sering dilakukan..

 Copy

120 responses



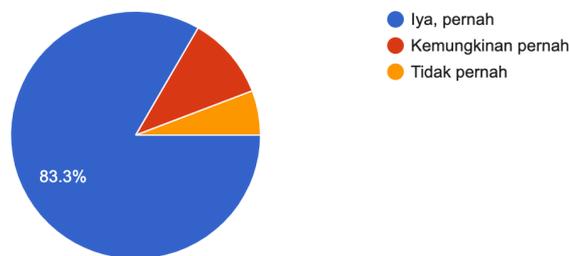
Gambar 3.9 Grafik kebiasaan yang sering dilakukan responden

Persentase kebiasaan *scrolling* sosial media untuk hiburan hingga tak kenal waktu sangatlah tinggi, mencapai 86.7%, diikuti dengan kebiasaan untuk menonton series film hingga tak sadar waktu yang mencapai 43.3%, lalu kebiasaan mendengarkan lagu sebesar 43.3%.

### Pernahkah kamu mendengar senyawa kimia bernama 'dopamin'?

 Copy

120 responses



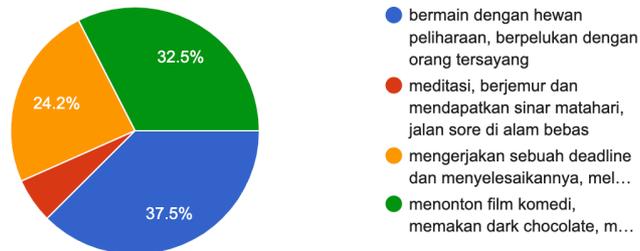
Gambar 3.10 Grafik riset terhadap pengetahuan Dopamin

Untuk pengetahuan terkait Dopamin, 83.3% responden mengaku pernah mendengar senyawa kimia bernama Dopamin. 10.8% responden merasa kemungkinan pernah mendengar senyawa kimia bernama Dopamin. 5.8% mengaku tidak pernah mendengar senyawa kimia bernama Dopamin.

Berdasarkan deskripsi di atas, menurut kalian kira-kira kegiatan apa yang dapat meningkatkan dopamin?

[Copy](#)

120 responses



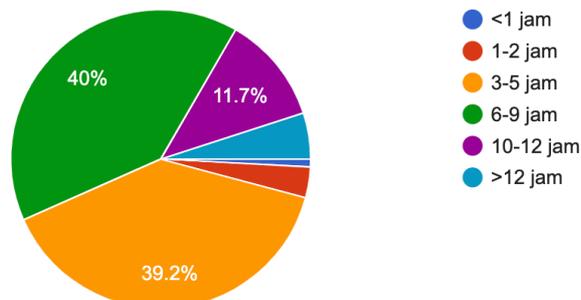
Gambar 3.11 Grafik pengetahuan terhadap kegiatan Dopamin

Namun, hanya 24.2% responden yang dapat menjawab dengan tepat terkait kegiatan apa yang dapat meningkatkan Dopamin, yakni mengerjakan sebuah *deadline* dan dan menyelesaikannya serta melakukan self-care.

Zaman sekarang ini, kita tidak luput dari penggunaan gadget, oleh karena itu perkiraan screen time dalam sehari Anda bisa mencapai..

[Copy](#)

120 responses



Gambar 3.12 Grafik rutinitas *screen time* responden

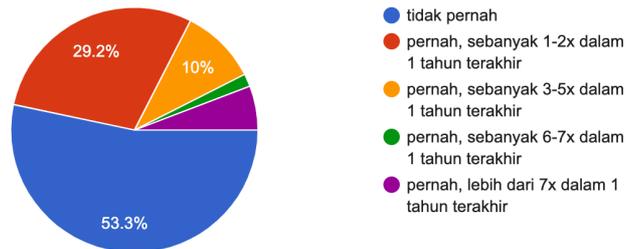
Zaman sekarang ini, kita tidak luput dari penggunaan gadget, oleh karena itu hanya sebesar 0.8% responden yang mempunyai *screen time* kurang dari 1 jam per harinya. Sebesar 3.3% responden mempunyai *screen time* selama 1 hingga 2 jam per harinya. 39.2% responden menghabiskan 3-5 jam mereka menatap gawainya. 40% responden mengaku mempunyai *screen time* selama 6 hingga 9 jam per harinya. 11.7% responden

mempunyai *screen time* selama 10 hingga 12 jam per harinya. Terakhir, 5% responden mengaku mempunyai *screen time* selama lebih dari 12 jam per harinya.

Frekuensi melakukan detox sosial media..

120 responses

[Copy](#)



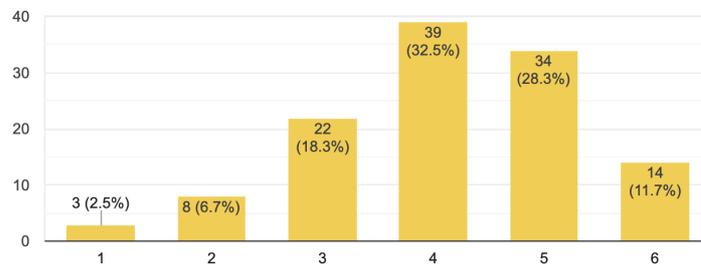
Gambar 3.13 Grafik rutinitas *detox* sosial media responden

Namun hampir 53.3% mengaku tidak pernah melakukan detox sosial media. 29.2% responden pernah melakukan detox sosial media sebanyak 1 hingga 2 kali dalam 1 tahun terakhir. 10% responden pernah melakukan detox sosial media sebanyak 3 hingga 5 kali dalam 1 tahun terakhir. 1.7% responden pernah melakukan detox sosial media sebanyak 6 hingga 7 kali dalam 1 tahun terakhir. Kemudian, sebesar 5.8% responden pernah melakukan detox sosial media sebanyak lebih dari 7 kali dalam 1 tahun terakhir.

Seberapa mudah atau sulit bagi Anda untuk membatasi diri mengecek sosial media?

120 responses

[Copy](#)



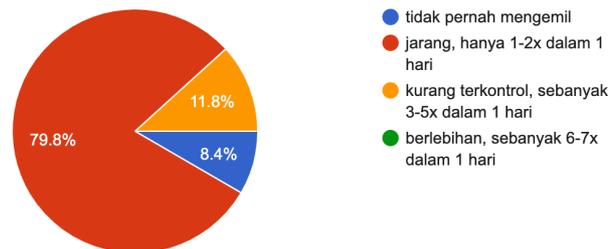
Gambar 3.14 Grafik tabel kebiasaan responden dalam membatasi mengecek sosial media

Dari tingkat kesulitan skala 1 hingga 6, sebanyak 32.5% merasa berada di kesulitan skala 4 dan 28.3% merasa berada di kesulitan skala 5 dalam membatasi diri untuk mengecek sosial media.

Nilailah kebiasaan Anda mengemil dalam sehari-hari! (konteks mengemil disini adalah yang dilakukan terus menerus dan dimakan tanpa kesadaran atau kontrol)

[Copy](#)

119 responses



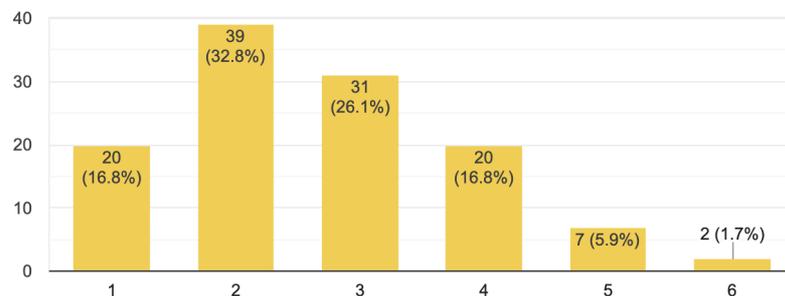
Gambar 3.15 Grafik kebiasaan responden dalam mengemil

Sedangkan untuk kebiasaan seperti ngemil atau makan berlebihan cukup jarang, sebanyak 79.8% responden hanya melakukannya 1 hingga 2 kali dalam sehari. Sebanyak 11.8% responden ngemil 3 hingga 5 kali dalam sehari. Terakhir, sebanyak 8.4% responden ngemil berlebihan, sebanyak 6 hingga 7 kali dalam sehari.

Seberapa mudah atau sulit bagi Anda untuk membatasi diri mengemil atau makan berlebihan?

[Copy](#)

119 responses



Gambar 3.16 Grafik tabel kebiasaan responden dalam membatasi mengemil

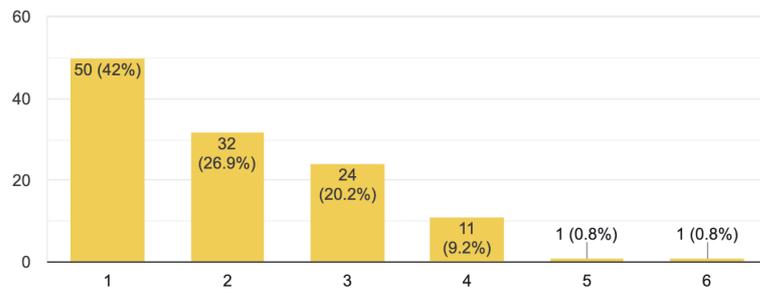
Sebanyak 32.8% merasa berada di kesulitan skala 2 dan 26.1% merasa berada di kesulitan skala 3 dalam membatasi diri dalam ngemil

sehingga dapat disimpulkan, mereka tidak merasa kesulitan untuk melakukannya.

Nilailah kebiasaan Anda dalam menonton pornografi!

[Copy](#)

119 responses



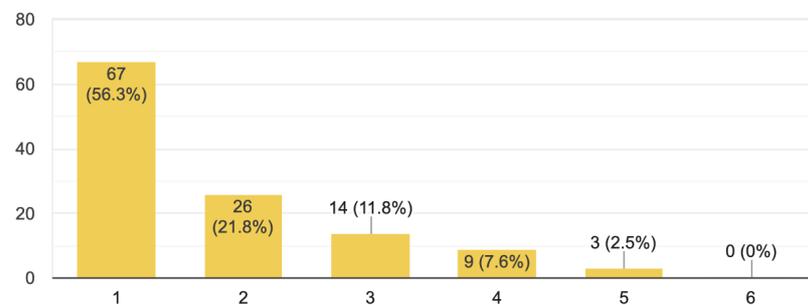
Gambar 3.17 Grafik tabel kebiasaan responden dalam menonton pornografi

Kebiasaan menonton pornografi juga cukup rendah, sebanyak 42% mengaku tidak menontonnya.

Seberapa mudah atau sulit bagi Anda untuk membatasi diri menonton pornografi?

[Copy](#)

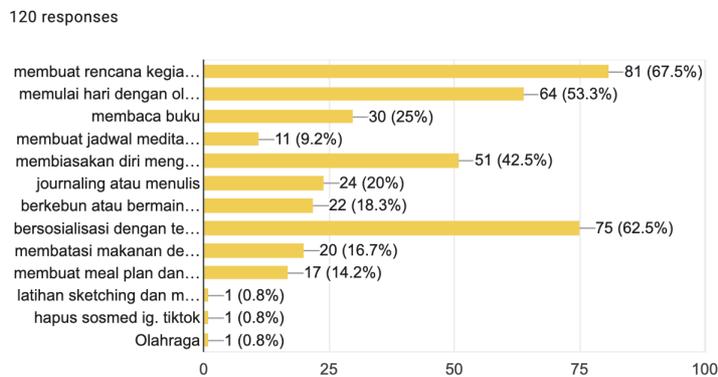
119 responses



Gambar 3.18 Grafik tabel kebiasaan responden dalam membatasi menonton pornografi

Sebanyak 56.3% merasa berada di kesulitan skala 1 dalam membatasi diri menonton pornografi.

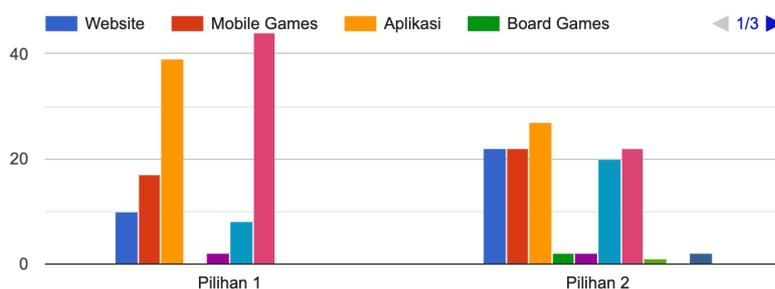
Bagi Anda, dari pilihan kegiatan di bawah ini, yang manakah yang sekiranya akan membantu untuk Dopamine Detox? [Copy](#)



Gambar 3.19 Grafik kebiasaan responden terhadap kegiatan yang membantu *Dopamine Detox*

Kegiatan yang paling membantu untuk *Dopamine Detox* menurut para responden adalah membuat rencana kegiatan yang produktif, persentasenya mencapai 67.5%. Kegiatan di urutan kedua adalah bersosialisasi dengan teman, pasangan, dan keluarga, hal ini mencapai 62.5%. Kegiatan di urutan ketiga adalah memulai hari dengan olahraga dan tidak membuka gadget, hal ini mencapai 53.3%

Urutkanlah 2 media yang paling sering Anda gunakan atau jumpai! [Copy](#)



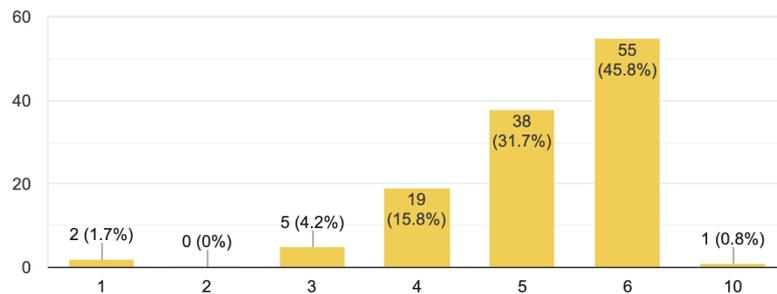
Gambar 3.20 Grafik terhadap media yang sering digunakan responden

Media yang paling banyak diakses responden adalah konten di sosial media dan aplikasi di *smartphone*, kurang lebih frekuensi mereka dalam mengakses kedua media tersebut mencapai hingga 45.8% di skala 6 (dari skala 1 hingga 6).

Seberapa sering frekuensi Anda dalam menggunakan atau menjumpai kedua media tersebut?

Copy

120 responses



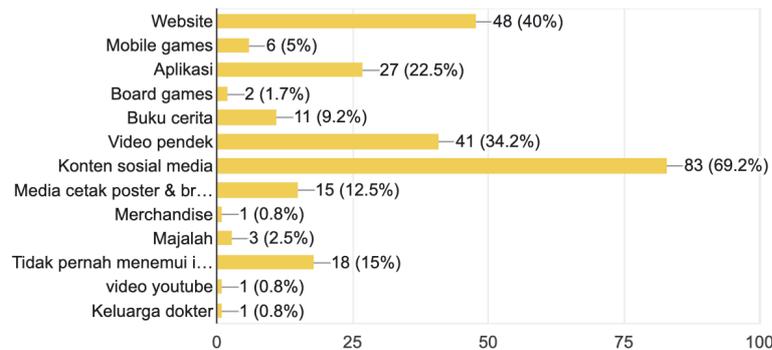
Gambar 3.21 Grafik terhadap frekuensi pemakaian media yang sering digunakan responden

Frekuensi penggunaan kedua media tersebut kurang lebih frekuensi mereka dalam mengakses kedua media tersebut mencapai hingga 45.8% di skala 6 (dari skala 1 hingga 6).

Apakah anda pernah menemukan topik terkait dopamin, produktivitas, mindfulness (kesadaran) di sekitar Anda? Jika iya, biasanya menemukan informasi tersebut di media apa?

Copy

120 responses



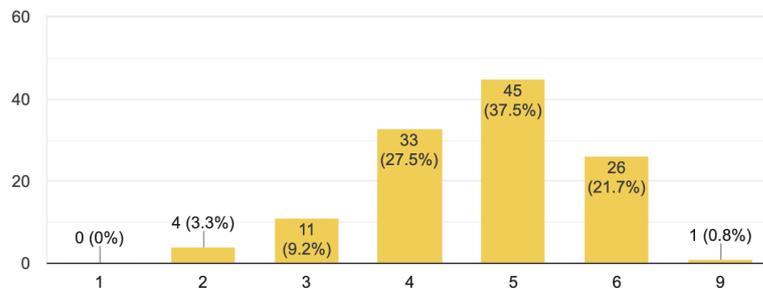
Gambar 3.22 Grafik terhadap media yang sering ditemukan topik Dopamin oleh responden

Para responden juga paling banyak menemukan informasi topik terkait Dopamin, produktivitas, mindfulness (kesadaran) tersebut dalam konten sosial media, persentasenya mencapai 69.2%.

Jika sekiranya ada **media informasi interaktif** yang menjadi sumber informasi dan juga penuntun, menurut Anda apakah akan efektif untuk meningkatkan kesadaran dan usaha untuk Dopamine Detox?

 Copy

120 responses



Gambar 3.23 Grafik terhadap pendapat responden terhadap keefektifan media informasi interaktif yang menuntun terhadap informasi Dopamin

Para responden tersebut memberi pendapat bahwa jika ada media informasi interaktif yang menjadi sumber informasi dan juga penuntunnya, maka media tersebut akan efektif untuk meningkatkan kesadaran dan usaha untuk *Dopamine Detox*.

Jadi, kesimpulannya adalah kebiasaan para responden untuk *scrolling* sosial media sebagai hiburan hingga tak kenal waktu sangatlah tinggi, mencapai 86.7%, diikuti dengan kebiasaan untuk menonton series film hingga tak sadar waktu yang mencapai 43.3%, lalu kebiasaan mendengarkan lagu sebesar 43.3%. Sedangkan untuk kebiasaan seperti ngemil atau makan berlebihan cukup jarang, sebanyak 79.8% responden hanya melakukannya 1 hingga 2 kali dalam sehari. Kebiasaan menonton pornografi juga cukup rendah, sebanyak 42% mengaku tidak menontonnya.

Untuk pengetahuan terkait Dopamin, 83.3% responden mengaku pernah mendengar senyawa kimia bernama Dopamin. Namun, hanya 24.2% responden yang dapat menjawab dengan tepat terkait kegiatan apa yang dapat meningkatkan Dopamin, yakni mengerjakan sebuah *deadline* dan menyelesaikannya serta melakukan *self-care*. Kegiatan yang paling membantu untuk *Dopamine Detox* menurut para responden adalah membuat rencana kegiatan yang produktif, persentasenya mencapai 67.5%.

### 3.1.3 Studi Referensi

Penulis melakukan studi referensi terhadap beberapa *board game* untuk menentukan mekanisme permainan yang sesuai. Board game yang menjadi referensi penulis memiliki *gameplay* yang dapat melatih otak pemainnya lewat permainan berpikir cepat. Berdasarkan pertimbangan tersebut maka board game yang penulis jadikan referensi adalah *board game Empower Empathy* dan *board game Xiaohongshu*.

#### 3.1.3.1 Board game *Empower Empathy*

*Empower Empathy* adalah yang pertama dalam rangkaian permainan meja berbasis Kecerdasan Emosional dan SEL yang dibuat oleh *TinySprouts* yang dikembangkan selama 3 tahun dan didukung oleh keahlian mengajar selama puluhan tahun. Permainan ini bertujuan untuk meningkatkan kecerdasan emosional dan keterampilan sosial anak-anak usia 5+ dengan mengajari mereka cara berempati dengan orang lain dan cara mengidentifikasi serta mengekspresikan emosi mereka sendiri.

*Empower Empathy* selaras dengan *Common Core Standards (CCS)*, *The College, Career, and Civic Life (C3) Framework*, dan kompetensi CASEL untuk mendukung pembelajaran sosial dan emosional, pemikiran kritis, pemecahan masalah, keterampilan komunikasi, dan pengembangan literasi bahasa.



Gambar 3.24 *Empower Empathy board game*  
Sumber :

[https://static.wixstatic.com/media/0263b5\\_ea5a9c7b5667498aa5d87510c11e4471~mv2.jpg/v1/fit/w\\_500,h\\_500,q\\_90/file.jpg](https://static.wixstatic.com/media/0263b5_ea5a9c7b5667498aa5d87510c11e4471~mv2.jpg/v1/fit/w_500,h_500,q_90/file.jpg)

Tabel 3.1 Analisa SWOT *board game Empower Empathy*

<p><b>Strength</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visual <i>board game</i> yang sangat menarik dan mempunyai makna yang berkaitan dengan warna yang dipakai. Adanya penggunaan maskot sebagai pion bermain memberi nilai tambah pada visual, selain itu juga mendukung kemudahan dan semangat dalam bermain.</li> <li>- Mekanisme <i>board game</i> yang cukup matang sehingga benar-benar dapat mendukung pembelajaran sosial dan emosional, pemikiran kritis, pemecahan masalah, keterampilan komunikasi, dan pengembangan literasi Bahasa pemainnya.</li> </ul>
<p><b>Weakness</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Board game</i> mempunyai beberapa komponen yang cukup banyak sehingga ada kemungkinan komponen dapat hilang karena target dari <i>board game</i> adalah untuk anak-anak berusia 5 tahun ke atas.</li> <li>- Harga <i>board game</i> yang cukup mahal, yakni seharga 80 <i>dollar</i> atau kurang lebih 1,3 juta dapat membuat orang tua mempertimbangkan pembelian pribadi mereka terhadap <i>board game</i> ini, dikarenakan adanya media pembelajaran atau mainan lain yang sekiranya lebih terjangkau.</li> </ul>
<p><b>Opportunity</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konsep <i>board game</i> dapat menjadi media edukasi untuk mengajarkan empati, sehingga dapat dijadikan sebuah ide kegiatan atau media pembelajaran pada sekolah TK atau SD. Dengan</li> </ul>

	adanya <i>board game</i> ini di sekolah juga dapat meningkatkan <i>awareness</i> dari <i>board game</i> .
<b>Threat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Board game</i> ini tidak punya tolak ukur terhadap keterampilan sosial dan empati</li> <li>- Dalam memainkan <i>board game</i> ini, alur permainan cenderung terlalu panjang sehingga dapat berpotensi membuat pemainnya bosan.</li> </ul>

### 3.1.3.2 Board game RED Monopoly

*Xiaohongshu* adalah media sosial dan platform *e-commerce* yang berbasis di Tiongkok. Untuk Tahun Baru Imlek 2021, sebuah *board game* edisi khusus sebagai paket kado diciptakan dengan nama *RED Monopoly* yang dimainkan seperti permainan Monopoli. Ilustrasi menyenangkan di seluruh sistem visual menambahkan elemen imajinasi melalui warna dan gaya seni pop yang pasti akan menginspirasi tahun yang bahagia dan gembira.



Gambar 3.25 RED Monopoly board game

Sumber : <https://i.pinimg.com/564x/37/50/5b/37505b93b8933d00378af57595cd87ab.jpg>

Permainan Monopoli RED CLUB menggunakan anggota RED CLUB sebagai bidak catur dalam permainan Monopoli ini. Ilustrasi yang terletak di tengah papan catur ini menggambarkan adegan seluruh anggota RED CLUB memainkan permainan Monopoli dan merayakan Tahun Baru Imlek bersama-sama. Ilustrasi ini dikelilingi oleh “RED MONOPOLY” dan kata 2021 yang berbentuk lentera. Ilustrasi di sekitar papan catur dibuat dalam gaya pop datar yang penuh warna dan modis. Warna merah tersebut mempunyai harapan akan tahun sejahtera yang penuh dengan kebahagiaan dan kegembiraan.



Gambar 3.26 Perlengkapan dalam RED Monopoly board game

Sumber : <https://i.pinimg.com/564x/34/eb/4a/34eb4a583bbb3ebf477ed058b4f1dd71.jpg>

Board game ini memiliki banyak komponen, antara lain papan permainan monopoli, buku catatan, dan paket merah. Board game ini menggunakan enam anggota RED CLUB sebagai maskot dalam permainan untuk menciptakan suasana Tahun Baru Imlek 2021.

Tabel 3.2 Tabel SWOT board game RED Monopoly

<p><b>Strength</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visual board games yang sangat menarik dan mempunyai makna yang berkaitan dengan warna yang dipakai. Adanya penggunaan maskot sebagai pion bermain memberi nilai tambah pada visual,</li> </ul>
------------------------	--

	selain itu juga mendukung kemudahan dan semangat dalam bermain.
<b>Weakness</b>	- <i>Board game</i> bertujuan dimainkan oleh seluruh anggota saat kumpul Tahun Baru Imlek, namun demikian, sepertinya konsep dari board games tidak sepenuhnya dapat dimainkan oleh semua usia dikarenakan adanya peraturan dan pemahaman khusus.
<b>Opportunity</b>	- Konsep <i>board games</i> seperti ini sangat menarik dan dapat dikembangkan menjadi sebuah <i>board game</i> yang dijual bebas dan mungkin dapat dikembangkan untuk tema-tema lainnya. <i>Board game</i> tersebut hanya diciptakan sebagai edisi khusus <i>Xiaohongshu</i> untuk paket kado Tahun Baru Imlek. Sehingga kemungkinan edisinya tidak dijual bebas. Selain itu, <i>board game</i> mengambil tema yang cukup spesifik dan tidak general, yakni Tahun Baru Imlek, sehingga momentum dari board games kemungkinan besar hanya mencakup target tertentu pada waktu tertentu.
<b>Threat</b>	- <i>Board game</i> hanya sebagai edisi khusus dan tidak dijual bebas sehingga sulit didapatkan.

### 3.1 Metodologi Perancangan

Proses perancangan desain dalam board game terkait topik *Dopamine detox* dibuat dengan mengacu pada teori merancang game dalam buku “*The Board Game Designer’s Guide: The Easy 4 Steps Process to Create Amazing Games that People Can’t Stop Playing*” oleh Joe Slack (2017). Teori tersebut mencakup empat proses tahapan dalam perancangan game yaitu *getting started and generating ideas, key*

*elements and considerations, designing & playtesting the game, dan finishing your game.* Berikut adalah tahapan dari metode perancangannya :

### 1) ***Getting Started & Generating Ideas***

Langkah pertama yang dilakukan dalam tahapan *getting started & generating ideas* adalah menyusun ide, menyempurnakannya, dan mewujudkannya sebagai bagian dari proses perancangan game. Titik awal untuk mendapatkan ide adalah dengan menanamkan rasa ingin tahu dan melakukan eksplorasi. Pertama-tama, pengembangan ide dilakukan penulis dengan menggunakan *mind map* untuk mencari kata-kata kunci relevan dengan topik yang dibahas.

### 2) ***Key Elements & Considerations***

Setelah mendapatkan gambaran konsep visual dari 3 kata kunci tersebut, penulis membuat *moodboard* untuk referensi visual agar konsep *board game* lebih tergambar jelas. *Moodboard* sangat membantu dalam proses awal perancangan, sehingga penulis menyusun dan mengumpulkan beberapa referensi gaya ilustrasi, tipografi, warna, bentuk atau tata letak kartu, dan bentuk pion ke dalam satu kolase.

### 3) ***Designing & Playtesting the Game***

Setelah adanya *big idea* dan *moodboard*, penulis mencoba merancang alur permainan *board game* dengan membuat alternatif teknis untuk diuji coba. Uji coba permainan ini dapat dibuat menjadi beberapa alternatif untuk dimainkan dengan tujuan uji coba atau prototipe. Uji coba ini bertujuan untuk mengetahui hal apa yang masih kurang dan dapat dikembangkan lagi.

### 4) ***Finishing the Game***

Setelah perencanaan pada 3 tahap sebelumnya, yakni pencarian ide, perancangan *moodboard* dan perencanaan uji coba dengan beberapa alternatif, kini masuk ke tahap *finishing the game* atau perancangan visual *board game*. Berikut adalah penjelasan proses pembuatan visual permainan pada elemen tipografi, warna, logo, ilustrasi, papan, kartu, pion, kemasan kotak, dan media panduan.