

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang akan penulis gunakan dalam perancangan media informasi *people pleaser* adalah *hybrid/ mixed methods*. Menurut Cresswell dan Cresswell, metode penelitian *mixed methods* adalah metode penelitian yang menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif. *Mixed methods* memadukan dua bentuk data (penelitian kualitatif dan kuantitatif) serta kerangka teoritis dan gagasan filosofis yang ada dengan harapan menambah wawasan di luar informasi yang disediakan oleh kedua data tersebut (Cresswell & Cresswell, 2018)

3.1.1 Metode Kualitatif

Metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mempelajari dan memahami arti masalah sosial/ kemanusiaan yang dialami individu atau kelompok. Proses pengumpulan data melibatkan pertanyaan dan analisis induktif data yang sudah dikumpulkan. Peneliti kemudian menginterpretasi arti dari data tersebut (Cresswell & Cresswell, 2018). Penulis mengumpulkan data penelitian metode kualitatif dalam bentuk wawancara dan FGD secara daring melalui aplikasi Zoom. Selain wawancara dan FGD, penulis juga mengumpulkan data melalui studi referensi dan studi eksisting.

3.1.1.1 Wawancara

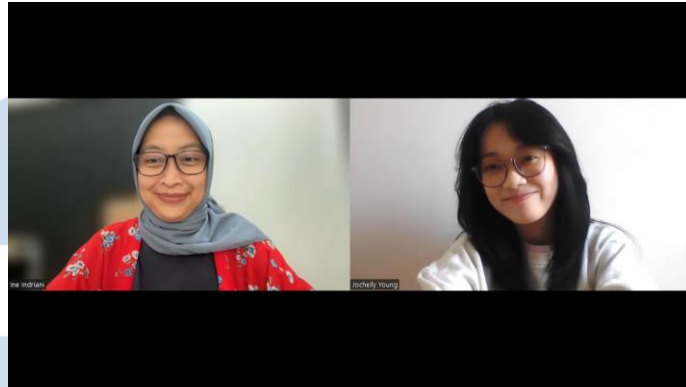
Penulis melakukan wawancara dengan tiga narasumber. Wawancara dilakukan terhadap Ibu Ine Indriani, M.Psi., Psikolog, Ibu Hersa Aranti, M.Psi., Psikolog, dan Seto Setiawan. Ibu Ine merupakan seorang psikolog klinis di Rumah Sakit Pantai Indah Kapuk (PIK), psikoterapis, psikolog Rumah Sakit Jakarta Eye Center (JEC) Kedoya, dan *co-founder* sekaligus *trainer* Psycoach Human Integra. Sedangkan Ibu Hersa adalah seorang psikolog klinis yang berpraktek

di Lembaga Psikologi Terapan Universitas Indonesia (LPT UI) dan Sadari Psychological Healthcare and Development Centre. Wawancara dengan Ibu Ine dilakukan secara daring melalui aplikasi Zoom pada hari Senin, 18 September 2023 untuk mendapatkan data mengenai *people pleaser*, kondisi stres di Jakarta, dan kesehatan mental remaja. Wawancara dengan Ibu Hersa juga dilakukan secara daring melalui Google Meet pada hari Senin, 13 November 2023, dan dilakukan untuk mendapatkan *insight* tambahan mengenai *people pleaser* dan batasan diri. Lalu wawancara dengan narasumber terakhir, Bapak Seto, dilaksanakan pada hari Kamis, 16 November 2023 secara *online* melalui aplikasi Zoom. Wawancara ini dilakukan untuk mendapat *insight* seputar desain dan media informasi.

1) Wawancara dengan Ine Indriani, M.Psi., Psikolog.

Penulis melakukan wawancara dengan Ibu Ine Indriani, M.Psi., Psikolog, yang sudah menekuni profesinya sebagai psikolog selama lebih dari 10 tahun. Beliau merupakan psikolog yang berfokus pada area trauma dan juga seorang psikoterapis. Psikoterapi yang beliau andalkan adalah *brainspotting therapy*. Selain menjadi psikolog dan psikoterapis, Ibu Ine menjadi salah satu pengurus Ikatan Psikolog Klinis (IPK) Jakarta. Sejauh ini, kasus terparah yang Ibu Ine pernah tangani berupa *disorder* yang berkaitan dengan trauma seperti *post-traumatic trauma disorder* (PTSD) dan *dissociative identity disorder* (DID) atau kepribadian ganda.

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 3.1 Dokumentasi Wawancara *Online* Bersama Ine Indriani, M.Psi., Psikolog

Menurut Ibu Ine, tingkat stres di Jakarta itu tinggi dan dapat terjadi kepada siapa saja terlepas dari gender dan umur karena tingkat stres tiap orang yang berbeda-beda. Misalnya saja; lansia cenderung stres karena kesehatan fisik dan stres ditinggalkan seseorang; stres yang dialami ibu muda biasanya mengenai pekerjaan dan finansial; atau stres yang dialami remaja berkaitan dengan tekanan teman sebaya (*peer pressure*), akademis, dan tuntutan orang tua. Sifat wanita yang lebih ekspresif dan terus terang membuat wanita lebih terlihat ketika sedang mengalami stres dibandingkan laki-laki yang cenderung memendam perasaan. Beliau menambahkan bahwa terkadang stres pada wanita lebih rumit dibandingkan laki-laki karena faktor menstruasi setiap bulannya, juga peran wanita yang bertambah banyak ketika bertumbuh dewasa.

Ibu Ine menjelaskan bahwa terdapat dua jenis stres yaitu distres dan eustres. Distres adalah stres yang membuat kita cemas, panik, berpikir negatif, susah konsentrasi, atau dampak negatif lainnya. Sedangkan eustres adalah stres yang membuat kita menjadi positif, seperti contohnya stres akan tenggat waktu membuat kita lebih

produktif agar pekerjaan dapat selesai sesuai tenggat waktu. Menurut Ibu Ine, pengobatan stres lebih baik berupa konseling dengan pergi ke psikolog kecuali stres tersebut benar-benar mengganggu kehidupan penderitanya, seperti susah tidur, kesulitan berkonsentrasi, atau tidak produktif. Jika memang sudah mengganggu, lebih disarankan meminta bantuan obat ke psikiater. Namun perlu ditekankan bahwa penggunaan obat tidak menyelesaikan masalah stres melainkan mengurangi gejala dari stres. Sebenarnya, semua dilihat lagi dari level stres seseorang. Jika seseorang mengalami stres namun dapat menjalankan hari-harinya seperti biasa dan menangani gejala tersebut sendiri (seperti cerita ke teman, meditasi, perawatan diri, atau olahraga), maka pertolongan profesional tidak begitu diperlukan.

People pleaser menurut Ibu Ine adalah orang yang mengutamakan kepentingan orang lain dibandingkan kepentingan diri sendiri sehingga membantu atau berbuat baik kepada orang lain secara berlebihan. Ciri-cirinya yang paling umum adalah ketidakmampuan seseorang menetapkan batasan, membutuhkan persetujuan orang lain, dan terlalu memperhatikan penilaian orang lain. *People pleaser* mulai dapat dilihat di masa remaja. Berbeda dengan pemikiran anak yang egosentris (masih fokus pada pendapat diri sendiri), di masa remaja, penilaian orang lain menjadi penting. Selain itu, kebutuhan sosial remaja untuk diterima semakin bertambah. Meskipun begitu, tidak menutup kemungkinan bahwa anak di masa praremaja bisa menjadi seorang *people pleaser*.

People pleaser mempertahankan kebiasaannya karena memiliki kepercayaan diri yang rendah, perasaan *insecure*, trauma masa lalu, dan pola asuh orang tua. Tuntutan orang tua yang terlalu tinggi dan memaksa anak bersikap dewasa sebelum umurnya dapat menjadi penyebab dari *people pleaser*. Kepercayaan diri yang rendah dapat menjadi penyebab sekaligus dampak dari *people pleaser* yang tidak ditangani. Selain kepercayaan diri yang rendah, dampak lainnya adalah tidak memiliki batasan diri, yang kemudian menyebabkan *people pleaser* merendahkan dirinya sendiri. *People pleaser* bisa saja mengalami stres dan condong ke area obat-obatan terlarang. Untungnya, *people pleaser* masih bisa disembuhkan, tergantung kemauan penderita dan *support system*-nya. Semakin muda penderita *people pleaser*, semakin penting juga peran *support system*. Tidak adanya *support system* akan menjadi halangan untuk penderita, terutama karena penderita hanya bisa mengandalkan diri sendiri.

Ibu Ine mengaku jarang mendapat kasus *people pleaser*. Beliau menuturkan bahwa *people pleaser* merupakan bentuk dari *defense mechanism* seseorang. *People pleaser* bisa mencari pertolongan profesional jika kebiasaan tersebut sudah sangat mengganggu kehidupan sehari-hari, seperti stres dan depresi. Jika ingin mengubah dan mengatasi kebiasaan *people pleaser*, harus dimulai dari penyebab atau akar permasalahannya. Maka dari itu, *people pleaser* harus mengetahui pola-pola dari sikap *people pleaser*. Ibu Ine juga memberi tambahan pesan dalam perancangan media informasi *people pleaser* untuk menambahkan informasi

membedakan perbuatan baik dan *people pleaser*. Ada hal yang memang harus dibantu dan merupakan sebuah kewajiban, seperti membantu ibu atau membantu dosen, dan ada yang bukan. Seseorang dapat dikatakan *people pleaser* apabila bantuan yang diberikan malah merugikan diri sendiri. Contohnya, seseorang menahan lapar demi bisa mentraktir temannya makanan mewah, atau seseorang yang membantu temannya belajar padahal diri sendiri belum belajar. Seorang *people pleaser* banyak mengorbankan kepentingan diri sendiri, yang ujung-ujungnya bisa membuat seseorang tersebut stres.

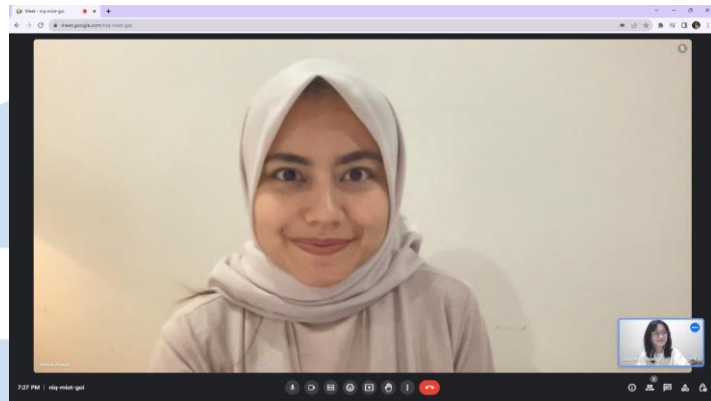
Dari hasil wawancara penulis dengan Ine Indriani, M.Psi., Psikolog, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa stres yang biasanya dikaitkan dengan dampak negatif ternyata memiliki dampak positif juga. Stres yang membawa dampak negatif disebut distres, dan stres yang membawa dampak positif disebut eustres. Tingkat stres yang dirasakan orang-orang itu juga berbeda-beda, dan baik laki-laki dan perempuan sama rentannya. Di Jakarta, tingkat stres-nya tergolong tinggi yang tentunya dapat mempengaruhi aktivitas masyarakatnya. Pengobatan stres dengan psikiater lebih dianjurkan untuk penderita stres yang merasa aktivitas sehari-harinya terganggu akibat dari stres tersebut.

Selain mengenai stres, dapat disimpulkan bahwa sikap *people pleaser* adalah orang berbuat baik secara berlebihan karena menempatkan kepentingan diri sendiri di urutan paling bawah. Kebiasaan *people pleaser* lebih sering terlihat di masa remaja, namun bisa terjadi juga di masa praremaja. *People pleaser* sulit menentukan

batasan diri, sehingga enggan menolak permintaan orang lain. Kebiasaan tersebut merupakan mekanisme pertahanan seseorang dan bisa muncul dari kepercayaan diri yang rendah, perasaan *insecure*, trauma masa lalu, dan pola asuh orang tua yang terlalu keras. Selain kepercayaan diri yang rendah dan ketidakmampuan seseorang menentukan batasan diri, kebiasaan *people pleaser* yang terus dibiarkan dapat membuat seorang *people pleaser* mengalami stres dan bisa jatuh ke dalam dunia obat-obatan terlarang. Jika ingin mengubahnya, kemauan penderita dan *support system* menjadi penting. Namun kebiasaan tersebut tidak bisa diubah begitu saja. Untuk menghilangkan kebiasaan *people pleaser*, harus diketahui akar masalah dari munculnya kebiasaan tersebut terlebih dahulu. Seorang *people pleaser* harus mengetahui pola-pola dari kebiasaan *people pleaser* agar bisa membedakan antara perbuatan baik dan *people pleaser*.

2) Wawancara dengan Hersa Aranti, M.Psi., Psikolog.

Penulis melakukan wawancara dengan Ibu Hersa Aranti, M.Psi., Psikolog, seorang psikolog klinis yang sudah berpraktek selama tiga setengah tahun. Ibu Hersa biasanya menangani kasus-kasus pada remaja dan dewasa awal. Beliau menempuh latar belakang pendidikan S1 dan S2-nya di Universitas Indonesia. Selain berpraktek di Lembaga Psikologi Terapan Universitas Indonesia (LPT UI) dan Sadari Psychological Healthcare and Development Centre, Ibu Hersa juga menjadi pembicara *training*, seminar, dan pembicara di media-media lainnya.



Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara *Online* Bersama Hersa Aranti, M.Psi., Psikolog

Sejauh ini, kasus terparah yang Ibu Hersa pernah tangani adalah kasus-kasus yang mengarah kepada aksi bunuh diri. Sedikit gambaran yang Ibu Hersa berikan mengarah pada depresi berat, sehingga faktor risiko seseorang tersebut melakukan bunuh diri menjadi tinggi. Beberapa faktor tersebut antara lain tidak adanya *support system*, masa lalu yang kurang baik, atau bahkan *support system* yang mendukung orang tersebut untuk bunuh diri.

Ibu Hersa mendefinisikan *people pleaser* sebagai seseorang yang selalu berusaha menyenangkan dan memenuhi ekspektasi orang lain terhadap dirinya, baik disadari ataupun tidak. *People pleaser* sendiri tidak masuk ke *term* klinis atau gangguan tertentu. Namun menurut penuturan Ibu Hersa, *people pleaser* lebih mengarah ke suatu *tendency* dan termasuk *term* psikologi yang populer, seperti contohnya *toxic relationship*. Karena itu, *people pleaser* tidak bisa sembarang didiagnosis dan perlu diproses lebih lanjut untuk mengetahuinya.

Sifat *people pleasing* dapat terjadi di umur berapa saja. Menurut Ibu Hersa, ciri-ciri *people pleaser* adalah selalu mengiyakan permintaan/ permohonan bantuan orang

lain, dan keputusan mengiyakan tersebut berorientasi pada kebahagiaan orang lain tanpa memedulikan dirinya sendiri. Penyebab dari munculnya sifat *people pleasing* ini memiliki dinamikanya sendiri. Tidak sesimpel karena satu hal lalu muncul sifat *people pleasing*. Beliau berkata bahwa sifat ini muncul karena adanya interaksi dari beberapa kejadian, yang kemudian berpengaruh terhadap perilaku seseorang menghadapi kejadian tersebut. Salah satu penyebab sifat ini muncul dari segi eksternal adalah *parenting style* yang didapat di masa kecil. Bisa karena masa kecilnya kurang mendapatkan *unconditional positive regard* oleh orang tuanya, atau penerimaan dari lingkungan secara *unconditional*. Contohnya seperti ketika seorang anak berbuat suatu kesalahan, ia merasa tidak diterima oleh keluarganya. Akibatnya, kebiasaan anak tersebut terbawa hingga dewasa. Anak tersebut pun berpikir bahwa ia harus terus menyenangkan orang lain supaya dapat diterima. Sedangkan dari sisi internal, lebih mengarah kepada *mindset* seseorang. Ada orang yang memiliki pemikiran dan pembelajaran yang kurang adaptif dari berbagai kejadian-kejadian yang mereka hadapi seperti contohnya, “Jika aku menyenangkan orang lain, aku jadi punya banyak teman. Berarti aku harus selalu menyenangkan orang lain.” Pemikiran tersebut keliru dan menjadi penyebab munculnya sifat *people pleasing*. Ibu Hersa mengaku jarang menemui orang yang sadar memiliki kebiasaan *people pleasing*. Beliau berkata bahwa kebanyakan orang yang berkonsultasi dengannya lebih menyadari bahwa mereka tidak merasa nyaman dalam interaksi sosial, yang ketika digali lebih lanjut

ternyata karena orang-orang tersebut mengutamakan orang lain dibandingkan diri sendiri. Ibu Hersa menambahkan bahwa sifat ini biasanya dipertahankan karena sudah menjadi kebiasaan. *People pleaser* mengiyakan permintaan bantuan karena sudah menjadi *automatic response*. Ketika orang lain meminta tolong/ pendapat/ sesuatu, *people pleaser* mengiyakan secara otomatis, tidak sadar akan konsekuensi negatif yang akan diterimanya nanti. Selain sudah menjadi kebiasaan, *people pleaser* mempertahankan kebiasaannya karena mendapat dampak yang positif juga. Mereka merasa ketika mereka menyenangkan orang lain, mereka juga ikut senang. Ada yang jadinya mendapat teman akibat kebiasaannya itu, mendapat *close circle*, merasa dipercaya oleh orang lain, dan lain-lain. Tetapi, hal tersebut tetap akan menjadi negatif jika mereka terlalu mendahulukan kepentingan orang lain di atas kepentingan dirinya sendiri.

Jika tidak ditangani, seorang *people pleaser* bisa kehilangan jati dirinya. Hal tersebut bisa terjadi karena yang berada di dalam pikiran *people pleaser* adalah apa ekspektasi orang lain terhadap dirinya. Contohnya, seseorang yang memilih jurusan perkuliahannya mengikuti apa yang teman/ orang tuanya mau. Keputusan yang ia buat berorientasi pada orang lain membuat orang tersebut tidak mengetahui apa yang ia mau juga *value* yang ia miliki. Secara jangka panjang, sifat *people pleasing* ini membuat penderitanya susah untuk bahagia. Tekanan dari ekspektasi orang lain yang selalu ia bawa membuatnya hidup dalam keberpura-puraan, dan itu akan melelahkan untuk penderita

tersebut. Menambahkan pernyataan tersebut, Ibu Hersa memberi contoh kasus *idol* luar negeri, yang hidupnya berfokus ke berbagai cara untuk membuat *fans* senang, atau cara agar dapat diterima masyarakat. Identitas *idol* seolah-olah ditentukan oleh respon masyarakat terhadapnya, dan hal tersebut merupakan tekanan yang berat yang bisa berakhir pada tindakan-tindakan berisiko.

Banyak orang yang keliru antara tanda-tanda *people pleasing* dan perbuatan baik. Mereka menganggap jika mereka mengorbankan diri mereka sendiri, itu merupakan perbuatan baik. Ibu Hersa menuturkan bahwa yang disebut dengan *people pleaser* adalah ketika seseorang berbuat baik ke orang lain saja, tetapi ke diri sendiri tidak. Contohnya, seseorang memberikan semua makanannya ke orang lain padahal dia belum makan sama sekali. Padahal, dia dan orang lain tersebut sama-sama memiliki hak untuk mendapatkan makanan. Seorang *people pleaser* akan berorientasi kepada kepentingan orang lain, menaruh kepentingan orang lain di atas kebutuhan pribadinya. Sedangkan orang baik berbuat baik kepada semua orang tanpa harus mengorbankan kepentingan dirinya sendiri.

Untungnya, sifat *people pleasing* ini dapat disembuhkan. Ibu Hersa berkata bahwa sifat ini bisa disembuhkan. Salah satu caranya adalah dengan melakukan konseling. Tetapi, untuk menyembuhkan sifat ini, diperlukan kesadaran dari penderita. Penderita harus benar-benar menyadari dinamika yang terjadi pada dirinya dan tujuan mengapa kebiasaan tersebut harus diubah. Menurut Ibu Hersa, konseling dapat dilakukan secepat mungkin

ketika seseorang menyadari bahwa ia memiliki sifat *people pleasing*.

Kemudian, Ibu Hersa juga memberi *insight* mengenai batasan diri. Menurut Ibu Hersa, seseorang yang tidak memiliki batasan diri bisa terjadi karena tidak adanya *role model* tentang membangun batasan diri yang sehat dengan orang lain seperti apa dan juga kurangnya wawasan. Di beberapa kasus yang pernah Ibu Hersa temui, banyak yang mempertanyakan apa yang sebenarnya boleh/ tidak, apa yang termasuk hak-hak mereka, dan lain-lain. Cara untuk menangani tidak adanya batasan diri ini adalah dengan menambah wawasan kita terhadap batasan diri yang sehat itu seperti apa dan juga cara membangunnya. Namun meskipun kita mengetahui batasan diri yang sehat seperti apa, membangunnya tidaklah mudah. Karena itu, sangat penting untuk kita melakukan konseling karena dengan adanya konseling akan diberikan penanganan yang lebih terstruktur.

Ibu Hersa mengaku takut apabila *people pleaser* tidak bisa menjalani hidupnya sebagai diri sendiri. Harapan yang Ibu Hersa miliki untuk mereka, para *people pleaser*, adalah lebih adaptif lagi dalam menjalankan hidup. Ibu Hersa memberi pesan bahwa penting bagi kita sebagai manusia untuk mempertimbangkan kehidupan kita sendiri. Jika ada perbedaan pendapat dengan orang lain, akan lebih baik jika kita mencari jalan tengahnya.

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Ibu Hersa Aranti, M.Psi., Psikolog, dapat penulis simpulkan bahwa *people pleaser* adalah orang yang mengorbankan dirinya sendiri demi memenuhi ekspektasi dan

kepentingan orang lain terhadap dirinya. *People pleaser* tidak memiliki istilah klinis dan tidak bisa sembarang didiagnosis. Namun, ciri-ciri *people pleaser* ini bisa terlihat, salah satunya adalah mengiyakan semua permintaan orang lain. Sifat ini juga bisa muncul di umur berapa saja. Meskipun begitu, dinamika penyebab munculnya sifat *people pleasing* itu rumit. Biasanya, sifat ini muncul karena adanya interaksi dari beberapa kejadian, yang kemudian berpengaruh terhadap perilaku seseorang menghadapi kejadian tersebut. Contohnya seperti *parenting style* yang diterima sejak kecil, atau pemikiran yang masih keliru dan kurang adaptif.

Penderita *people pleaser* mempertahankan kebiasaannya karena sudah menjadi kebiasaan dan mendapat dampak positif dari kebiasaan tersebut. Namun tentunya semua hal tersebut akan menjadi negatif apabila seseorang terlalu mendahulukan kepentingan orang lain di atas kepentingan dirinya. Jika tidak segera ditangani, sifat *people pleasing* dapat menyebabkan penderitanya kehilangan jati diri dan sulit untuk bahagia. Bahkan di beberapa kasus, sifat ini bisa menjadi salah satu alasan tindakan-tindakan berisiko seperti bunuh diri. Tetapi untungnya, sifat ini bisa disembuhkan. Salah satu cara untuk menyembuhkannya adalah dengan melakukan konseling secepat mungkin begitu penderita menyadari gejala-gejala tersebut.

People pleaser itu berbeda dengan perbuatan baik. Orang baik berbuat baik kepada semua orang tanpa mengorbankan kepentingan diri sendiri. Sedangkan seorang *people pleaser* mengambil keputusan dengan berorientasi pada orang lain, sehingga mengorbankan

kepentingan dirinya sendiri. Masalah utama yang dihadapi *people pleaser* adalah tidak adanya batasan diri yang sehat. Hal tersebut bisa terjadi karena tidak adanya *role model* dan kurangnya wawasan akan hal tersebut. Untuk mengatasi kasus tidak adanya batasan diri, kita perlu menambah wawasan kita akan batasan diri dan tentunya melakukan konseling untuk membangun batasan diri yang sehat.

3) Wawancara dengan Seto Setiawan

Bapak Seto Setiawan merupakan seorang desainer grafis. Sekarang, Pak Seto bekerja sebagai *creative director* di *graphic house* Dapoer Creative Indonesia. Sebelum menjabat pekerjaannya sekarang, Pak Seto pernah bekerja sebagai *art director* di sebuah *advertising agency*. Dalam pekerjaannya tersebut, Pak Seto lebih sering memegang masalah *motion graphic*, *merchandise*, kalender, dan media *below the line*.



Gambar 3.3 Dokumentasi Wawancara *Online* Bersama Seto Setiawan

Dalam sesi wawancara, penulis bertanya kepada Pak Seto mengenai definisi media informasi yang baik dan benar. Jawaban yang diberikan Pak Seto adalah tergantung keperluannya. Menurut Pak Seto, media informasi yang baik dan benar adalah media yang sesuai dengan ide dan kebutuhan dari *brand* serta target market.

Salah satu contoh dari media informasi yang tidak baik adalah ketika kantor (*agency*) membuat poster padahal sebenarnya *brand* tidak perlu menggunakan poster sebagai media informasi,

Menurut Pak Seto, topik yang membahas soal kesehatan mental itu termasuk topik yang sulit. Target yang Pak Seto pilih untuk membahas topik kesehatan mental adalah orang tua, bukan anak-anak. Pak Seto berkata bahwa anak-anak tidak paham dengan kesehatan mental, namun orang tua pasti tahu akan perubahan-perubahan yang terjadi pada anaknya. Meskipun begitu, Pak Seto menyetujui target audiens yang dipilih untuk perancangan Tugas Akhir ini. Pemilihan target itu penting dan harus benar-benar dipahami. Karena dari target, diketahui *behavior* untuk pemilihan medianya. Misalnya, pemilihan media TV akan cocok bila menargetkan orang tua. Media televisi memang sudah jarang ditonton oleh kalangan remaja, tetapi masih sering digunakan oleh orang tua.

Pak Seto berbagi beberapa tips mengenai pemilihan ide dan *tone of voice*. Agar ide yang telah kita tentukan cocok dengan target audiens, Pak Seto menyarankan untuk melakukan *mind mapping*, wawancara (formal ataupun non-formal), dan observasi. Pak Seto tidak menyarankan untuk mencari ide di Google atau *search engine* lainnya. Katanya, referensi dari Google mematok imajinasi kita, sehingga ide yang dikeluarkan tidak *fresh*. Lalu, *tone of voice* yang dipilih haruslah lembut, tidak blak-blakan, berkesan *smart*, dan memiliki *stopping power* yang cukup untuk menarik target audiens.

Penulis juga menanyakan bagaimana memilih *copywriting* atau gaya bahasa yang sesuai dengan *range* umur target audiens. Pak Seto memberi contoh dua target untuk perancangan Tugas Akhir ini, yaitu anak-anak dan orang tua. Gaya bahasa yang digunakan untuk target audiens anak-anak adalah bahasa-bahasa non-formal yang sering dipakai. Contohnya adalah panggilan non-formal saya & anda, yaitu gue & lu. Berbeda dengan anak-anak, gaya bahasa yang digunakan untuk target audiens orang tua adalah bahasa yang halus dan sopan, Tidak harus sesuai dengan KBBI, tetapi tertata rapi. Pemilihan gaya bahasa harus menyesuaikan target audiens. Hal tersebut dilakukan agar target audiens merasakan adanya hubungan antara desain dengan dirinya sendiri.

Mengenai tingkat literasi Indonesia yang rendah, menurut Pak Seto hal tersebut dapat dibantu dengan visual. Karena itu, visual harus menarik dan *relate* dengan target audiens. Intonasi bicara dari TV dan radio juga berpengaruh dan membantu dalam meningkatkan tingkat literasi yang rendah di Indonesia. Selain itu, penggunaan gaya bahasa sesuai dengan kelas SES juga penting. Pak Seto memberi pesan untuk menggunakan gaya bahasa sesuai dengan kelas yang dimiliki target audiens agar target audiens mau membaca informasi yang ditampilkan.

Kesimpulan yang dapat penulis ambil dari sesi wawancara bersama Bapak Seto Setiawan adalah media informasi disebut baik dan benar apabila sesuai dengan ide yang dimiliki *brand* serta sesuai dengan kebutuhan target audiensnya. Maka dari itu, seorang desainer grafis

harus benar-benar memahami *behavior* target audiensnya. Memahami *behavior* target audiens diperlukan untuk menentukan ide, *tone of voice*, media, dan *copywriting* yang tepat dalam perancangan desain, agar desain dapat memberi kesan dan makna pada target audiensnya.

3.1.1.2 *Focus Group Discussion* (FGD)

Penulis melakukan FGD bersama 5 narasumber pada hari Jumat, 29 September 2023 secara *online* melalui aplikasi Zoom. Tujuan dari FGD ini untuk mengetahui seberapa dalam pengetahuan yang narasumber ketahui mengenai *people pleaser*. Kelima narasumber tersebut yaitu Josephine (23), Gabrielle Yonatan (21), Meilinda (21), Chevanton Ernesto Guevara (21), dan Karel Felix (17).



Gambar 3.4 Dokumentasi FGD melalui Zoom

Sebelum masuk ke inti topik, penulis menanyakan beberapa hal yang berkaitan dengan kebiasaan *people pleaser*. Hal ini penulis lakukan untuk mengetahui apakah karakteristik *people pleaser* ada di dalam diri mereka. Pertanyaan pertama yang penulis lontarkan adalah apakah mereka pernah merasa enggan menolak suatu permintaan. Mereka semua menjawab pernah, namun beberapa dari mereka mengatakan perasaan tersebut tergantung siapa yang mempunyai permintaan tersebut. Kemudian, penulis juga menanyakan apakah mereka sering meminta maaf meskipun bukan kesalahan mereka, dan

mereka semua mengatakan bahwa mereka pernah melakukan hal tersebut. Selanjutnya, penulis bertanya apakah tindakan mereka selama ini bergantung pada validasi orang lain. Ernesto, Gabrielle, dan Meilinda mengaku tidak membutuhkan validasi orang lain dalam bertindak, sedangkan Felix dan Josephine mengaku bahwa tergantung tindakan apa yang akan mereka lakukan. Menurut mereka semua, kebiasaan tersebut muncul karena budaya dan kebiasaan yang diajarkan dari kecil.

Ernesto, Meilinda, dan Josephine mengaku jarang sampai tidak pernah memikirkan dampak dari kebiasaan tersebut. Meilinda bahkan menganggap bahwa kebiasaan tersebut merupakan hal yang lumrah. Sedangkan dampak dari kebiasaan tersebut yang Felix pikirkan lebih ke arah sosial. Felix takut bila kebiasaan tersebut terus ia lakukan, teman-temannya menjadi semena-mena terhadap dia. Ketika penulis bertanya apakah mereka pernah merasakan stres atau cemas karena kebiasaan mereka tersebut, mereka berkata bahwa mereka tidak pernah sampai stres, tapi kepikiran. Bahkan Meilinda mengaku bahwa ia menjadi *overthink* dengan keputusan yang ia buat karena kebiasaan tersebut.

Kelima narasumber memiliki *mindset* takut melawan orang tua. Jika keinginan orang tua tidak dituruti, mereka akan diberi hukuman. Tetapi, yang mengaku sampai mendapat hukuman fisik hanya Josephine. Keempat responden sisanya mengaku hanya dinasehati dan dimarahi jika tidak dituruti, agar orang tua ditakuti.

Mengenai istilah *people pleaser*, Felix mengaku tidak mengetahui apa itu *people pleaser*, sedangkan 4 responden lainnya mengaku pernah mendengar istilah tersebut. Namun ketika penulis menanyakan arti *people pleaser* menurut mereka, yang bisa menjawab secara spesifik hanya Gabrielle. Josephine pun menganggap *people pleaser* sebatas orang yang tidak bisa menolak saja. Kemudian penulis

bertanya apakah informasi mengenai *people pleaser* sudah banyak dan jelas. Gabrielle menjawab iya, Felix dan Josephine menjawab tidak. Sedangkan Meilinda dan Ernesto menjawab bahwa informasinya masih jarang dan mereka hanya pernah melihat informasi mengenai *people pleaser* secara sekilas. Setelah itu penulis bertanya kepada kelima narasumber apakah mereka tahu ke mana *people pleaser* harus mencari pertolongan. Josephine, Ernesto, Felix, dan Meilinda mengaku tidak tahu, sedangkan Gabrielle menjawab psikiater.

Dari apa yang penulis lihat, tidak semua narasumber memiliki karakteristik *people pleaser* dan kebiasaan tersebut muncul di saat-saat tertentu saja, tergantung situasi dan kondisi. Mereka menganggap karakteristik tersebut sebagai suatu kebiasaan dan budaya yang diajarkan sedari kecil. Mayoritas dari mereka tidak memikirkan dampak dari adanya kebiasaan tersebut. Bahkan ada dari mereka yang lebih memikirkan dampak sosial dibandingkan dampak terhadap diri sendiri.

Terdapat salah satu persamaan dari kelima narasumber, yaitu *mindset* takut melawan orang tua. Mereka takut melawan orang tua karena sedari kecil diajarkan untuk menuruti keinginan orang tua. Hanya satu narasumber yang mengaku mendapat hukuman fisik jika keinginan orang tuanya tidak dituruti, Sisanya hanya berupa nasehat.

Ketika penulis menanyakan apakah mereka pernah mendengar istilah *people pleaser*, terdapat satu narasumber yang tidak mengetahui dan tidak pernah mendengar apa itu *people pleaser*. Meskipun 4 narasumber lainnya mengaku pernah mendengar *people pleaser*, pengetahuan mereka tentang apa itu *people pleaser* ternyata masih terbatas. Yang mampu menjawab apa itu *people pleaser* secara spesifik hanya satu narasumber. Ada 4 narasumber yang mengaku bahwa informasi tentang *people pleaser* masih kurang, 2 di antaranya

berkata bahwa informasi mengenai *people pleaser* hanya dilihat sekilas. Lalu, terdapat 4 narasumber yang tidak mengetahui ke mana *people pleaser* harus mencari pertolongan, dan 1 narasumber sisanya menjawab psikiater. Padahal, psikiater lebih dianjurkan apabila gejala dan kebiasaan sudah terlalu mengganggu aktivitas sehari-hari sehingga menyebabkan gangguan kesehatan mental agar dapat diberi obat untuk meredakannya.

3.1.1.3 Studi Eksisting

1) Buku *Selalu Ada Pesan untuk Saling Menguatkan*

Buku *Selalu Ada Pesan untuk Saling Menguatkan* terbit di tahun 2020 dan ditulis oleh @kataitem. Buku ini berisi pesan-pesan yang memotivasi/ menenangkan pembaca. Buku ini juga dipenuhi ilustrasi *full color* yang masih berkesinambungan dengan isi buku, *Copywriting* pada buku tidak terlalu baku, seakan-akan mendapat saran dari teman.



Gambar 3.5 Isi Buku “Selalu Ada Pesan untuk Saling Menguatkan”

Sumber: <https://down-id.img.susercontent.com/file/3a79d370d72574495d1675cfd830dc60>

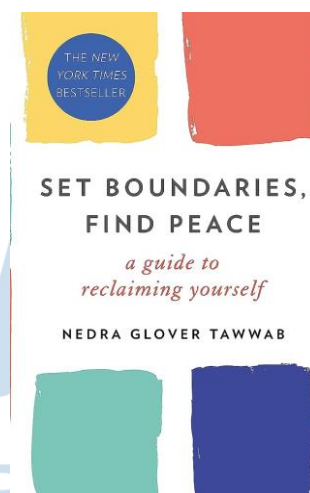
Tabel 3.1 Spesifikasi Buku “Selalu Ada Pesan untuk Saling Menguatkan”
Sumber: <https://www.gramedia.com/products/selalu-ada-pesan-untuk-saling-menguatkan>

Judul	Selalu Ada Pesan untuk Saling Menguatkan
-------	--

Penulis	@kataitem
Tahun Terbit	2020
Penerbit	Gramedia Widiasarana Indonesia
Jumlah Halaman	208
Bahasa	Indonesia
ISBN	9786020522418

2) **Buku *Set Boundaries, Find Peace***

Buku ini ditulis oleh Nedra Glover Tawwab dan diterbitkan di tahun 2021. Buku ini mengajak pembaca untuk bersikap lebih realistis dan lebih tegas dalam menentukan batasan diri. Buku ini cocok untuk *people pleaser* yang selalu mengorbankan dirinya demi kebahagiaan orang lain. Isi buku lebih teoritis dan menggunakan *copywriting* yang lebih baku. Terdapat rangkuman dan latihan menetapkan batasan diri di setiap bab, memudahkan pembaca memahami isi dari buku.



Gambar 3.6 Sampul Buku “*Set Boundaries, Find Peace*”

Sumber: https://m.media-amazon.com/images/I/71TGFj9pauL._AC_UF894,1000_QL80_.jpg

Tabel 3.2 Spesifikasi Buku “*Set Boundaries, Find Peace*”
 Sumber: <https://www.amazon.com/Set-Boundaries-Find-Peace-Reclaiming/dp/0593192095>

Judul	<i>Set Boundaries, Find Peace</i>
Penulis	Nedra Glover Tawwab
Tahun Terbit	2021
Penerbit	TarcherPerigee
Jumlah Halaman	304
Bahasa	Inggris
ISBN	9780293192092

Dari studi eksisting yang sudah penulis lakukan terhadap dua buku tersebut, maka analisis SWOT dapat dijabarkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3 Tabel Analisa SWOT Studi Eksisting

	Selalu Ada Pesan untuk Saling Menguatkan	<i>Set Boundaries, Find Peace</i>
<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memakai konsep <i>full color</i> dan ilustrasi yang sesuai dengan isi buku • <i>Copywriting</i> yang santai, bahasa mudah dipahami dan dapat menenangkan pembaca • Sudah menggunakan <i>hardcover</i> • Bobot buku yang ringan dan tipis, buku mudah dibawa ke mana-mana 	<ul style="list-style-type: none"> • Membahas tentang <i>people pleaser</i> dan batasan diri • Pembahasan teori yang detail • Terdapat rangkuman dan latihan di setiap bab

Weakness	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak membahas <i>people pleaser</i> secara spesifik • Tidak bersifat interaktif, aktivitas di dalam buku kurang 	<ul style="list-style-type: none"> • Masih dikemas dalam bentuk <i>softcover</i> • Untuk saat ini hanya tersedia dalam bahasa Inggris • Tidak ada ilustrasi sama sekali
Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> • Masih sedikit buku yang membahas psikologi dengan <i>copywriting</i> tidak baku • Buku berilustrasi dengan konsep <i>full color</i> yang sedang menjadi tren • Isu kesehatan mental dan stres di Indonesia yang cukup tinggi 	<ul style="list-style-type: none"> • Buku mengenai <i>people pleaser</i> masih jarang ditemukan
Threat	<ul style="list-style-type: none"> • Muncul kompetitor dengan konsep ilustrasi, <i>full color</i>, dan interaktif (penuh aktivitas) • Minat baca masyarakat Indonesia yang rendah 	<ul style="list-style-type: none"> • Munculnya kompetitor yang menggunakan ilustrasi atau gaya visual lainnya untuk memperjelas isi buku mengenai <i>people pleaser</i> dan batasan diri

	<ul style="list-style-type: none"> • Konten mengenai kesehatan mental sudah banyak tersebar di media lain. 	<ul style="list-style-type: none"> • Minat baca masyarakat Indonesia yang rendah • Konten mengenai kesehatan mental sudah banyak tersebar di media lain. • Buku dengan ilustrasi berwarna lebih digemari masyarakat
--	---	--

Kedua buku dari studi eksisting yang telah penulis lakukan memiliki banyak insight yang dapat penulis masukkan ke dalam perancangan media informasi penulis nantinya. Buku “Selalu Ada Pesan untuk Saling Menguatkan” memadukan *layout* dan konten buku dengan baik, sehingga keterbacaannya jelas. Isi konten lebih mengarah ke pesan-pesan atau kalimat-kalimat yang orang ingin dengar, sehingga dapat menenangkan orang yang membacanya. *Copywriting* dalam buku bersifat non-formal, membuat pembaca lebih santai ketika membacanya. Hal ini jarang ditemukan pada buku yang membahas tentang psikologi. Sedangkan buku “*Set Boundaries, Find Peace*” memiliki konten yang cocok untuk mereka yang memiliki kebiasaan *people pleaser*. Meskipun *copywritingnya* lebih baku, terdapat beberapa aktivitas yang dapat pembaca lakukan di sela-sela membaca. Terdapat juga rangkuman di setiap akhir bab untuk memudahkan pembaca memahami isi buku.

3.1.1.4 Studi Referensi

1) Gaya ilustrasi dari *webtoonist* Sibbil

Gaya ilustrasi yang akan penulis gunakan menyerupai gaya ilustrasi ilustrator dan *webtoonist* Sibbil. Sibbil memiliki gaya ilustrasi semi-realis yang berfokus pada ekspresi wajah dan memiliki *outline* yang tegas.



Gambar 3.7 Contoh Ilustrasi Sibbil

Sumber:

<https://i.pinimg.com/originals/ed/79/86/ed798654ab8384472b15047cf32b10ac.jpg>

2) **Buku *Silly Gilly Daily: Stay at Home***

Buku karya Naela Ali yang dirilis pada tahun 2021 menggunakan konsep ilustrasi *full color*, yang bersifat interaktif. Buku ini menawarkan visual yang menarik dan aktivitas yang bisa pembaca lakukan di dalam buku ketika membacanya. *Copywriting* pada buku juga lebih santai dan mudah dipahami. Pembelian buku *Silly Gilly Daily: Stay at Home* juga dilengkapi dengan stiker yang sudah diselipi di dalam buku.

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



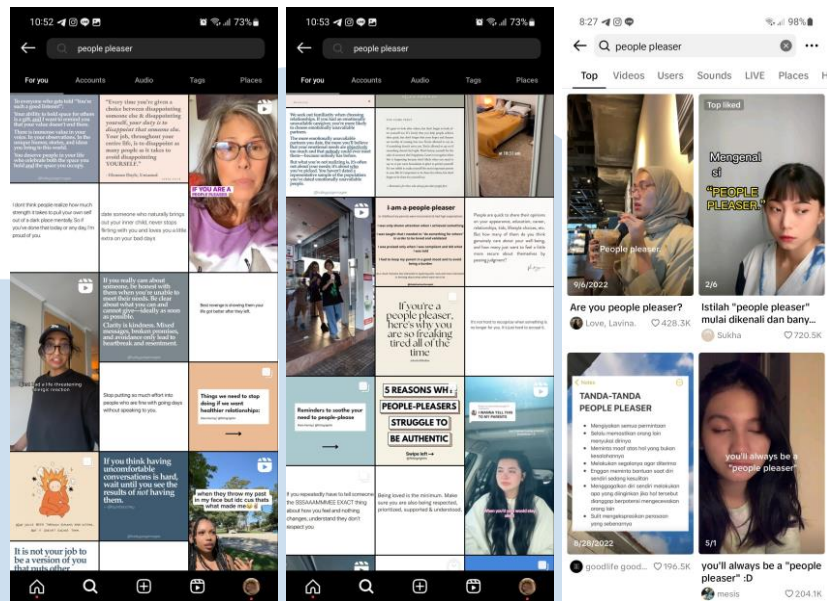
Gambar 3.8 Isi Buku “*Silly Gilly Daily: Stay at Home*”

Sumber: https://4.bp.blogspot.com/-5v46rQqIpjE/XLnrO_drIQI/AAAAAAAAABu4/srhMMcQDCD8BLyHnI0uw7T7Ty5XDrZeFACEwYBhgL/s1600/1970-01-01%2B07.00.00%2B19.jpg

Ilustrasi *webtoonist* Sibbil yang berfokus pada ekspresi wajah cocok untuk media informasi *people pleaser*, yang berhubungan dengan perasaan penderita. Warna yang digunakan merupakan warna *earth-tone* dan tidak mencolok. Sedangkan untuk *layout* dan *copywriting*, penulis menggunakan buku “*Silly Gilly Daily: Stay at Home*” sebagai referensi. *Copywriting* dalam buku tidak baku, seperti sedang berbicara dengan teman. Paduan teks dan ilustrasi seimbang, sehingga enak dilihat. Penggunaan ilustrasi dalam buku “*Silly Gilly Daily: Stay at Home*” membantu pembaca memahami perasaan yang dirasakan penulis.

3.1.1.5 Observasi

Penulis telah melakukan observasi sederhana mengenai media informasi *people pleaser*. Observasi tersebut dilakukan dengan mengamati dua platform media sosial, yaitu Instagram dan TikTok. Kedua platform tersebut dipilih karena memiliki jumlah pengguna yang cukup besar, termasuk media sosial yang sering digunakan target audiens, dan mengikuti tren terbaru (*up to date*).



Gambar 3.9 Informasi Mengenai *People Pleaser* di Instagram dan TikTok

Berdasarkan observasi penulis, informasi mengenai *people pleaser* di media sosial sebenarnya sudah banyak. Namun, informasi tersebut mayoritas disajikan dalam bahasa Inggris dan tidak memiliki visualisasi. Penulis pun menanyakan ketertarikan baca audiens terhadap informasi mengenai *people pleaser* yang disajikan di Instagram dan TikTok kepada tiga orang yang termasuk ke dalam kriteria target audiens perancangan ini. Ketiga orang tersebut menjawab bahwa mereka tidak mau membaca informasi yang ada karena visualisasinya tidak menarik.

Meskipun informasi mengenai *people pleaser* cukup banyak dan mudah ditemukan di media sosial, informasi yang ada tidak dapat menarik perhatian audiens untuk membacanya. Hal tersebut disebabkan visualisasi dari informasi yang tidak baik, penyampaian dengan menggunakan pendekatan *layout* tipe *heavy layout copy*, dan disajikan dalam bahasa Inggris. Maka dalam perancangan ini, penulis akan menggunakan visualisasi yang menarik dan cocok dengan informasi yang akan disampaikan. Visualisasi yang menarik digunakan agar media informasi dapat tepat sasaran dan sesuai dengan target audiens yang ditujukan.

3.1.1.6 Kesimpulan

Dari hasil wawancara yang sudah penulis lakukan dengan Ibu Ine Indriani, M.Psi., Psikolog, dapat disimpulkan bahwa *people pleaser* lebih terlihat di masa remaja dan disebabkan oleh kepercayaan diri yang rendah, perasaan *insecure*, trauma masa lalu, dan pola asuh orang tua. *People pleaser* yang tidak ditangani akan sangat merugikan penderitanya. Beberapa dampak yang muncul seperti kepercayaan diri yang rendah, sulit menentukan batasan diri yang sehat, stres, dan bahkan kecanduan. Tingkat stres di Jakarta sudah cukup tinggi, stres yang muncul akibat sikap *people pleaser* akan menambah indeks stres tersebut. Perancangan media informasi mengenai *people pleaser* kepada remaja usia 16—24 tahun juga harus memuat informasi yang membedakan perbuatan baik dan *people pleaser* agar target audiens dapat lebih memahami perbuatan *people pleaser*.

Sedangkan dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Ibu Hersa Aranti, M.Psi., Psikolog, kesimpulannya adalah berbeda dengan perbuatan baik, *people pleaser* berorientasi pada kepentingan orang lain dan mengabaikan kepentingan dirinya sendiri. Dapat terjadi di umur berapa saja, munculnya sifat ini bisa terjadi karena adanya interaksi dari beberapa kejadian dan bagaimana seseorang menghadapi kejadian tersebut. *People pleaser* mempertahankan kebiasaan tersebut karena sudah menjadi kebiasaan dan mendapat dampak positif dari kebiasaan tersebut. Namun jika tidak segera ditangani, sifat ini dapat membuat penderita kehilangan jati diri, sulit merasa bahagia, dan bahkan tindakan berisiko lainnya. Sifat ini bisa disembuhkan dan salah satu caranya adalah dengan melakukan konseling secepat mungkin. Lalu, masalah utama yang dihadapi *people pleaser* adalah tidak adanya batasan diri yang sehat. Hal tersebut bisa terjadi karena tidak adanya *role model* dan wawasan mengenai batasan diri. Untuk mengatasinya, dapat dilakukan dengan

menambah wawasan tentang batasan diri dan juga melakukan konseling.

Dari hasil wawancara penulis dengan Bapak Seto Setiawan, penulis dapat menyimpulkan bahwa memahami target audiens merupakan langkah awal yang sangat penting untuk memulai perancangan desain. Media informasi dapat disebut baik dan benar apabila sesuai dengan ide yang dimiliki *brand* dan sesuai dengan kebutuhan target audiensnya. Kebutuhan target audiens dapat diketahui setelah kita memahami *behavior* target audiens. Seluruh proses desain mengacu dan berputar pada *behavior* target audiens, termasuk pemilihan ide, *tone of voice*, media, dan *copywriting*.

Dari FGD yang telah penulis lakukan, penulis menarik kesimpulan bahwa masih banyak orang yang menganggap *people pleaser* merupakan sesuatu yang lumrah. Akibatnya, jarang dari mereka yang mengetahui dampak dari sikap *people pleaser*, terutama untuk diri sendiri. Meskipun banyak yang mengaku tahu apa itu *people pleaser*, pengetahuan mereka masih sangat terbatas. Buktinya, mereka tidak tahu ke mana *people pleaser* harus mencari pertolongan dan definisi *people pleaser* sebagai orang yang tidak bisa menolak. Hal tersebut juga bisa disebabkan karena mereka hanya melihat informasi *people pleaser* secara sekilas dan tidak mencari informasinya lagi.

Kesimpulan yang penulis dapatkan dari studi eksisting adalah banyak *insight* dari kedua buku yang dapat penulis implementasikan dalam media informasi *people pleaser*. Isi dari buku mengenai kesehatan mental dan tidak spesifik membahas *people pleaser*, tetapi berisi pesan yang berhubungan dengan *people pleaser*. Buku “Selalu Ada Pesan untuk Saling Menguatkan” yang menggunakan *copywriting* informal memberi kesan santai dan menenangkan pembaca. Isi buku “*Set Boundaries, Find Peace*”

membahas cara menetapkan batasan diri yang sehat, yang merupakan hal penting untuk seorang *people pleaser*. Rangkuman di setiap bab dalam buku membantu pembaca memahami isi buku. Buku juga menyajikan latihan progres pembaca dalam menentukan batasan diri yang sehat.

Dari hasil studi referensi penulis menyimpulkan bahwa penulis akan menggunakan gaya ilustrasi Sibbil sebagai referensi. Gaya visual Sibbil dapat menarik perhatian audiens dengan mudahnya menuju ke ekspresi wajah. Ilustrasi Sibbil tidak menggunakan banyak warna. *Tone* warna yang dipakai juga tidak mencolok. Penulis juga akan menggunakan konten dan *copywriting* dari buku *Silly Gilly Daily: Stay at Home* sebagai referensi. Elemen ilustrasi dalam buku ditata dengan baik dan rapi. Buku tersebut juga bersifat interaktif, sehingga dapat menarik minat audiens untuk membaca buku sampai selesai.

Kesimpulan yang penulis dapat berdasarkan hasil observasi adalah informasi yang banyak tidak menjamin pengetahuan dan pemahaman audiens. Banyak informasi mengenai *people pleaser* yang tidak dapat menjangkau target audiens karena visualisasinya yang buruk dan penggunaan bahasa yang terbatas. Maka dari itu, visualisasi berperan penting dalam penyampaian sebuah informasi. Visualisasi yang atraktif dapat menarik perhatian audiens untuk membaca informasi yang tertera.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menguji hubungan antar variabel dan teori-teori objektif. Variabel-variabel dalam metode penelitian kuantitatif berupa angka dan dapat diukur dengan berbagai instrumen, sehingga dapat dianalisis dengan prosedur statistik (Cresswell & Cresswell, 2018).

3.1.2.1 Kuesioner

Teknik pengumpulan data metode kuantitatif yang penulis gunakan adalah kuesioner. Kuesioner tersebut dilakukan secara daring melalui media Google Form, dan disebarikan kepada masyarakat usia 16—24 tahun berdomisili Jakarta dan Tangerang dari tanggal 19 September 2023 hingga 24 September 2023. Jumlah populasi remaja di daerah Jakarta adalah 1.693.325 (BPS Provinsi DKI Jakarta, 2022). Batas jumlah sampel akan ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e^2)}$$

Keterangan:

n = besaran sampel

N = besaran populasi

e = tingkat ketelitian

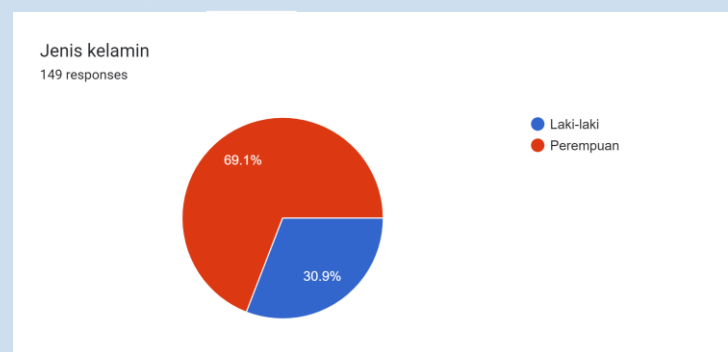
Perhitungan batas jumlah sampel untuk kuesioner ini akan menggunakan tingkat ketelitian sebesar 10%, sehingga perhitungannya menjadi:

$$n = \frac{1.693.325}{1 + 1.693.325 (0,1^2)} = 99,99 \approx 100$$

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil 99,99 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Metode pengampilan sampel yang penulis lakukan untuk kuesioner tersebut adalah *random sampling*. Setelah menyebarkan kuesioner tersebut selama 6 hari, penulis mendapat 149 responden. Kuesioner ini disebarikan untuk mengetahui kebiasaan dan perilaku *people pleaser* masyarakat di lingkungan pertemanan, keluarga, atau pekerjaan.

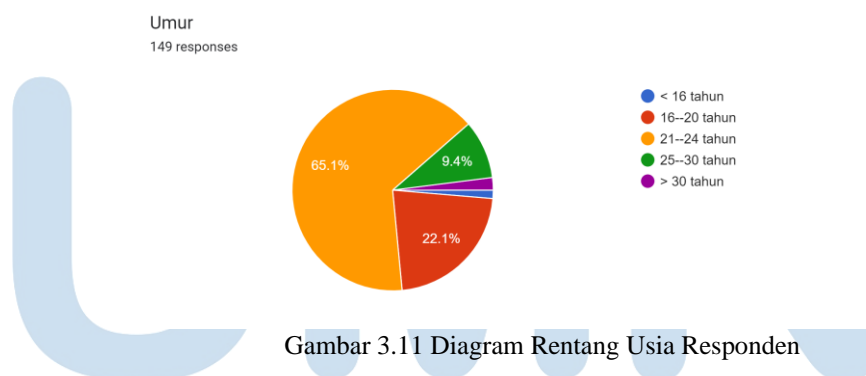
Kuesioner yang penulis buat memiliki 5 halaman, masing-masing halaman membahas hal yang berbeda-beda. Halaman

pertama merupakan halaman pendataan, halaman kedua membahas kebiasaan responden di lingkungan pertemanan/ keluarga/ pekerjaan, halaman berikutnya mengenai kesadaran responden akan informasi *people pleaser*, halaman keempat mengenai *people pleaser* secara spesifik, dan halaman terakhir meneliti preferensi media responden.



Gambar 3.10 Diagram Persentase Gender Responden

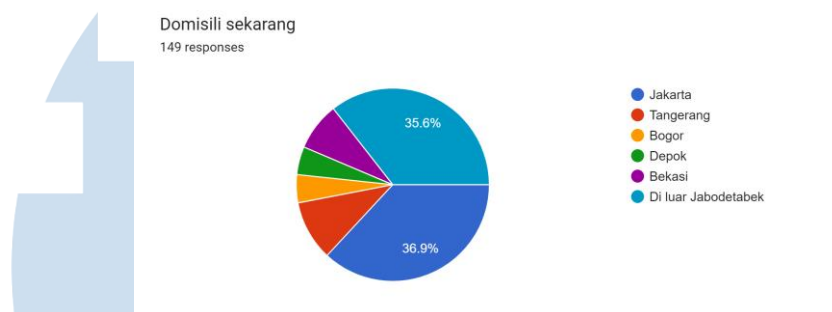
Hasil kuesioner di halaman pendataan, didapatkan data bahwa mayoritas dari responden berjenis kelamin perempuan, dengan persentase sebanyak 103 orang (69,1%).



Gambar 3.11 Diagram Rentang Usia Responden

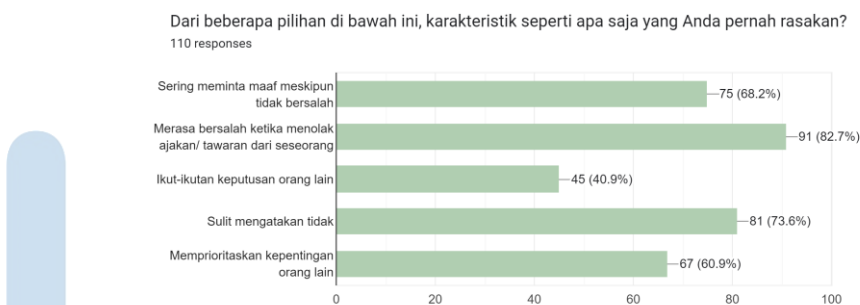
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Responden yang mengisi kuesioner mayoritas berada di rentang usia 21—24 tahun sebanyak 65,1% (97 orang), diikuti 16—20 tahun sebanyak 22,1% (33 orang).



Gambar 3.12 Diagram Domisili Responden

Kuesioner didominasi oleh masyarakat Jakarta sebanyak 55 responden (36,9%). Penulis mendapat 53 responden (35,6%) di luar batasan masalah penulis, namun *insight* yang mereka berikan tetap berguna untuk penelitian ini. Kebanyakan dari mereka merupakan mahasiswa (63,8%) dan karyawan (22,8%).



Gambar 3.13 Karakteristik *People Pleaser* yang Dirasakan Responden di Lingkungan Pertemanan dan Keluarga

Dari hasil kuesioner, dapat dilihat bahwa kebiasaan *people pleaser* masih sering terjadi di lingkungan pertemanan dan keluarga. Terdapat 110 responden tidak berpenghasilan (pelajar, mahasiswa, dan yang belum memiliki pekerjaan), dan terdapat beberapa karakteristik *people pleaser* yang pernah mereka rasakan. Jika diurutkan, karakteristik-karakteristik tersebut yaitu merasa bersalah ketika menolak ajakan/ tawaran dari seseorang (82,7%), sulit

mengatakan tidak (73,6%), sering meminta maaf meskipun tidak bersalah (68,2%), memprioritaskan kepentingan orang lain (60,9%), dan ikut-ikutan keputusan orang lain (40,9%).



Gambar 3.14 Karakteristik *People Pleaser* yang Dirasakan Responden di Lingkungan Pekerjaan

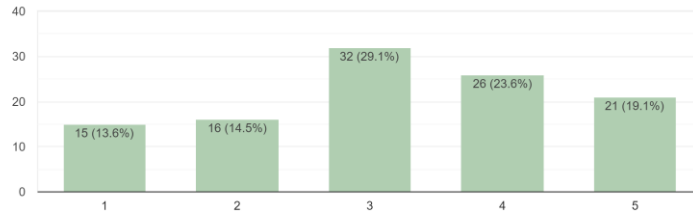
Hasil kuesioner menunjukkan 39 responden yang sudah memiliki penghasilan (karyawan dan wirausaha) juga banyak yang masih memiliki sifat *people pleaser*. Karakteristik yang sering dirasakan responden muncul di lingkungan pekerjaannya antara lain merasa bersalah ketika menolak ajakan/ tawaran dari seseorang (92,3%), sering meminta maaf meskipun tidak bersalah (74,4%), sulit mengatakan tidak (61,5%), serta ikut-ikutan keputusan orang lain dan memprioritaskan kepentingan orang lain yang menempati posisi yang sama (46,2%).



Gambar 3.15 Diagram Responden yang Tidak Pernah Menolak Keinginan Atasan

Dari hasil kuesioner juga dapat diketahui bahwa 51,3% dari responden yang sudah berpenghasilan mengaku tidak pernah menolak keinginan atasan mereka.

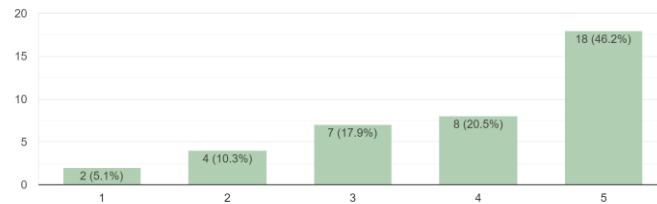
Dalam skala 1-5, apakah Anda merasa dididik dengan keras oleh orang tua Anda?
110 responses



Gambar 3.16 Responden Belum Berpenghasilan yang Mengaku Dididik dengan Keras

Mayoritas dari responden yang belum berpenghasilan memilih rentang angka 3—5, yang berarti mereka merasa dididik dengan keras oleh orang tua mereka. Faktor didikan keras dari orang tua menjadi salah satu penyebab munculnya kebiasaan *people pleaser*.

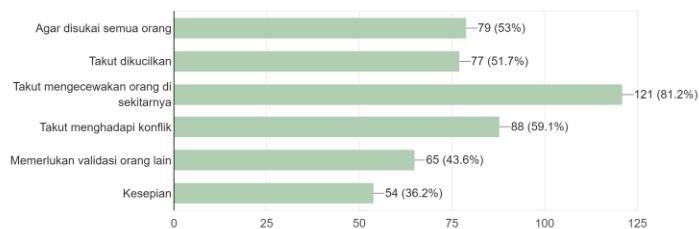
Dalam skala 1-5, apakah Anda merasa dididik dengan keras oleh orang tua Anda?
39 responses



Gambar 3.17 Responden Sudah Berpenghasilan yang Mengaku Dididik dengan Keras

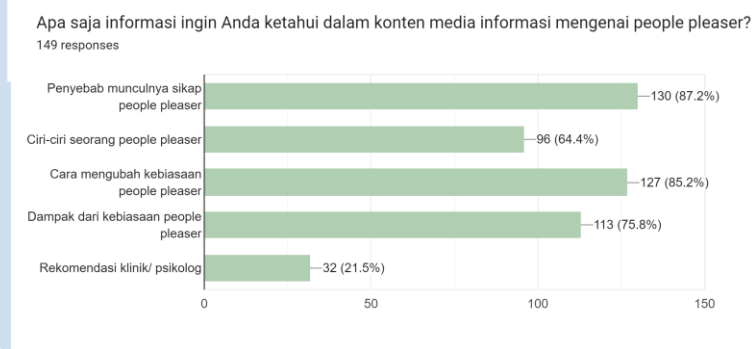
Mayoritas responden yang sudah bekerja juga mengaku dididik dengan keras oleh orang tua. Hal tersebut bisa mendorong karakteristik *people pleaser* yang tumbuh dalam diri mereka.

Dari beberapa pilihan di bawah, apa motivasi terbesar Anda dalam sebuah lingkungan?
149 responses



Gambar 3.18 Motivasi Responden dalam Sebuah Lingkungan

Selain faktor didikan keras dari orang tua, terdapat faktor lainnya yang mempengaruhi kebiasaan *people pleaser*. Dari 6 pilihan yang sudah disediakan, pilihan yang menempati posisi pertama motivasi terbesar responden dalam sebuah lingkungan adalah takut mengecewakan orang di sekitarnya (81,2%). Pilihan tersebut kemudian diikuti pilihan takut menghadapi konflik (59,1%) dan agar disukai semua orang (53%).



Gambar 3.19 Informasi *People Pleaser* yang Ingin Responden Ketahui

Informasi yang ingin responden ketahui dalam media informasi *people pleaser* berdasarkan kuesioner yang telah penulis sebar adalah penyebab munculnya sikap *people pleaser* (87,2%), cara mengubah kebiasaan *people pleaser* (85,2%), dampak dari kebiasaan *people pleaser* (75,8%), ciri-ciri seorang *people pleaser* (64,4%), dan rekomendasi klinik/ psikolog (21,5%).



Gambar 3.20 Preferensi Bentuk Media Responden

Penulis juga bertanya mengenai preferensi media responden. Sebanyak 43,6% responden memilih bentuk media audio visual

(video), diikuti internet website dengan persentase 34,9%, kemudian buku digital (*e-book*) sebesar 16,8%, dan yang terakhir merupakan buku cetak sebesar 4,7%.

3.1.2.2 Kesimpulan Kuesioner

Mayoritas responden yang telah mengisi kuesioner tersebut memenuhi batasan usia dan domisili yang telah penulis tetapkan. Mayoritas responden merupakan mahasiswa berjenis kelamin perempuan, berusia 21—24 tahun, dan berdomisili Jakarta. Dari 149 responden, 110 responden belum berpenghasilan dan sisanya, 39 responden, sudah berpenghasilan.

Karakteristik *people pleaser* ternyata sudah dimiliki mayoritas responden, baik dari kelompok berpenghasilan ataupun yang belum berpenghasilan. Meskipun begitu, karakteristik *people pleaser* lebih terlihat pada kelompok yang sudah berpenghasilan, dapat dilihat dari susahnyanya mereka menolak keinginan atasan mereka. Sikap *people pleaser* lebih terlihat di kelompok berpenghasilan karena didikan keras yang mereka terima dari orang tua mereka. Kedua kelompok memang merasa dididik dengan keras, namun jika dibandingkan, mayoritas kelompok berpenghasilan memilih angka 5, yang berarti sangat merasa dididik dengan keras, dan mayoritas kelompok belum berpenghasilan mayoritas memilih angka 3, yang berarti netral. Dapat disimpulkan bahwa gaya visualisasi dan *copywriting* dalam media informasi yang akan penulis buat akan dcondongkan ke kelompok yang lebih rentan dengan sikap *people pleaser*, yaitu kelompok berpenghasilan.

Mayoritas dari responden memilih media audio visual untuk menyajikan konten mengenai *people pleaser*. Tetapi, audio visual bukanlah media yang tepat untuk digunakan. Banyak konten mengenai *people pleaser* yang harus disajikan. Jika konten tersebut dimuat dalam media audio visual, durasinya menjadi sangat panjang. Kebanyakan orang berhenti menonton audio visual dengan durasi panjang sampai habis. Durasi yang terbatas akan membatasi konten yang akan disajikan. Berdasarkan databoks.katadata.co.id, SES A—B memiliki tingkat literasi digital yang tinggi (Dhini, 2022). Maka,

penulis mempertimbangkan penggunaan *e-book* sebagai media informasi untuk menyajikan *people pleaser*.

3.2 Metodologi Perancangan

Penulis akan menggunakan metode perancangan yang mengacu pada buku *Graphic Design Solutions 5th Edition* oleh Robin Landa (2014). Perancangan desain dalam buku tersebut terbagi menjadi lima tahapan sebagai berikut (Landa, 2014):

1) Orientasi

Di tahap ini, penulis mengidentifikasi latar belakang dan masalah mengenai *people pleaser* pada remaja, menetapkan tujuan perancangan desain, dan mengumpulkan informasi tentang masalah *people pleaser* dengan melakukan wawancara, menyebarkan kuesioner, dan studi literatur melalui internet, buku, dan jurnal yang dapat mendukung penelitian.

2) Analisis

Pada tahap ini, penulis meninjau dan mengolah kembali data yang didapat untuk mendapat pemahaman yang lebih dalam. Setelah itu, penulis menentukan strategi dan solusi yang tepat untuk mengatasi masalah yang penulis temui pada tahap Orientasi. Penulis akan membuat *creative brief* dan *design brief* mengenai bahaya *people pleaser* pada kesehatan mental remaja, serta menentukan media informasi yang tepat dan sesuai dengan target sasaran desain.

3) Konsepsi

Penulis menentukan ide dan konsep dalam merancang media informasi mengenai *people pleaser* dan bahayanya untuk kesehatan mental pada remaja usia 16—24 tahun di tahap ini. *Brainstorm* ide dan konsep akan menggunakan *mindmap*. Hasil dari *brainstorm* kemudian divisualisasikan menjadi sebuah *moodboard* sebagai kerangka kerja dalam perancangan desain.

4) **Desain**

Di tahap Desain, penulis merancang *key visual* mengenai perancangan media informasi *people pleaser* dan bahayanya untuk kesehatan mental remaja berdasarkan ide dan konsep yang sudah ditentukan. Perancangan *key visual* akan dilakukan melalui proses sketsa dan digitalisasi.

5) **Implementasi**

Setelah melakukan proses sketsa dan digitalisasi di tahap Desain, perancangan media informasi *people pleaser* dan bahayanya untuk kesehatan mental pada remaja usia 16—24 tahun masuk ke dalam proses finalisasi dan disesuaikan dengan media yang sudah ditentukan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA