

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan pada buku informasi tentang *job hopping* untuk generasi z:

1. Demografis

Jenis Kelamin: Perempuan dan laki – laki

Usia: 23-27 tahun

Generasi z yang telah memasuki dunia kerja, profesional muda yang masih berada di tahap awal karir. Generasi z yang menjadi subjek perancangan ini berusia antara 23 hingga 27 tahun, yang telah memasuki dunia kerja.

Pendidikan: S1

SES: SES B

Dari segi status sosial ekonomi (SES), kelompok ini berada dalam kategori SES B, yaitu kelompok dengan tingkat ekonomi menengah. Hal ini dikarenakan mereka umumnya generasi z masih berada dalam tahap awal karier dengan pendapatan yang masih dalam kategori menengah tetapi tetap memiliki akses terhadap pendidikan tinggi dan keterbukaan informasi yang tinggi, tetapi belum sepenuhnya mapan secara finansial.

2. Geografis

Wilayah Jabodetabek

Subjek perancangan berdomisili di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi), yang merupakan daerah dimana lapangan kerja terkonsentrasi. Berdasarkan RRI (2020), wilayah di Indonesia yang paling diminati untuk bekerja, yaitu Jabodetabek. Dengan data tersebut, tingkat persaingan kerja yang tinggi di wilayah ini membuat profesional muda generasi z semakin membutuhkan pemahaman bagaimana melakukan *job hopping* yang benar.

3. Psikografis

- a. Generasi z yang sudah bekerja tetapi masih berada dalam tahap awal karier dan mencari pemahaman lebih tentang dunia kerja.
- b. Generasi z yang ingin meningkatkan efektivitas dalam melakukan *job hopping* dengan benar.
- c. Generasi z yang ingin memahami bagaimana melakukan *job hopping* yang benar.
- d. Generasi z yang suka membaca buku sebagai sumber informasi.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Pada perancangan media buku untuk membantu memberikan informasi terkait *job hopping* kepada generasi z, penulis menggunakan metode perancangan Robin Landa (2018), dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solution*. Penulis menggunakan metode ini karena *Graphic Design Solution* terdiri atas beberapa tahap yang komperhensif serta terstruktur sehingga berguna dalam merancang sebuah media informasi buku yang memiliki banyak elemen didalam dari segi konten maupun visual. Metode perancangan ini terdiri dari lima tahapan meliputi *research, strategy, concepts, design, dan implementation* (h. 68).

Pada tahapan pertama, yaitu *research* penulis melakukan pengumpulan data dimana akan menjadi konten serta pilar utama pada buku, lalu melakukan identifikasi masalah menggunakan teknik pengumpulan data yang telah ditentukan. Pada tahapan kedua, yaitu *strategy* penulis akan merumuskan kembali secara detail data yang telah dikumpulkan. Pada tahapan *concept*, penulis akan melakukan pencarian ide dan *brainstorming* untuk menentukan gaya visual yang diterapkan ke dalam buku. Terakhir tahapan *implementation*, penulis akan melakukan produksi desain ke dalam bentuk cetak.

Metodologi penelitian yang digunakan penulis berupa metode kualitatif. Menurut Raco (2018, h. 5) dalam bukunya yang berjudul “Metode Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya” metode ini digunakan sebagai pencarian serta pengamatan data secara mendalam. Data tersebut didasarkan berdasarkan fakta yang bisa diamati langsung dan dapat dibuktikan kebenarannya (Sutopo, 2019, hlm. 29). Dan kemudian data yang telah terkumpul akan diolah sebagai pedoman

perancangan. Penggunaan metode kualitatif ini dimanfaatkan penulis sebagai pencarian data terkait masalah dari target perancangan dari sumber kredibel untuk dijadikan sebagai konten buku. Dalam mendapatkan data tersebut, penulis akan melakukan wawancara, observasi, studi eksisting, dan studi referensi.

3.2.1 Research

Tahap *research* dilakukan dengan tujuan adanya kesinambungan perancangan dengan fakta. Oleh sebab itu, pada tahap ini penulis akan melakukan identifikasi masalah, menentukan target sasaran, serta melaksanakan teknik pengumpulan data.

Pada tahapan ini, penulis akan melakukan riset dan penelitian terhadap masalah yang terjadi terkait fenomena *job hopping*. Setelah mengidentifikasi masalah dan menentukan target sasaran, dengan menggunakan metode kualitatif penulis melakukan observasi, wawancara, studi eksisting dan studi referensi untuk mendapatkan pengetahuan dan menggali *insight* baru pada bidang tersebut.

3.2.2 Strategy

Pada tahapan *strategy*, data yang telah terkumpul di tahapan pertama akan dianalisis lebih dalam untuk mempersempit masalah dan menemukan solusi desain yang tepat. Oleh karena itu, penulis perlu kembali merumuskan data secara detail berdasarkan *insight* yang telah didapatkan melalui teknik pengumpulan data.

3.2.3 Concepts

Pada tahapan *concepts*, penulis akan melakukan *brainstorming* dengan tahapan proses dari *mindmapping*, pembuatan *keyword*, *big idea*, dan dikembangkan menjadi *moodboard*.

3.2.4 Design

Pada tahapan *design*, penulis akan melakukan produksi dengan melakukan visualisasi atau eksekusi ide dan konsep di tahapan sebelumnya. Tahap ini mengharuskan penulis untuk melakukan serangkaian proses mendesain, revisi, hingga hasil akhir untuk dilanjutkan ke tahapan terakhir.

3.2.5 Implementation

Pada tahapan ini, penulis akan melakukan persiapan desain *final* dan publikasi. Selain itu, penulis juga harus mempersiapkan finalisasi dari hasil perancangan dalam bentuk cetak atau dalam bentuk lainnya sesuai dengan kebutuhan media topik perancangan.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik perancangan dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi, studi eksisting, dan studi referensi. Tujuan penulis memilih teknik ini dimaksudkan untuk mendapatkan data dan *insight* terkait permasalahan dan kondisi terkini terkait fenomena *job hopping* di dunia kerja menurut karyawan generasi z, serta praktisi ahli HRD. Data-data yang terkumpul akan digunakan penulis untuk menyusun konten serta struktur buku sehingga menjadi solusi desain dari masalah yang dialami oleh target perancangan.

3.3.1 Observasi

Observasi dilakukan penulis baik secara langsung maupun digital. Menurut Sutopo (2019, h. 145), penulis yang tidak terlibat secara langsung dan hanya berperan sebagai pengamat berjenis observasi non-partisipasi. Pada teknik ini penulis memilih metode observasi pengamatan terfokus untuk mencari informasi lebih dalam apakah sudah terdapat media yang membahas terkait fenomena *job hopping* yang dilakukan oleh generasi z.

Penulis melakukan observasi secara langsung atau *onsite* di toko buku Gramedia World, BSD. Penulis melakukan pengamatan untuk mencari buku eksisting dengan topik yang terkait. Selain *onsite*, penulis juga melakukan observasi secara *online* melalui *platform* digital toko buku, yakni Peripus dan Berdikari dengan tujuan serupa. Pengamatan dan penelusuran jurnal, penelitian, atau buku yang relevan juga dilakukan penulis secara daring sebagai data pendukung topik perancangan.

3.3.2 Wawancara

Wawancara adalah salah satu bentuk percakapan dengan maksud atau tujuan yang spesifik (Moleong, 2017). Bentuk percakapan ini mencakup

dua pihak yang terlibat, yaitu pewawancara dan narasumber. Pewawancara bertugas untuk mengajukan pertanyaan, sedangkan narasumber akan memberikan jawaban dari pertanyaan tersebut.

Penulis melakukan wawancara dengan kategori narasumber yang berbeda untuk mendapatkan beragam *insight* dari *point-of-view* yang berbeda sesuai dengan keahlian atau spesialisasi narasumber. Pada perancangan ini, penulis melakukan wawancara secara khusus dengan karyawan *corporate* generasi z yang melakukan *job hopping* yaitu Theresia Alvina Wen dan Mikael Wiryamanta Wijaya. Dan wawancara terakhir dilakukan kepada narasumber praktisi HRD yang menjadi pengamat netral bagaimana *job hopping* dilakukan oleh generasi z. Penulis menghubungi narasumber HR di salah satu perusahaan keuangan di Jakarta.

Wawancara diatas dimaksud untuk mendapatkan data-data primer terkait fenomena *job hopping* oleh generasi z. Wawancara yang dilakukan bersifat semi terstruktur sehingga pertanyaan yang diajukan menyesuaikan alur saat wawancara berlangsung.

1. Wawancara dengan Theresia Alvina Wen

Wawancara dilakukan dengan Theresia Alvina Wen selaku *Social Media Specialist* di Miniso. Wawancara dilakukan pada hari Minggu, 2 Maret 2025 yang dilakukan secara *online* melalui *Zoom Meeting*. Tujuan wawancara ini adalah untuk mendapatkan *insight* dari karyawan generasi z terhadap fenomena *job hopping* yang dilakukannya. Berikut merupakan daftar pertanyaan wawancara:

1. Menurut Anda, apa itu *job hopping*? Bagaimana Anda mendefinisikannya?
2. Apakah Anda pernah mendengar stigma atau anggapan negatif soal *job hopper*? Bagaimana tanggapan Anda?
3. Ceritakan pengalaman bagaimana Anda berpindah-pindah kerja. Berapa kali Anda berpindah dalam 5 tahun terakhir?
4. Apa yang biasanya menjadi alasan utama Anda memutuskan untuk *resign* dan cari tempat baru?

5. Apakah ada pengalaman *job hopping* yang Anda anggap “sukses” atau justru “gagal”?
6. Ketika pindah kerja, apakah ada ekspektasi terhadap perusahaan baru yang anda masuki?
7. Apakah anda pernah merasakan *culture shock* atau kurang cocok dengan lingkungan kerja baru?
8. Bagaimana Anda menyesuaikan diri di tempat kerja baru, dan apakah ada strategi pribadi yang digunakan?
9. Menurut Anda, *job hopping* ini Anda lakukan dengan strategi yang matang atau masih tergolong impulsif?
10. Kamu punya rencana karier jangka panjang nggak? Kalau iya, apakah *job hopping* kamu sekarang mendukung ke arah sana?
11. Menurut Anda, apakah penting memiliki sumber informasi atau panduan terkait *job hopping*?
12. Adakah pesan yang ingin Anda sampaikan ke teman generasi z yang ingin pindah kerja?

2. Wawancara dengan Narasumber HR

Wawancara dilakukan dengan narasumber selaku praktisi HR di salah satu perusahaan keuangan di Jakarta. Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 12 Maret 2025 yang dilakukan secara *online* melalui *Zoom Meeting*. Tujuan wawancara ini adalah untuk mendapatkan *insight* praktisi HR terhadap fenomena *job hopping* yang dilakukan di perusahaannya. Berikut merupakan daftar pertanyaan wawancara:

1. Bagaimana Anda *job hopping* di dunia kerja saat ini, terutama untuk generasi z?
2. Apa alasan utama atau faktor yang biasanya mendorong generasi z untuk melakukan *job hopping*?
3. Menurut Anda, apa dampak positif dan negatif dari *job hopping* terhadap perkembangan karier generasi z?
4. Bagaimana persepsi umum perusahaan terhadap kandidat yang memiliki riwayat *job hopping*?

5. Dalam kondisi seperti apa *job hopping* justru dianggap sebagai nilai tambah oleh perusahaan?
6. Keterampilan/sikap seperti apa yang penting dimiliki generasi z agar *job hopping* mereka tetap dipandang strategis dan profesional?
7. Menurut Anda, apa risiko terbesar yang perlu disadari generasi z jika terlalu sering berpindah pekerjaan?
8. Bagaimana strategi yang ideal/tips agar generasi z bisa mengelola karier mereka dengan baik tanpa harus dianggap 'kutu loncat'?
9. Apakah media informasi tentang *job hopping* dibutuhkan oleh generasi z saat ini?
10. Jika Anda bisa memberikan pesan penting untuk generasi z terkait membangun karier melalui *job hopping*, apa yang ingin anda sampaikan?

3. Wawancara dengan Mikael Wiryamanta Wijaya

Wawancara dilakukan dengan Mikael Wiryamanta Wijaya selaku *Cyber Offensive Consultant* di softScheck APAC. Wawancara dilakukan pada hari Minggu, 1 Mei 2025 yang dilakukan secara *online* melalui *Zoom Meeting*. Tujuan wawancara ini adalah untuk mendapatkan *insight* dari karyawan generasi z terhadap fenomena *job hopping* yang dilakukannya. Berikut merupakan daftar pertanyaan wawancara:

1. Menurut Anda, Menurut Anda, apa itu *job hopping*? Bagaimana Anda mendefinisikannya?
2. Apakah Anda pernah mendengar stigma atau anggapan negatif soal *job hopper*? Bagaimana tanggapan Anda?
3. Ceritakan pengalaman bagaimana Anda berpindah-pindah kerja. Berapa kali Anda berpindah dalam 5 tahun terakhir?
4. Apa yang biasanya menjadi alasan utama Anda memutuskan untuk *resign* dan cari tempat baru?
5. Apakah ada pengalaman *job hopping* yang Anda anggap “sukses” atau justru “gagal”?

6. Ketika pindah kerja, apakah ada ekspektasi terhadap perusahaan baru yang anda masuki?
7. Apakah anda pernah merasakan *culture shock* atau kurang cocok dengan lingkungan kerja baru?
8. Bagaimana Anda menyesuaikan diri di tempat kerja baru, dan apakah ada strategi pribadi yang digunakan?
9. Menurut Anda, *job hopping* ini Anda lakukan dengan strategi yang matang atau masih tergolong impulsif?
10. Kamu punya rencana karier jangka panjang nggak? Kalau iya, apakah *job hopping* kamu sekarang mendukung ke arah sana?
11. Menurut Anda, apakah penting memiliki sumber informasi atau panduan terkait *job hopping*?
12. Adakah pesan yang ingin Anda sampaikan ke teman generasi z yang ingin pindah kerja?

3.3.3 Studi Eksisting

Pada metode ini penulis akan melakukan studi eksisting terhadap media informasi yang memiliki topik serupa. Tujuan dilakukannya studi eksisting adalah mengetahui kelebihan dan kekurangan dari media informasi, sehingga penulis mendapatkan celah atau informasi baru terhadap perancangan ini. Oleh karena itu penulis akan melakukan studi eksisting terhadap buku yang berjudul “*No Hard Feelings: Cara Mengelola Perasaan agar Sukses di Dunia di Pekerjaan*” karya Liz Fosslien dan Mollie West Duffy.

3.3.4 Studi Referensi

Penulis juga melakukan metode pencarian data studi referensi dari buku informasi yang dapat dijadikan inspirasi visual mulai dari eksplorasi *visual style*, *layout*, tipografi, ilustrasi, dan elemen lainnya. Dengan melakukan studi referensi, penulis mendapatkan ide dan merancang visual media informasi buku yang menarik bagi target perancangan.