

## BAB III

### METODOLOGI PERANCANGAN

#### 3.1 Subjek Perancangan

Berikut adalah subjek perancangan *interactive storytelling* dampak *overthinking* terhadap psikologis remaja :

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan
- b. Usia Target: 18-23 tahun

Pada usia tersebut mengalami depresi berat terbanyak sehingga cenderung menyakiti diri sendiri hingga bunuh diri (Rachmawati, 2020). Selain itu pada usia remaja akan memasuki fase *emerging adulthood* yang merupakan masa transisi antara remaja dan dewasa yang belum sepenuhnya dewasa tapi sudah bukan remaja lagi karena fase tersebut akan mengeksplorasi berbagai peran dan kemungkinan sehingga hal tersebut meningkatkan stres dan ketidakpastian menjadi tinggi (Brito & Soares, 2023).

c. Pendidikan: S1

Kaplan (dalam Ivanka & Saragi, 2023, hal. 226–227), mahasiswa akan menghadapi banyak tantangan seperti menjadi kepribadian yang dewasa. Selain itu, dalam dunia akademik juga menghadapi tuntutan eksternal seperti beban pelajaran, tuntutan orang tua untuk berhasil di dunia perkuliahan, dan tuntutan untuk bisa beradaptasi dengan lingkungan kampus Nur (dalam Ivanka & Saragi, 2023, hal. 227).

d. Status Ekonomi: SES B-C

Berdasarkan data yang didapatkan dari Ramadani et al. (2023) pada buku “Statistik Pemuda Indonesia 2023” bahwa persentasi remaja di jenjang perguruan tinggi memiliki status ekonomi berjumlah 40% menengah, dan 20% teratas. Data yang ditunjukkan membuktikan bahwa persentase tertinggi adalah ekonomi menengah.

## 2. Geografis

Daerah Jakarta karena Jakarta merupakan salah satu kota dengan tingkat stres tertinggi (Kurniawan, 2024).

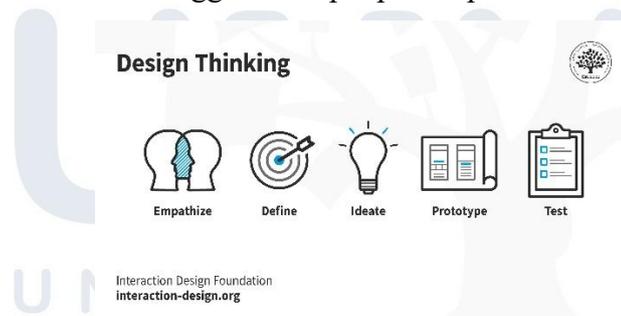
## 3. Psikografis

- a. Orang yang sadar *overthinking* namun tidak menemukan solusi.
- b. Orang yang menganggap *overthinking* adalah hal biasa dan terabaikan.

Berdasarkan uraian dari subjek perancangan diatas, diketahui bahwa penulis akan melakukan perancangan yang menargetkan remaja tingkat akhir berusia 18-23 tahun, berdomisili di Jakarta dengan status ekonomi sosial SES B-C. Perancangan ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai dampak *overthinking*.

### 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang penulis gunakan adalah metode *design thinking*. Ling (2015) pada bukunya berjudul *Complete Design Thinking Guide For Successful Professionals* menjelaskan bahwa metode ini tidak bisa mengerjakan proses dengan cara instan sehingga proses pembuatan membutuhkan waktu dan usaha yang berkomitmen sehingga mencapai proses pembuatan bisa berhasil.



Gambar 3.1 Metode *Design Thinking*  
Sumber : <https://www.interaction-design.org/literatur...>

Metode ini terdapat 5 tahap dan setiap tahap terdapat tujuan masing-masing sebagai berikut:

#### 3.2.1 *Empathize*

*Empathize* merupakan tahap pertama yang melakukan pencarian informasi lebih dalam dengan mempelajari orang lain dan masalah yang ingin diselesaikan. Melalui tahap ini, penulis mengumpulkan data

menggunakan kuesioner, dan wawancara. Wawancara akan dilakukan dengan psikolog untuk mendapatkan informasi mengenai dampak *overthinking* seperti pemahaman, pencegahan, penanganan, bahaya apabila *overthinking* tidak ditangani. Selain melakukan wawancara dengan psikolog, penulis akan melakukan wawancara dengan UI/UX *designer* untuk mendapatkan informasi cara pembuatan *interactive storytelling* yang efektif seperti tahap-tahap pembuatan, penyampaian informasi yang baik, *layout* yang baik dan benar serta pengalaman yang mempermudah pengguna. Kemudian setelah wawancara dan kuesioner penulis akan membuat *user persona* yang dibuat berdasarkan masalah dan kebutuhan audiens (Ling, 2015, hal. 64).

### 3.2.2 Define

*Define* merupakan tahap untuk membuat keputusan apa yang ingin direncanakan setelah memperoleh informasi melalui tahap *Empathize*. Setelah mengumpulkan data-data pada tahap *empathize*, penulis akan menggabungkan semua pendapat dari narasumber serta responden dan menentukan poin-poin penting yang kemudian data-data yang terkumpulkan akan menjadi sebuah solusi pada *interactive storytelling*. Selain itu, penulis akan membuat *user journey* untuk menunjukkan pengalaman audiens menggunakan produk desain (Ling, 2015, hal. 73).

### 3.2.3 Ideate

*Ideate* merupakan tahap melakukan *brainstorming* mencari berbagai ide yang bertujuan untuk menemukan solusi melalui ide. Pada tahap ini, penulis akan membuat ide untuk tahap pembuatan pada solusi dari permasalahan tersebut. Tahap-tahap ini berupa *mindmap*, *keyword*, *big idea*, *tone of voice*, *moodboard*, *user flow* dan *information architecture* (IA). Pada tahap *mindmap*, penulis akan menentukan *keyword*, *big idea*, *tone of voice* yang digunakan untuk menentukan konsep dan *moodboard*. Kemudian penulis akan melakukan metode penyusunan pada *website* berupa *interactive storytelling* menggunakan *information architecture* (IA) (Ling, 2015, hal. 82).

### 3.2.4 *Prototype*

*Prototype* merupakan tahap memvisualisasikan konsep serta menyampaikan ide yang sudah dibuat. Pada tahap ini, penulis melakukan perancangan *interactive storytelling* setelah mengumpulkan ide dan konsep yang sudah ditentukan penulis. Tahap-tahap yang akan dilakukan berupa *storyboard*, *low fidelity* dan *high fidelity* (Ling, 2015, hal. 82).

### 3.2.5 *Test*

*Test* merupakan tahap melakukan uji coba pada *prototype* dan pengguna akan memberikan *feedback* yang bertujuan untuk mempelajari kelebihan dan kekurangan pada media. Tahap akhir setelah merancang *interactive storytelling*, penulis akan menyebarkan *prototype* ini kepada pengguna pada *prototype day*. Tahap akhir yang akan penulis lakukan adalah *alpha test* dan *beta test*. *Alpha test* ini akan dilakukan kepada pengguna di *prototype day* yaitu remaja akhir, sedangkan *beta test* akan dilakukan setelah *prototype* selesai (Ling, 2015, hal. 97).

## 3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Pada tahapan ini, penulis menggunakan metode pengambilan data kualitatif. Metode yang digunakan yaitu wawancara dan kuesioner. Metode tersebut bertujuan agar penulis mendapatkan informasi yang lebih luas mengenai perancangan *website interactive storytelling* serta menambahkan informasi *overthinking*. Penulis juga melakukan dokumentasi pengambilan data dengan menggunakan foto dan video dengan responden sebagai bukti.

### 3.3.1 Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan dimana pewawancara memberikan pertanyaan kepada narasumber yang dimana narasumber memberikan jawaban untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pewawancara (Rosari, 2023). Tahap pertama pengambilan data yang akan dilakukan yaitu wawancara. Penulis akan melakukan wawancara kepada psikolog bernama Ellia Feeber, M.Psi., Psi untuk mendapatkan data mengenai dampak *overthinking* yang akan digunakan untuk menambah informasi pada konten *website*. Kemudian penulis melakukan wawancara kepada UI/UX *designer*

bernama Melissa Yunita Lauw untuk mendapatkan data untuk merancang *website interactive storytelling*.

### 1. Wawancara Dengan Psikolog

Sugiyono (2013, hal. 137) berpendapat bahwa teknik pengumpulan data melalui wawancara adalah melakukan studi pendahuluan untuk mencari masalah yang perlu diteliti, dan mencari informasi melalui responden yang lebih mendalam. Pada tahap ini, penulis wawancara dengan psikolog bernama Ellia Feeber, M.Psi., Psi untuk mencari informasi lebih dalam mengenai dampak *overthinking* serta bermanfaat untuk menjadi informasi yang akan digunakan pada media *website interactive storytelling* dan wawasan. Wawancara akan dilakukan melalui Zoom pada tanggal 8 Maret 2025 pada pukul 16:00. Kemudian penulis telah menyusun pertanyaan untuk wawancara psikolog, isi pertanyaan yang penulis buat sebagai berikut:

- a. Pemahaman apa yang harus diberikan kepada anak remaja mengenai *overthinking*?
- b. Mengapa anak remaja tidak menyadari bahwa mereka terkena *overthinking*?
- c. Apa dampaknya kalau tidak ditangani sedari dini?
- d. Bagaimana mengatasi *overthinking* pada anak remaja?
- e. Bagaimana situasi yang harus dilakukan ketika menghadapi anak remaja yang mengalami *overthinking*?
- f. Bagaimana pengalaman anda menghadapi remaja yang *overthinking*?
- g. Apa yang membedakan *overthinking* dan berpikir biasa?
- h. Apa ciri-ciri *overthinking* yang tahapannya sudah menjadi masalah serius?
- i. Media apa yang jarang ditemui untuk mempelajari informasi *overthinking* yang kredible?
- j. Apa yang membedakan *overthinking* dengan gangguan mental lain yang berhubungan dengan berpikir, contohnya ruminasi?

- k. *Overthinking* pada usia 18-23 tahun paling banyak dialami oleh jenis kelamin apa?
- l. Apa saja penanganan awal jika mulai *overthinking*?
- m. Apa saja hal yang sering dilakukan tapi ternyata salah ketika remaja *overthinking*?

## 2. Wawancara Dengan UI/UX *designer*

Sugiyono (2013, hal. 137) berpendapat bahwa teknik pengumpulan data melalui wawancara adalah melakukan studi pendahuluan untuk mencari masalah yang perlu diteliti, dan mencari informasi melalui responden yang lebih mendalam. Pada tahap ini, penulis wawancara dengan UI/UX *designer* bernama Melissa Yunita Lauw untuk mengumpulkan informasi yang berguna untuk memaksimalkan proses pembuatan *intactive storytelling* yang efektif. Wawancara akan dilakukan pada tanggal 28 Maret 2025 melalui Zoom. Kemudian penulis telah menyusun pertanyaan untuk wawancara UI/UX *designer*, isi pertanyaan yang penulis buat sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengalaman anda dalam merancang *website*?
- b. Apa saja tahap-tahap yang harus dilakukan untuk menciptakan *website* dengan baik?
- c. Bagaimana menyampaikan informasi yang baik dalam pembuatan *website*?
- d. Bagaimana membuat *layout* yang baik dan benar sehingga dapat menciptakan peletakkan *website* yang rapi?
- e. Bagaimana anda membuat tampilan *website* (UI) yang dapat menyesuaikan dengan tema pada topik yang ingin dibuat?
- f. Apa yang harus dilakukan untuk menciptakan pengalaman pengguna (UX) yang mempermudah pengguna dalam penggunaan *website*?
- g. Apa saja tren desain *website* yang anda lihat saat ini?

- h. Bagaimana cara merancang pengalaman *website* yang holistik sehingga informasi dapat disampaikan lebih efektif? (*media journey*)

### 3.3.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang bertujuan mengumpulkan informasi dari responden dengan menyusun berbagai macam pertanyaan tertulis yang disusun dengan cara sistematis (IBIKKG, 2024). Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mendapatkan informasi mengenai pandangan responden saat mengalami *overthinking*. Pertanyaan pada kuesioner ini terbagi menjadi tiga bagian.

Pada bagian pertama terdapat data-data berupa usia dan domisili. Berikut pertanyaan pada kuesioner bagian pertama sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kuesioner Bagian Pertama

Bagian 1 : Data Responden		
Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
Usia	Pilihan ganda	1. <18 tahun 2. 18-19 tahun 3. 20-21 tahun 4. 22-23 tahun 5. >23 tahun
Jenis kelamin	Pilihan ganda	1. Laki-laki 2. Perempuan
Pengeluaran perbulan	Pilihan ganda	1. <1.000.000 2. 1.000.000 – 2.000.000 3. 3.000.000 – 4.000.000 4. >5.000.000
Domisili Jakarta atau tidak	Pilihan ganda	1. Iya 2. Tidak

Berikutnya adalah pertanyaan bagian kedua yang berisikan tentang pemahaman, masalah, dan pengalaman mengalami *overthinking*. Berikut pertanyaan pada kuesioner bagian kedua sebagai berikut:

Tabel 3.2 Kuesioner Bagian Kedua

Bagian 2 : <i>Overthinking</i>		
Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
Pernah mendengar tentang <i>overthinking</i>	Pilihan ganda	1. Iya 2. Tidak
Darimana mendengar <i>overthinking</i>	Pilihan ganda	1. <i>Website</i> 2. Sosial media 3. Berita 4. Diskusi dengan teman 5. Survei ini

		6. Tidak mengetahui
Berapa lama sering mengalami <i>overthinking</i> dalam satu minggu	Skala linier (nilai 1 sangat jarang, nilai 4 sangat sering)	1. 1 2. 2 3. 3 4. 4
Alasan bisa <i>overthinking</i>	<i>Checklist</i>	1. Tuntutan akademik yang tinggi 2. Ekspektasi sosial 3. Ekspektasi pribadi 4. Tekanan lingkungan keluarga 5. Tekanan lingkungan masyarakat 6. Kejadian masa lalu 7. Terbebani oleh pilihan hidup
Berapa besar <i>overthinking</i> mengganggu kehidupan sosial	Skala linier (nilai 1 sangat tidak mengganggu, nilai 4 sangat mengganggu)	1. 1 2. 2 3. 3 4. 4
Dampak yang dirasakan ketika mengalami <i>overthinking</i>	<i>Checklist</i>	1. Pusing 2. Depresi stress 3. Cepat lelah 4. Nafsu makan berkurang 5. Hilangnya rasa percaya diri 6. Sulit mengontrol emosi 7. Sesak nafas 8. Insomnia
Apa saja yang dilakukan untuk mencegah <i>overthinking</i>	<i>Checklist</i>	1. Ke dokter 2. Curhat ke teman 3. Istirahat 4. Meditasi 5. Terapi
Kendala mencari informasi terkait <i>overthinking</i>	<i>Checklist</i>	1. Informasi tidak kredibel 2. Perbedaan pendapat dll 3. Tidak berhasil menemukan solusi 4. Informasi yang tidak relevan

Terakhir adalah pertanyaan bagian ketiga yang berisikan tentang media yang digunakan oleh responden. Berikut pertanyaan pada kuesioner bagian ketiga sebagai berikut:

Tabel 3.3 Kuesioner Bagian Ketiga

Bagian 3 : Media yang digunakan		
Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
Media yang sering ditemui	<i>Checklist</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Youtube</li> <li>2. Instagram</li> <li>3. X/Twitter</li> <li>4. Facebook</li> <li>5. <i>Website</i></li> <li>6. Tiktok</li> <li>7. Whatsapp</li> <li>8. Line</li> <li>9. Telegram</li> </ol>
Darimana mencari informasi yang kredibel	<i>Checklist</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Youtube</li> <li>2. Instagram</li> <li>3. X/Twitter</li> <li>4. Facebook</li> <li>5. <i>Website</i></li> <li>6. Tiktok</li> <li>7. Whatsapp</li> <li>8. Line</li> <li>9. Telegram</li> </ol>
Alasan percaya dengan sumber informasi tersebut	<i>Checklist</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelembagaan kredibel</li> <li>2. Sumber influencer</li> <li>3. Sumber tokoh agama</li> <li>4. Reputasi baik</li> <li>5. Informasi yang akurat</li> <li>6. Sumber dari dokter</li> <li>7. Sumber dari psikologis</li> <li>8. Lainnya</li> </ol>
Berapa sering akses media kredibel dalam satu hari	Skala linier (nilai 1 tidak sering, nilai 4 sangat sering)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 1</li> <li>2. 2</li> <li>3. 3</li> <li>4. 4</li> </ol>
Bersedia untuk dikontak FGD	Long answer	Mengisi format Nama – Nomor telepon

Setelah membuat ketiga bagian sesuai dengan tabel diatas, data-data yang telah terkumpul akan digunakan pada media dan penelitian untuk memperjelas serta memperdalam topik penelitian.

### 3.3.3 Studi Eksisting

Studi Eksisting adalah menganalisis media serupa dengan topik penelitian yang sudah ada sebelumnya dan dijadikan sebagai referensi. Media yang diambil melalui *website* yang menyerupai dengan topik *overthinking*. Analisa yang dilakukan berupa informasi, konsep, visual, ilustrasi, tipografi, interaksi. Analisa tersebut akan menggunakan SWOT untuk mengetahui

kelebihan dan kekurangan pada konten media tersebut untuk dijadikan sebagai proses perancangan *interactive storytelling*.

### 3.3.4 Studi Referensi

Studi referensi ini penulis akan menentukan konsep *interactive storytelling* dengan mempelajari *interactive storytelling* lain yang menyerupai dengan topik *overthinking* untuk memahami *layout*, penyusunan informasi, gaya visual dan elemen visual, dan interaksi yang digunakan untuk proses pengembangan *interactive storytelling*.

### 3.3.5 Alpha Test

Berdasarkan apa yang sudah diterapkan pada metode *design thinking*, penulis akan melakukan *alpha test* untuk mendapatkan saran yang dapat mengembangkan *interactive storytelling* yang akan ditampilkan pada *prototype day*. *Alpha test* ini akan disebarakan menggunakan QR atau *link prototype* kepada remaja akhir. Kemudian penulis juga menyebarkan *google form* untuk menilai *prototype website* yang penulis buat. Dan selanjutnya sebelum melaksanakan *prototype day*, penulis akan membuat pertanyaan yang terdiri dari sebagai berikut.

- a. Pesan dari cerita ini tersampaikan dengan baik
- b. Ceritanya sudah terasa emosional
- c. Pilihan jawaban membuat keputusan
- d. Setiap pilihan terdapat beda cerita
- e. Alur cerita dapat dipahami
- f. Narasi dapat dipahami
- g. Informasi berbasis teks dapat mengedukasi atau menyadari dampak *overthinking*
- h. Karakter sudah sesuai dengan *personalitynya*
- i. Warna sudah sesuai dengan mood
- j. *Artstyle* sesuai dengan target audiens
- k. Penyampaian ilustrasi melalui cerita
- l. *Layout website* baik
- m. Tipografi pada *website*

- n. Navigasi *website* mudah atau lancar
- o. Desain *website* konsisten
- p. Pengalaman penggunaan *website*

### 3.3.6 Beta Test

Setelah selesai melakukan *alpha test*, penulis akan melakukan *beta test* setelah perancangan sudah selesai. Pada *beta test* ini, penulis akan menyebarkan *link prototype* serta *google form* kepada remaja akhir. *Beta test* ini berguna untuk mendapatkan *feedback* langsung dari *prototype* yang sebelum resmi di publikasi. Setelah melakukan *alpha test* dan memperbaiki media yang telah dibuat, selanjutnya penulis akan membuat pertanyaan yang terdiri dari sebagai berikut.

- a. Cerita *relate* dengan penyebab bisa *overthinking*
- b. Alur cerita mudah dipahami
- c. Pesan sudah tersampaikan
- d. Informasi pada cerita membuat mereka menyadari dampak *overthinking*
- e. Menyadari jika *ending* dalam cerita terdapat 3 *ending*
- f. *Font* mudah dibaca
- g. Warna sesuai dengan mood
- h. Gaya visual yang dibuat *anime style* cocok dengan remaja akhir
- i. Gaya visual konsisten
- j. Penggambaran ilustrasinya jelas
- k. Ilustrasi bervariasi
- l. Desain UI / tampilan
- m. *Button* berfungsi dengan baik
- n. *Layout website* baik
- o. Navigasi mudah atau lancar
- p. *User Experience* pada *website*