

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Subjek perancangan media informasi berupa UI/UX *website* mengenai *glossophobia* difokuskan pada remaja Gen Z. Gen Z dipilih karena mereka dituntut berbicara di depan umum dalam perkuliahan atau sekolah, seperti saat presentasi, diskusi dan kegiatan organisasi. Banyak remaja merasa gugup, cemas bahkan takut saat menyampaikan pendapat, sehingga rentan mengalami *glossophobia*. Selain itu, remaja Gen Z juga akan segera masuk ke dunia kerja yang membutuhkan keterampilan komunikasi.

1) Demografis

- a. Jenis Kelamin: Pria dan Wanita
- b. Usia: 18-25 Tahun

Kelompok usia 18-25 menurut Badan Pusat Statistik (2020) tahun termasuk dalam generasi Z yang jumlahnya paling banyak di Indonesia. Menurut *National Institute of Mental Health* (2022), dewasa muda berusia 18-25 tahun memiliki prevalensi gangguan mental tertinggi (36,2%) dibandingkan kelompok usia lainnya. Selain itu, *Skyland Trail* (2022) juga menyatakan bahwa pada rentang usia 18-29 tahun masih mengalami perkembangan kognitif sehingga lebih rentan terhadap masalah kesehatan mental.

- c. Pendidikan: SMA, D3, S1
- d. SES: A-B

Kelompok dengan SES menengah ke atas umumnya memiliki akses yang lebih baik terhadap teknologi. Selain itu, kelompok SES A-B memiliki literasi digital di atas rata-rata nasional (*Status Literasi Digital Indonesia, 2021*). Hal ini membuat mereka lebih sadar akan isu kesehatan mental dan lebih memungkinkan untuk mencari bantuan profesional daripada kelompok lainnya.

2) Geografis (Area Tangerang dan Jakarta)

Berdasarkan data *GoodStats (2024)*, Banten menempati peringkat pertama dengan jumlah mahasiswa aktif terbanyak di Indonesia, yaitu 1,46 juta mahasiswa (13,6% dari total mahasiswa nasional), sedangkan DKI Jakarta berada di peringkat kelima dengan 737 ribu mahasiswa. Sehingga topik ini jadi lebih penting untuk dibahas karena *glossophobia* lebih sering terjadi di kalangan mahasiswa.

3) Psikografis

- a. Remaja yang belum memahami apa itu *glossophobia*.
- b. Remaja yang memiliki atau kenalan yang mengalami *glossophobia*.
- c. Remaja yang memiliki ketertarikan terhadap isu kesehatan mental.
- d. Remaja yang aktif mencari informasi melalui internet.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Penulis akan menggunakan metode perancangan *Design Thinking* oleh IxDF (2024) untuk merancang *website* mengenai *glossophobia*. Metode ini dipilih karena *Design Thinking* digunakan untuk pemecahan masalah kompleks yang biasanya berfokus pada kebutuhan manusia dan dilakukan secara kreatif, praktis dan berulang (Nandy, 2024). *Design Thinking* cocok digunakan dalam perancangan ini karena *glossophobia* merupakan isu psikologis yang kompleks dan membutuhkan solusi yang relevan, empatik dan mudah diakses.

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan *website* penanganan *glossophobia* bagi remaja adalah metode campuran kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan pengalaman profesional dan perspektif responden lewat wawancara terstruktur. Sementara penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji keterkaitan variabel melalui pengumpulan data, yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring (Creswell, 2014). Tujuan dari penggunaan metode campuran ini adalah untuk memastikan data yang diperoleh tetap relevan, fokus pada kebutuhan pengguna dan mendukung perancangan solusi.

3.2.1 *Empathize*

Penulis melakukan *Empathize* untuk memahami perasaan, kebutuhan, dan tantangan remaja yang mengalami *glossophobia* dalam lingkup tantangan desain. Data dikumpulkan melalui wawancara, kuesioner, serta studi literatur dan referensi desain. Pendekatan ini membantu penulis memperoleh gambaran tentang pengalaman target audiens serta kebutuhan media yang sesuai untuk mereka.

3.2.2 *Define*

Penulis melakukan *Define* untuk menganalisis data yang diperoleh pada tahap sebelumnya. Analisis dilakukan melalui pembuatan *user persona*, dan *user journey map* untuk mendapatkan masalah utama yang dihadapi remaja dengan *glossophobia*.

3.2.3 *Ideate*

Penulis melakukan *Ideate* untuk mengembangkan ide dan konsep dalam perancangan *website*. Proses ini terdiri dari pembuatan *mind map*, kata kunci, dan *big idea*. Selanjutnya, dibuat *moodboard* visual untuk menentukan gaya desain yang konsisten dan menarik.

3.2.4 *Prototype*

Penulis melakukan *Prototype* dengan membuat model awal *website* berdasarkan hasil *Ideate*. Tahap ini dimulai dengan perancangan, hingga pengembangan desain tampilan dan interaktivitas. *Prototype* digunakan untuk menguji efektivitas penyampaian informasi serta kesesuaian desain dengan kebutuhan audiens.

3.2.5 *Test*

Penulis melakukan *testing* untuk mengetes *prototype website* melalui dua tahap, *alpha test* dan *beta test*. *Alpha test* dilakukan untuk memastikan fungsi *website* sudah berjalan sesuai rencana, sementara *beta testing* melibatkan target utama untuk menilai kemudahan penggunaan, fitur, dan efektivitas *website*. *Feedback* dari kedua tahap digunakan untuk melakukan perbaikan.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik perancangan dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan kuesioner untuk memahami pengalaman profesional dan kebutuhan individu yang mengalami *glossophobia*. Tujuan utama dari teknik pengumpulan data ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang masalah yang dihadapi remaja dengan *glossophobia*.

3.3.1 Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan psikolog dan seseorang yang memiliki ketakutan terhadap berbicara di depan umum. Metode ini memungkinkan penulis untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dari sudut pandang individu yang mengalaminya, sehingga mereka dapat memahami dengan lebih baik tantangan sosial dan emosional yang mereka hadapi. Untuk membuat *website* yang tepat dan berhasil, wawancara ini sangat membantu untuk menggali secara menyeluruh pengalaman pribadi responden, perasaan mereka dan perspektif mereka.

3.3.1.1 Wawancara dengan Psikolog

Penulis mewawancarai psikolog Gentur Anto Judho S.Psi. Tujuan wawancara ini adalah untuk mengetahui definisi, gejala dan faktor penyebab *glossophobia*, serta tren kasus di kalangan remaja. Penulis juga menanyakan dampak jangka pendek dan jangka panjang, metode penanganan, perbedaan pendekatan antara remaja dan orang dewasa, tantangan umum dan saran pencegahan dan pengobatan *glossophobia*. Informasi ini akan membantu dalam desain *website* yang tidak hanya informatif tetapi juga sensitif terhadap kondisi psikologis *glossophobia* dan memberi audiens panduan yang tepat. Berikut pertanyaan yang akan ditanya.

- a. Apa yang dimaksud dengan *glossophobia*?
- b. Apa saja gejala *glossophobia* yang biasanya muncul?

- c. Faktor-faktor apa yang paling sering menyebabkan remaja mengalami *glossophobia*, dan mengapa banyak kelompok usia Gen Z yang mengalaminya?
- d. Dari pengalaman Anda, apakah kasus *glossophobia* pada remaja cenderung meningkat atau menurun? Mengapa hal itu bisa terjadi?
- e. Apa dampak yang biasanya dialami remaja dengan *glossophobia* apakah berpengaruh terhadap perkembangan pribadi, akademik, hingga persiapan dunia kerja?
- f. Apakah *glossophobia* bisa dicegah? Jika ya, bagaimana cara pencegahannya sejak dini?
- g. Jika seorang remaja sudah mengalami *glossophobia*, apakah penanganannya harus dilakukan dengan konsultasi rutin/cek berkala, atau bisa juga dilakukan mandiri?
- h. Bagaimana cara mengetahui apakah seorang remaja sudah berhasil mengurangi atau bahkan terbebas dari *glossophobia*?
- i. Teknik atau metode apa saja yang biasanya digunakan untuk membantu remaja mengatasi *glossophobia*?
- j. Apakah ada perbedaan pendekatan dalam menangani *glossophobia* pada remaja dibandingkan dengan orang dewasa?
- k. Berapa lama rata-rata proses penanganan hingga seorang remaja mulai menunjukkan kemajuan signifikan?
- l. Hambatan apa saja yang sering ditemui saat menangani remaja dengan *glossophobia*, dan mengapa sebagian besar Gen Z kesulitan mengatasinya?
- m. Apa saran atau rekomendasi Anda bagi remaja yang ingin mengatasi *glossophobia*, baik secara mandiri maupun dengan bantuan profesional?

3.3.1.2 Wawancara dengan Individu yang Takut

Wawancara kedua dilakukan dengan seseorang individu yang mengalami ketakutan berbicara di depan umum untuk mendapatkan pemahaman langsung mengenai pengalaman dan tantangan yang mereka hadapi. Melalui wawancara ini, penulis dapat mengeksplorasi perasaan, pikiran, serta dampak emosional dan sosial yang dialami. Informasi ini menjadi dasar penting untuk merancang media informasi yang relevan, empatik, dan bermanfaat bagi mereka yang mengalami *glossophobia*. Berikut pertanyaan wawancara yang akan ditanya.

- a. Kapan pertama kali kamu menyadari bahwa kamu merasa takut atau kesulitan berbicara di depan umum?
- b. Apa pengalaman awal yang paling kamu ingat saat harus berbicara di depan orang banyak?
- c. Bagaimana reaksi teman, keluarga, atau guru ketika kamu terlihat gugup atau kesulitan berbicara di depan umum?
- d. Bagaimana *glossophobia* mempengaruhi kehidupan sehari-harimu, misalnya di sekolah, kegiatan organisasi, atau pertemanan?
- e. Pernahkah kamu mencoba cara tertentu untuk mengatasi rasa takut berbicara di depan umum? Jika ya, bagaimana hasilnya?
- f. Apa hal yang menurutmu paling sulit saat harus tampil atau berbicara di depan orang lain?
- g. Adakah situasi tertentu di mana kamu merasa lebih nyaman atau lebih percaya diri untuk berbicara?
- h. Menurutmu, apa yang paling kamu butuhkan agar bisa lebih percaya diri ketika berbicara di depan umum?
- i. Jika ada *website* atau media interaktif yang bisa membantu mengatasi *glossophobia*, fitur apa yang paling ingin kamu lihat di dalamnya?

- j. Apa yang kamu pelajari tentang dirimu dari pengalaman menghadapi rasa takut berbicara di depan umum?

3.3.2 Kuesioner

Penulis menggunakan metode *purposive sampling* dengan kuesioner yang ditujukan kepada mahasiswa berusia 18-25 tahun di wilayah Jabodetabek. Kuesioner bertujuan untuk mengumpulkan data mengenai tingkat pengetahuan, pengalaman dan persepsi mereka mengenai *glossophobia*. Hasil dari kuesioner akan menjadi dasar dalam merancang konten dan strategi penyajian media informasi berbasis *website*, sehingga materi yang disampaikan dapat lebih tepat sasaran.

- a. Saya pernah mendengar istilah *glossophobia* sebelumnya. (Ya/Tidak)
- b. Saya paham bahwa *glossophobia* adalah gangguan rasa takut atau cemas berlebihan saat berbicara di depan umum. (Sangat setuju-Sangat tidak setuju)
- c. Saya paham tanda-tanda seseorang mengalami *glossophobia*. (Sangat setuju-Sangat tidak setuju)
- d. Saya tahu bahwa *glossophobia* bisa berdampak serius pada masa depan seorang individu. (Sangat setuju-Sangat tidak setuju)
- e. Saya mengetahui penyebab seseorang mengalami *glossophobia*. (Sangat setuju-Sangat tidak setuju)
- f. Seberapa penting menurut Anda memahami cara mengatasi *glossophobia*? (Sangat setuju-Sangat tidak setuju)
- g. Mana saja cara penanganan *glossophobia* yang kamu ketahui atau pernah dengar (Boleh pilih lebih dari satu: Latihan paparan bertahap/*exposure*, *CBT* (*Cognitive Behavioral Therapy*), Latihan pernapasan dan relaksasi otot, Persiapan & latihan terstruktur, Konsultasi dengan psikolog/konselor, Lainnya.

- h. Seberapa sering kamu diminta berbicara di depan umum (misalnya presentasi, membaca di kelas, ditanya dosen, perkenalan diri)? (Sangat sering-Sangat tidak sering)
- i. Seberapa besar rasa gugup yang kamu alami ketika harus berbicara di depan umum? (Sangat gugup-Sangat tidak gugup)
- j. Apakah Anda mengenal seseorang yang memiliki ketakutan berbicara di depan umum? (Ya/Tidak)
- k. Ketika berbicara di depan umum, apa yang paling sering membuat kamu merasa kesulitan? (Takut tidak bisa menjawab pertanyaan, Takut salah atau membuat kesalahan, Takut dinilai atau diejek oleh audiens, Pengalaman gagal sebelumnya, Membandingkan diri dengan orang lain, Takut menjadi pusat perhatian, Lainnya)
- l. Jika Anda merasa takut berbicara di depan umum, langkah apa yang biasanya Anda lakukan untuk mengatasinya? (Berlatih dan mempersiapkan materi dengan matang, Mengatur pernapasan dan relaksasi sebelum berbicara, Menghindari berbicara di depan umum, Mencari tips atau latihan melalui buku/*website*, Meminta bantuan atau bimbingan dari teman/mentor, Konsultasi dengan psikolog/konselor, Lainnya)
- m. Dari mana biasanya kamu mendapatkan informasi tentang cara berbicara di depan umum? (Guru/Dosen, Teman, Orang Tua, Internet/*Website*, Media Sosial, Buku, Lainnya)
- n. Menurutmu, informasi seperti apa yang paling kamu butuhkan agar kamu atau temanmu lebih memahami tentang *glossophobia*? (Pengertian dasar tentang *glossophobia*, Gejala dan tanda-tanda *glossophobia* pada remaja, Faktor penyebab *glossophobia*, Dampak *glossophobia* terhadap kehidupan akademik, sosial, dan masa depan, Teknik atau strategi untuk mengatasi *glossophobia*, Sumber bantuan (konselor, psikolog, atau platform online), Lainnya)

- o. Saya lebih nyaman belajar cara mengatasi glossophobia melalui website/media online dibandingkan konseling tatap muka. (Sangat setuju-Sangat tidak setuju)
- p. Saya lebih mudah memahami informasi dalam bentuk visual/grafik dibandingkan teks panjang. (Sangat setuju-Sangat tidak setuju)
- q. Saya lebih tertarik membaca informasi yang disajikan secara interaktif. (Sangat setuju-Sangat tidak setuju)
- r. Apa saran yang dapat Anda berikan untuk perancangan ini? ("-" saja kalau tidak ada) (Jawaban terbuka)

3.3.3 Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan untuk mengetahui media apa saja yang sudah pernah membahas topik *glossophobia* dan cara penanganannya. Melalui studi ini, penulis akan menganalisa kelebihan yang bisa diadaptasi, serta kekurangan yang sebaiknya dihindari melalui metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*). Studi eksisting dilakukan pada dua *website* dan satu buku, yaitu *website* Hellosehat, MentalHealth.com dan buku *Goodbye Glossophobia* oleh Ester Stanhope.

3.3.4 Studi Referensi

Studi referensi dilakukan untuk mempelajari aspek visual dan cara penyajian informasi yang digunakan untuk diimplementasikan dalam perancangan. Melalui studi ini, penulis akan menganalisa penggunaan dan gaya ilustrasi, UI/UX dan penyajian materi agar lebih mudah dipahami oleh target audiens. Studi referensi dilakukan pada dua media yaitu *website* Pictoric, FlyingPapers dan gaya ilustrasi DuoLingo.