

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Subjek perancangan merupakan suatu kelompok atau orang yang menjadi target utama dari perancangan media *board game Paradox of Choice*. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam, target audiens akan ditentukan melalui tiga aspek, yaitu secara demografis, geografis, dan psikografis. Dengan subjek perancangan yang jelas, perancangan media *board game* dapat menjadi lebih terarah, relevan, dan tepat sasaran.

1. Demografis

Aspek demografis dianalisis untuk mengetahui karakteristik subjek seperti usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin, serta status sosial ekonominya. Berikut ini adalah penjabaran demografis untuk perancangan *board game Paradox of Choice*:

- a. Jenis Kelamin: Pria dan Wanita
- b. Usia: 18-22 tahun

Usia target audiens yang dipilih adalah 18-22 tahun, yang tergolong dalam kelompok remaja akhir (Santrock, 2016). Usia remaja akhir merupakan golongan yang memasuki fase transisi dari remaja menuju dewasa awal. Santrock menyebutkan bahwa pada usia tersebut, individu mulai mencari jati diri mereka, menghadapi tuntutan sosial, serta harus membuat keputusan-keputusan penting mulai dari pilihan pendidikan, karir, gaya hidup, dan lainnya. Kelompok usia ini lebih rentan merasa kebingungan akibat banyaknya alternatif pilihan yang tersedia. Sehingga usia ini relevan untuk perancangan *board game Paradox of Choice*.

Status pendidikan: SMA, D3, S1

c. SES B-A

Menurut Suryadi (2020), Individu dengan status ekonomi dan sosial yang lebih tinggi bisa memberikan keuntungan sarana dan akses informasi yang lebih baik. Sehingga individu dengan SES tersebut memiliki pilihan-pilihan yang lebih luas terhadap pilihan seperti universitas, jurusan, hingga jenjang karir. Akses yang luas membuat jumlah pilihan menjadi lebih banyak dan membuat individu lebih rentan merasa kebingungan.

2. Geografis

Area perancangan akan fokus pada Jabodetabek yang dikenal sebagai wilayah yang memiliki pertumbuhan ekonomi dan pendidikan cukup pesat (Badan Pusat Statistik, 2024). Selain itu, jumlah cafe *board game* di Jabodetabek cukup banyak, hal ini membuat kalangan muda di area ini, memiliki akses yang lebih luas terhadap media hiburan sekaligus edukasi seperti *board game*.

3. Psikografis

Berikut ini adalah aspek psikografis untuk target audiens perancangan *board game paradox of choice*:

- a. Remaja akhir yang sedang berada di fase pencarian jati diri, dan dihadapkan oleh begitu banyaknya pilihan hidup.
- b. Remaja akhir yang tertarik mencari aktivitas hiburan dan edukatif seperti *board game*.
- c. Remaja akhir yang sedang memikirkan jenjang pendidikan/karir

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam merancang gim papan adalah pendekatan dari buku *Game Design Workshop: A Playcentric Approach to Creating Innovative Games* edisi ke-5 yang dibuat dan dikembangkan oleh Tracy Fullerton (2024). Penulis memilih menggunakan metode ini karena menekankan

pentingnya pengalaman pemain sebagai pusat dari proses desain. Metode perancangan ini sangat cocok untuk perancangan *board game* karena fokus utamanya bukan hanya menciptakan sistem permainan yang menyenangkan, namun juga melibatkan pengalaman emosional pemain. Pendekatan ini memiliki tiga tahapan utama, yaitu *Ideation*, *Prototyping*, dan *Playtesting*. Berikut ini adalah penjabaran setiap tahapan utama metode perancangan *Playcentric Approach to Creating Innovative Games* :

3.2.1 *Ideation*

Pada tahapan ini, penulis mulai dengan melakukan *brainstorming* ide dan konsep permainan serta memahami konteks isu yang ingin diangkat, yaitu tekanan remaja yang menghadapi terlalu banyak pilihan. Melalui tahapan ini, penulis perlu mengenal target audiens secara mendalam serta menentukan tujuan emosional yang ingin dicapai melalui pengalaman bermain. Penulis akan mengumpulkan data melalui kuesioner, wawancara dengan psikolog, kuesioner, studi referensi, dan studi eksisting terhadap gim papan dengan topik dan konsep serupa. Tahapan ini bermanfaat untuk mengidentifikasi nilai-nilai dan kebutuhan yang relevan dengan remaja akhir, serta menentukan cara komunikasi yang paling sesuai dalam bentuk gim papan.

3.2.2 *Prototyping*

Dalam tahapan ini, setelah mengidentifikasi kebutuhan audiens dan melakukan *brainstorming*, tahap ini berfokus mengembangkan ide menjadi bentuk *prototype* awal. Tujuan dari tahapan ini untuk menguji apakah mekanik dan narasi dari permainan sudah bisa melibatkan pengalaman emosional pemain. Penulis mulai merancang struktur permainan, mekanik dasar, interaksi, dan narasi permainan yang menggambarkan *fenomena paradox of choice*. *Prototype* awal disusun dalam bentuk sederhana seperti menggunakan kertas *print-out* yang berisi desain *layout* pada papan, kartu pilihan, dan alur permainan dasar yang akan digunakan saat melakukan uji coba awal dengan target audiens. Kemudian desain dan pengalaman bermain akan diuji, dievaluasi, dan diperbaiki beberapa kali setiap kali di uji coba.

3.2.3 Playtesting

Dalam tahap ini, penulis melaksanakan uji coba terhadap gim papan secara langsung kepada kelompok target audiens remaja untuk mencoba memainkannya, lalu meminta *feedback* dari mereka untuk menilai efektivitas media, daya tarik visual, serta tingkat interaktifitas dan keterlibatan pemain. Melalui *playtesting*, penulis jadi memahami bagaimana cara pemain dalam mengambil keputusan, bagaimana tekanan banyaknya pilihan dirasakan selama bermain, serta apakah terjadi refleksi pada pemain. *Feedback* sangat membantu penulis dalam melakukan penyempurnaan visual, narasi permainan, maupun mekanik permainan agar pengalaman bermain lebih maksimal, menyentuh secara emosional

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Metode pengumpulan data dalam perancangan ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2018, h.213) pendekatan kualitatif digunakan untuk mengkaji kondisi ilmiah yang menempatkan peneliti untuk berperan langsung sebagai instrumen utama dalam proses penelitian. Tujuan metodologi ini adalah untuk menganalisis serta mendeskripsikan bagaimana fenomena *Paradox of Choice* bisa terjadi dan menjadi tantangan Generasi Z. Dalam perancangan ini, data dikumpulkan melalui teknik observasi, wawancara, kuesioner, dan studi referensi.

3.3.1 Focus Group Discussion (FGD)

Menurut Irwanto (2004, h. 1-2) Focus Group Discussion (FGD) merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis mengenai suatu masalah tertentu atau isu spesifik melalui diskusi kelompok. Proses pengumpulan data ini umumnya melibatkan enam hingga sepuluh orang, dengan latar belakang yang relevan serta dipimpin oleh seorang moderator supaya proses diskusi dapat berjalan secara terarah (Eliot & Associates, 2005).

Teknik pengumpulan data FGD akan dilakukan dengan grup remaja usia 18-22 tahun. Melalui diskusi kelompok, penulis dapat lebih memahami bagaimana pemikiran, pemahaman, dan respons mereka saat dihadapkan oleh

banyaknya pilihan. Dengan memahami dampak yang dirasakan target audiens, penulis dapat menentukan strategi efektif untuk mengatasinya. Berikut ini adalah daftar pertanyaan *Focus Group Discussion* yang telah disusun penulis:

Tabel 3.1 Pertanyaan FGD

Kategori	Pertanyaan
Perkenalan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nama, usia, status pendidikan
Paradox of choice yang sudah terjadi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kalian sering menghadapi masalah sulit memilih sebuah keputusan? Misalnya karena terlalu banyak pilihan sehingga bimbang antara opsi-opsi yang ada? 2. Bagaimana perasaan kalian saat harus menghadapi hal tersebut? 3. Ada dua tipe keputusan, keputusan dengan resiko kecil dan keputusan dengan resiko besar. Keputusan besar yang sudah kalian semuambil, pasti tentang jenjang pendidikan tinggi. Bagaimana kalian melalui proses pemilihan jurusan, boleh diceritakan? 4. Apakah kamu merasa pilihanmu di jenjang pendidikan adalah keputusan yang tepat? Kenapa iya/tidak? 5. Adakah momen dimana anda merasa ingin pindah ke jurusan lain?
Paradox of choice di masa depan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kalian sudah memilih jenjang karir untuk di masa depan? Dimana atau ingin kerja dimana? Apakah ada lebih dari satu tujuan? 2. Hal apa yang membuatmu ingin bekerja di bidang tersebut? (karena punya <i>skill</i>, dekat dengan rumah, gaji lumayan) 3. Bagaimana proses kalian memilih pekerjaan yang sekiranya sesuai? 4. Apakah keputusan untuk pemilihan karir sudah final atau belum? <ul style="list-style-type: none"> a. Jika iya, faktor apa yang paling mendukung anda untuk memilih jenjang karir tersebut, cara anda menentukannya? b. Jika belum, apa yang menahan kalian untuk memilih karir kenapa tidak segera memutuskan? 5. Untuk yang sudah memilih jenjang karir, berapa persen anda yakin dengan tujuan karir anda? Apakah ada sedikit keraguan atau kemungkinan untuk mengganti karir karena pilihan yang ada?

Media Board game	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kalian suka bermain <i>board game</i>? 2. Game seperti apa yang biasanya kalian gemari? Contoh <i>board game</i>nya 3. Jika ada <i>board game</i> yang bisa kalian mainkan bersama tentang simulasi kehidupan dimana pilihan anda menentukan akhir permainan, apakah anda tertarik untuk memainkannya? 4. Selain untuk hiburan, pesan atau saran apa yang ingin kalian dapatkan dari media informasi <i>board game paradox of choice</i>?
------------------	--

3.2.1 Wawancara dengan psikolog

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data primer yang dilaksanakan oleh peneliti untuk menggali informasi secara mendalam dari responden (Sugiyono, 2016, h. 317). Penulis akan melaksanakan wawancara dengan seorang ahli, yaitu psikolog bernama Helsa Surya sebagai seorang professional yang sudah memahami perilaku dan cara berpikir remaja dalam mengambil keputusan. Tujuan wawancara ini untuk menggali pemahaman lebih mendalam dari seorang profesional seputar bagaimana fenomena *Paradox of Choice* bisa memengaruhi kondisi psikologis dan pola pikir remaja saat berhadapan dengan berbagai macam pilihan. Selain itu, wawancara ini akan membantu penulis untuk mengetahui sejauh mana dampak dari tekanan pengambilan keputusan secara psikologis. Berikut ini adalah daftar pertanyaan wawancara dengan ahli:

Tabel 3.2 Pertanyaan Wawancara Psikolog

Kategori	Pertanyaan
Perkenalan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nama, pekerjaan, usia
Latar Belakang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bolehkah ibu ceritakan sedikit tentang latar belakang pendidikan dan pengalaman professional Ibu di bidang psikologi? 2. Sudah berapa lama ibu berkecimpung di bidang psikologi?
Pengetahuan umum <i>Paradox of Choice</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut Ibu, apa yang dimaksud dengan <i>Paradox of Choice</i> dari sisi psikologi?

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Menurut pandangan Ibu, bagaimana fenomena ini bisa muncul dalam kehidupan sehari-hari? 3. Apakah fenomena <i>Paradox of Choice</i> sering kali dibahas dalam bidang psikologi yang Ibu tekuni? 4. Apakah <i>Paradox of Choice</i> bisa terjadi dimana saja? Baik di dunia maya maupun realita?
Dampak <i>Paradox of Choice</i> untuk kesehatan mental remaja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut Ibu, Apakah fenomena <i>Paradox of Choice</i> mempunyai dampak pada kesehatan mental seseorang? 2. Apakah fenomena <i>Paradox of Choice</i> mungkin terjadi pada golongan usia remaja? 3. Menurut Ibu, <i>Paradox of Choice</i> biasanya paling sering muncul dalam keputusan seperti apa? (keputusan besar atau kecil)
Solusi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut Ibu, strategi psikologis apa yang bisa membantu seseorang agar tidak kewalahan saat dihadapkan banyak pilihan? 2. Apakah Ibu sendiri pernah mengalami <i>Paradox of Choice</i>? Jika iya, bagaimana strategi yang Ibu lakukan untuk mengatasinya

3.2.3 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017, h. 142) kuesioner merupakan teknik memberikan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis, lalu disebarluaskan ke berbagai responden. Penulis akan menyebarkan kuesioner kepada responden remaja berusia 18-22 tahun yang berdomisili di Jabodetabek. Kuesioner disebar dengan tujuan menggali pengalaman pribadi, seberapa sering merasa kebingungan dalam pengambilan keputusan, serta sikap mereka terhadap pilihan berlebihan di kehidupan sehari-hari. Kuesioner juga bertujuan untuk mengetahui persepsi mereka terhadap media interaktif seperti gim papan. Kuesioner ini terbagi menjadi tiga bagian utama:

Tabel 3.3 Pertanyaan Kuesioner Section 1

Section 1: Data diri			
No	Pertanyaan	Metode Pengisian	Jawaban
1.	Usia	<i>Multiple choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 18 • 19 • 20 • 21

			<ul style="list-style-type: none"> • 22
2.	Status	<i>Multiple choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa • Mahasiswa • Bekerja • Belum bekerja
3.	Domisili	<i>Multiple choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Jakarta • Tangerang • Bogor • Depok • Bekasi • Lainnya

Pada *section* pertama, penulis membuat pertanyaan terkait data diri responden yang berisi identitas dasar seperti nama, usia, pekerjaan, status, dan domisilinya. Pertanyaan data diri ini disusun untuk memahami latar belakang responden serta memastikan bahwa responden sudah sesuai dengan target audiens yang telah ditentukan.

Tabel 3.4 Pertanyaan Kuesioner Section 2

Section 2: Paradox of Choice

No	Pertanyaan	Metode Pengisian	Jawaban
1.	Apakah anda familiar dengan istilah “paradoks pilihan”?	<i>Multiple choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Familiar • Cukup familiar • Tidak familiar
2.	Menurut Anda, apakah banyaknya pilihan merupakan hal yang baik atau membuat keputusan jadi lebih sulit?	<i>Multiple choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih baik • Lebih sulit
3.	Seberapa sering anda merasa bingung karena terlalu banyak pilihan?	<i>Multiple choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sangat sering • Sering • Kadang-kadang • Jarang

			<ul style="list-style-type: none"> • Sangat jarang
4.	Dalam hal apa anda paling sering bingung memilih?	<i>Checkboxes</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memesan makanan • Belanja online • Memilih pakaian • Pendidikan • Karir • Gaya hidup • Lainnya
5.	Saat bingung menghadapi opsi pilihan, apa yang biasanya anda lakukan?	<i>Checkboxes</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menunda keputusan sementara • Meminta pendapat orang lain • Mencari informasi di internet • Memilih cepat tanpa pertimbangan • Membandingkan satu per satu • Tidak mau memilih sama sekali
6.	Bagaimana perasaan anda saat menghadapi banyaknya pilihan?	<i>Multiple choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Stres • Bingung • Tertekan • Biasa saja • Puas karena banyak opsi
7.	Seberapa penting menurut anda adanya media yang dapat membantu seseorang lebih mudah mengambil keputusan di tengah banyaknya pilihan?	<i>Multiple choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sangat penting • Penting • Kurang penting • Tidak penting

Section kedua berfokus menggali pemahaman responden dan mengukur seberapa familiar target audiens terhadap fenomena *Paradox of Choice*. Kemudian, pertanyaan pada *section* ini juga menggali pengalaman pribadi mereka saat dihadapkan dengan banyaknya pilihan, bagaimana cara mereka memutuskan, atau apa yang mereka rasakan saat menghadapi situasi tersebut. Jawaban responden akan memberikan gambaran mengenai seberapa jauh efek *Paradox of Choice* memangaruhi mereka.

Tabel 3.5 Pertanyaan Kuesioner Section 3

Section 3: Media board game

No	Pertanyaan	Metode Pengisian	Jawaban
1.	Apakah anda pernah memainkan <i>board game</i> ?	<i>Multiple choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pernah • Tidak pernah
2.	Apakah anda tertarik belajar melalui media non-formal seperti <i>board game</i> ?	<i>Multiple choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tertarik • Tidak tertarik
3.	Menurut anda, apakah <i>board game</i> dapat menjadi media yang efektif untuk menyampaikan edukasi tentang fenomena sosial/psikologis	<i>Multiple choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sangat efektif • Efektif • Kurang efektif • Tidak efektif
4.	Menurut Anda, aspek apa yang paling penting agar sebuah <i>board game</i> dapat menarik minat Gen Z untuk dimainkan?	<i>Checkboxes</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tampilan visual menarik • Mekanisme permainan seru • Konten/isu yang relevan • Banyak interaksi sosial
5.	Pengalaman bermain bersama dalam <i>board game</i> bisa membantu memahami sebuah isu dibandingkan hanya membaca atau menonton konten digital	<i>Multiple choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sangat setuju • Setuju • Kurang setuju • Tidak setuju
6.	Apakah anda bersedia mengikuti <i>beta testplay</i> dan memainkan <i>board game</i> dengan tema <i>Paradox of Choice</i>	<i>Multiple choice</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Bersedia • Tidak bersedia

Pertanyaan pada *Section 3* difokuskan untuk memvalidasi media *board game* sebagai sarana penyampaian informasi yang efektif. Pertanyaan ini menggali pengalaman responden terhadap minat mereka dalam memainkan *board game*. Selain itu, pertanyaan yang diberikan akan digunakan untuk menggali pandangan mereka terhadap *board game* sebagai sarana pembelajaran untuk menyampaikan isu *Paradox of Choice*. Lalu untuk pertanyaan terakhir, penulis mencantumkan pertanyaan mengenai ketersediaan responden untuk mengikuti *beta test play* yang akan digunakan sebagai bahan evaluasi perancangan *board game* nantinya.

Tabel 3.6 Pertanyaan Kuesioner Section 4

Section 4: Beta test play			
No	Pertanyaan	Metode Pengisian	Jawaban
1.	Nomor Whatsapp	<i>Short answer</i>	Diisi responden

Pertanyaan pada *section* terakhir bertujuan mengumpulkan nomor telepon atau kontak responden yang sudah bersedia untuk mengikuti *beta testplay board game*.

3.2.2 Studi Referensi

Penulis akan mencari referensi dan menganalisis gim papan dengan tema isu sosial, psikologis, atau fenomena yang relevan. Studi referensi bertujuan untuk menganalisis kelebihan dan kekurangan media, lalu menjadikannya sebagai acuan proses perancangan gim papan *Paradox of Choice*. Penulis menganalisis sebuah media gim papan yang bernama “*Choices: A Game of Life*” yang dirancang oleh Michael E. Moore dan diterbitkan oleh *Authentic Agility Games* pada tahun 2021. Permainan *Choices: A Game of Life* merupakan permainan mengenai pilihan-pilihan dalam hidup dan membuat pemain dapat merenungkan dampak dari setiap keputusannya. Permainan ini memiliki konsep yang relevan dengan perancangan gim papan *Paradox of Choice* yang akan dirancang. Maka, permainan ini akan menjadi referensi utama penulis selama perancangan *board game Paradox of Choice*.

3.2.3 Studi Eksisting

Penulis akan melakukan studi eksisting untuk menganalisis contoh media *board game* dengan tema edukasi yang sudah ada. Media yang akan penulis analisis adalah *board game* “*Choices: A Cooperative Game About Moral Dilemmas*” yang diterbitkan oleh Family Pastimes. Permainan ini dipilih karena melibatkan diskusi antar pemain dan membuat mereka mengeksplorasi konsekuensi dari pilihan yang ada secara kooperatif. Kemudian dengan menganalisis bagaimana permainan ini bekerja, mulai dari tema, mekanisme, serta bagaimana dilema saat bermain dirasakan, dapat membantu penulis mendapatkan wawasan yang berguna saat merancang *board game paradox of choice*.

