

## 2. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

### 2.1. Impostor Syndrome

#### 2.1.1. Definisi Impostor Syndrome

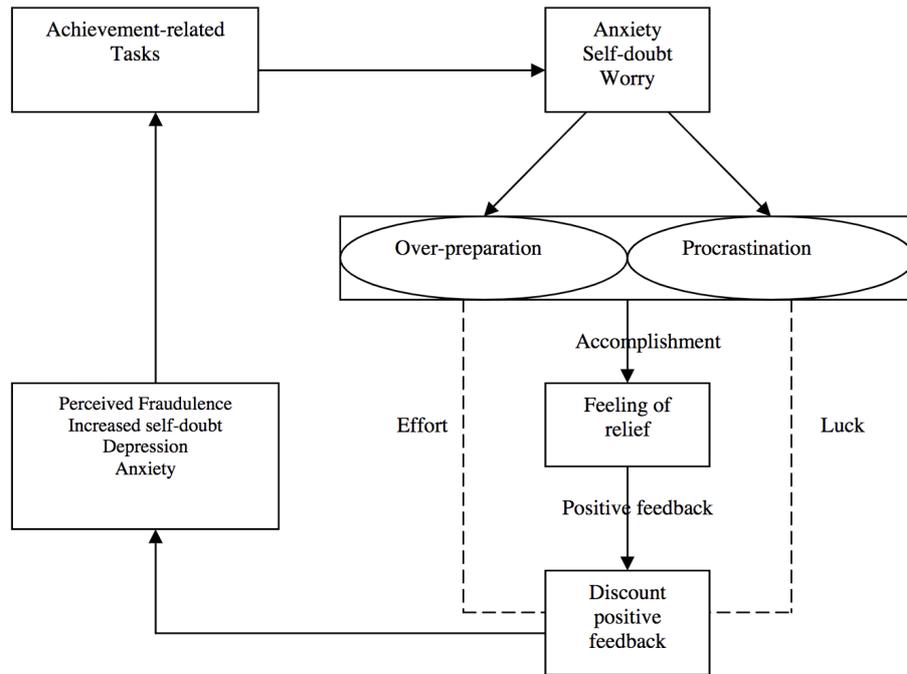
*Impostor Syndrome* atau *Impostor Phenomenon* pertama kali disebutkan oleh Dr. Pauline Rose Clance dan Suzanne Imes berdasarkan observasi selama melakukan sesi terapi dengan klien mereka yang tergolong sebagai wanita-wanita yang sangat berprestasi (Clances & Imes, 1978). Clance dan Imes menemukan sebuah fenomena dimana kendati semua prestasi dan pengakuan yang para wanita ini telah dapatkan, mereka tetap tidak mampu menginternalisasi kesuksesan tersebut. Sebaliknya, mereka memiliki keyakinan kuat bahwa mereka tidak intelijen dan menganggap diri mereka sendiri sebagai seorang penyemu. (Clances & Imes, 1978) mendefinisikan *Impostor Syndrome* sebagai *internal experience of intellectual phonies*. Sedangkan, Harvey dan Katz (1985) mendefinisikan *Impostor Syndrome* sebagai suatu pola psikologis yang berakar pada perasaan menipu yang sangat kuat dan tersembunyi ketika dihadapkan dengan pencapaian tugas (dalam Hellman & Caselman, 2004). Orang-orang yang mengalami *Impostor Syndrome* percaya bahwa mereka tidak berhak untuk mengakui segala prestasi dan pengakuan yang mereka telah terima. Individu *Impostor Syndrome* percaya bahwa segala pencapaian dan prestasi yang mereka capai semata hanya merupakan hasil dari sebuah kebetulan semata dan bukan hasil dari kemampuan mereka sendiri, dan mereka percaya bahwa pencapaian mereka tidak signifikan. Alhasil, mereka dapat merasa bahwa mereka hanyalah seorang penyemu diantara individu-individu berkemampuan tinggi yang sebenarnya tidak memiliki kemampuan yang berarti. Perasaan atau persepsi ini dapat menghasilkan perilaku-perilaku yang maladaptif dan merugikan terhadap kesehatan mental maupun kesehatan jasmani individu *Impostor Syndrome*.

*Impostor Syndrome* dialami oleh berbagai macam orang dari latar belakang yang berbeda-beda. Pada awalnya, dipercaya bahwa *Impostor Syndrome* hanya dialami oleh wanita (Clances & Imes, 1978). Namun, penelitian-penelitian berikutnya membuktikan bahwa *Impostor Syndrome* dialami oleh berbagai macam orang termasuk pria (Sakulku & Alexander, 2011). (Gravois, 2007) menyatakan bahwa sekitar 70% dari populasi dunia mengalami sedikitnya satu episode *Impostor Syndrome* dalam kehidupan mereka. Siapapun dapat memandang diri mereka sendiri sebagai seorang penipu akibat tidak mampu menginternalisasi keberhasilan mereka sendiri dan pengalaman ini tidak terbatas bagi orang-orang yang berprestasi (Harvey, 1981).

### 2.1.2. Karakteristik Individu *Impostor Syndrome*

Clance (1985, dalam Sakulku & Alexander, 2011) menjelaskan bahwa individu dengan *Impostor Syndrome* ditandai dengan 6 karakteristik berikut:

#### g. *The Impostor Cycle*



Gambar 2.1.1 Ilustrasi Siklus Impostor

Sumber: Sakulku & Alexander, (2011). *The Impostor Phenomenon*. International Journal of Behavioral Science, 6(1) p. 78.

Siklus diawali ketika para pengidap *Impostor Syndrome*, atau disebut sebagai *Impostors*, menerima tugas yang bersifat *achievement-related*. Reaksi awal mereka adalah timbulnya perasaan cemas, ragu, dan khawatir yang mereka berusaha atasi dengan persiapan yang berlebihan atau menunda-nunda di awal. Setelah menyelesaikan tugas tersebut, mereka merasakan kelegaan tetapi perasaan tersebut tidak bertahan lama. Ketika hasil kerja mereka menerima pujian objektif dan masukan positif, *Impostors* akan mengelak kesuksesan mereka dan merendahkan masukan positif terhadap hasil kerja keras mereka karena mereka tidak merasa bahwa kemampuan mereka tidak memiliki hubungan apapun dengan hasil yang mereka capai. Jika mereka telah melakukan persiapan yang berlebihan, mereka akan percaya bahwa pencapaian tersebut adalah hasil dari kerja keras. *Impostors* memiliki kepercayaan bahwa sebuah pencapaian yang berasal dari hasil kerja keras tidak

mencerminkan kemampuan yang sebenarnya. Jika mereka sebelumnya telah menunda-nunda, mereka akan menganggap keberhasilan ini hanya sebuah keberuntungan. Akibat keyakinan *Impostors* terhadap mekanisme kesuksesan dan persepsi mereka bahwa upaya atau keberuntungan merupakan faktor utama keberhasilan mereka menyokong siklus ini. Pemikiran-pemikiran tersebut meningkatkan perasaan kecemasan, depresi, dan perasaan ragu dan penipuan terhadap kemampuan diri mereka sendiri ketika mereka kembali diberi tugas-tugas baru.

Berdasarkan pengamatan, individu yang terjebak dalam siklus ini bekerja terlalu keras, atau *overworking*. Meskipun *Impostors* menyadari bahwa mereka *overwork*, mereka tetap enggan untuk lepas dari siklus ini karena mereka percaya bahwa mereka akan gagal jika meninggalkan *working style* yang mereka jalani saat ini.

Kemudian, dampak buruk dari siklus *Impostor Cycle* dan keberhasilan yang berulang terhadap individu *Impostor Syndrome* adalah meningkatnya perasaan menipu atas kemampuan dan kecerdasan diri sendiri. *Impostors* tidak akan menganggap keberhasilan mereka jika standar keberhasilan tersebut berada dibawah standar ideal yang tidak masuk akal tinggi meskipun keberhasilan tersebut menerima pengakuan. *Impostors* didefinisikan sebagai individu berprestasi yang memiliki penilaian yang terlalu rendah terhadap performa mereka (Want & Kleitman, 2006, p.969).

- h. Kebutuhan untuk menjadi istimewa atau menjadi yang terbaik. *Impostors* dengan diam-diam menyimpan sebuah kebutuhan untuk menjadi yang terbaik, atau sangat spesial. Namun ketika mereka masuk ke dalam sebuah lingkup yang lebih luas, mereka menyadari akan banyaknya individu yang luar biasa dan menyadari bahwa kemampuan mereka tidak spesial. Akibatnya, mereka merasa bahwa mereka bukan yang terbaik sehingga mereka menganggap rendah kemampuan mereka sendiri dan menyimpulkan bahwa mereka tidak cerdas.
- i. Aspek *Superwoman/Superman*. Karakteristik ini mengacu kepada kecenderungan sifat perfeksionis *Impostors*. *Impostors* menaruh ekspektasi dan standar yang sangat tinggi terhadap diri mereka dalam mencapai *goals* mereka. Ketika mereka gagal memenuhi standar perfeksionis tersebut, mereka merasa kewalahan, kecewa, dan menganggap diri mereka sebagai sebuah kegagalan.
- j. Ketakutan akan kegagalan. Bagi *Impostors*, membuat kesalahan atau tidak mampu memenuhi standar tertinggi adalah sebuah penghinaan. Ketika *Impostors* diberikan tugas yang bersifat *achievement-related*, mereka merasakan sangat cemas karena takut atas

kemungkinan kegagalan. Oleh karena itu, *Impostors* berusaha lebih keras agar dapat mengurangi kemungkinan tersebut.

- k. Penyangkalan terhadap kompetensi yang dimiliki dan mendiskonkan pujian. Karena *Impostors* menginternalisasikan kesuksesan yang telah dicapai, mereka menganggap rendah pujian atau *feedback* positif yang mereka terima dan fokus untuk meramu argumen atau pembuktian bahwa mereka tidak layak mendapat pujian atau pengakuan positif tersebut.
- l. Kesuksesan yang dihindangi perasaan takut dan bersalah. Ketika *Impostors* berhasil mencapai suatu pencapaian/kesuksesan, mereka tumbuh perasaan bersalah karena keistimewaan mereka yang mereka khawatirkan dapat berujung pada penolakan dari orang-orang disekitarnya. Kemudian, juga timbul perasaan takut bahwa kesuksesannya tersebut dapat meningkatkan ekspektasi orang lain terhadap mereka timbul. Perasaan tersebut timbul akibat keraguan terhadap kemampuan mereka untuk mempertahankan kinerja mereka saat ini sehingga mereka menjadi lebih enggan menerima tanggung-jawab yang lebih. Perasaan takut, khawatir, dan bersalah tersebut berakar pada kekhawatiran *Impostors* jika *intellectual phoniness* mereka terbongkar oleh orang-orang disekitarnya.

### 2.1.3. Subtipe Impostor Syndrome

Individu-individu dengan *Impostor Syndrome* sendiri memiliki berbagai macam tipe yang memiliki pandangan yang berbeda-beda terhadap definisi dari kompetensi. Valerie Young (2011) dalam bukunya mengidentifikasi 5 subtipe atau jenis individu yang mengalami *Impostor Syndrome*.

#### a. *Perfectionists*

Individu *Impostor Syndrome* yang masuk kedalam kategori *perfectionists* menuntut dirinya untuk melakukan segala hal dengan sempurna tanpa kesalahan. Dalam kategori ini tidak dapat menerima kekurangan apapun dalam hasil kerja mereka maupun terhadap diri mereka sendiri. Ketika mereka merasa bahwa hasil kerja mereka tidak mencapai standar sempurna yang diinginkannya, maka dia akan merasakan kekecewaan yang sangat besar dan menganggap hasil kerja tersebut sebagai suatu kegagalan dan penghinaan. Akibatnya, individu-individu ini mengkritisi diri sendiri dengan berlebihan. Namun, pada kenyataannya segala sesuatu memiliki kekurangan dan menuntut kesempurnaan itu mustahil. Oleh karena itu, *perfectionists* selalu merasa tidak puas dengan apa sudah dicapainya karena merasa bahwa seharusnya mereka bisa mencapai lebih lagi. Kemudian, karena merasa takut akan kegagalan yang dipersepsikan

tersebut, individu-individu ini memiliki kecenderungan untuk menghindari untuk memulai hal-hal baru karena tidak berani untuk menempatkan diri pada posisi kegagalan dan penghinaan tersebut.

b. *Natural Genius*

Individu *Impostor Syndrome* yang masuk ke dalam kategori ini memandang individu yang kompeten sebagai sosok individu yang memiliki kemampuan dan kecerdasan bawaan. Karena memiliki kemampuan dan kecerdasan bawaan tersebut, *natural genius* percaya bahwa individu yang kompeten dapat mencapai keberhasilan dengan mudah, cepat, dan *effortless*. Oleh karena itu, mereka akan merasakan perasaan *Impostor Syndrome* ketika mereka merasa bahwa proses menuju pencapaian atau tingkat kemampuan mereka saat ini sangat lama dan susah. Namun, pada dasarnya keberhasilan dan bakat alam tidak berbanding lurus. Untuk mengembangkan sebuah kemampuan tetap perlu melalui proses yang tentu tidak gampang dan tidak cepat.

c. *Expert*

Individu *Impostor Syndrome* tipe *expert* memandang dirinya kompeten jika mereka memiliki segala kemampuan dan memahami segala pengetahuan. *Expert* merasa takut jika orang lain ketahui pengetahuan atau kemampuan yang mereka tidak miliki sehingga mendorong mereka untuk terus mengejar berbagai macam pengalaman dan pengetahuan secara berlebihan. Akibatnya, mereka tidak pernah merasa kompeten dengan apa yang mereka ketahui dan miliki sehingga mereka tidak berani mengambil sebuah peluang yang besar melainkan terus menyibukkan diri untuk belajar pengetahuan yang baru atau kemampuan yang sebenarnya tidak dibutuhkan.

d. *Superwoman/Man/Student*

Individu yang memandang kompetensi sebagai kemampuan untuk melakukan banyak hal dengan baik secara bersamaan. Mereka berusaha untuk menjadi sosok yang bisa diandalkan oleh semua orang sehingga mereka selalu menerima tugas-tugas dari berbagai pihak. Karena terlalu banyak mengambil tugas, mereka menjadi *overwork* dan letih sehingga pada akhirnya tidak mampu memberikan performa yang terbaik dalam peran yang mereka ambil. Ketika mereka merasa tidak mampu memberikan performa yang terbaik, mereka akan merasa kecewa terhadap diri sendiri dan timbul perasaan *Impostor Syndrome*.

e. *Rugged Individualist*

Individu *Impostor Syndrome* tipe *Rugged Individualist* atau istilah lainnya adalah *Soloist* adalah individu yang memiliki kepercayaan bahwa individu kompeten dapat mengerjakan pekerjaannya sendiri tanpa membutuhkan bantuan dari orang lain. Individu *Rugged*

*Individualist* tidak ingin meminta bantuan karena menganggap bahwa perilaku tersebut adalah indikasi terhadap ketidakmampuan. Mereka percaya bahwa keberhasilan yang patut dibanggakan adalah keberhasilan yang dicapai sendirian. Oleh karena itu, individu dengan tipe ini seringkali mengorbankan kesehatan dan kehidupan pribadinya untuk mencapai hasil kerja yang baik. Namun, ketika mereka berhasil melakukannya, mereka menganggap dirinya sebagai seorang penipu yang terkesan hebat diluar tapi dibalik itu semua adalah proses yang sangat sulit.

#### **2.1.4. Akibat-akibat yang Ditimbulkan Impostor Syndrome**

*Impostor Syndrome* berdampak buruk yang signifikan terhadap kesehatan psikis, fisik, dan kinerja individu yang mengalaminya. Perilaku individu *Impostor Syndrome* yang memiliki ketidakmampuan menginternalisasi keberhasilan mereka, memiliki keraguan terhadap diri sendiri, memiliki kepercayaan bahwa keberhasilan adalah akibat dari faktor eksternal seperti keberuntungan dan nasib, dan kebutuhan untuk mempertahankan kesan memiliki tingkat kemampuan tertentu semua berkontribusi terhadap tekanan psikologis yang dialaminya (Chandra, S., Huebert, C., Crowley, E., & Das, A.M., 2019). Chandra, S., Huebert, C., Crowley, E., & Das, A.M. (2019) menjabarkan dampak dari *Impostor Syndrome* terhadap individu sebagai berikut:

- Individu merasakan tekanan psikologis, kecemasan, dan depresi akibat rasa cemas dan takut akan kegagalan dalam tugas atau tanggung-jawab yang dilakukannya.
- Karena perasaan cemas dan takut akan kegagalan, individu menunda-nunda pekerjaan atau sebaliknya *over-prepare*. Individu yang sebelumnya menunda pekerjaan akan menganggap hasil kerjanya sebagai sebuah keberuntungan sedangkan individu yang *over-prepare* mengalami kelelahan fisik akibat bekerja terlalu keras atau *overwork*. Karena merasa sangat letih dan *overwork*, performa individu tidak maksimal sehingga membuatnya meragukan kemampuan diri sendiri.
- Individu dapat merasakan *burnout* yang ditandai dengan kelelahan emosional, depersonalisasi, dan penurunan dalam pencapaian pribadi (produktivitas)
- Karena meragukan diri akan kemampuannya untuk berhasil dalam sebuah tugas atau tanggung-jawab yang diberikan, individu berusaha mencegah tugas-tugas yang memiliki peluang bagus untuk meningkatkan pencapaian mereka.
- Memiliki *mindset* bahwa kerja keras tidak dapat meningkatkan kemampuan mereka.

- Individu mengelak masukan positif yang diterima karena mengasosiasikan keberhasilan dengan keberuntungan dan bukan dengan kemampuan yang dimilikinya. Alhasil, perasaan *Imposter Syndrome* akan terus ada karena perilaku yang terus menolak bukti objektif keberhasilan individu maupun masukan atau pengakuan tulus dari orang-orang sekitar

### 2.1.5. Cara Menghadapi Impostor Syndrome

*Impostor Syndrome* harus segera diatasi agar tidak terus berdampak buruk terhadap kesehatan mental dan fisik pengidapnya. Kondisi psikologis ini belum termasuk sebagai diagnosa gangguan mental dalam *The Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DMV)* (Weir, 2013). Oleh karena itu, penanganan *Impostor Syndrome* lebih menggunakan pendekatan konseling daripada terapi. Dengan demikian, cara-cara untuk mengatasi perasaan *Impostor Syndrome* beragam berdasarkan sumber masalah dan kebutuhan penderita. Namun, ada beberapa cara umum yang dapat diterapkan untuk menangani kondisi *Impostor Syndrome*. Sheman, R. (2013) menyarankan beberapa cara berikut untuk mengatasi *Impostor Syndrome*.

- Ceritakan perasaan *impostor* mu dengan orang-orang yang kamu percaya
- Menerima bahwa kesempurnaan itu tidak realistis dan mahal harganya
- Perhatikan apa yang dikatakan terhadap diri sendiri (*self-talk*) dan ketahui apakah kata-kata tersebut menguatkan atau sebaliknya merendahkan
- Membuat sebuah *list* kelebihan, kemampuan, atau pencapaian yang dimiliki
- Mengerti bahwa akan datang saat dimana kompetensi perlu dipelajari dan dikembangkan.

## 2.2. Website

### 2.2.1. Definisi Website

*Website* merupakan kumpulan halaman (*web page*) pada sebuah domain di internet yang dapat diakses menggunakan sebuah *browser*. Kumpulan halaman tersebut berisi informasi berupa teks, gambar, audio, video, dan yang lainnya yang saling berhubungan. *Website* dapat dibagi menjadi 3 macam jenis berdasarkan sifatnya, yaitu:

#### a. Website Statis

*Website* yang bersifat statis memiliki konten yang konstan dan jarang berubah. Karena konten dalam *website* statis jarang berubah, maka *website* ini tidak membutuhkan *database* (Mubarak, August 22). Contoh *website* statis adalah *website* profil perusahaan yang berisi informasi seperti alamat dan kontak perusahaan.

#### b. Website Dinamis

*Website* yang bersifat dinamis memiliki konten yang berubah secara berkala. Karena konten pada *website* dinamis dapat di-*update* secara berkala, maka dibutuhkan *database* yang bisa diakses oleh *webmaster* atau *developer* (Mubarok, August 22).

c. *Website* Interaktif

*Website* yang bersifat interaktif memungkinkan adanya interaksi timbal balik antara pengguna dengan *website* yang diaksesnya. *Website* interaktif menurut Nathara (2016) adalah sebuah halaman di internet yang memanfaatkan berbagai macam perangkat lunak agar tercipta sebuah situs *web* yang interaktif, efektif, dan menghibur pengguna dengan cara melibatkan pengguna secara aktif dengan situs tersebut.

### **2.2.2. Fungsi *Website***

*Website* memiliki berbagai macam fungsi sebagai berikut:

a. *Platform* jual-beli

*Website* dapat berfungsi sebagai sebuah situs dimana pengguna dapat menjual dan beli komoditas serta melakukan transaksi pada situs tersebut. Contoh *website* dengan fungsi *platform* jual-beli adalah Tokopedia, Lazada, dan Blibli.com.

b. Sarana membangun komunitas

*Website* yang berfungsi sebagai tempat bagi pengguna untuk berinteraksi dengan sesama pengguna lainnya sehingga membentuk sebuah komunitas yang saling bersosialisasi.

c. Sarana informasi

Situs *web* yang berfungsi sebagai sarana informasi menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung. Informasi dapat berupa informasi mengenai layanan publik, alamat dan kontak perusahaan, dan lain sebagainya.

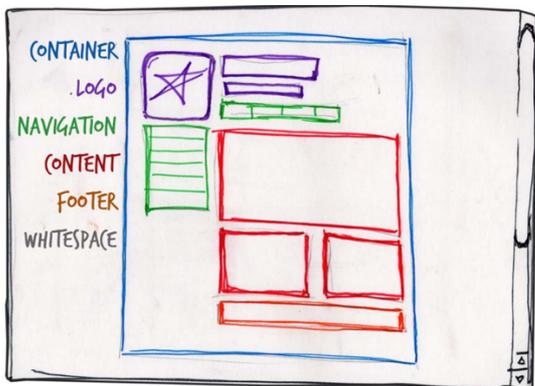
d. Media Promosi

*Website* yang berfungsi sebagai media promosi bertujuan untuk menunjang kegiatan *branding* maupun *marketing* dari sebuah bisnis atau perusahaan melalui konten-konten yang bertujuan untuk mempromosikan institusi/bisnis/perusahaan.

### **2.2.3. *Domain***

*Domain* atau *domain name* adalah nama unik yang diberikan untuk mengidentifikasi alamat situs *web*. *Domain* adalah bentuk sederhana dari *IP address* agar pengunjung tidak perlu mengetik rangkaian angka-angka yang sulit dihafalkan ketika ingin mengunjungi situs tertentu (Bluehost, 2016).

#### 2.2.4. Anatomi Webpage



Gambar 2.1.2. Anatomi Halaman Web

Sumber: Beard, J. (2010). *The principles of beautiful web design* (2nd ed). SitePoint, p.8

Sebuah halaman *web* memiliki elemen-elemen yang harus dipertimbangkan selama prose perancangan sebuah *website*. Jason Beard (2010) memaparkan anatomi *webpage* sebagai berikut:

a. Blok Kontainer

Setiap halaman dalam *website* memiliki sebuah kontainer. Kontainer berfungsi sebagai tempat yang berisi konten seperti gambar dan teks. Dengan adanya container, konten dalam *website* memiliki tempat dan posisi yang tetap pada halaman *web*. Lebar kontainer dapat bersifat *fluid*, yang berarti mengikuti lebar ukuran *window*; atau dapat bersifat *fixed*, yang berarti kontainer akan selalu sama dan tidak mengikuti ukuran *window*.

b. Logo

Setiap *web page* terdapat logo untuk memberitahu pengguna bahwa setiap *web page* merupakan bagian dari satu *website* yang sama. Logo berfungsi sebagai suatu simbol identitas dari suatu institusi/bisnis/perusahaan dan biasanya ditempatkan dibagian atas *webpage*.

c. Navigasi

Sistem navigasi *website* merupakan elemen yang penting dalam sebuah *webpage* yang harus mudah dicari dan digunakan. Ketika mengakses sebuah *website* pengguna memiliki ekspetasi untuk menemukan sistem navigasi *website* pada bagian atas *webpage*.

d. Konten

Tujuan pengguna ketika mengunjungi sebuah situs *web* adalah untuk mengakses konten yang terkandung dalam *website* tersebut. Oleh karena itu, penting untuk menempatkan konten *website* menjadi fokus utama/*focal point* dari *webpage* agar pengguna dapat dengan mudah

mencari informasi yang dicarinya. Jika konten tidak ditempatkan pada posisi yang tepat, pengguna akan kesulitan untuk mencarinya sehingga menjadi terdorong untuk keluar dari situs *web* tersebut.

e. Footer

Posisi *Footer* berada di bagian paling bawah dari *webpage*. Pada umumnya, *footer* berisi informasi seperti *copyright*, informasi legal, dan kontak. *Footer* juga merupakan sebuah indikator bagi pengguna bahwa mereka sudah sampai pada bagian *webpage* yang paling bawah.

f. White Space

*White Space* merupakan istilah dalam desain yang mengacu pada bagian dimana elemen desain seperti gambar dan teks tidak ada. Penting untuk menyisakan *white space* diantara elemen-elemen pada *webpage* agar tidak terkesan terlalu padat. Selain itu, memanfaatkan *white space* dengan baik dapat meningkatkan kenyamanan pengguna ketika membaca konten pada *webpage* tersebut.

### 2.2.5. Grid System

Pada dasarnya, *grid system* merupakan komposisi *layout* yang dibagi oleh garis-garis menjadi bagian-bagian yang proposional. *Grid system* digunakan sebagai panduan ketika melakukan *layouting* agar meningkatkan kualitas desain dari segi estetika, fungsionalitas, dan efisiensi. Penggunaan *grid system* bertujuan untuk mempermudah dan mempercepat desainer dalam menata elemen-elemen pada *website* saat *prototyping* dan mempermudah *programmer* dalam proses pemrograman. Terdapat dua tipe sistem *grid* dalam *web design*, yaitu:

a. 960 Grid System

*960 Grid System* merupakan sistem *layout grid* dengan lebar *960 pixel* menggunakan CSS. Sistem *grid* dapat dibagi menjadi 12, 16, dan 24 kolom. (Beaird, 2010, p.13)

b. 1200 Grid System

*1200 Grid System* menggunakan prinsip seperti *960 Grid System*. Namun, *1200 grid system* dikembangkan untuk menyesuaikan pada monitor *modern* yang sebagian besar *widescreen* dengan ukuran *1280 x 1024 pixel*. Sistem *grid* ini dapat melakukan pembagian 2, 4, 8 dan seterusnya.

### 2.2.6. Pengertian User Interface Design

*User Interface Design* atau disingkat sebagai UID merupakan tampilan visual dari suatu produk digital seperti sistem operasi, aplikasi, dan *website* yang menerapkan elemen-elemen visual seperti bentuk, warna, *layout* dan tipografi. Tujuan dari UID adalah untuk menyajikan

tampilan produk digital agar *user* atau pengguna tidak hanya tertarik untuk menggunakan tetapi juga nyaman ketika mengoperasikan produk digital tersebut.

Berdasarkan riset yang dilakukan Radka Nacheva (2015), ada beberapa prinsip penting yang harus diperhatikan ketika membuat UID, yaitu:

a. *Appearance*

*Appearance* atau tampilan dari produk digital selain harus memiliki tampilan yang estetis, tampilan UI juga harus bisa menunjang *sensory comfort* bagi pengguna ketika mengoperasikan produk digital. *Sensory comfort* yang dimaksud adalah persepsi terhadap gambar, suara, dan sentuhan. Dalam konteks *visual comfort*, tampilan UID harus menampilkan kombinasi warna yang tepat agar menunjang keterbacaan dari produk digital tersebut. Nacheva juga menyebutkan pentingnya untuk menerapkan prinsip *minimalism*, yaitu tidak menggunakan terlalu banyak warna dan ornament desain. Menggunakan warna atau ornamen desain yang berlebihan dapat menimbulkan ketidaknyamanan bagi pengguna. Selain itu, susunan elemen pada UI harus terstruktur dengan jelas untuk mempermudah penggunaan aplikasi dan mencegah kebingungan. Yang terakhir, tampilan UI harus intuitif. Yang dimaksud dengan tampilan intuitif ialah tampilan yang membantu pengguna mengoperasikan platform digital tanpa harus banyak berpikir. Aspek ini penting untuk meningkatkan kenyamanan pengguna dalam menggunakan sebuah platform digital

b. *Consistency*

Konsistensi desain yang dimaksud adalah kemiripan tampilan, fungsi, dan pengoperasian dalam setiap elemen-elemen pada sistem. Hal ini penting agar pengguna ingat setiap fungsi elemen pada sistem agar memudahkan mereka memahami cara pengoperasiannya. Apabila tampilan UI tidak konsisten, pengguna diharuskan untuk mempelajari kembali setiap fungsi-fungsi yang ada sehingga membuat produk digital menjadi tidak praktis untuk digunakan.

c. *Feedback*

UID yang baik menampilkan *pointers* atau informasi mengenai cara-cara dalam menggunakan sebuah fitur baru, pesan yang menyorakan pengguna ketika melakukan sebuah tindakan pada produk digital, dan juga menampilkan *progress* mengenai fungsi yang sudah dijalankan oleh sistem.

d. *Efficiency*

Desain UI harus bisa membantu pengguna dengan mudah dan cepat mencapai *goals* nya ketika mengoperasi sistem. Efisiensi dapat dicapai dengan mempersingkat dan memperjelas sistem navigasi pada platform digital. Elemen-elemen pada layar harus bisa mudah ditebak,

jelas, dan singkat (Bhaskar, U., et.al., 2011). Dengan demikian, pengguna dapat dengan cepat dan efisien mencari fitur yang dibutuhkannya untuk melaksanakan *goals*.

e. *Security and Prevention of Errors*

Memberikan pengguna berbagai macam cara dalam melaksanakan suatu *task* pada sistem agar pengguna dapat menemukan kesalahan ketika melaksanakan sebuah *task* dan mampu mencari jalan keluar untuk dari situasi-situasi yang tidak diinginkan.

### 2.2.7. Pengertian *User Experience*

Berbeda dari *User Interface Design* yang lebih menekankan pada tampilan visual sebuah produk digital, *User Experience Design* adalah desain suatu produk digital yang berpusat pada pengguna. Tujuan dari *User Experience Design* adalah untuk menciptakan sebuah produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pengguna. Putri Aprilia (2020) mengatakan komponen-komponen *User Experience Design* mencakup bagaimana fitur-fitur disediakan pada produk, struktur desain, navigasi penggunaan produk, aspek desain visual, dan seluruh aspek interaksi dengan pengguna. Branding, konten, dan *copywriting* yang sesuai dengan sasaran juga termasuk dalam UX (Aprilia, 2020).

### 2.2.8. Psikologi Warna pada *Website*

Warna dapat memiliki pengaruh terhadap perasaan, kesan, dan pandangan seseorang terhadap suatu *website*. Oleh karena itu, penting untuk memilih warna yang tepat agar kesan yang dibentuk dalam benak pengguna sesuai dengan tujuan dari *website* yang dirancang.

a. Merah

Warna merah dapat menimbulkan kesan berani, semangat, kuat, dan energik. Merah juga dikenal sebagai warna yang dapat meningkatkan adrenalin dan tekanan darah. Namun, warna merah juga dapat menimbulkan perasaan negatif seperti kemarahan jika kurang tepat diolah atau diaplikasikan.

Warna ini juga biasa digunakan untuk menandakan situasi yang urgen dan berbahaya. Oleh sebab itu, warna merah sering kali digunakan untuk *website* yang bertujuan untuk mendorong masyarakat untuk beraksi dalam menghadapi situasi yang urgen atau bertujuan untuk memberikan peringatan. Selain itu karena sifat warna merah yang sangat mencolok, warna ini sering digunakan untuk *call-to-action* agar dapat menarik perhatian pengguna.

b. Jingga

Warna jingga diasosiasikan dengan kesan energik, *friendly*, antusias, dan kreatif. Karena warna jingga tidak mencolok seperti warna merah, warna ini menarik perhatian yang *inviting*, bukan *overpowering*. Maka dari itu warna ini sering digunakan untuk *website* yang tidak terlalu formal dengan nuansa gembira. Selain itu warna jingga juga diasosiasikan dengan warna pada buah jeruk sehingga dapat memberikan kesan sehat dan dapat menggugah selera. Oleh karena itu, warna ini juga seringkali digunakan *website* yang bertujuan untuk mempromosikan produk makanan.

c. Kuning

Warna kuning memberikan kesan ceria, sukacita, optimis, dan *fun*. Karena warna ini memiliki sifat yang sangat mencolok, warna kuning juga digunakan untuk tombol *call-to-action* pada *website* agar dapat menarik perhatian pengguna. Namun, warna kuning jika digunakan secara berlebihan dapat menyebabkan ketidaknyamanan pada pengguna saat membaca konten pada *website*.

d. Hijau

Warna hijau sangat diasosiasikan dengan alam. Sifat warna hijau yang menenangkan dapat memberikan kesan segar, sehat, tenang, dan relaksasi. Karena warna hijau tidak mencolok seperti warna merah, jingga, dan kuning, warna ini nyaman untuk dilihat. Selain itu warna hijau juga diasosiasikan dengan keseimbangan dan kemakmuran. Oleh karena itu, warna hijau tepat untuk diaplikasikan pada *website* kesehatan/medis, keuangan, pariwisata, medis, pariwisata alam, dan sains.

e. Biru

Warna biru memberikan kesan kepercayaan, keterbukaan, intelijen, serta dapat memberikan efek perasaan tenang. Warna biru dapat memberikan kesan aman dan nyaman. Oleh karena itu, warna ini cocok digunakan untuk *website* medis, korporat, kesehatan, dan pemerintahan. Namun, jika memiliki dominan warna biru yang gelap maka dapat memberikan kesan melankolis, sedih, atau dingin.

f. Ungu

Warna ungu merupakan warna yang memberikan kesan misterius, kemewahan, keanggunan, kebijaksanaan, eksklusif, keindahan, dan spiritual. Warna ungu seringkali digunakan untuk *website* dari merek-merek yang menjual produk-produk mewah dan mahal. Selain itu, warna ini juga cocok untuk mendukung *website* dari merek kecantikan, astrologi, dan penyembuhan. Namun, warna ungu kurang memiliki daya tarik pada *website*.

g. Hitam

Kemewahan, kekuatan, dan kecanggihan adalah kesan-kesan yang timbul dari warna hitam. Namun, warna hitam dapat diasosiasikan dengan hal-hal negative seperti kematian dan kejahatan. Karena warna hitam merupakan warna yang netral, warna ini dapat dipadukan dengan berbagai macam warna. Warna hitam dapat menambah kesan *edgy* dan *modern* pada suatu *website*.

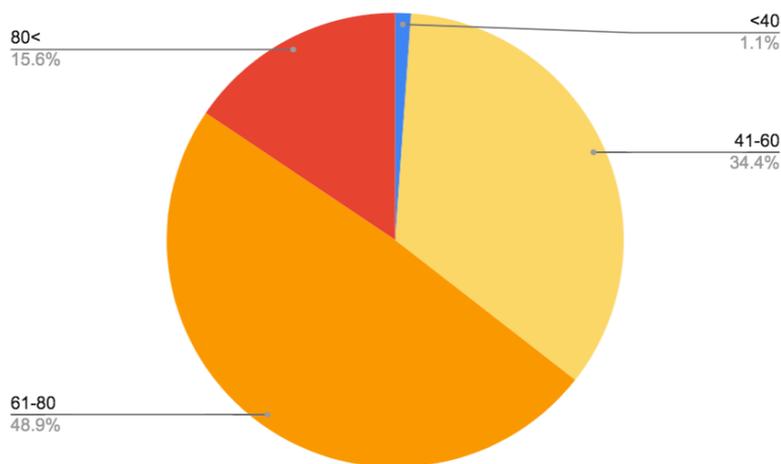
#### h. Putih

Warna putih memberikan kesan yang kebersihan, kemurnian, dan ketulusan. Seperti warna hitam, warna putih juga merupakan warna netral yang dapat dipadukan dengan berbagai macam warna. Warna putih seringkali digunakan sebagai warna *background* dari sebuah *website* untuk memberikan kesan simple, minimalis, dan bersih.

### 2.3. Analisis Data Lapangan

#### 2.3.1. Analisis Hasil Survei

Kuesioner *Clance Impostor Phenomenon Scale* (CIPS) yang telah disebar mendapat 91 responden dengan jumlah wanita sebanyak 76 orang dan jumlah pria sebanyak 20 orang. Responden merupakan mahasiswa dari berbagai universitas swasta dan negeri di Surabaya dengan latar belakang pekerja, *fresh graduate*, dan mahasiswa dari program studi yang berada dibawah naungan fakultas seni dan desain, fakultas ilmu kedokteran, fakultas teknik dan fakultas ekonomi dan bisnis.



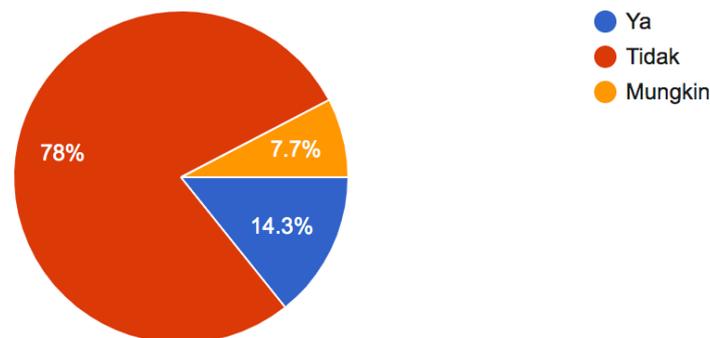
Gambar 2.1.3. Diagram Persentase Tingkat Impostor Syndrome Pada Subyek

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh perancang, dari 91 responden 45 sering mengalami *Impostor Syndrome* (skor 61-80), 31 responden merasakan pengalaman *Impostor Syndrome* tingkat sedang (skor 41-60), 14 responden merasakan pengalaman kerap atau selalu

merasakan pengalaman *Impostor Syndrome* yang intens (skor diatas 80), dan 1 responden yang jarang merasakan pengalaman *Impostor Syndrome*. Dari data yang dikumpulkan, tidak ada responden yang tidak pernah atau sedikit merasakan *Impostor Syndrome* (skor dibawah 40).

### Apakah anda tahu tentang Impostor Syndrome?

91 responses



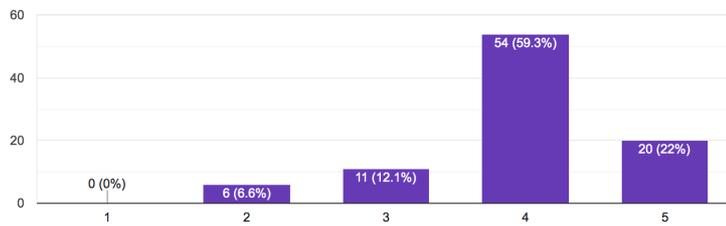
Gambar 2.1.4. Diagram Persentase Subjek yang Mengenal Impostor Syndrome

Perancang menemukan bahwa sebagian besar mahasiswa tidak mengenal istilah *Impostor Syndrome*. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan tersebut, dapat diketahui dari minimnya jumlah masyarakat Surabaya yang mengenal dan memahami *Impostor Syndrome* bahwa kesadaran dan pemahaman mahasiswa di Surabaya terhadap *Impostor Syndrome* rendah. Oleh sebab itu, sebagian besar mahasiswa tidak menyadari bahwa mereka sedang mengalami fenomena *Impostor Syndrome* akibat kurangnya kesadaran dan pemahaman terhadap kondisi psikologis tersebut.

Wawancara terhadap mahasiswa yang memiliki skor yang berada pada kisaran 61-80 dan yang memiliki skor lebih dari 80 yang memiliki indikasi kuat *Impostor Syndrome*. Mahasiswa-mahasiswi yang diwawancara ini pada umumnya dikenal sebagai sosok yang cerdas, berkemampuan dalam bidang yang digelutinya, dan aktif terlibat dalam organisasi kemahasiswaan maupun acara-acara kampus. Hasil kerja mereka juga sering mendapat pengakuan positif karena kualitas nya yang diatas rata-rata. Beberapa mahasiswa ini juga pernah menjuarai atau beberapa kali mendapat nominasi ketika mengikuti sebuah lomba yang terkait dengan bidang dimana mereka bergelut.

Saya sering berhasil melakukan sebuah ujian atau tugas dengan baik meskipun sebelum memulai saya merasa khawatir jika saya tidak dapat melaksanakannya dengan baik.

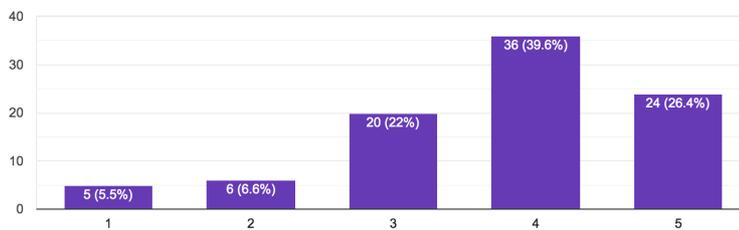
91 responses



Gambar 2.1.5. Diagram Jawaban 1

Saya sering merasa takut saya akan gagal dalam sebuah tugas baru atau tanggung-jawab baru, walaupun saya biasanya dapat melakukan dengan baik dengan apa yang saya usahakan.

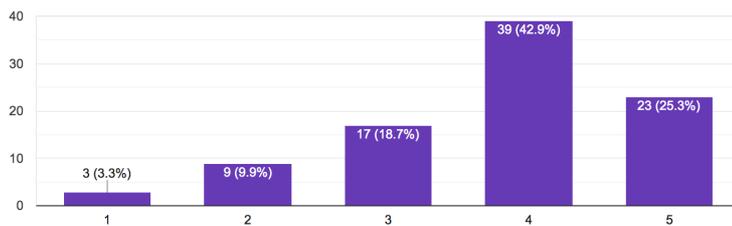
91 responses



Gambar 2.1.6. Diagram Jawaban 14

Saya sering merasa khawatir saya tidak dapat berhasil atas suatu proyek atau ujian saya, meskipun orang-orang disekitar saya memiliki keyakinan yang cukup besar bahwa saya mampu melakukannya dengan baik.

91 responses



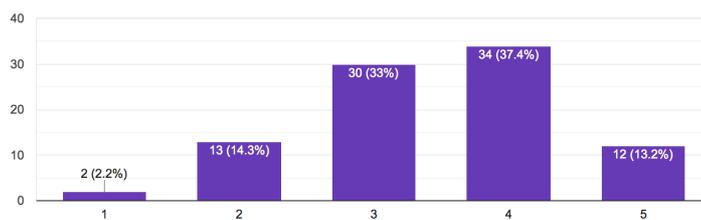
Gambar 2.1.7. Diagram Jawaban 18

Berdasarkan riset dan wawancara yang dilakukan perancang, mahasiswa mengalami perasaan cemas dan kekhawatiran ketika hendak memulai sebuah tugas, proyek, atau tanggung jawab yang diberikan meskipun pada umumnya mereka dapat melaksanakan tugas-tugas mereka dengan baik. Perasaan cemas dan khawatir tersebut berakar dari ketakutan mereka atas adanya kemungkinan kegagalan yang mereka rasa dapat terjadi. Kegagalan yang mereka

maksud adalah ketika hasil kerja mereka tidak dapat mencapai ekspektasi atau standar tinggi yang mereka tetapkan terhadap diri sendiri atau ketika mereka mengecewakan orang-orang yang terlibat dalam tugas tersebut dengan hasil kerja mereka. Namun ketika orang-orang di sekitar mereka memiliki keyakinan yang cukup besar bahwa mereka dapat melaksanakan tugas tersebut, mereka merasa lebih tertekan dan merasa lebih cemas untuk melaksanakan tugasnya dengan baik karena merasa bahwa ekspektasi dari orang-orang tersebut semakin meningkat. Perasaan takut akan kegagalan tersebut juga berasal dari rasa keraguan diri mereka terhadap kemampuan dan kompetensi mereka. Pada dasarnya, mereka menilai diri mereka sendiri bahwa mereka tidak memiliki kemampuan yang berarti sehingga mereka selalu merasa kekhawatiran tersebut. Untuk menghadapi rasa cemas dan takut tersebut, mereka antara menunda-nunda pekerjaan, atau *over-prepare* sehingga pada akhirnya hasil yang didapatkan kurang maksimal karena bekerja terlalu keras hingga terlalu lelah.

Saya dapat memberi kesan bahwa saya lebih kompeten daripada yang sebenarnya.

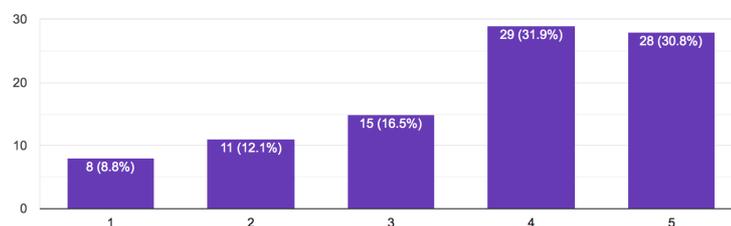
91 responses



Gambar 2.1.8. Diagram Jawaban 2

Ketika orang lain memuji saya atas pencapaian saya, saya takut jika saya kedepannya tidak mampu memenuhi ekspektasi mereka terhadap saya.

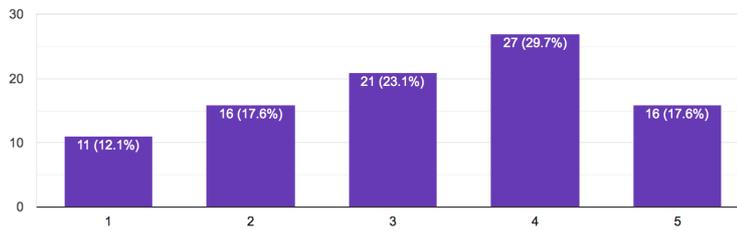
91 responses



Gambar 2.1.9. Diagram Jawaban 4

Ketika saya berhasil dalam suatu hal dan mendapat pengakuan atas prestasi saya, saya memiliki keraguan bahwa saya mampu mengulang keberhasilan tersebut.

91 responses



Gambar 2.1.10. Diagram Jawaban 15

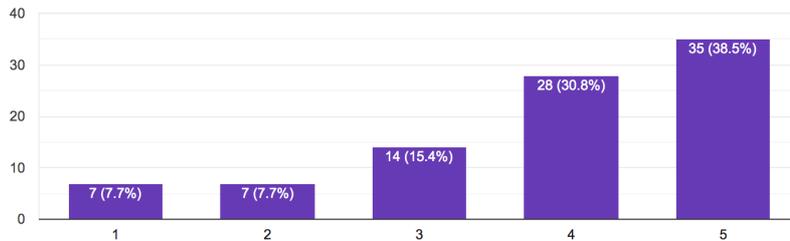
Ketika narasumber menerima pujian atau pengakuan yang positif dari orang lain atas hasil kerja atau keberhasilan mereka, mereka memilih untuk diam, mengelak, atau menolak pujian tersebut. Mereka merasa sulit untuk menerima pujian-pujian positif tersebut. Berdasarkan hasil wawancara, penyebab dari perilaku mereka tersebut di antara lain adalah rasa ketakutan mereka jika ekspektasi orang lain akan meningkat seiring dengan pujian atau pengakuan tersebut. Ketika mereka merasa demikian, semakin meningkat juga ketakutan dan kecemasan mereka jika mereka mengecewakan orang lain karena merasa tidak mampu mencapai ekspektasinya. Penyebab lain yang mendorong mereka untuk menolak adalah perasaan bahwa mereka tidak layak untuk menerima pujian atau pengakuan tersebut. Mereka merasa demikian karena mereka percaya bahwa keberhasilan atau hasil kerja tersebut adalah buah hasil keberuntungan dan bukan karena kemampuan mereka. Keberuntungan yang mereka maksud adalah beruntung atau kebetulan bertemu dengan orang-orang yang mereka anggap kompeten sehingga bisa membuahkan hasil yang baik, beruntung karena kebetulan orang-orang yang menilai menyukai hasil kerja mereka, atau karena kebetulan saja mereka menghasilkan pekerjaan yang memuaskan bagi orang-orang yang terlibat. Oleh sebab itu, karena mereka merasa besar faktor keberuntungan tersebut, mereka menjadi ragu bahwa mereka dapat mengulang lagi keberhasilan tersebut.

Orang-orang yang diwawancara juga merasa bahwa mereka menampilkan kesan kompeten karena mereka berhasil menutup kelemahan mereka. Cara mereka menutup kelemahan atau kemampuan yang mereka tidak atau kurang miliki dengan cari menghindar topik tersebut, mengalihkan topik, atau memilih untuk diam. Mereka juga sebenarnya merasa tertekan ketika orang lain menilai mereka kompeten karena seperti yang telah disebutkan sebelumnya, mereka takut akan ekspektasi yang meningkat seiring dengan pandangan orang lain

yang positif terhadap mereka karena mereka sendiri percaya bahwa mereka sebenarnya tidak kompeten.

Saya sering membandingkan kemampuan saya dengan kemampuan orang lain yang ada disekitar saya dan berpikir bahwa mereka mungkin lebih cerdas daripada saya.

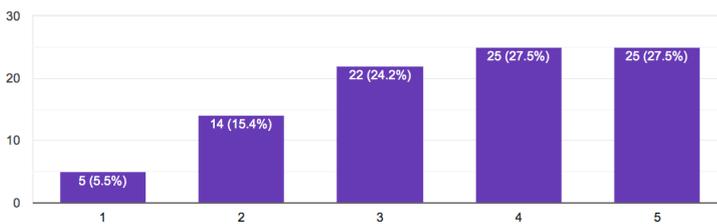
91 responses



Gambar 2.1.11. Diagram Jawaban 17

Saya terkadang kecewa atas prestasi/pencapaian saya saat ini dan berpikir bahwa saya seharusnya mencapai lebih banyak lagi.

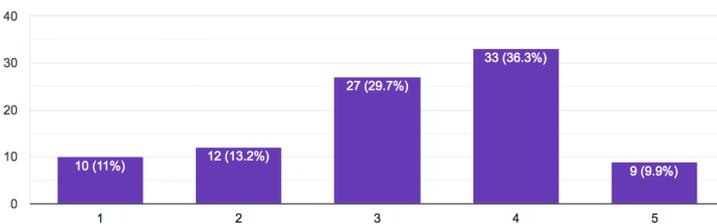
91 responses



Gambar 2.1.12. Diagram Jawaban 12

Saya merasa tidak senang dan merasa berkecil hati jika saya bukan yang "terbaik" atau setidaknya "sangat spesial" dalam situasi-situasi dimana sebuah prestasi/pencapaian terlibat

91 responses



Gambar 2.1.13. Diagram Jawaban 20

Berdasarkan hasil wawancara, responden dengan indikasi tinggi *Impostor Syndrome* selalu membandingkan dirinya dengan teman-teman disekitarnya dan selalu menganggap mereka lebih cerdas dan berprestasi daripada mereka. Yang mereka bandingkan adalah dalam

segi kemajuan, jumlah karya bagus yang dihasilkan, nilai, dan kemampuan yang dimiliki oleh teman tetapi tidak dimiliki oleh mereka. Karena selalu membandingkan diri dengan orang-orang yang mereka rasa lebih kompeten daripada mereka, mahasiswa-mahasiswi ini merasa kecewa terhadap diri sendiri dan semakin tidak percaya diri atas kemampuan yang mereka miliki. Rasa kecewa yang besar terhadap apa yang mereka punya saat ini membuat mereka merasa tidak layak untuk diakui sebagai sosok yang kompeten. Selain itu, karena melihat orang-orang yang mereka anggap lebih cerdas daripada mereka, membuat mereka lebih terpacu untuk bisa seperti mereka atau melebihi kemampuan mereka.

Banyak dampak buruk yang dirasakan oleh individu ini sebagai akibat dari perasaan *Impostor Syndrome* yang mereka alami. Perasaan cemas, takut, dan perasaan tidak layak yang selalu mereka rasakan menghasilkan tekanan yang mengganggu performa mereka, kesehatan mental dan kesehatan fisik mereka. Perancang menemukan adanya perilaku maladaptif akibat *Impostor Syndrome* yang mereka alami seperti perilaku menyalahkan diri sendiri, *overthinking*, *stress-eating*, kurang tidur/waktu tidur yang tidak teratur, dan merasa cemas dan berpikir negatif yang berlebihan. Perilaku-perilaku tersebut berdampak negatif terhadap produktivitas dan performa mereka. Selain itu, mereka menjadi sering kehilangan motivasi, semangat, dan kebahagiaan dalam menjalankan tugas mereka. Sebenarnya, mereka menyadari bahwa perilaku mereka memiliki pengaruh yang buruk, tetapi mereka tidak tahu bagaimana lepas dari lingkaran yang menjadi sumber tekanan mereka.

Berdasarkan hasil data survey dan wawancara, perancang menemukan *insight* bahwa individu yang mengalami *Impostor Syndrome* ini adalah orang-orang yang lalu banyak menuntut dirinya sendiri untuk menjadi sosok yang sempurna tanpa kelemahan. Ketika mereka mengalami kesulitan pada suatu bidang yang memang mereka kurang kuasai, mereka seketika menganggap dirinya sebagai sosok yang sama sekali tidak kompeten. Mereka juga selalu merasa tidak puas dan merasa selalu ada yang kurang terhadap diri mereka sendiri karena mereka selalu melihat orang-orang disekitarnya yang mereka pikir memiliki kemampuan di atasnya sehingga membuat mereka menuntut diri mereka lebih lagi. Di sisi yang lain, mereka juga memiliki ambisi dan *pride* yang harus dipenuhi. Mereka sangat takut gagal memenuhi ekspektasi orang lain atau gagal menutupi kemampuan yang mereka tidak miliki karena mereka takut akan konsekuensi dikucilkan atau direndahkan oleh orang lain dan perasaan malu yang mereka harus tanggung. Namun, dibalik itu semua adalah sosok yang berusaha untuk bisa nyaman dan puas dengan diri mereka sendiri agar bisa hidup bebas dari rasa takut dan ekspektasi yang tidak realistis.

### **2.3.2. Analisis Kebutuhan Media**

Karena kurang kesadaran terhadap istilah kondisi psikologis *Impostor Syndrome*, masih belum ada buku interaktif yang khusus ditujukan bagi individu yang mengalami *Impostor Syndrome*. Berdasarkan riset yang dilakukan perancang, kesadaran akan kondisi psikologis ini masih tergolong sangat rendah sehingga individu yang mengalami *Impostor Syndrome* seringkali tidak tahu dan tidak sadar bahwa ia sedang mengalami kondisi tersebut padahal pengenalan terhadap apa yang sedang dialami adalah langkah pertama jika ingin mengurangi tekanan yang dirasakan dari kondisi psikologis tersebut. Berdasarkan wawancara dengan ahli psikolog dari Universitas Ciputra, Welly Polly, individu dengan *Impostor Syndrome* membutuhkan bantuan dalam menilai diri sendiri secara rasional dan juga membangun pikiran positif terhadap dirinya agar bisa lebih menerima diri sendiri dengan segala kekurangannya. Dengan demikian, individu *Impostor Syndrome* dapat membangun kepercayaan diri yang mereka butuhkan ketika menghadapi kondisi psikologis ini.

Berdasarkan riset yang dilakukan, media yang menarik, interaktif dan informatif mengenai topik *Impostor Syndrome* masih sangat minim sehingga kesadaran akan kondisi ini rendah. Oleh karena itu, dibutuhkan media yang dekat dengan mereka yang agar bisa meningkatkan kesadaran mengenai *Impostor Syndrome*. Sebuah media yang menarik dan menyenangkan dapat menjadi sebuah sarana bagi para mahasiswa yang mengalami *Impostor Syndrome* untuk lebih mengenali kondisi yang mereka alami tersebut dan membantu mereka mengetahui cara-cara untuk menghadapi perasaan *Impostor Syndrome*.

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa dibutuhkan sebuah media edukatif yang menarik dan *engaging* yang dapat membantu mahasiswa yang mengalami *Impostor Syndrome* mengenali dan memahami kondisi psikologis ini agar mereka dapat mengetahui cara-cara untuk menghadapinya. Dengan demikian, mereka menjadi terpacu untuk belajar memahami diri mereka sendiri dan apa yang dialaminya agar mereka dapat berusaha untuk mengatasi perasaan tersebut.

### **2.4. Analisis Keunggulan Media Website**

Untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai *Impostor Syndrome*, media yang dipilih harus dekat dengan kehidupan mereka. Berdasarkan wawancara dengan narasumber Media Website merupakan suatu media yang sering digunakan oleh *target audience* untuk mencari informasi dengan mudah dan cepat. Karena sifat *website* yang *online*, *website* dapat diakses dengan mudah dengan berbagai macam jenis *gadget* seperti *laptop*,

*smartphone*, dan *tablet*. Selain itu, media *website* memiliki sisi interaktif dengan menggunakan unsur seperti gambar, teks, audio, dan video sehingga dapat menciptakan sebuah pengalaman yang imersif bagi pembaca. Oleh karena itu, media ini merupakan media yang cocok untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran mengenai *Impostor Syndrome* terhadap masyarakat Surabaya yang berusia 20-25 tahun.

## **2.5. Simpulan**

Masalah utama yang dialami oleh mahasiswa yang mengalami *Impostor Syndrome* adalah pikiran-pikiran, perasaan, dan pandangan yang negatif terhadap diri sendiri seperti merasa diri tidak layak dan tidak mampu sehingga menghasilkan tekanan emosional. Tekanan emosional ini berpengaruh negatif terhadap kesehatan mental, fisik, dan produktivitas mereka. Namun, karena mereka kurang mengenali kondisi psikis yang mereka alami ini dan kecenderungan mereka untuk enggan terbuka mengenai perasaan *Impostor* mereka, mereka memendam perasaan itu sendiri tanpa mengetahui cara-cara mengatasinya sehingga perlahan-lahan dapat memberikan efek yang tidak baik terhadap kesehatan psikis mereka seperti *anxiety*, *depression*, dan *self-doubt*.

Identifikasi dan mengenali diri sendiri merupakan sebuah awal dalam mengatasi *Impostor Syndrome*. Karena istilah *Impostor Syndrome* sangat awam di Indonesia, individu *Impostor Syndrome* perlu diperkenalkan mengenai *Impostor Syndrome* seperti ciri-ciri dan cara-cara menghadapinya. Individu-individu *Impostor Syndrome* juga membutuhkan bantuan dalam menilai diri mereka sendiri secara rasional dan realistis agar bisa meningkatkan rasa kepercayaan diri mereka dan membentuk pola pikir positif sehingga dapat mengurangi akibat-akibat dari *Impostor Syndrome*.

## **2.6. Usulan Pemecahan Masalah**

Berdasarkan uraian mengenai individu *Impostor Syndrome*, permasalahan yang dialami oleh individu *Impostor Syndrome*, dan sasaran, maka dibutuhkan perancangan media yang berisi informasi edukasi berbasis *website*.