

DESAIN BUKU ILUSTRASI MENGHADAPI KECEMASAN MEMASUKI DUNIA KERJA UNTUK LULUSAN BARU (*FRESH GRADUATE*)

Hanun Nida Atqiya¹, Asep Kadarisman² dan Syarip Hidayat³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*
haanunida@student.telkomuniversity.ac.id, kadarisman@telkomuniversity.ac.id,
syarip@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: *Fresh graduate* atau lulusan baru merupakan mahasiswa yang baru menyelesaikan jenjang pendidikan di perguruan tinggi dan akan memasuki dunia kerja. Fase ini sering dihadapkan pada ketidakpastian dan tantangan sehingga menimbulkan kecemasan pada *fresh graduate*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan studi pustaka, observasi, wawancara, dan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis matriks perbandingan dan analisis SWOT untuk menentukan strategi perancangan media informasi. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar *fresh graduate* mengalami kecemasan. Perancangan media informasi berupa buku ilustrasi dapat membantu *fresh graduate* dalam mengatasi kecemasan ketika menghadapi dunia kerja. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah mengembangkan konten buku yang lebih spesifik dan melakukan evaluasi efektivitas buku ilustrasi tersebut dalam mengatasi kecemasan pada *fresh graduate*.

Kata kunci: lulusan baru, kecemasan, dunia kerja, buku ilustrasi

Abstract: *Fresh graduates* are students who have recently completed their education at a higher education institution and are entering the workforce. This phase is often faced with uncertainty and challenges, leading to anxiety among *fresh graduates*. This research uses qualitative methods by conducting literature studies, observations, interviews, and questionnaires. Data analysis was performed using comparative matrix analysis and SWOT analysis to determine information media design strategies. Based on the research results, most *fresh graduates* experience anxiety. The design of information media in the form of illustration book can help *fresh graduates* overcome anxiety when facing the working world. Recommendations for future research are to develop more specific content book and evaluate the effectiveness of this illustration book in addressing anxiety among *fresh graduates*.

Keywords: *fresh graduate, anxiety, working world, illustration book*

PENDAHULUAN

Dunia industri yang berkembang pesat menuntut masyarakat untuk beradaptasi termasuk *fresh graduate* yang baru memasuki dunia kerja. *Fresh graduate* adalah lulusan perguruan tinggi dalam kurun waktu kurang dari 6 bulan (Jobplanet, 2017) yang umumnya belum memiliki pengalaman kerja memadai (Sagita et al., n.d.).

Transisi dari kampus ke dunia kerja sering menimbulkan kecemasan bagi *fresh graduate*. Data BPS menunjukkan masih ada 7,86 juta pengangguran di Indonesia pada Agustus 2023, menambah tekanan kompetisi. Kecemasan muncul saat melamar kerja, berdampak pada perasaan terbebani dan ketakutan (Sejati & Prihastuti, 2012). Penyebabnya antara lain kurangnya *soft skill*, pikiran negatif (Hadi & Zubaidah, 2015), ketidaksiapan bersaing, dan merasa kurang mampu (Hanim & Ahlas, 2020).

Kecemasan berlebihan dapat mengganggu kehidupan, menyebabkan insomnia, sulit fokus, dan bahkan depresi. Survei oleh Tim Divisi Psikiatri Anak dan Remaja Universitas Indonesia menunjukkan 95,4% responden pernah mengalami gejala kecemasan dan 88% gejala depresi. Data Riskesdas 2018 mencatat lebih dari 12 juta penduduk usia 15+ tahun mengalami gangguan depresi.

Freud (1955) menyatakan kecemasan bisa menjadi alarm peringatan, namun jika tidak terkontrol dapat membahayakan. Gejala kecemasan meliputi aspek fisiologis, kognitif, dan emosional (Carpenito, 2006).

Untuk mengatasi masalah ini, penulis mengusulkan perancangan media informasi berupa buku edukasi tentang cara menghadapi kecemasan memasuki dunia kerja bagi *fresh graduate*. Buku dipilih karena fleksibilitas dalam layout dan konten, serta kecenderungan pembaca menyukai gambar (Hasibuan et al., 2017). Dengan penyederhanaan *layout* dan konten, diharapkan informasi dapat tersampaikan secara jelas dan efektif, membantu

fresh graduate mengelola kecemasan dan emosi negatif dalam menghadapi dunia kerja.

METODE PENELITIAN

Metode penulisan yang digunakan pada perancangan ini adalah metode penelitian kualitatif dengan memahami permasalahan secara mendalam. Metode pengumpulan data yang dipakai adalah studi pustaka dengan mengumpulkan data dan literatur yang berkaitan dengan perancangan, observasi dilakukan melalui pengamatan objek penelitian pada berbagai aset visual media informasi baik dalam hal layout maupun informasi yang diaplikasikan, wawancara dilakukan dengan terstruktur dan berpedoman kepada narasumber ahli yang telah ditentukan sebelumnya serta penyebaran kuesioner kepada target responden yaitu dewasa awal usia 21-25 tahun yang tinggal di Kota Bandung. Metode analisis yang penulis gunakan adalah analisis matriks perbandingan dan analisis SWOT untuk menganalisis dan membandingkan faktor-faktor perancangan yang bertujuan menentukan strategi dan ide besar perancangan berdasarkan faktor internal yang terdiri dari *strength*, *weakness*, dan faktor eksternal yaitu *opportunity* dan *threat*. Media informasi adalah sarana untuk menyalurkan informasi dari satu pihak ke pihak lain secara efektif. Thuan To Saurik et al., (2019) membagi media informasi menjadi empat jenis: media lini atas, media lini bawah, media cetak, dan media elektronik.

Teori pendukung yang digunakan pada perancangan buku ilustrasi ini adalah teori media informasi dan teori buku. Media informasi dapat diartikan sebagai sarana yang digunakan untuk menyalurkan informasi, gagasan, atau opini dari satu pihak ke pihak lain agar pesan dapat tersampaikan dengan efektif kepada penerima sedangkan Buku merupakan sekumpulan lembaran

kertas yang dijilid, berisi tulisan atau kosong (KBBI). Rahman & Wahab (2020) menyebutkan buku memiliki manfaat sebagai referensi terpercaya dan hemat biaya. Iyan Wibowo (2007) menjabarkan anatomi buku yang terdiri dari cover, halaman preliminaries, isi buku, dan postliminary.

Selanjutnya, teori desain Komunikasi Visual yang merupakan disiplin ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan kreativitas dalam menyampaikan gagasan melalui media visual digunakan pada perancangan buku ilustrasi. Putra (2020) menyebutkan unsur-unsur Desain Komunikasi Visual meliputi titik, garis, bidang, ruang, tekstur, dan warna. S. Angraini & Nathalia (2018) menjabarkan prinsip-prinsip Desain Komunikasi Visual yaitu keseimbangan, irama, penekanan, dan kesatuan. Agar pesan tersampaikan dengan optimal, tipografi yang merupakan ilmu penataan layout huruf. S. Angraini & Nathalia (2018) mengklasifikasikan huruf menjadi *serif*, *sans serif*, *script*, dan *dekoratif* digunakan pada perancangan. Danton Sihombing menekankan prinsip tipografi yaitu *legibility dan readability*. Penggunaan *layout* atau tata letak elemen-elemen desain dalam suatu bidang secara optimal. mempertahankan prinsip *layout* yang meliputi *sequence, emphasis, balance, dan unity*. Untuk memberikan unsur psikolog, warna memiliki peran penting dalam desain. S. Angraini & Nathalia (2018) membagi warna menjadi primer, sekunder, dan tersier. Setiap warna memiliki makna dan karakter tersendiri. Kemudian Kusrianto (2007) mendefinisikan ilustrasi sebagai seni atau gambar yang menjelaskan suatu maksud. Ilustrasi berfungsi sebagai elemen pendukung yang menguatkan makna dan isi sebuah buku.

HASIL DAN PERANCANGAN

Konsep pesan yang ingin disampaikan penulis adalah sebuah buku ilustrasi sebagai media informasi untuk mengenalkan dan membantu *fresh*

graduate dalam mengatasi emosi negatif, terutama kecemasan, ketika hendak memasuki dunia kerja. Konsep utama buku ilustrasi ini didasarkan pada tiga kata kunci: **Kenal, Aplikasi, Dorongan**. Perancangan media informasi menggunakan buku ilustrasi sebagai media utamanya karena memiliki bentuk yang paling ideal untuk membahas topik yang diangkat. Memiliki layout yang terstruktur agar pesan dapat tersampaikan dengan baik. Konten yang diangkat dapat bersifat personal, disajikan pada ukuran kertas A5 atau 21 x 14,8 cm yang terbagi menjadi tiga bagian yaitu bagian pertama pembuka, membahas mengenali kecemasan bagi *fresh graduate*. Bagian kedua, berisi hal-hal yang dapat dilakukan untuk mengatasi kecemasan. Bagian ketiga, membahas tips mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja.

Informasi disampaikan kepada khalayak menggunakan pendekatan informatif dan persuasif untuk memastikan penerimaan yang baik oleh kelompok sasaran. Pesan dikomunikasikan melalui kombinasi media utama dan pelengkap, termasuk poster, *platform* sosial, dan selebaran. Penggunaan beragam media ini secara terpadu bertujuan untuk memperkuat dan mempertegas pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Oleh karena itu, digunakan konsep komunikasi AIDA dengan tujuan perancangan adalah adanya tindakan yang dilakukan pembaca setelah membaca buku. Distribusi buku menggunakan platform media sosial karena popularitasnya di kalangan lulusan baru (Xu et al., 2023). Strategi ini diperkuat dengan penggunaan media tambahan seperti poster digital dan konten khusus media sosial untuk meningkatkan jangkauan.

Table 1 Strategi Komunikasi AIDA

Strategi	Media	Tempat	Tujuan
Attention	Unggahan Sosial Media	Instagram	Menyebarkan <i>awareness</i> mengenai kehadiran buku mengatasi

			kecemasan bagi <i>fresh graduate</i> .
	Poster	Acara yang diselenggarakan pemberi proyek, acara kerjasama dengan mitra.	Memberikan informasi seputar kecemasan pada <i>fresh graduate</i> dan informasi mengenai buku ilustrasi.
	X-banner	Acara yang diselenggarakan pemberi proyek, acara kerjasama dengan mitra.	Media informasi mengenai pembelian buku cetak atau bundling beserta <i>merchandise</i> .
Interest	Merchandise	Acara yang diselenggarakan pemberi proyek, acara kerjasama dengan mitra.	Perancangan media pendukung bertujuan meningkatkan daya tarik/daya jual buku kepada pembaca.
Desire	Bundling	Acara yang diselenggarakan pemberi proyek, acara kerjasama dengan mitra.	Penjualan media utama (buku cetak) beserta media pendukung atau <i>merchandise</i> disediakan dalam bentuk bundle sehingga meningkatkan minat pembeli agar mendapatkan paket dengan harga lebih hemat.
Action	Buku, Instagram	Acara yang diselenggarakan pemberi proyek, acara kerjasama dengan mitra.	Target audiens melakukan pembelian baik buku cetak, <i>merchandise</i> , atau produk bundle yang

			ditawarkan dan membaca isinya.
--	--	--	--------------------------------

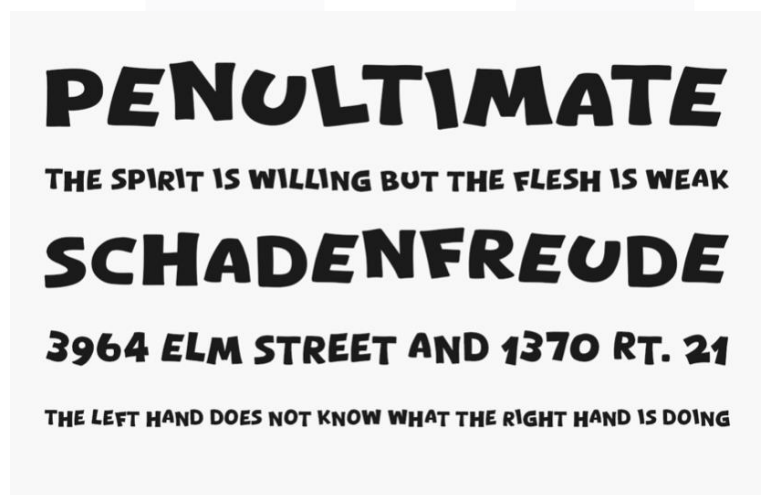
Sumber: Atqiya, 2024



Gambar 1

Sumber: Atqiya, 2024

Tipografi yang diusung pada perancangan adalah jenis sans serif yaitu *typeface* Cracker Winter sebagai *headline* yang diharapkan dapat menghadirkan kesan rileks pada perancangan. Sedangkan untuk *body text* yang digunakan adalah *typeface* Ubuntu yang memiliki bentuk round dan memiliki *readability* yang tinggi.



Gambar 2 Typeface Cracker Winter

Sumber: Atqiya, 2024



Gambar 3 Typeface Ubuntu
Sumber: Atqiya, 2024

Hasil Perancangan

Media Utama

Perancangan media utama berbentuk buku ilustrasi dengan ukuran 21 x 14,8 cm (A5) Dalam kertas canova



Gambar 4 Media Utama
Sumber: Atqiya, 2024

Media Pendukung

Media Sosial



Gambar 5 Instagram
Sumber: Atqiya, 2024

Penggunaan media sosial tidak lepas dengan kegiatan sehari-hari. Berdasarkan survei, jenis media sosial yang banyak diakses khalayak adalah Instagram. Penggunaan Instagram dimaksudkan agar jangkauan audiens lebih luas untuk mengenalkan eksistensi buku ilustrasi.

Poster



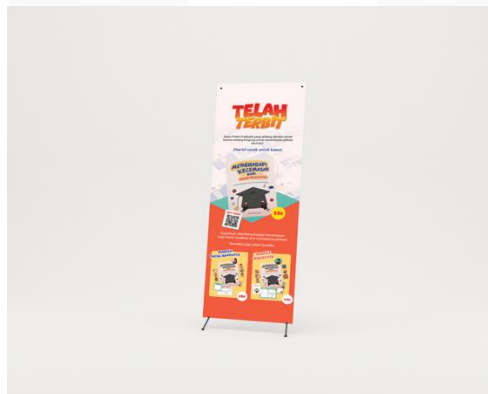
Gambar 6 Poster A3
Sumber: Atqiya, 2024



Gambar 7 Poster A3
Sumber: Atqiya, 2024

Merupakan salah satu promosi visual untuk menyampaikan informasi mengenai buku dan isinya. Tujuannya adalah menarik perhatian calon pembaca. Poster ini mengangkat topik yang hendak diangkat, mengenalkan isi buku kepada audiens juga memberitakan tempat pembelian buku.

X-banner



Gambar 8 X-banner
Sumber: Atqiya, 2024

Sticker Set



Gambar 9 Sticker Pack
Sumber: Atqiya, 2024

Berfungsi sebagai item koleksi atau bagian dari paket promosi. Tujuannya adalah menciptakan koneksi emosional antara pembaca dan konten buku. Stiker ini berkontribusi pada *branding* dengan memperluas jangkauan visual identitas buku ke khalayak.

Mini Notes



Gambar 10 Mini Notes
Sumber: Atqiya, 2024

Mini notes atau buku catatan berukuran mini disediakan bagi pembaca untuk mencatat ide atau tanggal penting saat melakukan proses pencarian kerja. Tujuannya adalah mendukung penerapan tips dari konten yang terdapat dalam buku. Kontribusi dari media pendukung ini terdapat

pada aspek fungsional perancangan dengan memperkuat relevansi buku dalam kehidupan sehari-hari pembaca.

Weekly Planner



Gambar 11 Weekly Planner
Sumber: Atqiya, 2024

Media pendukung yang digunakan untuk membantu pembaca melakukan organisasi kegiatan, catatan penting, dan tujuan mingguan. Tujuannya adalah membantu pembaca menerapkan strategi manajemen waktu. Media pendukung ini berkontribusi mengimplementasikan tips-tips yang terdapat dalam buku.

Keychain



Gambar 12 Keychain
Sumber: Atqiya, 2024

Gantungan kunci akrilik dua sisi, didesain selaras dengan ilustrasi buku, bertujuan meningkatkan daya tarik produk bagi calon pembeli. Fungsinya sebagai pengingat visual sehari-hari tentang pesan buku. Aksesori

ini berkontribusi pada aspek pemasaran dengan menciptakan titik kontak tambahan antara pembaca dan konten buku.

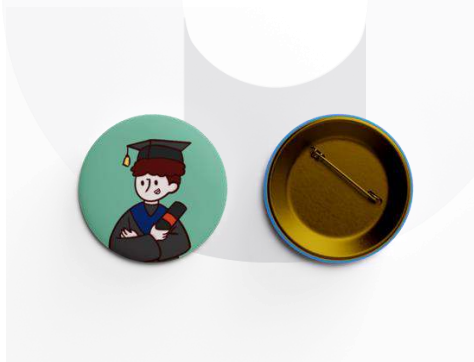
Tote Bag



Gambar 13 Tas Canvas
Sumber: Atqiya, 2024

Tas kanvas dengan desain ilustrasi mengenai buku dapat digunakan untuk membawa buku dan *merchandise* lainnya, serta bermanfaat untuk keperluan sehari-hari. Tujuannya adalah memberikan nilai tambah praktis bagi pembeli. Tas ini berkontribusi pada aspek keberlanjutan perancangan dengan menyediakan produk yang dapat digunakan berulang kali.

Button Pin

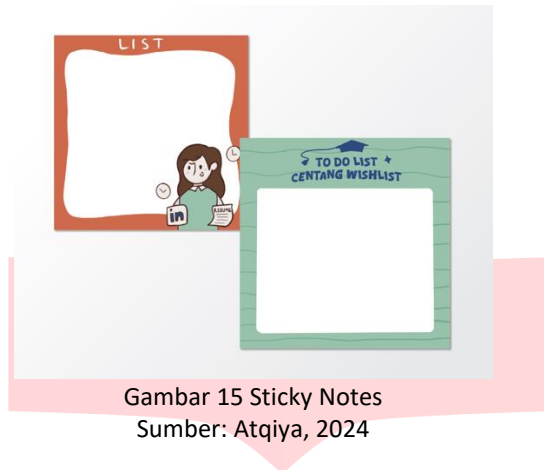


Gambar 14 Button Pin
Sumber: Atqiya, 2024

Pin bergambar dengan desain ilustrasi lulusan baru dan judul buku berfungsi sebagai aksesoris tambahan. Tujuannya adalah menciptakan rasa

kebersamaan di antara pembaca. Pin ini berkontribusi pada pembentukan komunitas pembaca dengan memberikan simbol identitas bersama.

Sticky Notes



Gambar 15 Sticky Notes
Sumber: Atqiya, 2024

Sticky notes digunakan sebagai mencatat dan menempel informasi penting di berbagai permukaan. Tujuannya adalah memfasilitasi penerapan saran dari buku dalam kehidupan sehari-hari. Ini berkontribusi pada aspek interaktif perancangan dengan mendorong pembaca untuk aktif menggunakan informasi dari buku.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan merancang media informasi berupa buku ilustrasi untuk membantu *fresh graduate* mengatasi kecemasan saat memasuki dunia kerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar *fresh graduate* mengalami kecemasan, dan perancangan buku ilustrasi dapat menjadi solusi efektif untuk mengatasi masalah tersebut. Buku dirancang dengan konsep "Kenal, Aplikasi, Dorongan" menggunakan pendekatan informatif dan persuasif, disajikan dalam format A5 dengan tiga bagian utama: pengenalan kecemasan, cara mengatasi, dan tips persiapan kerja. Penggunaan ilustrasi dan *layout* yang terstruktur membantu menyampaikan

informasi secara jelas dan efektif. Implikasi dari penelitian ini adalah tersedianya media informasi yang dapat membantu *fresh graduate* mengelola kecemasan dan mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja. Buku ilustrasi ini tidak hanya memberikan pemahaman tentang kecemasan, tetapi juga menyediakan strategi praktis untuk mengatasinya. Penggunaan berbagai media pendukung seperti poster, *merchandise*, dan *platform* digital membantu memperluas jangkauan dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki beberapa limitasi. Cakupan geografis yang terbatas pada Kota Bandung dan fokus pada *fresh graduate* usia 21-25 tahun membatasi generalisasi hasil penelitian. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan konten buku yang lebih spesifik untuk berbagai bidang pekerjaan, melakukan evaluasi dari efektivitas buku ilustrasi dalam mengatasi kecemasan pada *fresh graduate*, memperluas cakupan geografis penelitian ke kota-kota lain di Indonesia, dan mengeksplorasi penggunaan media digital interaktif sebagai pelengkap buku cetak. Dengan pengembangan lebih lanjut, media informasi ini berpotensi menjadi alat yang berharga dalam membantu transisi *fresh graduate* ke dunia kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, S., Hidayat, S., & Kadarisman, A. (2017). Perancangan Media Informasi Pahlawan Kemerdekaan Sisingamangaraja Xii Bagi Siswa Smp Provinsi Sumatera Utara. *E-Proceeding of Art & Design*, 4, 1.
- Jobplanet. (2017, September 9). *Siapa Saja yang Dimaksud dengan Fresh Graduate?*
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (A. Offset, Ed.).

- S. Angraini, L., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*. Nuansa Cendekia.
- Sagita, M. P., Hami, A. E., & Hinduan, Z. R. (n.d.). DEVELOPMENT OF INDONESIAN WORK READINESS SCALE ON FRESH GRADUATE IN INDONESIA. In *Jurnal Psikologi* (Vol. 19, Issue 3).
- Sejati, N. W., & Prihastuti, R. (2012). *INTUISI 4 (3) (2012) INTUISI Jurnal Psikologi Ilmiah TINGKAT KECEMASAN SARJANA FRESH GRADUATE MENGHADAPI PERSAINGAN KERJA DAN MENINGKATNYA PENGANGGURAN INTELEKTUAL*.
<http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/INTUISI>
- Thuan To Saurik, H., Dwi Purwanto, D., & Irawan Hadikusuma, J. (2019). *TEKNOLOGI VIRTUAL REALITY UNTUK MEDIA INFORMASI KAMPUS*. 6(1), 71–76. <https://doi.org/10.25126/jtiik.201961238>
- Xu, K. W. Z., Mohd Pahme, N. F., Mohd Shuib, A. S., Abdullah, A. F., & Soedewi, S. (2023). The Impact Of Misinformation In Social Media That Caused Panic Behavior On Covid-19 Pandemic Among University Students In Ipoh, Perak. *Idealogy Journal*, 8(2).
<https://doi.org/10.24191/idealogy.v8i2.471>