

PERANCANGAN DESAIN ANTARMUKA APLIKASI PENCARIAN KERJA UNTUK MEMINIMALISIR PENGANGGURAN DI INDUSTRI KREATIF

Ryu Ats Tsauri Omaryahya¹, Fariha Erdiani Nufalina², Olivine Alifapriliana Supriadi³

*Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu –
Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257.*

ryuatstsauri@student.telkomuniversity.ac.id, farihaen.telkomuniversity.ac.id, olivinea.telkomuniversity.ac.id.

Abstrak: *Industri kreatif* merupakan sektor yang berkembang pesat namun memiliki tantangan tersendiri dalam *pencarian kerja*, terutama bagi para pencari kerja generasi muda. Dikarenakan sulitnya terhadap akses peluang kerja, portofolio yang belum matang serta kurangnya kesempatan pengembangan keterampilan dan pengalaman kerja. Untuk menjawab tantangan tersebut, aplikasi “Next Step” dirancang sebagai platform yang menyediakan solusi lengkap bagi pencari kerja di dunia kreatif. Aplikasi ini dilengkapi dengan fitur pemajangan portofolio wall, pencarian kerja yang terfokus pada kebutuhan industri kreatif, di mana pengguna dapat menemukan peluang yang sesuai dengan keterampilan dan minat mereka. Selain itu, pengguna dapat memanfaatkan fitur pelatihan intensif “*Bootcamp*” untuk meningkatkan keterampilan teknis maupun non-teknis yang relevan dengan tuntutan pasar kerja. Selain pelatihan, aplikasi ini juga menyediakan fitur magang (*internship*), yang memungkinkan pencari kerja untuk mendapatkan pengalaman langsung di lapangan dan membangun portofolio yang lebih kompetitif. Fitur magang ini terintegrasi dengan peluang kerja, sehingga mempermudah pengguna untuk melanjutkan karier mereka setelah magang selesai. Pengembangan aplikasi ini didasarkan pada metode analisis wawancara, kuisisioner, dan studi literatur yang melibatkan praktisi industri kreatif, pihak HR, dan mahasiswa tingkat akhir sebagai responden. Hasil uji coba menunjukkan bahwa aplikasi Next Step telah sesuai dengan kebutuhan target pengguna, terutama dalam hal akses informasi kerja, magang, pengembangan keterampilan, dan personal branding melalui portofolio digital. Dengan kombinasi fitur-fitur ini, diharapkan aplikasi “Next Step” menjadi solusi efektif untuk mengatasi kesulitan pencarian kerja di industri kreatif, serta mendukung perkembangan karier yang lebih inklusif dan terarah.

Kata kunci: Industri kreatif, pencarian kerja, aplikasi, pengembangan karier

Abstract : *The creative industry is a rapidly growing sector, but it presents unique challenges in terms of job hunting, especially for young job seekers. This is due to the difficulty of accessing job opportunities, an underdeveloped portfolio, and a lack of opportunities for skill development and work experience. To address these challenges, the*

“Next Step” app has been designed as a comprehensive platform for job seekers in the creative industry. The app features a portfolio showcase wall, a job search function tailored to the needs of the creative industry, allowing users to find opportunities that align with their skills and interests. Additionally, users can utilize the intensive training feature “Bootcamp” to enhance both technical and non technical skills relevant to market demands. Beyond training, the app also offers an internship feature, enabling job seekers to gain hands-on experience and build a more competitive portfolio. This internship feature is integrated with job opportunities, making it easier for users to advance their careers after completing their internships. The development of this app is based on interview analysis, questionnaires, and literature studies involving creative industry practitioners, HR professionals, and final-year students as respondents. The trial results show that the Next Step application meets the needs of its target users, particularly in terms of access to job information, internships, skills development, and personal branding through digital portfolios. With this combination of features, it is hoped that the Next Step application will become an effective solution to overcome job search difficulties in the creative industry, as well as support more inclusive and focused career development.

Keywords: *creative industry, job search, app, career development*

PENDAHULUAN

Industri kreatif adalah salah satu dari industri yang berkembang dalam zaman modern. Industri kreatif di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat belakangan ini berkat perkembangan teknologi dan kebutuhan. Industri kreatif mengandalkan kemampuan individu (kreativitas, observasi dan *soft skill*) dalam bekerja dan menghasilkan karya yang menggerakkan ekonomi menurut survey di beberapa daerah, sehingga seringkali disebut ‘ekonomi kreatif’ (Populix, 2022; Afrianti & Alexandri, 2017). Sektor industri kreatif mencakup berbagai bidang seperti desain grafis, desain interior, desain arsitektur, perfilman dan lainnya. Namun, meskipun peluang industri kreatif semakin berkembang, masih banyak tantangan yang dihadapi pencari kerja lulusan industri kreatif, terutama bagi lulusan baru yang memasuki dunia kerja (*Fresh Graduate*). Salah satu tantangan terbesar mereka adalah kesulitan dalam menemukan pekerjaan yang sesuai dengan keahlian, minat, dan aspirasi karir mereka (Togar Simatupang, 2007). Terlebih dengan tingginya *demand* peluang kerja yang tidak sejajar dengan

penyerapan tenaga kerja, menjadi faktor utama sulitnya dalam mencari pekerjaan yang benar-benar sesuai dengan minat dan skill para pendaftar. Kebutuhan hidup yang harus tetap berjalan, seiring sulitnya peluang pekerjaan yang sesuai dalam era ini, seringkali membuat para pendaftar bekerja di bidang yang berbeda.

Dalam situasi ini, pencari kerja dalam bidang kreatif seringkali mengalami kebingungan terkait langkah apa yang harus diambil selanjutnya setelah menyelesaikan pendidikan atau pelatihan. Kurangnya panduan kerja yang jelas serta platform yang menghubungkan mereka dengan peluang di industri kreatif membuat proses pencarian kerja menjadi semakin sulit (Ida Fauziah, 2022). Di sisi lain, perusahaan di industri kreatif juga menghadapi kesulitan dalam menemukan kandidat yang tepat karena informasi mengenai keterampilan dan portofolio kandidat sering kali tidak memenuhi persyaratan dan tidak tersampaikan dengan baik, dikarenakan adanya keterbatasan akses dalam mencari karyawan yang sesuai, *skill* yang mumpuni dan unggul dalam bidangnya.

Maka itu, persentase pengangguran dalam bidang kreatif terhitung tinggi, walau peluang pekerjaannya bisa dibilang sedang menjadi *trend* di masa kini. Banyaknya *demand* dalam periklanan digital, animasi maupun perfilman, menyebabkan angka *underemployment* lulusan desain grafis seharusnya signifikan. Namun, dalam artikelnya, Yulianti (2024) menulis bahwa lulusan jurusan desain grafis menjadi salah satu jurusan yang memiliki angka pengangguran cukup tinggi, yaitu 6 persen, dan termasuk dalam daftar 10 besar jurusan yang memiliki angka pengangguran tertinggi di tahun 2024. Walau tampaknya peluang kerja desain grafis sedang dibutuhkan, karena adanya kemajuan teknologi dan *platform* kreasi, nyatanya, peluang bekerja para pelaku desain grafis termasuk sempit. Peluang kerja yang sempit, dan perekrutan dalam

angka yang kecil menyebabkan para pendaftar berdesakan, dan menyisakan banyak lulusan desain grafis menganggur.

Sekarang, para calon pekerja marak mencari peluang menggunakan *platform* yang bisa digunakan untuk membangun relasi dan *branding* diri sendiri. *Platform* tersebut tercipta juga dengan

teknologi yang canggih, dimana *platform* tersebut tercipta untuk menyambungkan dan menyebarkan kemampuan diri, juga membantu korporasi dan pemilik usaha untuk mencari pekerja yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. *Platform* berupa aplikasi digital yang mudah ditemukan di toko aplikasi, biasanya diketahui dengan nama LinkedIn, Jobstreet, Indeed, dan aplikasi lainnya. Media digital seperti yang tercantum di atas menyediakan fasilitas untuk menyaring lowongan kerja sesuai dengan bidang yang dikuasai melalui filtrasi, yang juga membantu para calon pekerja menentukan jenis pekerjaannya (*part-time*, tetap, ataupun *freelance*). Beberapa aplikasi juga menyediakan fasilitas untuk berbagi postingan, seperti LinkedIn, yang dapat membantu calon pekerja maupun korporasi untuk membangun citra pelamar kerja.

Namun, media digital diatas hanya meliputi lowongan pekerjaan secara general saja. Beberapa media digital tentu menyediakan fasilitas *wall* untuk memajang pencapaian selama tahun karier, tapi fasilitas tersebut tidak cukup untuk orang-orang yang bekerja dalam industri kreatif. Portofolio menjadi aspek utama dalam perekrutan dan promosi pekerja industri kreatif, maka itu hanya sekedar memajang gambar di *wall* profil hanya akan membantu sedikit dalam mempromosikan diri. Dalam industri kreatif, ada beberapa tugas, *skill set*, atau sertifikasi yang harus dipenuhi sebelum resmi menjadi pekerja kreatif, yang dasarnya dilatih saat proses belajar di perkuliahan, dan hasil karya calon pekerja biasanya relatif, bergantung oleh sang individu dan kreativitasnya.

Untuk membuat portofolio yang lebih kompetitif, pekerja kreatif harus memiliki kemampuan dalam berkembang dan gaya kreasi yang ditawarkan.

Dalam artikelnya, Salsa (2024) mencantumkan bahwa portofolio yang bagus dan prospektif terletak dari kualitas, makna, dan orisinalitas atau spesialisasi dari karya pekerja kreatif. Faktor lain yang mendukung adalah testimoni yang bagus dan karya yang terus diperbaharui, setidaknya 1 kali setiap 6 bulan. Setiap karya yang sudah diciptakan harus dijelaskan dengan penjelasan pendek, dan portofolio harus terorganisir agar lebih mudah dilihat klien. Maka dari itu, platform lowongan kerja diatas memiliki kekurangan dalam menyediakan fasilitas khusus industri kreatif, untuk memajang portofolio mereka dengan baik dan rapi.

Untuk mengatasi hal ini, diperlukan suatu solusi yang dapat memfasilitasi pencari kerja dengan 'pameran' portofolio yang lebih terorganisir, panduan langkah demi langkah untuk meningkatkan kemampuan, serta menghubungkan mereka dengan peluang kerja yang relevan di industri kreatif. Oleh karena itu perancangan aplikasi 'Next Step' diusulkan sebagai jawaban atas kebutuhan ini. Aplikasi ini akan dibuat mirip seperti aplikasi lowongan kerja lainnya, namun akan berfokus pada kebutuhan calon pekerja di industri kreatif. Aplikasi ini bertujuan untuk membantu pencari kerja industri kreatif, terutama yang baru memulai karir (*fresh graduate*), dengan memberikan panduan, informasi pekerjaan, *bootcamp*, program magang, serta fitur pemajangan karya yang dapat menambah portofolio mereka sehingga lebih matang sesuai kebutuhan industri kreatif yang kompetitif. Melalui pendekatan ini diharapkan dapat mengurangi kesenjangan informasi dan mempercepat proses pencarian kerja dalam lingkup industri kreatif.

Dari latar belakang yang telah tertulis sebelumnya, bisa disimpulkan bahwa industri kreatif memiliki permasalahan dalam perekrutan dan peluang pekerjaan yang seharusnya luas. Maka itu, seharusnya *demand* industri kreatif di masa kini sangatlah tinggi, namun karena beberapa faktor yang bersangkutan, angka pengangguran pelaku industri kreatif sangat besar. Masalah yang akan ditarik dari latar belakang diatas adalah pertanyaan untuk menemukan solusi. Bagaimana aplikasi pencarian kerja dapat dirancang untuk membantu lulusan baru industri

kreatif dalam menemukan dan mengakses peluang kerja yang relevan di tengah perkembangan teknologi dan kebutuhan industri.

METODE PENELITIAN

Perancangan dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan beberapa metode. Pertama, studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai referensi seperti buku, jurnal, artikel, serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kesulitan pencarian kerja di industri kreatif. Referensi ini membantu memperkuat landasan teori dan pemahaman terhadap isu yang diangkat. Selanjutnya, dilakukan wawancara dengan berbagai pihak yang terlibat langsung dalam ekosistem kerja industri kreatif, seperti pengangguran di bidang kreatif, pihak HR perusahaan yang bertanggung jawab dalam proses rekrutmen, serta para pekerja kreatif di industri digital. Selain itu, metode kuisisioner juga digunakan sebagai bentuk observasi terhadap pengangguran di industri kreatif, yang dilakukan melalui pemantauan dan penyebaran data melalui media sosial. Pendekatan ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai permasalahan yang dihadapi serta kebutuhan pengguna yang menjadi dasar perancangan aplikasi.

Desain Komunikasi Visual

Menurut Yongky Safanayong (2016), desain merupakan disiplin ilmu yang mencakup aspek visual, kultural, sosial, filosofi, teknis, dan bisnis. Sementara itu, Whyuningsih (2015) menyatakan bahwa desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari cara menyampaikan pesan melalui elemen grafis seperti gambar, tipografi, warna, dan tata letak. Secara umum, desain komunikasi visual dapat dipahami sebagai metode penyampaian pesan secara visual menggunakan elemen grafis sebagai media.

Elemen Desain Grafis

Menurut Suyatno (2014), elemen dasar desain adalah bagian dari karya dua dimensi yang saling berhubungan dan membentuk kesatuan utuh. Elemen grafis memiliki fungsi penting dalam menyusun visual yang harmonis. Salah satu elemen utama adalah warna. Widia (2008) menjelaskan bahwa warna merupakan unsur rupa penting yang dapat diserap oleh indra penglihatan. Secara kimia, warna berasal dari pigmen, sementara secara fisika terbentuk melalui pembiasan cahaya. Warna dikategorikan menjadi tiga, yaitu primer, sekunder, dan tersier, dan secara umum dipahami sebagai pantulan cahaya dari suatu benda yang ditangkap oleh mata.

Tipografi juga merupakan elemen penting dalam desain. Menurut Rustan dan Santosa (2016), tipografi adalah ilmu yang berkenaan dengan huruf dan digunakan dalam desain komunikasi visual untuk menyampaikan pesan secara jelas dan menarik secara visual. Selain itu, ikon berperan sebagai representasi visual dari objek tertentu. Menurut Pierce (dalam Sobur, 2003), ikon adalah tanda yang memiliki kemiripan bentuk dengan objek yang diwakilinya, seperti potret atau peta, sehingga dapat dengan mudah dikenali dan dipahami.

Design Thinking

Design thinking merupakan metode pemecahan masalah yang berfokus pada kebutuhan pengguna, dengan pendekatan human-centered untuk menghasilkan solusi inovatif. Menurut Kelley dan Brown (dalam Lazurdi & Sukoco, 2019), design thinking mengintegrasikan kebutuhan pengguna, kemungkinan teknologi, serta aspek bisnis yang diperlukan. Proses ini terdiri dari lima tahap. Pertama, **empathize**, yaitu memahami kondisi dan kebutuhan pengguna untuk memperoleh wawasan mendalam mengenai permasalahan. Kedua, **define**, yakni merumuskan fokus masalah berdasarkan hasil temuan sebelumnya. Ketiga,

ideate, yang bertujuan mencetuskan berbagai ide solusi secara kreatif dan analitis. Keempat, **prototype**, yaitu mewujudkan ide dalam bentuk sederhana untuk diuji coba dan dievaluasi. Terakhir, **test**, di mana produk diuji langsung oleh pengguna untuk memperoleh masukan yang dapat digunakan dalam penyempurnaan desain. Jika diperlukan, proses dapat kembali ke tahap sebelumnya agar solusi yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan pengguna.

User Interface

User Interface (UI) merupakan aspek penting dalam pembuatan aplikasi karena berhubungan langsung dengan pengguna. UI mencakup tampilan visual aplikasi yang menjadi jembatan antara sistem dan pengguna. Menurut Buana dan Sari (2022), UI adalah tampilan dari sebuah website atau aplikasi yang mencakup warna, bentuk, dan tulisan yang menarik agar memudahkan interaksi. Anggara et al. (2021) menambahkan bahwa UI yang baik harus mampu memberikan pengalaman interaksi yang mudah dan dapat dioperasikan dengan nyaman oleh pengguna, atau disebut juga user friendly. Sementara itu, menurut Suteja dan Harjoko (dalam Irawan, 2022), perancangan UI yang baik bertujuan agar tampilan antarmuka menjadi lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal ini penting karena pengguna cenderung menilai kualitas aplikasi atau website dari tampilannya; jika tampilannya buruk, maka kesan terhadap aplikasi juga akan ikut buruk.

User Experience

User Experience (UX) merupakan kualitas keseluruhan interaksi yang dirancang produk untuk membangkitkan kesan dan respons emosional positif saat digunakan. Fajri et al. (2021) mendefinisikan UX sebagai seluruh perasaan atau pengalaman seseorang ketika menggunakan produk—seperti situs web, aplikasi

perangkat lunak, maupun perangkat seluler—dengan tujuan menghadirkan kenyamanan. Sejalan dengan itu, Himawan & F (2020) menekankan bahwa UX adalah “pengalaman pengguna” yang membuat interaksi terasa menyenangkan dan menarik. Prinsip *user-centered design* menurut Naufalina (2023) menitikberatkan pada navigasi yang mudah serta fitur yang intuitif agar aplikasi lebih nyaman digunakan. Dengan demikian, UX mencakup persepsi pengguna terhadap kemudahan, kenyamanan, keamanan, dan kepuasan saat berinteraksi dengan suatu produk.

Wireframe

Wireframe merupakan sketsa awal yang digunakan untuk merancang tata letak dan fungsi dasar sebuah website atau aplikasi. Menurut Junilla (2021), wireframe membahas elemen penting seperti fitur, konten, dan antarmuka sejak tahap awal perancangan. Dicoding.com juga menyebutkan bahwa wireframe digunakan untuk menata elemen seperti teks, gambar, dan layout sebelum produk dikembangkan.

HASIL DAN DISKUSI

1. Analisis Fenomena Dari Sumber Berita

Tingginya angka pengangguran di kalangan lulusan perguruan tinggi mencerminkan lemahnya keterkaitan antara pendidikan dan kebutuhan industri. Data BPS (2024) mencatat 7,4 juta pengangguran di Indonesia, dengan 842 ribu di antaranya (11,28%) merupakan lulusan D4, S1, S2, dan S3—angka yang hampir dua kali lipat dibanding tahun 2013 (5,87%). Menteri Ketenagakerjaan menyebut kondisi ini disebabkan oleh kurangnya *link and match* antara perguruan tinggi dan dunia kerja (UGM, 2023). Fenomena ini makin terasa di sektor kreatif, di mana banyak perusahaan menetapkan syarat

pengalaman 1–2 tahun untuk posisi entry-level (Bisnis.com, 2023), sehingga menciptakan paradoks bagi lulusan baru. Survei Populix (2024) menunjukkan 46% perusahaan kesulitan menemukan kandidat dengan skill teknis dan non-teknis yang sesuai. Kompas (2024) juga mencatat tingkat pengangguran Gen Z usia 15–24 tahun mencapai 17%, dan sekitar 10 juta tergolong NEET. Kondisi ini menunjukkan bahwa lulusan baru, khususnya di industri kreatif, menghadapi tantangan ganda: kurangnya pengalaman, keterampilan yang belum sesuai kebutuhan pasar, dan ketatnya persaingan kerja.

2. Analisis Data Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat narasumber dari latar belakang berbeda, ditemukan sejumlah tantangan dalam proses pencarian kerja di industri kreatif. Achmad Juhaidi (HR Manager PT Garuda Mas Rentalindo) mengungkapkan bahwa banyak pelamar berlatar belakang kreatif belum memiliki pengalaman dan keterampilan yang sesuai, serta belum mampu memenuhi tuntutan efisiensi dan multifungsi di dunia kerja. Pandangan ini sejalan dengan pengalaman dua lulusan baru, Aldi dan Zaki, yang mengaku kesulitan mencari pekerjaan karena mayoritas lowongan mensyaratkan pengalaman, serta kurangnya dukungan fitur portofolio di platform kerja yang tersedia. Hawkins Kaban, desainer grafis dengan dua tahun pengalaman, menekankan pentingnya portofolio dan proyek riil dibanding gelar akademik, serta menyayangkan informasi lowongan kreatif yang masih tersebar dan tidak terpusat. Seluruh narasumber sepakat bahwa aplikasi pencarian kerja khusus industri kreatif berpotensi menjadi solusi, terutama jika mampu mengintegrasikan fitur portofolio, pencarian kerja relevan, dan ruang kolaborasi. Namun, keberhasilannya tetap bergantung pada kesiapan individu serta keterbatasan platform dalam menjangkau semua jenis lowongan yang masih banyak tersebar melalui komunitas informal.

3. Analisis Hasil Kuisisioner

Berdasarkan survei terhadap 80 responden, mayoritas (67 responden) menyatakan bersedia menggunakan aplikasi pencarian kerja yang dirancang khusus untuk industri kreatif. Sebanyak 72 responden juga tertarik dengan konsep aplikasi yang menggabungkan fitur portofolio, informasi lowongan kerja, magang, dan bootcamp. Selain itu, 45 responden menilai aplikasi semacam ini efektif bagi fresh graduate di bidang kreatif, menandakan adanya peluang pasar yang signifikan.

Dari sisi fitur, lowongan kerja menjadi prioritas utama (90%), diikuti oleh portofolio dan magang (masing-masing 50%), serta bootcamp (26,25%). Temuan ini menunjukkan kebutuhan akan platform terintegrasi yang tidak hanya menyediakan akses kerja, tetapi juga mendukung pengembangan kompetensi pengguna.

Namun, beberapa responden menyampaikan keraguan terhadap efektivitas fitur seperti bootcamp dan portofolio jika tidak disertai keterampilan dasar atau jaringan profesional yang kuat. Ada pula yang menyatakan preferensi terhadap platform umum seperti LinkedIn. Dengan demikian, keberhasilan aplikasi sangat bergantung pada kualitas implementasi fitur, kemudahan penggunaan, dan strategi pemasaran yang tepat sasaran.

HASIL PERANCANGAN

1. Konsep Pesan

Aplikasi mobile ini dirancang sebagai media informasi yang menjembatani fresh graduate di bidang industri kreatif dengan peluang kerja sesuai keahlian mereka. Dengan mengusung pesan utama “Temukan Peluang, Wujudkan Kreativitas”, aplikasi ini hadir sebagai solusi atas permasalahan

sulitnya akses informasi, ketatnya persaingan, dan kurangnya koneksi ke perusahaan. Konsep pesan visual aplikasi berfokus pada tiga nilai utama: Mudah (akses pekerjaan sesuai keahlian), Cepat (informasi lowongan real-time), dan Tepat (pekerjaan yang relevan dengan minat pengguna). Aplikasi ini bertujuan mempercepat proses rekrutmen dan menekan angka pengangguran di sektor kreatif melalui platform digital yang inklusif dan responsif.

2. Konsep Kreatif

Aplikasi mobile ini dirancang sebagai solusi digital untuk membantu fresh graduate di industri kreatif dalam menemukan pekerjaan yang sesuai dengan keahlian mereka. Dengan mengusung konsep dark theme dan aksen gradasi hijau, aplikasi ini tidak hanya memberikan kenyamanan visual, tetapi juga merepresentasikan pertumbuhan, kreativitas, dan peluang baru. Warna hijau digunakan untuk elemen-elemen penting seperti tombol aksi dan highlight teks, sementara desain antarmuka yang membulat menciptakan kesan ramah dan modern. Aplikasi ini menghadirkan berbagai fitur fungsional, seperti tampilan portofolio interaktif layaknya media sosial, akses ke lowongan kerja dan magang, serta informasi bootcamp atau pelatihan untuk meningkatkan kompetensi pengguna. Selain itu, terdapat juga mode khusus bagi perekrut yang memungkinkan proses seleksi kandidat menjadi lebih cepat, terstruktur, dan efisien. Dengan pendekatan terintegrasi ini, aplikasi diharapkan mampu menjembatani kebutuhan talenta kreatif dengan peluang kerja yang tepat di era digital.

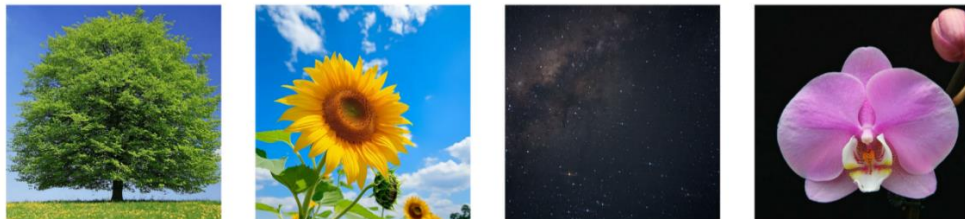
3. Konsep Media

Pengaplikasian media dalam perancangan ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama berupa aplikasi mobile yang dirancang untuk dapat diakses melalui perangkat

smartphone berbasis Android maupun iOS. Sementara itu, media pendukung meliputi berbagai materi promosi, baik digital maupun cetak. Untuk media digital, disediakan poster Instagram Ads berukuran 1080 x 1920 piksel dalam format Stories yang menampilkan promosi aplikasi beserta fitur-fiturnya. Selain itu, terdapat brosur berukuran A4 (21 x 29,7 cm) yang dilipat dan berisi panduan penggunaan aplikasi secara ringkas. Untuk promosi offline, digunakan poster berukuran 50 x 50 cm serta X-Banner berukuran 60 x 160 cm yang berfungsi sebagai penunjang visual dalam memperkenalkan aplikasi kepada khalayak secara langsung. Semua media ini dirancang agar saling melengkapi dalam membangun kesadaran dan pemahaman pengguna terhadap aplikasi.

4. Konsep Visual

a. Moodboard



Gambar 4.1 Moodboard
(Sumber: Ryu Ats Tsauri, Maret 2025)

Moodboard yang digunakan terdiri dari alam seperti pohon, bunga matahari, malam, dan bunga anggrek. dengan tujuan membuat aplikasi ini terasa playful tetapi tidak menghilangkan sisi keprofesionalismenya.

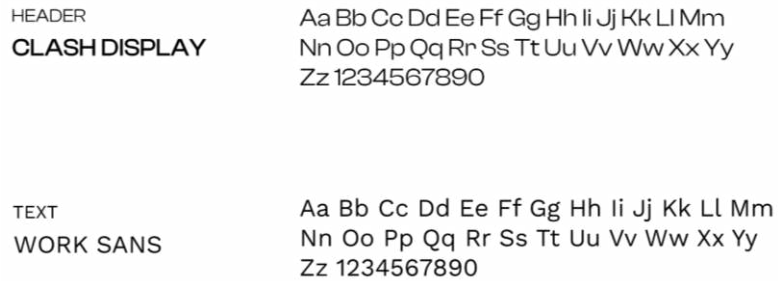
b. Warna



Gambar 4.2 Konsep Warna
(Sumber: Ryu Ats Tsauri, Maret 2025)

Warna utama yang digunakan adalah hijau muda (#B3F0AA) yang merepresentasikan pertumbuhan, ketenangan, dan pembaruan. Sebagai warna pastel, hijau ini mencerminkan pendekatan Next Step yang ramah dan suportif bagi generasi muda dalam mengembangkan karier. Aksen kuning dan ungu muda ditambahkan untuk menciptakan kesan hangat dan ringan, membangun suasana visual yang dinamis namun tetap profesional.

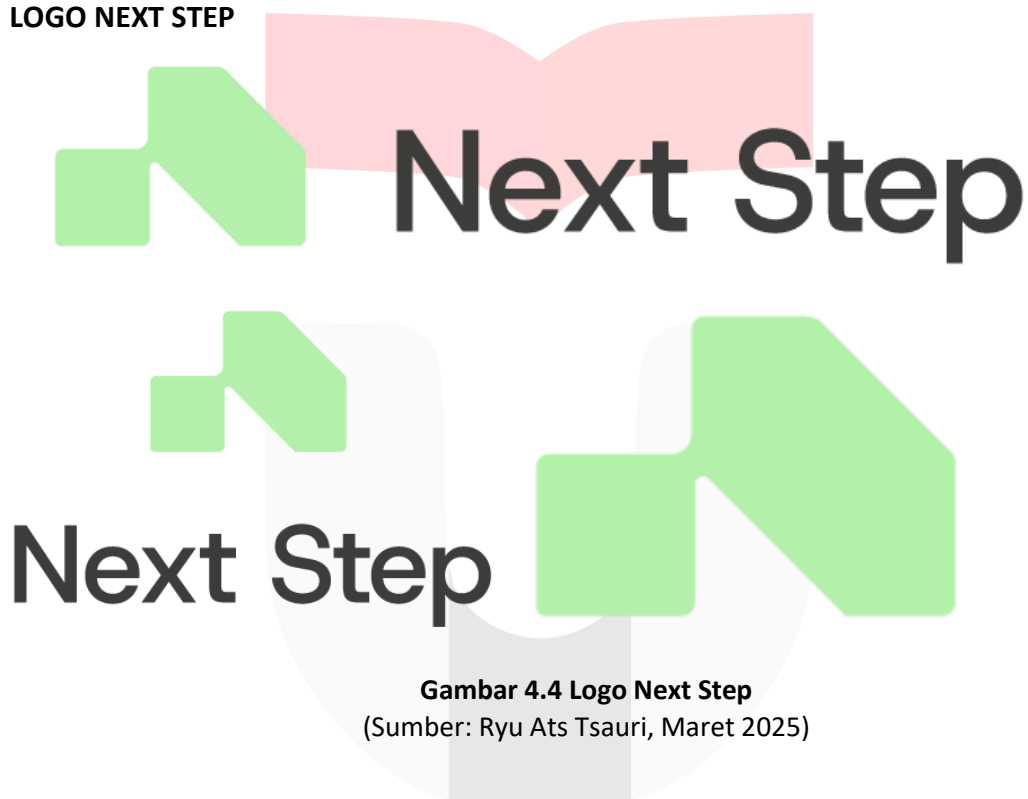
c. Tipografi



Gambar 4.3 Font Yang Digunakan
(Sumber: Ryu Ats Tsauri, Maret 2025)

Aplikasi ini menggunakan typeface sans serif karena keterbacaannya yang tinggi bagi pengguna berusia 22 tahun ke atas, terutama pada layar perangkat mobile. Font **Clash Display** digunakan untuk heading karena tampilannya yang formal dan profesional, sedangkan **Work Sans** dipilih untuk isi dan subheading karena bentuknya yang dinamis dan tetap terbaca pada ukuran kecil.

LOGO NEXT STEP



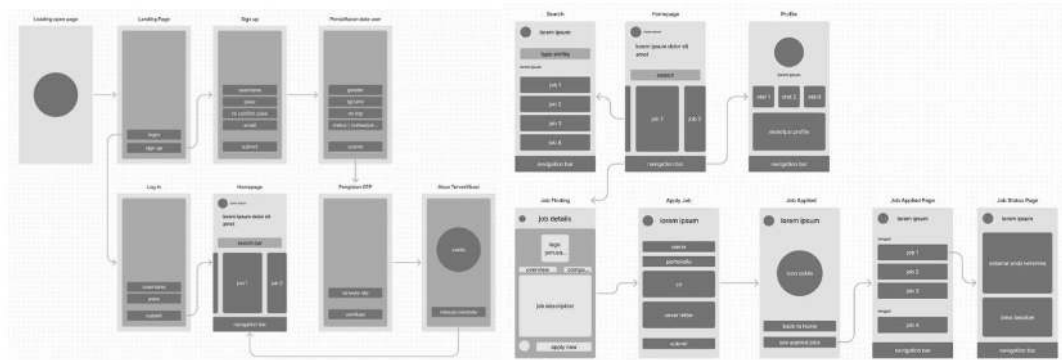
Gambar 4.4 Logo Next Step

(Sumber: Ryu Ats Tsauri, Maret 2025)

Logo *Next Step* dirancang berdasarkan nilai yang ditawarkan aplikasi, yaitu mendampingi fresh graduate dalam transisi dari dunia pendidikan ke dunia kerja. Kata “Next” mencerminkan semangat progresif dan visioner, sedangkan “Step” menekankan proses bertahap dan realistis. Bentuk logogram menyerupai anak tangga dan panah ke atas, melambangkan pertumbuhan dan arah karier yang jelas. Warna hijau muda dipilih untuk merepresentasikan pembaruan dan

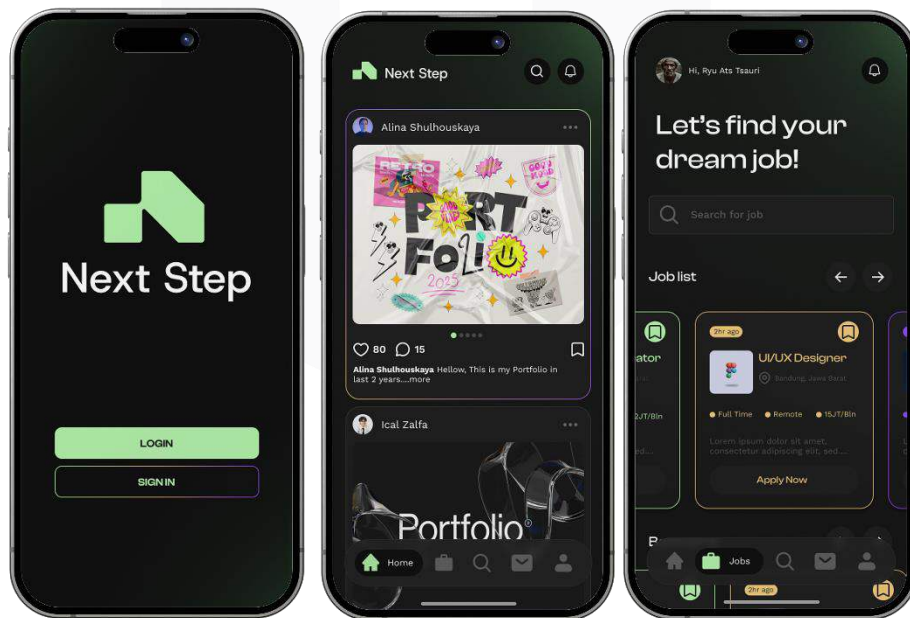
ketenangan, sedangkan tipografi sans-serif berwarna abu gelap memberikan kesan profesional dan terpercaya.

WIREFRAME



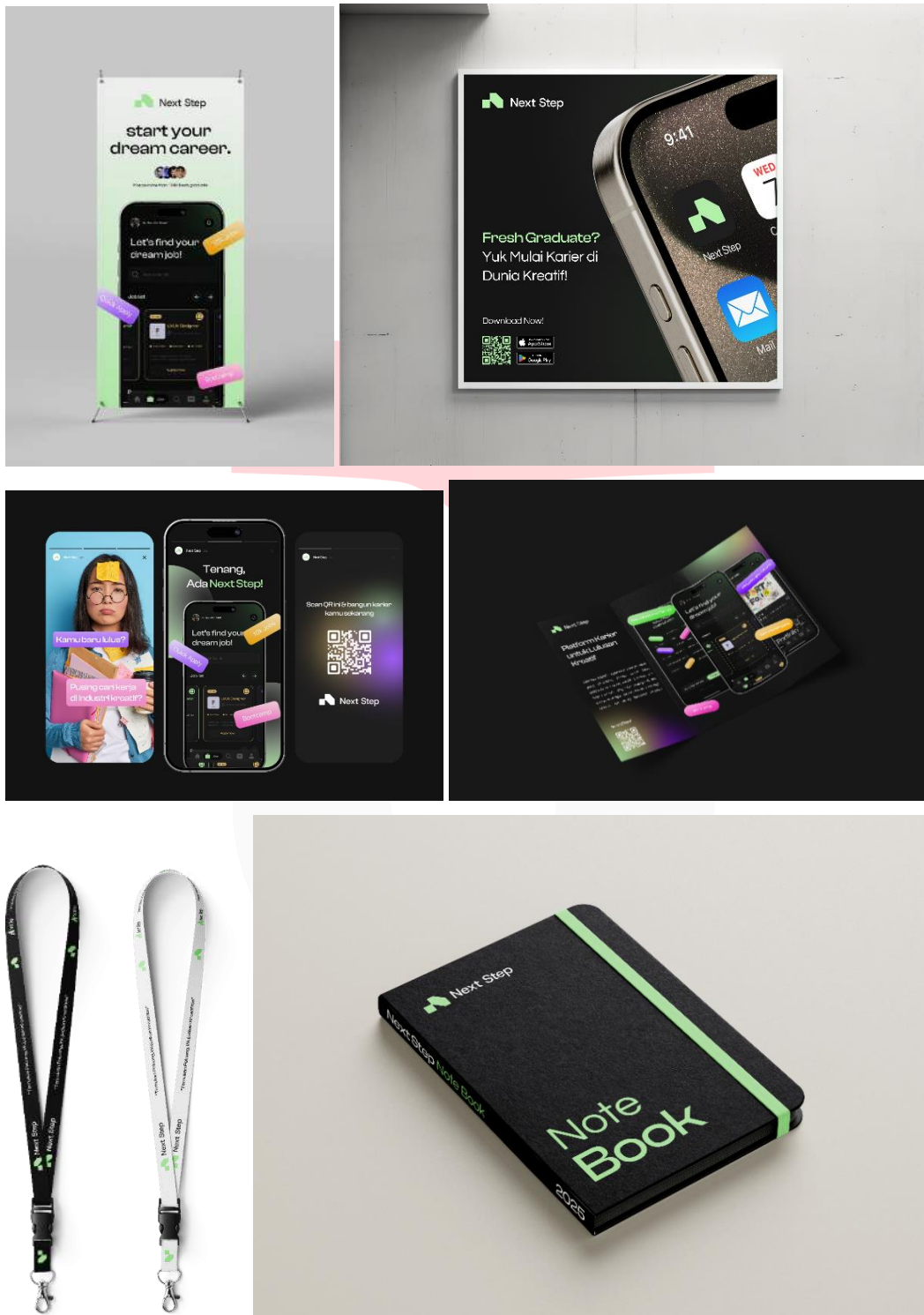
Gambar 4.5 Sketsa Wireframe
(Sumber: Ryu Ats Tsauri, Maret 2025)

TAMPILAN USER INTERFACE



Gambar 4.6 Tampilan User Interface
(Sumber: Ryu Ats Tsauri, Maret 2025)

MEDIA PENDUKUNG



Gambar 4.6 Media Pendukung
(Sumber: Ryu Ats Tsauri, Maret 2025)

KESIMPULAN

Next Step adalah aplikasi mobile yang dirancang untuk membantu lulusan baru di industri kreatif dalam menghadapi masa transisi menuju dunia kerja. Aplikasi ini menyediakan informasi lowongan kerja, program magang, dan bootcamp secara real-time, serta fitur *Porto-Wall* sebagai media menampilkan portofolio karya. Tujuan utamanya adalah mempermudah lulusan baru dalam mengakses peluang karier yang relevan dan membangun personal brand secara profesional.

Proses perancangan aplikasi ini didasarkan pada data dari kuisisioner, wawancara dengan HR dan praktisi industri kreatif, serta kajian literatur terkait desain antarmuka. Tahapan yang dilakukan mencakup penyusunan konsep pesan, visual, media, hingga pembuatan wireframe, prototipe, dan uji coba. Hasil uji coba menunjukkan bahwa *Next Step* mampu menjawab kebutuhan pengguna akan platform pencarian kerja yang ramah bagi fresh graduate, informatif, dan mudah digunakan.

Dengan fitur-fitur yang ditawarkan, *Next Step* diharapkan dapat menjadi solusi inovatif untuk mengatasi kesenjangan antara dunia pendidikan dan industri, serta berkontribusi dalam menurunkan angka pengangguran terdidik di sektor kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Almaidah Bahri, Chella Meira Damayanti, Yosephine Helena Sairati, Fitri Alfariy, (1 Januari 2022), Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris di Indonesia, Jurnal Indonesia Sosial Sains.
- Antara News (2024), Pengamat menjelaskan penyebab tingginya sarjana jadi pengangguran, antaranews.com.
- Arifianti, R. & Alexandri, M. (2017) ACTIVATION OF CREATIVE SUB-ECONOMIC SECTOR IN BANDUNG CITY. B. Jurnal AdBispreneur Vol. 2, No. 3, Hal. 201-209.
- Arfianti Wijaya, Serafica Gischa, (11 Oktober 2023), Pengertian Berpikir Kreatif: Tahapan dan Ilustrasinya, kompas.com.
- Aulia Firdias, Kusuma Ningsih Tyas, Dian, Sardanto, Rino, (2022), Perancangan User Experience Aplikasi Petlyfe (Digitalisasi Rekam Medis dan Perawatan Hewan Peliharaan) .
- Binus University, (11 November 2021), Definisi Industri Kecil dan Menengah, binus.ac.id.
- Booklet Sakernas, (Agustus 2021), Booklet Sakernas Survei Angkatan Kerja Nasional Fungsi Statistik Ketenaga Kerjaan.
- Bram Dwicahyo Putranto, (2023), Pengaruh User Interface (UI), User Experience (UX) dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Website Tako Bag Yogyakarta, repository.stimykpn.ac.id.
- CGS I Trade, (2024), PRESIDEN: ANGKA PENGANGGURAN TERBUKA DITEKAN HINGGA 4,5% DI 2025, itrade.cgsi.co.id.
- Cicin Yulianti (2024), 10 Jurusan Yang Lulusannya Paling Banyak Menganggur, Kalian Setuju?, detikedu.com.
- Daniel Asbihani, (2024), Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Dosen Studi Kasus di Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri STAIN Jurai Siswo Metro, feb.unila.ac.id.
- Dicoding intern, (4 May 2021), Apaitu Wireframe? Perbedaan WIREFRAME, Mockup, dan Prototype, Dicoding.com.
- Dwi Safitri, (5 Januari 2023), Perancangan User Interface (UI) dan User Experience (UX) Sistem Pengaduan Pencemaran Lingkungan, repository.teknokrat.ac.id.
- Egsaugm, (29 September 2019), Apa Itu Pengangguran?, Perpustakaan Fakultas Geografi UGM.
- Fatimah Fildzah Izzati dkk (2024) Pekerja Industri Kreatif Indonesia: Flexploitation, kerentanan dan sulitnya berserikat, sindikasi.org.
- Firda Khotimah Subagyo, Fariha Erdiani Naufalina, Denny Nugraha (29 Desember 2023), Perancangan Aplikasi Mobile Sebagai Media Informasi Jual Beli Koleksi Barang K-POP, openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id.