

# Perancangan Kampanye Menghadapi Post Graduation Anxiety dalam Industri Kreatif di Indonesia

JOSEPH TIMOTHY TAMPUBOLON<sup>1</sup>, AGUS RACHMAT MULYANA, M.DS.<sup>2</sup>

1. Institut Teknologi Nasional Bandung
  2. Institut Teknologi Nasional Bandung
- Email: joseph777@gmail.com

## ABSTRAK

*Untuk menggapai potensi penuh dari Industri Kreatif Indonesia, SDM Kreatif yang terdiri dari Fresh Graduate Industri Kreatif wajib mendapatkan penempatan karir yang sesuai dengan potensinya. Seperti Design yang menjadi media untuk menyelesaikan masalah, Fresh Graduate Industri Kreatif diharapkan menjadi tumpuan masyarakat Indonesia dalam menyelesaikan masalah. Untuk menyiapkan Tenaga Kerja Industri Kreatif sebelum memasuki dunia kerja, baik dalam Perusahaan maupun Individual, Fresh Graduate Industri Kreatif perlu mengenal lebih dalam tentang Literasi dan Pedoman Hidup.*

**Kata kunci:** Kecemasan, Industri kreatif, Karir, Lulusan Baru, Pedoman

## ABSTRACT

*To reach the full potential of Indonesia's Creative Industry, the Creative Human Resources contains of Fresh Graduates should be positioned in the career path that fulfill their potentials. As the purpose of Design to eliminate problems with problem solutions, Indonesian Creative Fresh Graduates will be expected to be Indonesia's Society Creative problem solver. To prepare the Creative Human Resources before entering their working environment, as in Individual or Corporate work, Creative Fresh Graduates should learn more about Literacy and life guidelines.*

**Keywords:** Creative Industry, Career, Fresh Graduate, Guideline

## 1. PENDAHULUAN

Fenomena Post Graduation Anxiety adalah sebuah bagian hidup dari seorang mahasiswa yang sudah selesai menyelesaikan jenjang pendidikannya dan berpindah ke jenjang hidupnya yang baru. Masa perpindahan ini merupakan sebuah momentum terbesar dalam hidup seorang Fresh Graduate karena mereka dihadapkan dengan banyak sekali pilihan dan tanggung jawab untuk berdiri sendiri dalam hidup. Banyaknya pilihan ini adalah salah satu sumber kecemasan dalam hidup seorang mahasiswa, dimana pilihannya adalah mereka mengikuti karir impian mereka, bekerja di sebuah instansi untuk mencari nafkah, atau menggali potensi mereka. Pilihan ini tidak dapat diganggu gugat dan masing-masing pilihan mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing.

Akan tetapi, pilihan ini dapat membuat Fresh Graduate cemas dengan semua langkah yang diambilnya, jangka waktu yang diberikan untuk melaksanakan pilihan ini juga tidak banyak mempertimbangkan mereka mempunyai banyak tuntutan dari Diri sendiri dan Lingkungan sekitar mereka. Menurut Data Kementrian Ketenagakerjaan, Usia untuk produktif kerja adalah sekitar 25-29 tahun, dan rata-rata usia untuk memulai kerja adalah 23. Pada jenjang waktu yang singkat (rata-rata 2 tahun) itu, Fresh Graduate tidak diberikan waktu yang banyak untuk mencoba dan melakukan kesalahan jenjang karir. Kesalahan memilih jenjang karir adalah hal yang normal, namun tidak mencoba sama sekali dan tidak gagal adalah kesalahan terbesar yang dapat dilakukan oleh seorang Fresh Graduate, karena untuk mengenali lingkungan kerja atau pasar bisnis, butuh pengalaman setidaknya 2 tahun atau lebih untuk mendapatkan referensi dunia kerja yang relevan (glints.com)

Selain itu, Fresh Graduate juga mendapatkan tekanan dari lingkungan sekitarnya untuk menjadi sebuah sosok yang berhasil, baik dari keluarga, teman, maupun tetangga yang berpengaruh kepada kehidupannya. Kebanyakan dari tekanan tersebut tidak berjalan paralel dengan potensi dan Identitas diri seorang Fresh Graduate. Tekanan tersebut menimbulkan perasaan takut dan cemas yang berlebih yang dapat menimbulkan Impostor Syndrom yang dapat berakibat fatal terhadap Individu yang sedang membangun mental dan menata jenjang karirnya (Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation).

Sebagai Fresh Graduate di Industri Kreatif, sangat penting untuk mempunyai perspektif yang positif terhadap masa depan dan mempunyai visi-misi untuk terus berkembang dalam karirnya, berbagai cara adalah berpikir kritis menggunakan prinsip desain dan terus mengembangkan keterampilan untuk menghadapi tantangan dalam hidup.

Dalam menghadapi tantangan dalam Industri Kreatif, Seringkali Fresh Graduate Industri Kreatif mengalami kecemasan dalam menata karir mereka dikarenakan ketidakpastian mereka terhadap pilihan tersebut. Walaupun begitu, Mereka adalah garda terdepan masyarakat Indonesia yang kritis dan penuh dengan ide cemerlang. Subyek penelitian ini adalah untuk meningkatkan kesadaran akan Kecemasan Pasca Kelulusan pada seluruh Fresh Graduate dan memberikan Pedoman dalam menjalani hidup sebagai Pekerja Kreatif. Strategi Kampanye kali ini akan meningkatkan kesigapan Fresh Graduate Industri Kreatif dalam menghadapi tantangan dalam dunia kerja dan akan membangkitkan semangat mereka melalui pedoman untuk menghadapi persaingan Industri Kreatif.

Kelulusan seorang Fresh Graduate adalah waktu transisi dan penyesuaian mereka dalam memasuki fase hidup selanjutnya. Kecemasan paska kelulusan dapat berupa

### **A. Ketidakpastian Karir**

Fresh Graduate banyak yang mengalami kecemasan terkait ketidakpastian tentang jalur karier, prospek pekerjaan, dan kesesuaian kualifikasi akademis mereka dengan pasar kerja. 14

### **B. Kekhawatiran Finansial**

Kekhawatiran dalam Management keuangan dapat menjadi hal yang baru bagi para fresh graduate dikarenakan kurangnya adaptasi terhadap hal tersebut

### **C. Masa Transisi Kehidupan**

Kerja Pindah dari lingkungan akademis ke dunia profesional bisa menjadi tantangan. Selain itu, Mencari Tempat tinggal untuk Lingkungan kerja baru dan tanggung jawab untuk hidup sendiri dapat berkontribusi pada kecemasan.

### **D. Tekanan untuk Sukses**

Ada kemungkinan tekanan eksternal dan internal untuk berhasil dalam karier yang dipilih, menyebabkan ketakutan akan kegagalan atau sindrom penipu.

### **E. Perubahan Hubungan Sosial**

Dilansir dari Linked In, Menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial baru adalah hal yang sulit bagi banyak Fresh Graduate dikarenakan perbedaan lokasi atau budaya tempat kerja.

### **F. Perbedaan Struktur Kerja**

Jadwal akademis dan pekerjaan mandiri dapat berbeda jauh, jika hal itu terjadi, akan ada kesenjangan dan penyesuaian diri terhadap hal tersebut.

### **G. Identitas dan Tujuan Pribadi**

Jati diri dan passion adalah sesuatu yang ditentukan dalam waktu yang lama menyesuaikan dengan diri sendiri. Perubahan jati diri dapat terjadi dengan Fresh Graduate setelah lulus dan menghadapi realita dunia

## **2. METODOLOGI**

### **2.1 . Studi Kasus**

Untuk mendapatkan data yang akan diperoleh secara kualitatif, akan dibutuhkan sampel mendalam dari individu, organisasi, atau kelompok tertentu. Oleh karena itu, studi kasus akan digunakan untuk menemukan solusi dalam kasus yang terjadi, yaitu stigma Illustrator dan Industri Kreatif di Indonesia. Tujuan dari studi kasus ini adalah mencari penyebab mengapa hal ini bisa terjadi, dan dengan pengumpulan sampel pertanyaan kepada tiap individu yang mengalami lingkungan Kerja Kreatif di Indonesia. Dari sampel yang dikumpulkan, kita bisa memahami situasi psikologi yang terjadi pada lingkungan kerja tersebut yang dapat menjadi alat tolak ukur validasi data.

## 2.2 Kualitatif

Tujuan dari Metode Penelitian Kualitatif adalah mencari informasi sedetail mungkin melalui data yang diperoleh. Metode Kualitatif saya gunakan dalam membangun Campaign. Selain itu, Metode Kualitatif memiliki beberapa kelebihan dibandingkan metode kuantitatif seperti Fleksibilitas pengumpulan Informasi, Teknik sampling yang cocok untuk pengumpulan data fleksibel, dan hasil data yang deskriptif dan mudah dipahami. Dalam Metode Kualitatif, Hasil sampling akan bersifat subjektif, namun akan lebih mudah dipahami karena hasil sampling berasal dari individu yang bekerja di bidang kreatif. Dan sebagai wadah pengumpulan data, Peneliti akan menjadi pendengar dan alat tolak ukur dalam mengumpulkan informasi tersebut

## 3. METODE PERANCANGAN

Metode perancangan yang digunakan adalah Design thinking, menurut John E. Arnold.(1959) design thinking adalah pendekatan desain untuk pemecahan masalah secara kreatif, dimana tahapan di dalamnya terdapat Emphatize, Define, Ideate, Prototype & Test, yang bersifat human centered/(audiens) dimana metode ini juga bersifat iteratif atau bisa di check bolak balik, walaupun memiliki urutan prosedur sistematis.

### Empathize

Sebagian Besar Fresh Graduate di Industri Kreatif mengalami Post Graduation Anxiety karena belum menemukan potensi sepenuhnya seperti Identitas diri, Karir, Hubungan Sosial, Pengalaman Kerja, dan Finansial.

### Define

Fresh graduate di Industri Kreatif belum cukup pengalaman untuk memulai bab baru dalam hidup mereka, dan **belum menemukan Kualitas dalam diri mereka karena kurangnya pengalaman dan daya juang mereka, sehingga mereka belum percaya diri.** (Betterup.com/post-graduation-blues)

### Ideate

Hasil dari brainstorming dari perancangan visual, tone & manner, dan pendekatan komunikasi yang disukai oleh target audience yaitu Narrative Media Campaign dalam bentuk feed Short Comic sebagai pedoman Fresh Graduate dalam meningkatkan kualitas diri dan persiapan ke dalam Industri Kreatif Narrative Media dalam perancangan campaign kali ini berfungsi sebagai Redefining Self Quality bagi Fresh Graduate

### Prototype

Ide, Script yang telah dirancang dan diwujudkan dalam bentuk Short Comic dan Documentary tentang prospek pekerjaan Industri Kreatif

### Test

Media Short comic di-upload ke media sosial @illumonadraw untuk menarik perhatian Target Audiens yang akan menjadi alat tolak ukur touch point dan pesan yang dibawakan sebelum diluncurkan ke media publik.

## **4. DATA DAN TINJAUAN PUSTAKA**

### **4.1 . Perkembangan Industri Kreatif**

Industri kreatif telah menjadi penopang ekonomi yang semakin naik seiring dengan kemunculan platform digital dan alat kreatif yang semakin luas kategorinya. Industri Kreatif membawa kontribusi yang besar dalam sektor ekonomi melalui subsektor Seni Visual, Design, Informasi, Komunikasi, Iklan, Media, Pertunjukan, dan bidang lainnya. Pertumbuhan Industri kreatif memberikan nilai tambah terhadap kreativitas dan inovasi dalam dunia kerja, yang dapat membantu Indonesia tumbuh dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi, serta memberikan apresiasi terhadap budaya lokal (Rohani Silalahi, Pembangunan Industri Kreatif sebagai Pendorong Pertumbuhan Ekonomi. 2008)

Indonesia menjadi salah satu negara yang mempunyai potensi besar dalam pengembangan Sumber Daya Industri kreatif, bahkan salah satu yang terbaik di ASEAN, bahkan pasar dunia. Namun, Kemampuan SDM Indonesia dalam dunia kreatif masih relatif rendah dan lamban. Informasi ini didapatkan menggunakan data performa pekerjaan marketing yang diberlakukan selama tahun 2021 hingga 2022 yang mengalami penurunan dikarenakan Perlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang mengakibatkan penurunan ekonomi pada Perusahaan. Kesulitan yang dirasakan pekerja menggambarkan bagaimana rasa tanggung jawab Karyawan terhadap tugas yang diberikannya.

Di Indonesia terutama di kota-kota besar, Industri Kreatif menjadi sebuah mata pencaharian bagi para Fresh Graduate. Industri kreatif telah menjadi tempat yang penuh persaingan antar Perusahaan dan Individu. Permintaan yang tinggi akan tenaga kerja kreatif dan gaji yang tidak seberapa sudah lumrah di Industri yang berkembang ini. Lingkungan kerja kreatif seringkali diabaikan dan dianggap sebagai hal yang sepele, Tenaga kerja kreatif, termasuk ilustrator juga seringkali dianggap sebagai pekerja yang bayarnya rendah dan pekerjaannya cukup "Mudah". Padahal untuk menjadi seorang tenaga kerja kreatif, butuh "Softskill" dan "Hardskill" yang dipelajari diluar materi dan membutuhkan waktu yang lama untuk menguasai kemampuan tersebut.

### **4.2 Studi Sampel Ilustrator**

Mengambil sampel data dari Ruang Lingkup Kerja Ilustrator, Menurut Survey Standar AGCAS editors November 2022, Seorang Ilustrator membutuhkan waktu kurang lebih 6 Tahun untuk memulai karir dan membangun reputasi sebagai seorang Ilustrator. Kesiapan setiap orang berbeda dalam memulai karir sebagai Ilustrator. Memulai profesi sebagai Ilustrator adalah sesuatu yang sangat beresiko. Kebanyakan ilustrator di Indonesia adalah seorang freelance yang berkarir di agensi luar negri, dan ada yang bekerja sebagai art director, atau menggabungkan pekerjaan ilustrator dengan mengajar.

Ilustrator adalah seorang seniman, namun perannya dalam Industri Kreatif lebih besar daripada hanya menjadi seorang seniman. Ilustrator membuat gambar untuk mengkomunikasikan cerita, ide, atau pesan yang diterapkan dalam sebuah media. Sebagai Ilustrator, Anda harus menyesuaikan pekerjaan anda dengan permintaan dari audiens, client, dan beradaptasi dengan segala tantangan yang ada di Industri Kreatif. (AGCAS & Graduate Prospects Ltd)

Menurut Michael Fleishman, Seorang Ilustrator, Penulis, dan Professor seni, Pekerjaan Ilustrator adalah memproduksi ilustrasi untuk menyampaikan pesan, namun perannya tidak hanya sebagai Visual Storyteller. Peran dan tanggung jawab seorang Ilustrator lebih dari

membuat gambar, dengan skill yang sangat beragam, Illustrator dapat bekerja dalam berbagai Industri dan penerapan ilustrasi tidak terbatas. Dengan kreativitas, Ilustrasi dapat diterapkan dalam berbagai bidang

"Seorang Illustrator merancang ilustrasi untuk berkomunikasi, memberikan pesan dengan estetika dan tata krama. Illustrator adalah profesi multitalenta yang dapat memecahkan suatu masalah. Tujuan seorang ilustrator adalah memberikan nilai lebih terhadap sebuah pesan dan memberikannya makna baru."

Sama dengan profesi seni lainnya, Menjadi seorang Illustrator tidak sama seperti mencari karir dalam profesi lainnya. Seorang Illustrator yang serius harus mempersiapkan dirinya untuk menentukan arah dalam karir ilustrasinya dan itu membutuhkan waktu yang lama. Arah yang ditentukan sangatlah beragam dan dapat berubah-ubah setiap waktunya.

Namun, Kesempatan untuk menjadi seorang ilustrator sangatlah tidak terbatas, Media dan penerapan dalam Ilustrasi juga tidak terbatas. Illustrator dapat menjadi apa saja yang mereka inginkan, selalu ada kesempatan untuk bekerja dalam dunia ilustrasi selama ada demand-nya. Ilustrasi sendiri memiliki genre yang sangat beragam, dan tiap genre-nya memiliki keunikan dan peluangnya sendiri.

Oleh karena itu, keterbatasan ilustrator dalam menjadi apa yang mereka tuju adalah kesiapan mereka dalam berkarir dalam luasnya ruang lingkup ilustrasi dalam Industri Kreatif. Mungkin syarat untuk menjadi Illustrator adalah memiliki keinginan bawaan yang kuat untuk berkreasi sesuai passionnya, namun untuk mencari perannya dalam Industri Kreatif, Illustrator harus menyiapkan fondasi karirnya dalam ilustrasi selain passion dalam bidang seni.

### **4.3 Teori Kampanye Sosial**

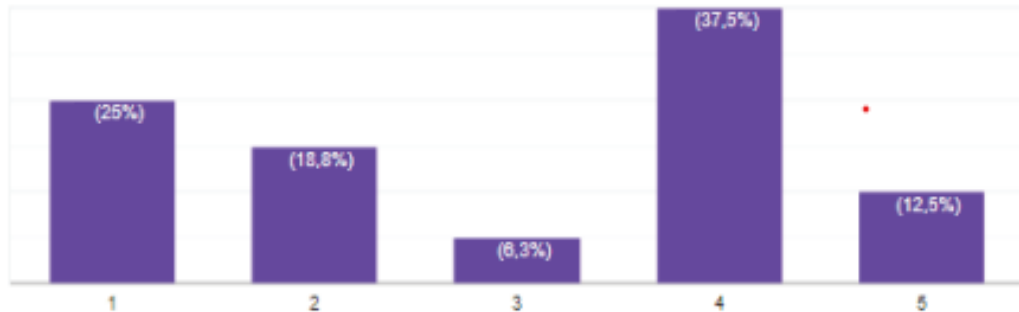
Rogers dan Storey 1987 mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu (Venus, 2004:7). Kampanye adalah tindak komunikasi melalui praktik di lapangan menggunakan sebuah mediatayang mencakup keseluruhan proses dan fenomena. Karakteristik dari kampanye adalah sumber yang jelas, data yang akurat, model perancangan dan penyampaian yang penuh tanggungjawab terhadap suatu aksi atau produk. Kampanye dapat diidentifikasi dan juga dievaluasi validitas sumber pesan yang disampaikan oleh setiap individu yang menerima pesan kampanye. Isi dari sebuah kampanye juga bersifat terbuka dan dapat didiskusikan dan bertujuan untuk membuat perubahan yang baik sebagai kontribusi kepada masyarakat.

### **4.4 . Data dan Identifikasi Masalah**

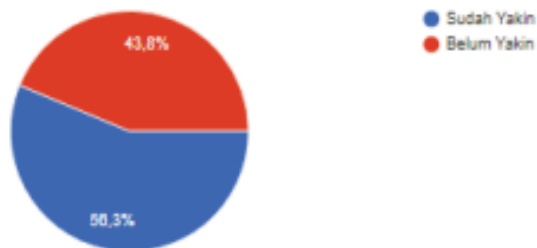
#### **Kuesioner**

Kuesioner membantu perolehan data kesiapan dari sampel Target Audiens dalam menghadapi dunia kerja. Kuesioner ini disebar dari Perancang campaign terhadap responden secara langsung. Dari Ketiga pertanyaan yang disampaikan kepada 58 Responden. dapat disimpulkan hampir sebagian responden Fresh Graduate mengalami kecemasan dan masih belum yakin dengan jalan karir mereka, Sebagian besar berhasil menentukan jalur karir setelah mereka lulus.

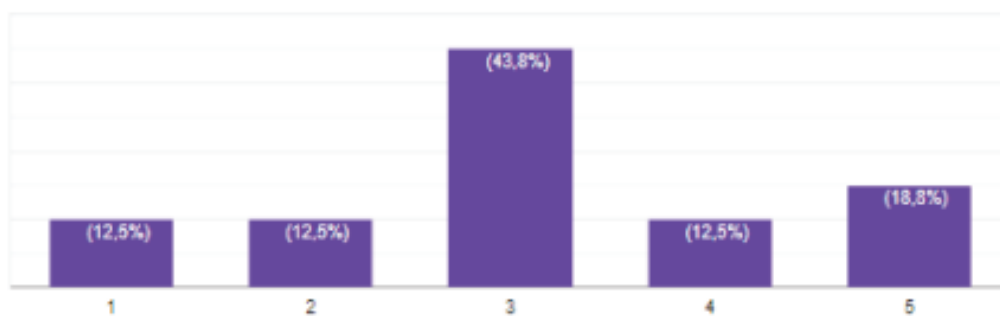
**Seberapa yakin anda dengan karir di Industri Kreatif dari 1(sangat yakin) sampai dengan 5(tidak yakin)**



**Sudahkah anda yakin dengan jalur karir anda?**



**Seberapa Cemas Responden dalam memenuhi tanggungjawab kerja?**



Gambar 1. Hasil Kuesioner

## **Wawancara dengan Wastana Haikal (Illustrator)**

Sebagai orang yang sukses di Industri Kreatif, Wastana Haikal adalah seorang Illustrator yang terkenal di Indonesia dengan karya-karya ilustrasinya yang merambah ke masyarakat kreatif dalam bentuk Animasi dan Ilustrasi. Haikal memutuskan untuk menjadi seorang Freelance Illustrator semenjak lulus dari ITB pada tahun 2016, dan dalam sejang waktu itu sampai sekarang, karir yang ia bangun telah membuktikan bahwa sebagai seorang illustrator individu, ia dapat menjadi Illustrator independent yang dikenal oleh orang banyak dan paling banyak berkontribusi ke dalam Film, Grafis, dan Warna-warna ilustrasi di Indonesia. Wawancara dengan Haikal berisi pertanyaan tentang bagaimana dia menjalani kehidupan sebagai seorang illustrator melalui Hopes and Fears, dan pandangannya terhadap Industri Kreatif zaman sekarang

### **Hopes:**

*Apa yang membuatnya percaya diri menjadi seorang illustrator?*

- Dukungan External
- Hubungan Timbal Balik dari Creator dan Audiens

*Apa persiapan untuk dunia kerja?*

- Portofolio (Menjadi kurator karya sendiri dan memiliki standar ganda)

*Tips dari Wastana Haikal untuk Illustrator fresh graduate*

- Di market yang saturated, pelajar roots dan peran dalam ilustrasi dan usahakan untuk stand out dari pasar, karena ketika pasar mati, maka orang yang mengikuti pasar juga mati
- Karya tidak harus mengikuti market, karya bisa stand out dengan mengaplikasikannya ke dalam satu topik yang disukai oleh creator
- Mempelajari hal dasar dalam setiap karir atau profesi dapat menambah versatility dalam dunia kerja.
- Mempunyai Prinsip dalam Hidup

### **Fears:**

*Apa yang membuatnya tidak percaya diri?*

- Banyak yang lebih jago di umur yang lebih muda
- Kehidupan zaman sekarang yang begitu cepat dan mudah tergantikan
- karir ilustrasi yang berakhir ketika pindah haluan ke karir yang lain

*Apa responnya terhadap ketakutan tersebut?*

- Untuk Mundur satu langkah ketika semua orang berlomba untuk maju
- Jujur terhadap diri sendiri dan yakin dengan semua keputusan yang dia ambil

### **Kesimpulan Data**

Yang Fresh Graduate butuhkan untuk memulai karir dalam Industri Kreatif adalah Intuisi dan niat yang tinggi, akan ada banyak penyesuaian diri seiring berjalannya proses mereka menuju kesuksesan, namun karena karir dalam Industri Kreatif adalah bentuk dari intuisi, hal utama yang Fresh Graduate Industri Kreatif perlu terapkan adalah Menggali kembali potensi diri sendiri dan Percaya Diri.



## 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 . Problem Statement

"Fresh Graduate butuh pedoman untuk menghadapi Industri Kreatif". Dikarenakan Industri Kreatif mendapatkan Permintaan yang banyak terhadap Tenaga Kerja dan Persaingan tiap Perusahaan terus meningkat, mereka perlu meningkatkan kesiapan diri dalam dunia kerja, baik secara komersil maupun Individu.

#### **Kondisi Saat Ini**

"Keluhan Fresh Graduate dalam menemukan jenjang karir, penyesuaian skill, tugas pekerjaan, dan gaji yang sesuai dengan passionnya, Sehingga Fresh Graduate Industri Kreatif belum menemukan potensi terbaik dirinya."

#### **Kondisi Ideal**

"Fresh Graduate menemukan perannya dalam Industri kreatif sehingga Mereka menjadi professional dalam bidang yang ditekuninya"

#### **Problem Statement**

"Post Graduation Anxiety" Sangat umum dan menjadi bagian hidup dari semua Fresh Graduate, namun kurangnya kesadaran masyarakat terhadap kecemasan yang krusial untuk menentukan karir dan masa depan Fresh Graduate Industri Kreatif"

#### **Problem Solution**

"Merancang media visual optimis yang memberikan wawasan terhadap luasnya peluang Industri Kreatif agar Fresh Graduate Industri Kreatif menemukan jati diri, Percaya diri, dan optimal dalam menghadapi persaingan Industri Kreatif, baik sebagai Pekerja, maupun Individual bila ditekuni."

### 5.2 Segmentasi Target

**Target Audience:** Fresh Graduate Umur (20 - 25 tahun) - Semua Kalangan - Laki-Laki dan Perempuan

**Geografis:** Kota besar di Indonesia

**Psikografis:** Fresh Graduate Industri Kreatif (Terutama Design & Ilustrasi). Sedang mencari Pekerjaan dan Jati Diri, dan Mahir Menggunakan Teknologi dan sosial media untuk mendapatkan informasi - Memiliki Value dan apresiasi terhadap bidang seni dan design - Bekerja di bidang Ilustrasi

**Teknografis:** Mengikuti trend di Internet - Sedang mencari pekerjaan - Sedang mencari jati diri

### 5.3 Message Planning

**Who (With What Message):** Perancang Media Narrative Campaign ("Overcome Your Fear")

**To Whom:** Fresh Graduate Industri Kreatif (Umur 20-25) yang sedang mencari positioning karir baik komersil maupun individual.

**In Which Channel:** Campaign Pedoman Narrative Media | Comic disampaikan melalui sosial media yang dan memungkinkan story telling bertumpuk seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan Tik-Tok serta youtube untuk Documentary

**What Effect:** Target Audiens Fresh Graduate dapat menentukan jalan karir dalam Industri kreatif, dan membantu mencari percaya diri mereka dalam masa-masa transisi pasca kelulusan untuk memulai karir yang mereka idamkan.

#### 5.4 Efek Komunikasi

AIDA	Tujuan	Media
Attention	Clickbait, Menarik perhatian audiens dengan ilustrasi dan statement (Kata-Kata) unik.	Instagram Feed, Tiktok Poster, Standee
Interest	Menarik hati target audiens dengan storytelling "relatable" sebagai daya tarik	Instagram Feed, Tiktok
Desire	Memberikan rasa percaya diri kepada Fresh Graduate terhadap karir dan hidup dari perspektif hidup	Produk, Lanyard, Gantungan Kunci, Sticker, T-Shirt, Totebag
Action	Target Audiens mengikuti campaign untuk menambah wawasan dan menemukan jati diri mereka	Website, Buku

#### 5.5 Creative Approach

**General Message:** "Overcome Your Fear" adalah sebuah pesan bagi Fresh Graduate untuk membantu mereka melewati masa-masa transisi mereka setelah lulus dan membuat mereka percaya diri untuk memulai langkah selanjutnya!

**Problem Statement:** Kecemasan Fresh Graduate terhadap pilihan karirnya dalam Industri Kreatif yang membuat mereka Depresi dan salah mengambil langkah dalam

**Target Insight:** Membuka wawasan terhadap Finansial, Karir, Kehidupan Kerja, Hubungan Sosial, dan membantu Fresh Graduate dalam menentukan jati diri mereka

## 5.6 What to Say

- "Overcome Your Fear"

WTS ini menjadi pedoman optimis untuk para fresh graduate bahwa Mereka yang telah sukses juga pernah mengalami ketakutan. yang membuat mereka berhasil adalah keinginan yang kuat.

## 5.7 How to Say

- Perancangan Kampanye Narrative Media dan Comic harian SemiOptimist dengan pendekatan manis dan nyaman sebagai Pedoman hidup Fresh Graduate dalam menghadapi dunia kerja Industri Kreatif. Pedoman hidup dapat berupa guideline karir dan hidup dari perspektif yang berbeda.

## 5.8 Hasil Perancangan

- **Identitas Visual**



Gambar 2. Logo Illumona

Illumona adalah Ilustrasi Mona, sebuah Campaign visual terhadap fenomena Post Graduation Anxiety melalui short comic semi-optimist dengan karakter mediator bernama Mona.



Gambar 3. Color Palette



Gambar 4. Font



Gambar 5. Supergraphic & Aset Visual

“  
**Overcome  
Your  
Fear!**  
”

Gambar 6. Slogan

Slogan “Overcome Your Fear” Merupakan sebuah respon penuh energi untuk mengarungi lautan penuh dengan ketakutan.

Making  
life Worth  
the Try

**OVER  
COME  
Your fears**

Walking  
through  
Uncertainty

Gambar 7. Desain Slogan

- **Perancangan Karakter**



*Gambar 8. Desain Karakter Mona*

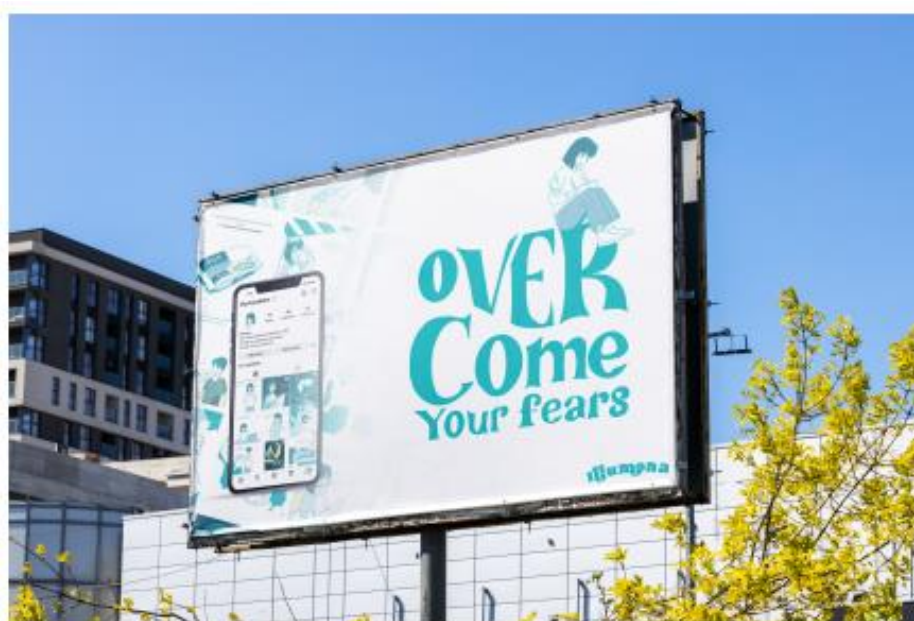
Perancangan Karakter untuk Illumona adalah Mona. Mona adalah seorang wanita peri yang tidak punya tongkat, melainkan pena ajaib yang dapat membuat sebuah ide menjadi nyata. Mona adalah seorang mediator yang penuh empati. Dengan pena ajaibnya, Mona akan menunjukkan betapa luasnya dunia ini bila kita menggunakan kemampuan kita

- **Perancangan Komik**



Gambar 9. Salah Satu Komik Illumona

- **Attention**



Gambar 10. Mockup Baliho



Gambar 11. Mockup Poster dan Standee

- Interest



Gambar 12. Mockup Page Instagram Komik Illumona

- Desire



Gambar 13. Preview Website



Gambar 14. Mockup Buku



## **KESIMPULAN**

Diharapkan perancangan seri campaign Illumona dapat mencapai audiens yang sedang mencari prinsip dalam hidupnya dan dapat membantu mereka melalui masa-masa transisi dalam hidupnya.

“Tidak ada yang namanya kebahagiaan setiap saat, Manusia tidak hanya duduk diam dan mengharapkan kebahagiaan setiap saat. Jika manusia menghabiskan waktu hidupnya mengejar kebahagiaan, mereka tidak akan menyelesaikan apapun. Karena pada dasarnya, yang anda kejar bukanlah kebahagiaan, namun perasaan terpenuhi setelah menggapai target dan misi, atau bahkan tanggung jawab yang diberikan kepadamu. Maka dari itu, tetaplah bermimpi dan kejarlah apapun yang ada di balik kabut tebal itu.”

## DAFTAR RUJUKAN

- Ernawati. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual, 2019. (eJournal UMAHA)
- Daengku. (2021). Journal of Humanities and Social Sciences Innovation. (<https://jurnal.ahmar.id/index.php/daengku>)
- Sri Fatmawati. (2022). PENGARUH IKLAN MODEL AIDA (attention, interest, desire, action) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE INDONESIA PADA MAHASISWA FISIP UNISKA MAB
- Rahmi, A. (2018). PERKEMBANGAN INDUSTRI EKONOMI KREATIF DAN PENGARUHNYA TERHADAP PEREKONOMIAN DI INDONESIA. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 2(1), 1386 - 1395. Retrieved from <https://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/139>
- Mukti Wibowo. (2014). Wibowo, Mukti. "Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Pt.telekomunikasi Indonesia Tbk. Kandatel Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, vol. 16, no. 1, 3 Nov. 2014.
- Brianna A. Baker. (2019). POST GRADUATION ANXIETY. (<https://www.linkedin.com/pulse/post-graduation-depression-anxiety-youre-alone-brianna-baker/>)
- Rofi Rofaida, Suryana, Asti Nur Aryanti, Yoga Perdana. (2019). Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0 (<https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/download/1909/1685/>)
- Darryl Bellamy Jr. (2022). POST GRADUAL ANXIETY (Jurnal Fearless Inside) (<https://fearlessinside.com/post/common-post-college-fears-and-how-to-avoid-them>)
- Archana Kumari. (2014). EXAMINATION STRESS AND ANXIETY: A STUDY OF COLLEGE STUDENTS ([https://www.researchgate.net/publication/271873210\\_EXAMINATION\\_STRESS\\_AND\\_ANXIETY\\_A\\_STUDY\\_OF\\_COLLEGE\\_STUDENTS](https://www.researchgate.net/publication/271873210_EXAMINATION_STRESS_AND_ANXIETY_A_STUDY_OF_COLLEGE_STUDENTS))
- Alicia Raeburn. (2022). Analisis SWOT: Arti dan cara menggunakannya (beserta contoh). Diambil dari: <https://asana.com/id/resources/swot-analysis>
- Ni Putu Deva Srinadi. (2023). Pajak Profesi: Pajak atas Penghasilan Ilustrator. (<https://www.pajakku.com/read/638483abb577d80e801c78d5/Pajak-Profesi:-Pajak-atas-Penghasilan-Ilustrator>)
- Yanne Inggriani Ivan, Artyasto Jatisidi. (2020). PERANCANGAN STRATEGI DIGITAL CAMPAIGN "PIGIJO" UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. (<https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/445/348>)