

PERANCANGAN VIDEO INTERAKTIF SEBAGAI BEKAL MAHASISWA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK MEMBUKA USAHA JASA DI BIDANG DESAIN

Christian Denny, Elisabeth Christine Yuwono, Vanessa Yusuf.

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya, Indonesia
E-mail : christiandenny10@gmail.com

ABSTRAK

Bekerja dan membuka usaha sendiri bagi beberapa orang merupakan sebuah ketakutan terutama bagi mahasiswa-mahasiswi jurusan desain komunikasi visual semester akhir. Ketakutan sering muncul karena kurangnya pengetahuan dan pengalaman di dalam dunia kerja. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk bekal dan ilmu tentang dunia kerja bagi mahasiswa semester akhir yang hendak lulus nanti, terutama bagi mereka yang ingin membuka usaha sendiri di bidang jasa desain. Setelah melakukan proses survei dan wawancara ke beberapa target dan narasumber, telah ditemukan beberapa masalah yang dialami oleh generasi muda yaitu mengenai pengambilan keputusan saat mulai membuka usaha, modal yang harus disiapkan, dan cara mempertahankan usaha tersebut. Oleh karena itu, perlu adanya sebuah media yang mampu memberikan bekal dan membantu memberikan pengetahuan tentang dunia kerja. Salah satunya adalah melalui perancangan video interaktif ini, dengan harapan melalui video interaktif ini dapat melibatkan penonton untuk ikut merasakan langsung dalam mengambil keputusan. Video interaktif ini akan di publish di youtube, karena di era saat ini banyak generasi muda lebih senang menonton video di youtube sehingga media ini nanti akan lebih cepat sampai di target audience.

Kata kunci : Video Interaktif, Dunia kerja, Usaha Jasa, Desain Komunikasi Visual

ABSTRACT

Working and opening one's own business for some people is a fear especially for the final semester students of visual communication design. Fear often arises because of the lack of knowledge and experience in the working world. This design is aimed for the final semester students who will graduate as a provision and knowledge about the working world, especially for those who want to open their own business in the field of design. After conducting a survey and interview process with several targets and sources, there was several problems that was found in most young generations, namely the matter of making decisions when starting a business, capital that must be prepared, and ways to maintain the business. Therefore, it is necessary to have a media that is able to provide provisions and help provide knowledge about the world of work. One of them is through designing this interactive video, with the hope this interactive video can involve the audience to feel directly in making decisions. This interactive video will be published on YouTube, because in the current era many young people prefer to watch videos on YouTube. That way this interactive video will be easier to see.

Keywords : Interactive Video, Workplace, Service Business, Visual Communication Design

Pendahuluan

Latar Belakang

Menurut Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi mencatat sekitar 8,8% dari total 7 juta pengangguran di Indonesia adalah sarjana. Kondisi tersebut sangat mengkhawatirkan mengingat persaingan untuk mendapatkan pekerjaan akan semakin ketat (Shintaloka, 2018). Hal tersebut didukung dengan perilaku mahasiswa-mahasiswi saat ini yang terbiasa dengan segala sesuatu yang instan. Kemajuan teknologi yang pesat, dan semua kecanggihan teknologi saat ini membuat generasi muda menjadi lebih kreatif, kaya akan ilmu, karena informasi yang mudah didapat. Hal tersebut juga membuka kemungkinan dan peluang bagi sebuah usaha jasa di bidang desain mulai dicari.

Menggunakan dan memanfaatkan segala sesuatu yang ada disekitar kita memiliki dampak positif dan negatif tergantung dari cara dan tujuan penggunaannya (Boen, 2013). Namun jika dilihat saat ini dengan semua fasilitas yang disuguhkan, tentunya permasalahan ikut muncul, seperti yang banyak dialami mahasiswa-mahasiswi semester akhir yang bingung setelah kuliah nanti hendak melakukan apa. Banyak hal yang bisa dilakukan setelah lulus kuliah, seperti mengambil studi lagi, meneruskan usaha orang tua, kerja ikut orang untuk mencari pengalaman dan membuka usaha sendiri. Akan tetapi kebiasaan yang melekat pada kebanyakan mahasiswa-mahasiswi saat ini membuat mereka menjadi lebih santai, dan menganggap segala sesuatunya mudah untuk dicapai sehingga rencana apa yang seharusnya hendak dilakukan setelah lulus kuliah tidak dipikirkan matang-matang. Oleh karena itulah banyak mahasiswa yang menganggur dan akhirnya tujuannya setelah lulus kuliah menjadi tidak jelas (Susanti, 2015). Banyaknya macam usaha jasa dan pekerjaan yang ada hingga saat ini, seharusnya menjadi salah satu hal yang membantu mahasiswa-mahasiswi untuk bisa membuka usaha sendiri, bagi mereka yang hendak membuka usaha sendiri. Menjadi seorang entrepreneur merupakan sesuatu yang bisa menjadi salah satu peluang bagus bagi generasi muda. Terbukti menurut Presiden Joko Widodo di negara maju banyak orang yang menjadi entrepreneur, dimana sejak dini pada generasi mudanya diajarkan tentang sebuah entrepreneur, karena menurut negara maju entrepreneur merupakan hal yang penting (Kuwado, 2018). Hal tersebut tidaklah sulit dilakukan oleh generasi muda Indonesia apabila mereka mengetahui dan mengerti apa yang harus disiapkan, apa saja yang harus dihadapi dan beberapa langkah untuk bisa siap dalam membuka usaha nanti, selain mental dan beberapa faktor lainnya. Dilihat dari permasalahan yang ada, hal

tersebut tidak boleh dianggap sebagai sesuatu yang masih jauh. Banyak mahasiswa-mahasiswi yang takut gagal saat mencoba membuka usaha. Hal yang harus ditakutkan bukan karena kegagalan yang akan dialami, melainkan ketakutan untuk mencoba dan gagal. Kegagalan merupakan hal yang wajar dialami setiap orang, terlebih jika seseorang tersebut ingin membuka usaha sendiri. Target perancangan nantinya adalah mahasiswa-mahasiswi semester akhir jurusan desain komunikasi visual di kota Surabaya. Oleh karena itu video interaktif ini bisa menjadi sesuatu yang menarik bagi generasi muda, didukung juga dengan bantuan *Youtube* sebagai wadahnya (Fikry, 2016).

Rumusan Masalah

Bagaimana cara merancang video interaktif sebagai bekal mahasiswa desain komunikasi visual dalam pengambilan keputusan saat membuka usaha jasa di bidang desain ?

Tujuan Perancangan

Merancang video interaktif sebagai bekal mahasiswa desain komunikasi visual dalam pengambilan keputusan saat membuka usaha jasa di bidang desain.

Batasan Lingkup Perancangan

Obyek perancangan ini adalah mahasiswa desain komunikasi visual semester akhir di Surabaya

Target Audience

- ❖ Demografis
 - Laki-laki dan wanita
 - Usia 22-23 tahun
 - Status ekonomi sosial dari bawah, menengah sampai ke atas (A-C).
- ❖ Geografis
 - Masyarakat Kota Surabaya.
- ❖ Psikologis
 - Bingung dengan apa yang menjadi target setelah lulus berkuliah
 - Menyukai segala sesuatu yang bersifat *instant*
 - Takut melangkah kedepan dan mengambil keputusan, tetapi memiliki rasa ingin tahu dan niat belajar.

❖ *Behavior*

- Sering menganggap mudah segala sesuatu,
- Bertindak sebelum berpikir,
- Sering tidak memperhatikan lingkungan sekitar (acuh).

Metode Pengumpulan Data

Untuk data primer, pengumpulan data dilakukan dengan survei dan juga wawancara kepada beberapa target audience dan narasumber yang sudah memiliki pengalaman di dalam dunia kerja. Untuk data sekunder diperoleh melalui penelitian pustaka dan internet.

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode kualitatif. Metode analisa kualitatif yang digunakan adalah metode analisa 5W+1H. Melalui analisa 5W+1H akan diketahui apa saja permasalahan yang menjadi ketakutakan mahasiswa desain komunikasi visual semester akhir saat ini sehingga metode ini bisa menjadi dasar perancangan ini untuk bagaimana mengatasinya hal tersebut dengan menggunakan media video interaktif.

Tinjauan Permasalahan

Menurut catatan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM), seperti yang diungkapkan oleh Menteri Koperasi dan UKM Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga, jumlah pengusaha di Indonesia meningkat dari yang sebelumnya hanya sebesar 1,67% menjadi 3,10% dari total jumlah penduduk Indonesia yang saat ini sebanyak 225 juta jiwa (Harmayani, 2018). Namun jumlah tersebut masih tertinggal ketimbang negara-negara lain. Berdasar *Global Entrepreneurship Index* (GEI), Indonesia ada di urutan ke 97 dari 136 negara. Berada di bawah Thailand, Malaysia, dan Vietnam.

Hasil Survei dan Wawancara Target Audience

Proses pengumpulan data dilakukan dengan survei ke beberapa target audience dan wawancara ke narasumber untuk mendapatkan data yang akurat tentang apa yang menjadi permasalahan mahasiswa desain komunikasi visual semester akhir. Survei yang dilakukan adalah dengan memberikan beberapa pertanyaan langsung kepada 20 mahasiswa desain

komunikasi visual semester akhir. Sedangkan proses wawancara dilakukan kepada 3 orang narasumber yang sudah terjun langsung di dalam dunia kerja dan memiliki usaha jasa di bidang desain sampai saat ini. Perihal yang di wawancarakan kepada narasumber seputar pekerjaan mereka saat ini, awal mula mereka membuka usaha dan mempertahankannya sampai saat ini, pengaturan modal dan permasalahan-permasalahan yang mereka hadapi selama membuka usaha serta cara mengatasinya, dengan tujuan memberikan pengetahuan kepada target nantinya.

Konsep Perancangan

Tujuan Video Interaktif

Video interaktif ini dibuat dengan tujuan memberikan bekal seperti pengetahuan edukasi, informasi dan melatih pemikiran mahasiswa desain komunikasi visual tentang pengambilan keputusan di dalam dunia kerja nanti apabila mereka dihadapkan pada sebuah masalah dan pilihan. Diharapkan dengan adanya video interaktif ini mahasiswa desain komunikasi visual bisa terbiasa mengambil keputusan dan mengerti tentang langkah-langkah apa yang harus diambil apabila mereka ingin membuka usaha jasa di bidang desain.

Strategi Kreatif

Topik dan Tema Video Interaktif

Tema dari video interaktif yang akan dibuat berhubungan dengan dunia kerja. Dunia kerja sendiri merupakan hal yang penting dan mempengaruhi banyak orang terutama bagi mahasiswa semester akhir yang tidak lama setelah mereka lulus, mereka akan menghadapi dunia kerja. Meskipun sangat penting bagi mahasiswa semester akhir dan bagi orang lain, masih banyak yang bingung bagaimana cara mereka menghadapi dunia kerja terlebih bagi mereka yang ingin membuka usaha sendiri. Topik dari tema tersebut adalah tentang sebuah usaha jasa di bidang desain. Saat ini bisa dilihat dunia *entrepreneur* semakin pesat karena berpotensi, usaha jasa memiliki banyak keuntungan dan tidak memerlukan modal yang terlalu besar. Banyak sekali macam usaha jasa saat ini, termasuk usaha jasa di bidang desain yang saat ini merupakan salah satu usaha jasa dengan peminat yang cukup banyak.

Penempatan Video Interaktif

Video interaktif ini nantinya akan di-*publish* dalam rentang waktu satu minggu sekali dalam beberapa bulan, dengan pembawaan serius tetapi tetap akan ada *jokes-jokes* di beberapa bagian. Hal tersebut bertujuan supaya penonton tidak bosan dan materi maupun konten yang disajikan tidak terlalu berat bagi penonton. Jadi tiap minggu berikutnya akan ada video baru yang di-*publish*, tentunya konten dari video interaktif ini akan berbeda-beda, sesuai dengan urutan yang telah direncanakan. Gambar atau video pendeknya akan di-*publish* terlebih dahulu di *Instagram*, untuk menarik sekaligus memberikan informasi kepada penonton video apa yang akan di tayangkan pada minggu tersebut.

Target jumlah video interaktif yang akan di-*publish* kemungkinan hanya akan direalisasikan menyesuaikan dengan waktu yang ada, dapat dikatakan untuk sisa video interaktif lainnya kemungkinan besar akan di-*publish* setelah *project* ini selesai. Konten video dikemas semenarik mungkin untuk mengajak target untuk bisa juga berperan dalam permasalahan yang ada di dalam video interaktif yang akan dibuat. Urutan konten video dibuat dengan tujuan supaya penonton mendapatkan fakta dan pengetahuan diawal, dan video interaktif tersebut bertujuan supaya penonton bisa menerapkan secara langsung apa yang telah mereka lihat dan pelajari. Pada video interaktif yang dibuat akan menentukan hasil akhir video dari beberapa keputusan yang diambil di awal. Video akan disajikan dengan durasi video sekitar 1-7 menit paling lama dan video akan di *upload* tiap minggu nya dengan adanya satu orang yang sama pada semua video. Seseorang tersebut akan membawakan konten video dari yang pertama sampai terakhir supaya penonton dapat lebih mengingat video-video yang sudah ditayangkan (Amalia, 2016)

Penyajian Konten

Penyajian konten pada video interaktif ini akan berlangsung selama 3 bulan, akan tetapi pada realisasinya nanti akan di-*publish* selama 1 bulan berisi 3 video. Semua konten akan dimuat dalam satu bulan tersebut. Memberikan *influence* kepada orang lain tidaklah mudah, membutuhkan waktu dan proses yang cukup lama. Jangka waktu tersebut secara tidak langsung memberikan bekal bagi mahasiswa desain komunikasi visual semester akhir. Kemudian dari waktu yang ada dapat terlihat perkembangan

data mengenai seberapa banyak video interaktif ini mencapai targetnya.

- Konten video pertama berupa video sindiran tentang apa yang akan mahasiswa desain komunikasi visual semester akhir ini lakukan selepas jenjang perkuliahan. Konten video pertama ini hanya sebagai video pembuka dan *clickbait* bagi para penonton. Pesan yang ingin disampaikan pada konten video pertama ini adalah untuk membuat generasi muda atau mahasiswa-mahasiswi saat ini merasa mengetahui apa yang selama ini terjadi dan bagaimana kondisi mahasiswa-mahasiswa jaman sekarang. Konten ini akan di-*publish* pada bulan pertama sampai bulan ketiga dengan harapan bisa menarik *awareness* para mahasiswa-mahasiswi.
- Konten video kedua masuk kedalam video interaktif yang akan mengajak mahasiswa-mahasiswi ikut serta dalam pengambilan keputusan yang ada di video. Isi video kedua ini akan menampilkan sebuah masalah tentang awal mula seseorang yang harus membuka usaha jasa untuk pertama kalinya, bagaimana dan apa keputusan yang diambil, peluang apa saja yang harus didapatkan dan bagaimana cara mengembangkan usaha nya menjadi dikenal banyak orang. Pada akhir video akan ada beberapa pilihan video yang berisi tindakan yang akan dilakukan selanjutnya, kemudian video tersebut akan terkoneksi sampai hasil video terakhir yang menjadi hasil dari semua keputusan *target audience*. Pesan yang ingin disampaikan pada konten video kedua adalah bahwa setiap orang memiliki kesempatan dan keputusan mereka masing-masing yang harus mereka gunakan sebaik dan sebijak mungkin. Konten ini akan di *publish* pada bulan pertama sampai ketiga dengan harapan mahasiswa-mahasiswi bisa terjun langsung dalam pengambilan keputusan dan pemecahan masalah yang ada pada video. Secara tidak langsung hal tersebut memberikan pengalaman yang membuat mahasiswa-mahasiswi melatih pemikiran mereka.

- Konten video terakhir akan berisi tentang pengalaman pribadi dan sebuah video dokumenter seorang *founder* Bebocto *Creative* yang bergerak dibidang desain terkhususnya di bidang yearbook yang telah berhasil dan memiliki pengalaman dalam bidang usaha jasa desain, bagaimana cara mereka pertama kali melihat peluang untuk membuka usaha jasa di bidang desain, penjelasan tentang usaha Bebocto *Creative*, bagaimana cara mempertahankan usaha yang telah dibuat, pengambilan keputusan dan cara dalam mengatasi permasalahan yang ada mulai dari awal membuka sampai saat ini menjaga konsistensi. Pesan yang ingin disampaikan pada konten video ketiga adalah agar mahasiswa bisa memiliki pemahaman dan mengetahui gambaran secara garis besar dalam menghadapi dunia kerja terutama di bidang jasa desain. Konten ini akan di-*publish* pada bulan kedua dan ketiga dengan harapan mahasiswa-mahasiswa bisa mendapat gambaran tentang bagaimana menghadapi dunia kerja, dan secara tidak langsung bisa mendapatkan cara mudah melalui cerita pengalaman orang-orang yang ahli dalam bidangnya.

Bulan pertama :

Minggu 1 : Konten video 1
 Minggu 2 : Konten video 1
 Minggu 3 : Konten video 1
 Minggu 4 : Konten video 2

Harapan pada bulan pertama, konten video yang diberikan kepada penonton mampu menarik *awareness*. Hal tersebut bertujuan supaya banyak penonton yang menyebarkan video tersebut sehingga lebih banyak lagi yang menonton video tersebut.

Bulan kedua :

Minggu 1 : Konten video 2
 Minggu 2 : Konten video 3
 Minggu 3 : Konten video 3
 Minggu 4 : Konten video 2

Harapan pada bulan kedua, *viewers*, *like*, *share* dan *subscribe* semakin meningkat sampai dibulan ketiga. Orang-orang sudah banyak yang mencoba mengikuti video interaktif yang dibuat terutama mahasiswa-mahasiswa yang menjadi target spesifik pada perancangan ini.

Bulan ketiga :

Minggu 1 : Konten video 1
 Minggu 2 : Konten video 2
 Minggu 3 : Konten video 3
 Minggu 4 : Konten video 3

Harapan pada bulan ketiga, banyak mahasiswa-mahasiswa yang semakin tertarik untuk mencoba video interaktif ini dan mulai merasakan dampak dan mendapatkan pengetahuan lebih tentang dunia pekerjaan khususnya dunia kerja jasa dibidang desain.

Konsep Visual

- *Design Type*

Pada konten video ini ada beberapa kalimat penting dimunculkan, sehingga kalimat tersebut dapat lebih ditangkap dan diingat oleh penonton. Jenis *font* yang digunakan adalah serif dan sans serif. Jenis *font* serif digunakan untuk kalimat penjelasan, sedangkan jenis *font* sans serif digunakan untuk menekankan kalimat.

- *Design Style*

Video interaktif ini menggunakan banyak background polos, dengan beberapa animasi yang mendukung penjelasan dari video. Untuk membuat video ini semakin dikenal dan diingat banyak orang, maka ada pemeran yang sama di setiap video.

Metode Evaluasi

Evaluasi akan diadakan setiap minggunya untuk melihat peningkatan jumlah penonton, *like*, *share* maupun *subscribe*, karena jumlah tersebut sangat penting untuk mengetahui video interaktif ini dari minggu ke minggu dapat diterima oleh target dengan baik atau tidak. Target keberhasilan akan dipatok berdasarkan dari jumlah angka peningkatan yang terjadi selama video interaktif ini keluar di *youtube* maupun *Instagram*.

Proses Produksi

• Pra Produksi Storyline

Konten video 1

Suasana sunyi, satu persatu pemain berjalan lurus, kemudian satu persatu pemain berbicara dengan nada yang menyindir. Pada awal sampai akhir video akan berisi berbagai kata-kata yang memberikan pertimbangan pemikiran bagi mahasiswa semester akhir yang sampai saat ini masih santai dan menganggap bahwa urusan pekerjaan itu bisa dipikirkan nanti. Di akhir video akan muncul kata-kata yang menanyakan kembali kepada mahasiswa semester akhir apakah mereka sudah memikirkannya.

Konten video 2

Pada awal video, terlihat seseorang mahasiswa bernama Raymond sedang berjalan melihat handphone yang dia pegang. Kemudian duduk dan mengambil laptop karena ada seseorang yang memberikan pesan ajakan untuk bermain, apabila dia menerimanya maka hal yang terjadi selanjutnya adalah Raymond akan bermain sampai larut malam demi memenangkan permainan tersebut. Setelah kejadian tersebut tiba-tiba Raymond mengalami gejala flu. Terdapat dua pilihan yaitu, Raymond meminum obat atau tidak. Saat dia memilih untuk meminum obat maka dia memenangkan permainan dan mendapatkan uang banyak. Namun laptop yang dia gunakan untuk bermain selama ini rusak karena terlalu lama dan sering dipakai *non stop*. Pilihan lainnya adalah Raymond tidak meminum obat dan memaksakan dirinya. Hasilnya Raymond pingsan karena kelelahan dan sakit.

Kembali ke awal, apabila Raymond memilih untuk menolak ajakan untuk bermain, hal yang dia lakukan adalah mencari referensi tentang usaha yang nantinya akan dibuat. Setelah itu muncul dua pilihan lagi yaitu, membuat portofolio yang biasa sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya terlalu banyak atau membuat portofolio yang bagus dan berbeda dari yang lain tetapi membutuhkan biaya yang lebih besar, dengan semua portofolio tersebut Raymond akan melakukan promosi. Jika memilih untuk membuat portofolio yang biasa saja maka tidak banyak tawaran yang masuk. Hal sebaliknya terjadi apabila Raymond memilih untuk membuat portofolio yang bagus dan *out of the box*, tawaran untuk menggunakan jasa Raymond akan banyak masuk. Akhirnya

Raymond mendapatkan surat kontrak dan mendapatkan klien pertama.

Konten video 3

Pada awal video posisi Rehuel berada ditengah-tengah layar. Setelah itu akan ada beberapa pertanyaan seputar kesibukan dan usaha yang sedang dia rintis saat ini, beberapa kendala dan cerita tentang pandangnya mengenai generasi muda saat ini. Tidak hanya itu saja akan tetapi akan ada beberapa tips untuk mahasiswa semester akhir yang masih bingung bagaimana cara memulai suatu usaha.

• Produksi Lokasi, Aktor, Durasi Video

Konten video 1

- Lokasi : Ruangan kelas
- Pemain : Raymond, Rehuel, Ivana, Alex, Vanny
- Durasi : 1:00-1:08 menit

Konten video 2

- Lokasi : Ruangan kelas
- Pemain : Raymond
- Durasi : 5:00-6:00 menit

Konten video 3

- Lokasi : Kantor Bebocto Creative
- Pemain : James Frederick Tan
- Durasi : 6:00-6:10 menit

Budgeting

Aktor :

- Raymond : Rp 500.000
- Rehuel : Rp 500.000
- Ivana Tammy : Rp 500.000
- Vanny : Rp 500.000
- Alexander : Rp 500.000

Crew

- Videografer : Rp 1.000.000
- Editor : Rp 1.000.000

Final Artwork

Konten 1



Video selengkapnya :
<https://youtu.be/vsyOSWotGA0>

Konten 2



Video selengkapnya :
<https://youtu.be/UDktG26wMt8>

Konten 3



Video selengkapnya :
<https://youtu.be/NoFmkxJfSbE>

Instagram



Media yang digunakan untuk membantu mempromosikan media yang telah dibuat adalah dengan menggunakan *social media Instagram*. Untuk nama Instagramnya adalah *outside_prjt*. Beberapa hal dan konten yang akan dimasukkan kedalam Instagram adalah beberapa fakta tentang permasalahan yang ada, untuk membantu meningkatkan perhatian orang tentang permasalahan yang ada. Kedua adalah teaser-teaser video yang akan di publish di youtube. Kemudian yang terakhir ada pengenalan seputar aktor yang ada pada video, semua aktor yang ada diusahakan semaksimal mungkin merupakan orang-orang yang memang sudah memiliki usaha sendiri, terutama di bidang jasa desain. Oleh karena itu media promosi Instagram ini akan menjadi media utama untuk menyebarkan tentang video interaktif yang dibuat.

Poster



Media promosi kedua adalah poster yang akan ditempelkan di beberapa tempat printing. Poster tersebut akan mulai ditempelkan pada tanggal-tanggal tertentu, yaitu pada tanggal-tanggal mahasiswa desain komunikasi visual semester akhir akan melangsungkan ujian atau sidang. Hal tersebut dilakukan supaya poster ini terlihat maksimal oleh banyak *target audience*. Poster yang akan ditempel ini diharapkan mampu menarik beberapa target audience yang melihat untuk mengunjungi *youtube channel* yang tertera pada bagian bawah poster.

Penutup Kesimpulan

Pada akhir proses pembuatan media interaktif ini dapat disimpulkan bahwa masih banyak mahasiswa semester akhir yang memiliki kesulitan dan juga ketakutan akan hal yang akan mereka hadapi nanti setelah lulus berkuliah, terutama untuk membuka usaha sendiri. Video interaktif yang telah selesai dibuat mampu memberikan arahan dan bekal bagi mahasiswa desain komunikasi visual semester akhir untuk lebih memiliki pandangan tentang cara pengambilan keputusan dalam membuka usaha. Tentunya dari video interaktif tersebut beberapa *target audience* memberikan *feedback* yang positif dengan menonton dan mengikuti video interaktif yang telah di-*publish* di *Youtube*. Kedepannya diharapkan video interaktif ini dapat terus memunculkan video-video yang menarik yang mampu menjawab permasalahan seputar dunia kerja bagi mahasiswa DKV Indonesia.

Saran

Saran untuk penelitian maupun perancangan video interaktif ini kedepan adalah bisa mengangkat permasalahan yang lebih mendalam dan lebih detail lagi tentang dunia usaha jasa di bidang desain, seperti bagaimana cara mempertahankan usaha yang telah dibuat, mendapatkan klien pertama dan cara menghadapi klien.

Daftar Pustaka

- A., S. (2015, November). *Ketakutan Mahasiswa Usai Lulus*. Retrieved from www.okezone.com: <https://news.okezone.com/read/2015/11/28/65/1257306/ketakutan-mahasiswa-usai-lulus>
- Amalia. (2016, Maret). *Remaja Jauh Lebih Suka Nonton Youtube Ketimbang TV*. Retrieved from www.metrotvnews.com: <http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknologi/gNQ6Qyab-remaja-jauh-lebih-suka-youtube-ketimbang-tv>
- Boen, B. (2013). *Top Words 2*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka.
- Fikry, R. (2016). *Siapa Menjadi Studentpreneur*. Solo: Tiga Serangkai.
- Harmayani. (2018, November). *Jumlah Entrepreneur di Indonesia Masih Tertinggal Negara Lain*. Retrieved from www.sindonews.com: <https://nasional.sindonews.com/read/1356252/15/jumlah-entrepreneur-di-indonesia-masih-tertinggal-negara-lain-1542733554>
- Kuwado, F. (2018, April). *Jumlah Entrepreneur di Indonesia Jauh di Bawah Negara Maju*. Retrieved from www.kompas.com: <https://nasional.kompas.com/read/2018/04/05/17261391/jumlah-entrepreneur-di-indonesia-jauh-di-bawah-negara-maju-ini-kata-jokowi>
- Shintaloka. (2018, Mei). *Pengangguran Lulusan Universitas Naik 1,13 persen*. Retrieved from www.tirto.id: <https://tirto.id/bps-pengangguran-lulusan-universitas-naik-113-persen-cJ3h>
- Susanti, A. (2015, November). *Ketakutan Mahasiswa Usai Lulus*. Retrieved from www.okezone.com:

<https://news.okezone.com/read/2015/11/28/6>

5/1257306/ketakutan-mahasiswa-usai-lulus

