

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia kerja adalah dunia yang penuh tantangan. Dunia dimana para mahasiswa membuktikan ilmu mereka. Dunia kerja sekarang ini sungguh sangat berbeda dengan dunia kerja beberapa tahun yang lalu, seperti kita bisa lihat bagaimana tingkat pengangguran yang terus meningkat. Berdasarkan Surat Pembaharuan Jakarta, Jumlah pengangguran tingkat sarjana di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2007, jumlahnya sekitar 740.000, dan awal tahun 2009 bertambah mendekati angka satu juta atau lebih dari 900.000 sarjana yang menganggur. Tak dapat dipungkiri dunia yang berjalan begitu cepat dan dinamis, orang yang tak dapat mengejar maka akan ketinggalan jauh. Sehingga mahasiswa harus mempersiapkan dirinya untuk terjun ke dalam dunia kerja. Bila tidak mahasiswa akan kalah bersaing dengan banyaknya kompetitor yang ada di luar sana.

Ilmu yang didapat selama kuliah sangatlah penting, namun *hard skill* saja tidaklah cukup untuk mendukung dalam dunia kerja yang sangat dinamis sekarang ini. Dibutuhkan banyak sekali bekal yang bisa membuat kita menjadi lebih unggul dibandingkan orang lain. Bagaimana kita bisa unggul dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Semua manusia memiliki talenta yang unik, hanya saja bagaimana kita bisa menemukan dan mengembangkan apa yang ada dan menjadikan itu kekuatan bagi kita agar bisa menjadi “pemenang” di dunia kerja. Banyak mahasiswa memiliki aset yang luar biasa dalam dirinya namun tidak tahu bagaimana menemukan kelebihan dan kekurangannya dan mengembangkannya menjadi potensi yang sangat kuat.

Penting sekali bagi mahasiswa untuk terus mengembangkan potensi dirinya, mahasiswa yang memiliki potensi diri tapi tidak dapat mengembangkan dan menunjukkannya sama saja dengan sebuah produk yang baik tanpa memiliki kemasan yang baik. Maka penting sekali untuk mengembangkan keseluruhan diri mahasiswa secara seimbang. Sama halnya dengan produk- produk yang ada dipasaran. Bagaimana pola pikir *customer* memilih produk yang satu dibandingkan yang lain. Tidak jauh dengan kita bagaimana kita bisa membuat *customer* memilih kita ketimbang pesaing lainnya.

Maranatha termasuk 50 Universitas terbaik versi Webometrics peringkat ke 39. Walau banyak pesaing universitas-universitas yang bermunculan sekarang ini namun Tetap bisa menjadi salah satu Universitas terbaik di Indonesia. Tapi tetap saja Maranatha harus tetap meningkatkan kualitas dari lulusan Maranatha selain dengan mata-mata kuliah yang ada. Misalnya dengan adanya kegiatan-kegiatan yang mendukung dan mengembangkan potensi mahasiswa seperti unit-unit kegiatan mahasiswa yang dimiliki Maranatha.

Maranatha memiliki W2M untuk membantu mahasiswa berorientasi dengan dengan lingkungan kampus. Penting juga bagi Maranatha untuk mempersiapkan mahasiswa tahun akhir untuk terjun ke dunia kerja yang sangat dinamis. Perubahan begitu cepat sehingga penting sekali bagi Maranatha untuk menyiapkan mahasiswanya agar bisa menjadi SDM yang dipilih di dunia kerja nantinya. Dengan diadakannya *event* yang bisa membantu menemukan dan mengembangkan dirinya untuk menjadi insani yang lebih baik.

Peranan Desainer Komunikasi Visual disini adalah dapat membantu mengsosialisasikan pentingnya memiliki keunikan diri dan juga mengajak mahasiswa menggunakan media-media seperti poster, *ambience* yang menarik agar mahasiswa sadar akan pentingnya *event* ini dan mau untuk mengikuti event *Motivate Me*.

1.2. Permasalahan dan ruang lingkup

Setelah melihat latar belakang yang ada maka permasalahan utama adalah kurangnya kesadaran mahasiswa akan pentingnya memiliki & mengembangkan keunikan dan kelebihan di dirinya agar bisa tampil berbeda dan mengalahkan kompetitor-kompetitor yang ada di dunia kerja nantinya.

Desain Komunikasi Visual dapat memberi solusi dengan membuat kampanye *event motivate me* yang dapat membantu mahasiswa menyiapkan, mengembangkan dirinya.

Ruang Lingkup desain ini adalah target utama yaitu mahasiswa tingkat akhir di Universitas Kristen Maranatha. Usia 22 – 25.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan, maka masalah yang harus dibahas adalah:

1. Bagaimana caranya mengsosialisasikan tentang pentingnya memiliki pentingnya memiliki dan mengembangkan keunikan dalam diri.
2. Bagaimana menyampaikan ide dan ajakan untuk kampanye *event motivate me* kepada mahasiswa tahun akhir secara menarik

1.3 Tujuan perancangan

Sesuai dengan masalah yang sudah dibahas diatas, maka hasil-hasil yang akan dicapai melalui Tugas Akhir ini adalah:

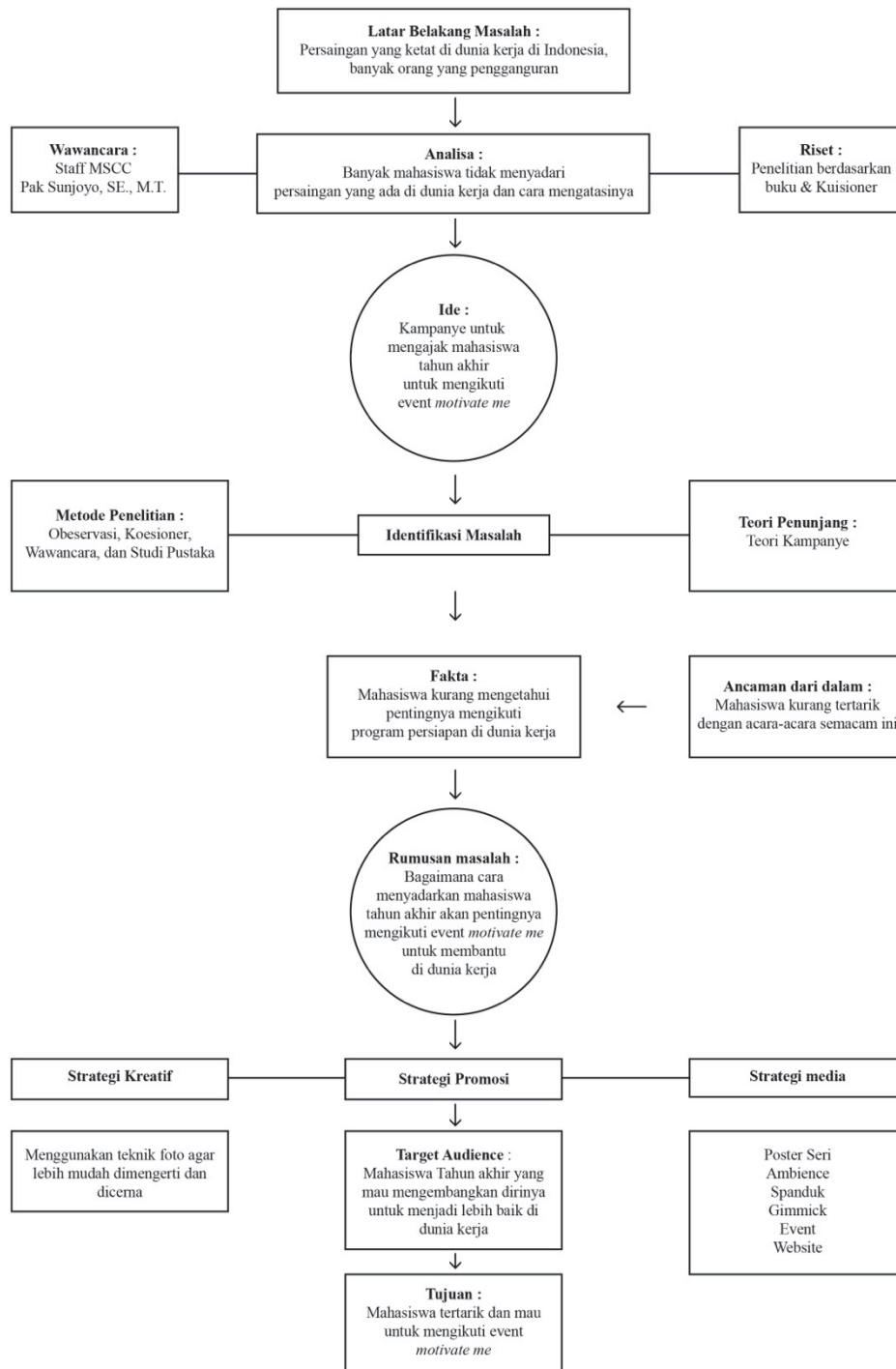
1. Memberikan informasi kepada mahasiswa Maranatha tahun akhir mengenai pentingnya untuk menemukan kekuatan dan kelemahan diri dengan mengikuti *event motivate me*.
2. Dengan adanya kampanye ini diharapkan banyak mahasiswa tahun akhir yang dapat ikut *event* dan menjadi mengerti bagaimana bisa membentuk diri menjadi pribadi yang lebih baik dan siap dalam dunia kerja.
3. Kampanye yang dilakukan melalui berbagai macam media yang dapat menarik perhatian dan membujuk Mahasiswa tahun akhir Universitas Kristen Maranatha.

1.4 Sumber dan teknik pengumpulan data.

Langkah awal dalam pembuatan adalah pengumpulan dan penganalisaan data. Ada beberapa metode yang digunakan yaitu:

1. Wawancara
Melakukan wawancara dengan orang-orang yang spesialis dengan pengembangan diri untuk persiapan dalam dunia kerja.
2. Studi pustaka
Mempelajari tentang motivasi untuk membentuk diri di dunia kerja, *attitude* dalam bekerja, dan buku-buku yang berhubungan dengan pembentukan merk diri.
3. Kuesioner
Membagikan kuesioner untuk mengetahui seberapa banyak mahasiswa yang mengenal dan mengetahui pentingnya persiapan diri ke dalam dunia kerja.

1.5 Skema Perancangan



Tabel 1.5.1 Tabel Skema Perancangan