

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Quarter life crisis merupakan rasa kebingungan dan kecemasan akan tujuan hidup di masa depan yang tidak dapat diprediksi saat memasuki fase dewasa pada usia 20-30 tahun. Permasalahan yang kerap terjadi saat mengalami fase krisis adalah ketidakstabilan emosi yang dapat mengganggu khalayak dalam mengambil sebuah keputusan dan mengenal jati diri. Dalam *quarter life crisis* di bidang karier, banyak sekali problematika yang dapat mengganggu identitas diri serta psikis untuk memiliki tujuan, meraih *goals*, dan mengasah keterampilan dalam berkarier agar dapat menjadi sosok yang berguna dimasa depan nanti.

Salah satu solusi yang dapat menyelesaikan masalah dengan bidang desain komunikasi visual adalah membuat visual kampanye sosial untuk mengatasi *Quarter Life Crisis* pada karier. Melalui visual Kampanye ini, penulis ingin membantu khalayak yang sedang mengalami kebingungan karier agar dapat termotivasi untuk bangkit dari QLC dan siap memasuki dunia kerja serta dapat meraih kesuksesan dalam hidupnya. Penting sekali untuk menjaga emosional individu, karena jika tidak dapat diatasi, maka akan semakin sulit untuk bangkit dan menemukan solusi untuk mencapai keinginan kesuksesan untuk menemukan *passion* menuju kesuksesan karier yang diinginkan.

Melalui hasil wawancara dengan mentor psikolog, *focus group discussion*, dan studi literasi yang dilakukan, solusi yang didapatkan untuk menghadapi *quarter life crisis* dapat diatasi dengan melakukan refleksi diri, membuat visi karier yang ingin dituju, menemukan *passion* agar dapat menentukan tujuan karier, dan berani untuk keluar dari zona nyaman serta melakukan eksplorasi karier dalam segala bidang. Berdasarkan survei yang sudah dilakukan, media sosial yang digunakan sehari-hari adalah Instagram, maka dari itu penulis membuat produk kampanye yang akan dipublikasikan melalui *platform* Instagram.

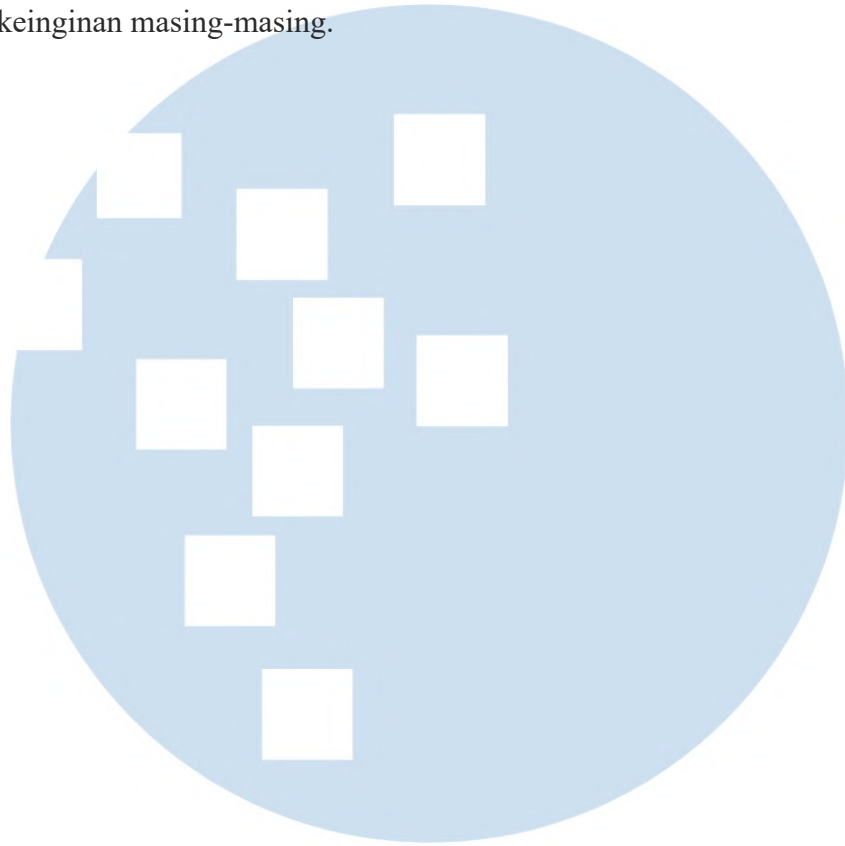
“Eksplorasi Menuju Ambisi Masa Depan” merupakan *big idea* untuk mempresentasikan pada logo serta slogan kampanye. Penulis ingin mengajak khalayak yang mengalami krisis di bidang karier untuk mulai meningkatkan rasa ambisi untuk berani melangkah dalam menemukan jati diri dan berani memulai agar dapat menemukan solusi untuk mencapai kesuksesan dalam berkarier. Konsep visual yang digunakan adalah “*Point of View Imaginary*” dalam visual slogan menceritakan proses perjalanan seseorang dalam meraih kesuksesan dalam menemukan minat bakat untuk kehidupan karier kedepannya sampai ketitik akhir melalui pintu dan jendela dari logo produk kampanye. Perancangan yang digunakan untuk strategi media dan pesan adalah metode AISAS terdiri dari *Attention, Interest, Search, Action, dan Share*.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian perancangan kampanye sosial untuk mengatasi *Quarter Life Crisis* pada karier, penulis memiliki saran kepada seluruh peneliti maupun mahasiswa yang ingin mengambil topik mengenai fenomena psikososial untuk lebih memahami lebih dalam lagi sebelum dan sesudah konsultasi dengan para ahli maupun psikolog. Selain topik yang ingin dikembangkan serupa, penulis berharap melalui laporan tugas akhir ini dapat menambahkan referensi bagi pembaca maupun peneliti yang ingin melakukan penelitian dalam membuat perancangan kampanye sosial, dan mengikuti segala proses dalam mengembangkan ide untuk menghasilkan visual yang dapat menarik bagi target audience yang sudah dirancang.

Untuk kepada seluruh pembaca dan mahasiswa, penulis berharap melalui pembahasan mengenai solusi QLC di bidang karier semoga melalui slogan dan konten yang sudah di visualisasikan dapat menjadi penyemangat dan lampu untuk memulai langkah dalam eksplorasi karier. Melalui perancangan ini, penulis juga menyampaikan kepada seluruh pembaca dan peneliti bagi mahasiswa tingkat awal, tingkat akhir maupun *fresh-graduated* selalu siap untuk menghadapi dunia kerja mulai dari sekarang dan turut dapat mendukung kepada sesama mahasiswa yang

sedang berada di proses menemukan jati diri serta minat bakat yang diinginkan sesuai keinginan masing-masing.



UMMN

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A