

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Pengambilan data yang dilakukan oleh penulis adalah *mixed method*, yakni penggabungan antara metode kualitatif dan kuantitatif. Menurut Taherdoost (2022), menggunakan kedua metode ini dapat lebih membantu penulis dalam memahami objek penelitian secara mendalam, serta dapat mengatasi permasalahan yang kompleks terutama di bidang sosial dan kesehatan. Metode kualitatif yang penulis lakukan adalah wawancara, FGD, studi eksisting, dan studi referensi. Sedangkan metode kuantitatif yang dilakukan adalah melalui penyebaran kuesioner. Pengumpulan data ini bertujuan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut dalam merancang buku aktivitas mengenai *self empowerment* dalam perjalanan karier untuk usia 21 – 27 tahun. Berikut adalah penjelasan proses dan hasil mengenai metode kualitatif dan kuantitatif yang dilakukan oleh penulis:

3.1.1 Metode Kualitatif

Penulis mengumpulkan data melalui wawancara dengan dua narasumber, yakni seorang psikolog dewasa dan HRD untuk mengetahui karakteristik usia 21 – 27 tahun ketika sedang menempuh karier. Lalu penulis mengadakan *focus group discussion* (FGD) bersama lima orang dengan rentang usia 21 – 27 tahun untuk berdiskusi terkait perjalanan karier dan pemahaman *self empowerment* mereka. Wawancara dilaksanakan melalui pertemuan langsung secara tatap muka dan *online*. Kemudian FGD juga dilakukan secara *online* melalui Google Meeting. Penulis melakukan studi eksisting dan referensi terhadap beberapa buku yang serupa dengan topik dan perancangan yang dibuat sebagai acuan dan pedoman dalam perancangan buku aktivitas ini.

3.1.1.1 Wawancara

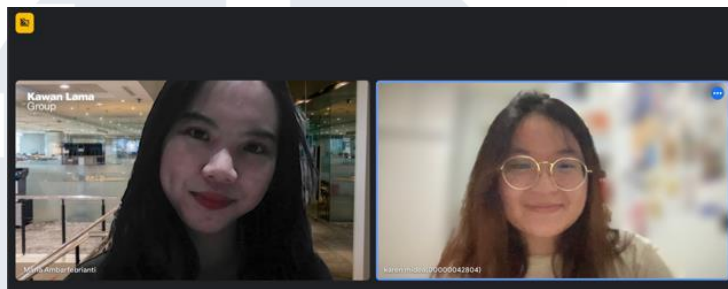
Wawancara dilakukan dengan Citra Hati Leometa, M.Psi., Psikolog, seorang psikolog klinis dewasa di Ruang Tumbuh, sebuah klinik psikologi yang melayani terapi maupun *counseling*. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dan faktor usia 21 – 27 tahun yang belum memiliki *self empowerment* dan perencanaan karier serta solusi terhadapnya. Informasi dari seorang ahli psikolog memberikan wawasan baru terkait permasalahan generasi Z, memperdalam makna *self empowerment*, serta data, informasi, dan teori objektif yang dapat digunakan sebagai konten dalam perancangan ini. Proses wawancara dilakukan melalui pertemuan tatap muka di Mall of Indonesia, Jakarta Utara, pada tanggal 18 Februari pukul 14.00 – 15.00 WIB. Media yang digunakan adalah *handphone* untuk merekam audio serta laptop, pen, dan buku tulis sebagai *guide* dan *notes*.



Gambar 3.1 Wawancara dengan Citra Hati Leometa, M.Psi., Psikolog

Wawancara kedua dilakukan bersama dengan seorang HRD, khususnya *Talent Acquisition Executive*, di Kawan Lama Group, Maria Ambarfebrianti, S.Psi. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan data mengenai karakteristik anak muda usia 21 – 27 tahun saat mereka sedang berproses dalam berkarier dan keterampilan yang dibutuhkan agar dapat diterima di sebuah perusahaan. Informasi dari seorang HRD membantu penulis dapat

mencari tahu lebih dalam faktor generasi Z yang sulit mendapatkan kerja serta *insight* dan strategi yang dapat digunakan sebagai konten dalam perancangan ini. Proses wawancara dilakukan secara *online* karena menyesuaikan jadwal dari narasumber melalui Google Meet, pada tanggal 24 Februari pukul 18.30 – 19.30 WIB. Media yang digunakan adalah laptop, pen, dan buku tulis sebagai alat komunikasi, merekam audio, *guide* dan *notes*.

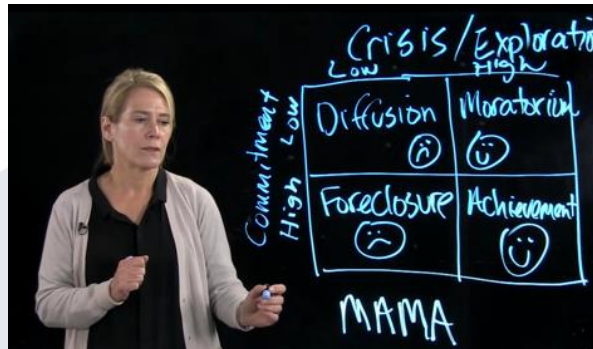


Gambar 3.2 Wawancara dengan Maria Ambarfebrianti, S.Psi

1. Wawancara dengan Citra Hati Leometa, M.Psi., Psikolog Klinis Dewasa

Dalam proses *human development*, Citra Hati Leometa, M.Psi., Psikolog sebagai narasumber ahli menjelaskan bahwa manusia pasti mengalami masa-masa krisis, salah satunya adalah saat mereka pindah dari masa perkuliahan ke dunia kerja yang disebut sebagai *Quarter Life Crisis*. Sebuah teori dari James Marcia menjelaskan bahwa ada empat jenis atau karakteristik seseorang saat beralih dari masa kuliah ke dunia kerja. Jenis pertama adalah *diffusion*. Ciri-ciri orang ini adalah mereka tidak melakukan apa-apa karena belum ada arahan dan tidak komitmen terhadap apa yang harus dilakukan. Jenis kedua adalah *monatorium*, yang menunjukkan bahwa seseorang banyak bereksplorasi namun belum berkomitmen terhadap satu hal. Lalu jenis ketiga dengan karakteristik seseorang yang memiliki komitmen yang tinggi namun kurang eksplorasi karena mengikuti permintaan orang tuanya disebut sebagai *foreclosure*.

Terakhir, seseorang yang sudah banyak melakukan eksplorasi dan berkomitmen tinggi disebut sebagai *achievement*.



Gambar 3.3 James Marcia's *Adolescent Identity Development*
Sumber: [youtube.com/watch?v=-JrZwmHU9xE](https://www.youtube.com/watch?v=-JrZwmHU9xE) (2017)

Karakteristik yang sangat disarankan oleh narasumber adalah *monatorium*. Tidak masalah jika seseorang baru lulus, mereka banyak melakukan eksplorasi meskipun terlambat, dibandingkan dengan tidak melakukan eksplorasi dan diam saja menunggu informasi datang sendiri. Apabila memiliki keraguan untuk mengeksplorasi, perlu adanya identifikasi pemicu rasa ragu ataupun takut. *Self empowerment* dapat mengatasi rasa takut tersebut jika kasusnya cukup sederhana. Motivasi dan semangat dari keluarga, teman, maupun motivator profesional dapat mendukung seseorang untuk mulai memberdayakan dirinya. Contohnya adalah pada media buku dapat dicantumkan kata-kata motivasi dan tips pemberdayaan diri. Lalu buku aktivitas juga dapat mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan yang mereka miliki sehingga mereka dapat mengatur strategi dan rencana karier demi mencapai suatu keberhasilan.

Menurut narasumber, salah satu permasalahan psikologis yang umumnya terjadi pada generasi Z adalah

kurang sosialisasi atau *interpersonal experience* karena terlalu banyak menggunakan internet sebagai sumber informasi. Selain itu, kurangnya pemberdayaan diri juga dipengaruhi oleh kurangnya eksplorasi terhadap dirinya, belum memahami kelebihan, minat, dan nilai dalam diri, serta pola asuh orang tua. Narasumber memiliki klien bahwa ada seorang ibu yang mengarahkan anaknya mempelajari ilmu eksak, tetapi anaknya memiliki minat di bahasa/literasi. Ketika anaknya mulai berontak, ibunya pun mengalah namun tidak dapat membantu anak tersebut untuk mendalami bahasa karena kendala di informasi. Maka penting untuk memperbanyak *interpersonal experience* sebagai sumber informasi.

Langkah konkrit yang dapat dilakukan agar terbiasa memiliki pemikiran yang positif adalah secara *mindfulness*, setiap orang perlu memahami kekurangan dan kelebihan masing-masing. Perlu ditanamkan sebuah pemikiran bahwa manusia tidak perlu *expert* di semua bidang. Kemudian masuk ke tahap penerimaan diri (*acceptance*) dan yakin bahwa dari kelebihan dan kelemahan ini, setiap orang bisa membangun strategi dan rencana, serta mulai eksplorasi terkait hal-hal yang harus dilakukan. Terakhir, seseorang bisa menetapkan target yang rasional. Selanjutnya, apabila seseorang masih menganggur karena ditolak oleh perusahaan yang dilamar, perlu diingat bahwa hal tersebut bukan berarti itu adalah kegagalan atau kelemahan, melainkan perusahaan tersebut tidak sesuai dengan minat atau keterampilan yang dimiliki. Sehingga pengenalan diri atau tes kepribadian dapat menjadi salah satu sarana dalam membantu seseorang dalam menggali potensinya.

2. Wawancara dengan Maria Ambarfebrianti, S.Psi.

Sebagai seorang HRD khususnya *Talent Acquisition Executive*, Maria Ambarfebrianti, S.Psi. sebagai narasumber ahli lebih memilih seorang pelamar yang memiliki banyak pengalaman, namun tetap menyesuaikan kebutuhan dari *user*-nya. Pengalaman sangat penting untuk melihat kemampuan seseorang dalam bekerja. Di sisi lain, akademik juga penting, namun ada beberapa kasus bahwa pelamar yang IPK-nya terlalu tinggi cenderung idealis dan hal ini menjadi *boomerang* bagi orang tersebut. Mereka merasa bekerja itu mudah untuk dilakukan dan jika ada yang tidak sejalan dengan pemikirannya, mereka akan cepat *resign*. Apabila seseorang tidak memiliki pengalaman, pelamar bisa menceritakan pengalaman belajar atau tugas yang pernah dilakukannya selama kuliah sesuai dengan posisi yang dilamar. *Fresh graduate* tidak hanya dilihat dari pengalamannya, tetapi juga dari sikapnya yang mau belajar untuk berkembang. Narasumber juga menyarankan meskipun belum memiliki pengalaman kerja, sebagai *fresh graduate* tidak masalah untuk mulai *apply* magang. Kemudian ada banyak *course* untuk mengasah *skill* melalui pelatihan-pelatihan yang ada di internet.

Menurut narasumber, tidak masalah jika ada pelamar yang mencoba untuk *apply* kerja di ranah yang berbeda dengan jurusannya. Sebagai HR, ia akan melakukan proses *screening* terhadap CV dan pengalamannya. Tidak jarang ada pelamar yang dulunya mengambil jurusan kuliah karena permintaan orang tuanya, lalu ketika melamar kerja di bidang yang berbeda, mereka sudah mengambil *course* sesuai dengan *passion*-nya. Namun hal ini juga tergantung *user* yang ingin menerima pelamar tersebut dengan jurusan

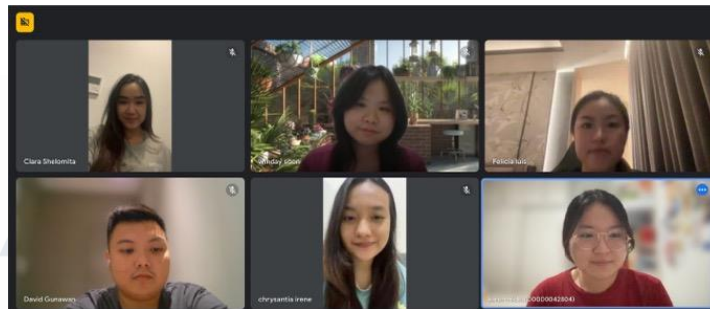
yang sejalan atau tidak. Faktor utama agar tidak ditolak oleh *recruiter* adalah sikap atau *attitude* yang sopan, *first impression*, mau belajar, dan komunikasi yang baik. Kemudian disarankan untuk tidak berlebihan dan jadi diri sendiri ketika sedang melamar kerja karena seorang HR dapat mengetahui kapan seorang pelamar itu sedang berusaha untuk tampil baik di depannya saja.

Kemudian jika ada pelamar yang pindah-pindah kerja, sebenarnya tidak masalah dan tergantung dengan keinginan *user*. Pada umumnya, alasan bagi generasi Z yang suka pindah-pindah kerja adalah karena bosan, tidak mau terikat, dan mengejar *work-life balance*. Bagi narasumber, apabila ada alasan yang masuk akal kenapa mereka pindah-pindah kerja dan ada prestasi atau *skill* yang memadai, maka hal tersebut tidak jadi masalah. Beberapa *tips* untuk para pelamar kerja khususnya generasi Z adalah mempersiapkan CV dengan baik, mencari tahu tentang perusahaan yang dilamar, memperhatikan *attitude* agar selalu sopan dan rapi, perbanyak pengalaman di luar akademis, dan jadi diri sendiri. Kemudian bangun *profile* semaksimal mungkin sesuai dengan *platform* atau portal kerja yang digunakan agar dapat dilirik oleh *recruiter*. Saat ini, *job vacancy* seperti LinkedIn dan Jobstreet cukup efektif bagi generasi Z atau *fresh graduate* yang sedang mencari kerja.

3.1.1.2 Focus Group Discussion

FGD dilaksanakan terhadap lima peserta dewasa awal dengan rentang usia 21 – 23 tahun yang belum memiliki pekerjaan tetap melalui aplikasi Google Meet secara *online* pada tanggal 28 Februari 2024 pukul 19.10 – 19.55 WIB. Media yang digunakan adalah laptop, pen, dan buku tulis sebagai alat komunikasi, merekam audio, *guide*, dan *notes*. Diskusi ini dilakukan untuk mendapatkan

informasi mengenai pengalaman pribadi, *behavior*, pemahaman, dan tingkat *self empowerment* masing-masing peserta terutama dalam menempuh perjalanan kariernya. Peserta yang hadir bernama Irene, Felicia, Clara, Winday, dan David.



Gambar 3.4 Dokumentasi *Focus Group Discussion*

Setiap peserta FGD memiliki jurusan yang berbeda, yaitu *Master of Business Administration*, Statistika, Aktuaria, Psikologi, dan *Business Management*. Tiga peserta pernah magang selama 4 – 6 bulan sebanyak dua kali, satu peserta magang satu kali selama enam bulan, dan satu peserta lagi belum pernah magang. Dua peserta pernah memiliki pengalaman magang yang pekerjaannya berbeda dengan jurusannya, tetapi sekarang sedang berusaha mencari pekerjaan yang sejalan. Sedangkan dua peserta lainnya masih selaras dengan jurusan. Lalu satu peserta lagi belum pernah magang dan sekarang sedang bingung antara mencari pekerjaan yang selaras dengan jurusannya atau tidak. Sebagian besar dari mereka pernah mencoba untuk keluar dari jurusan dalam mengasah keterampilan mereka, namun untuk sekarang ini mereka mengusahakan agar pekerjaannya tidak jauh berbeda dengan jurusannya.

Media informasi yang paling sering digunakan adalah LinkedIn, Google, dan Instagram untuk mencari kerja dan mencari tahu tentang industrinya. Kemudian ada yang dari kenalan teman maupun *channel* dari kampusnya. Sebagai *fresh graduate*, hambatan ketika mencari kerja yang paling sering dialami adalah banyak perusahaan yang mencari orang dengan banyak pengalaman.

Padahal, mereka hanya pernah magang dan belum memiliki keterampilan/sertifikat yang cukup serta hanya bermodal pengetahuan. Lalu tantangan lainnya adalah ketika sedang *interview*, banyak dari mereka yang gugup ketika dihadapkan dengan pertanyaan yang tidak terduga. Selain itu, ada juga *assessment* yang membuat mereka *overthinking*. Setelah melalui proses *screening* CV, *assessment*, dan psikotes pun mereka tidak diterima dan hal ini cukup membuang waktu dan tenaga.

Setiap peserta memiliki kekhawatirannya masing-masing. Clara (23 tahun) sudah mengambil S2 (*master*) dan hal ini membuat dirinya merasa tertinggal dengan teman-temannya yang sudah bekerja, karena jarang ada yang mengambil S2 di usianya saat ini. Kemudian David (23 tahun) sempat tertinggal dengan teman-temannya yang lulusnya bersamaan dan memiliki gaji yang besar karena ada masalah kesehatan, sehingga ia sempat *break* dari bekerja. Ia pun pernah merasa bahwa apakah ada yang bermasalah dari CV dan kualitas dirinya. Sedangkan Felicia (21 tahun), baru saja lulus dan balik dari luar negeri, sementara banyak temannya yang sudah dari setahun lalu kembali ke Indonesia dan *settle* dengan pekerjaannya. Ia pun masih ada kekhawatiran dan belum tahu apa keinginannya, apakah pekerjaannya nanti akan sesuai dengan minatnya atau tidak. Lalu Irene (22 tahun) sebagai salah satu peserta FGD yang lulus 3,5 tahun merasa bahwa dirinya belum siap untuk masuk ke dunia pekerjaan dan menjadi dewasa secepat ini. Selanjutnya Winday (21 tahun) mengalami kecemasan dan tidak percaya diri akan kemampuan dirinya karena melihat banyak teman yang sudah lulus langsung dapat kerja dan bahkan yang masih kuliah pun banyak yang sudah memiliki pengalaman magang. Meskipun demikian, seluruh peserta mendapatkan dukungan yang baik dari keluarga dan temannya dengan memberikan tawaran atau iklan pekerjaan.

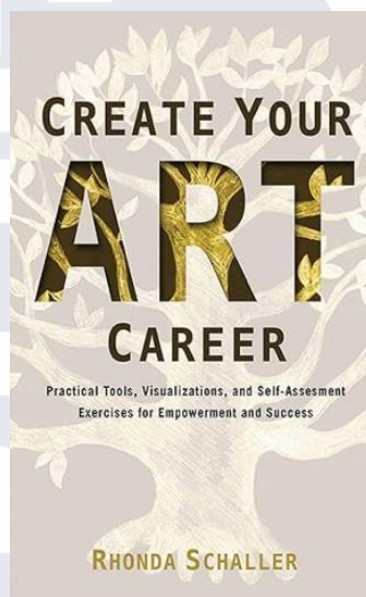
Seluruh peserta pernah mendengar istilah *self empowerment* dari sosial media, namun tidak pernah mendalaminya atau bahkan mencarinya. Biasanya, mereka hanya melihat informasi yang berkaitan dengan *self empowerment* namun tidak ada konten yang secara eksplisit menggunakan istilah tersebut. Sehingga mereka hanya melihat konten motivator yang memberikan motivasi berkaitan tentang psikologi terhadap pengembangan diri. Kemudian semua peserta pernah mengambil tes *personality* seperti MBTI. Beberapa pernah mengambil tes minat bakat ketika sekolah serta tes psikotes ketika sedang melamar, seperti *Big 5 Personalities* dan *Riasec*. Lalu berkaitan dengan *planning*, dua orang tidak membuat rencana dalam jangka pendek atau *daily plan*, namun mereka membuat rencana secara garis besar di laptop atau tulis di *sticky notes*. Sementara itu, tiga orang membuat *daily plan* melalui buku *journaling*, kalender, *notes* di HP, laptop, atau tab.

Kelima peserta FGD lebih menyukai buku aktivitas dengan adanya kegiatan tertentu sebagai bentuk *self-reflect*. Sehingga selain mendapatkan informasi, mereka ingin adanya kegiatan yang melibatkan dirinya untuk menulis di setiap pembahasan yang bersifat *theoretical*. Hal ini membuat mereka tidak bosan dan jika berkaitan dengan *self empowerment* akan lebih tepat jika dibuat seperti buku *journaling*. Sebagai orang dewasa, mereka juga merasa jika terlalu banyak gambar terlihat seperti terlalu anak-anak. Sehingga mereka lebih memilih komposisi teks dan gambar setara agar lebih informatif namun tetap menarik secara visual.

3.1.1.3 Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting sebagai acuan untuk mengetahui gaya bahasa dan pembahasan terkait topik *self empowerment* dalam menempuh perjalanan karier. Buku novel karya Rhonda Schaller yang berjudul “*Create Your Art Career*” penulis gunakan sebagai objek studi eksisting. Buku ini memiliki target

audiens usia dewasa dan diterbitkan pada tahun 2013 dengan jumlah halaman sebanyak 208 halaman. Pembahasan pada buku ini adalah pelatihan dan pedoman untuk meningkatkan pemberdayaan diri menuju kesuksesan dalam karier. Secara visual, sampul dari buku ini menggambarkan sebuah pohon dan judul sebagai perhatian utama. Warna utama pada sampul yang digunakan adalah putih dengan *opacity* yang diturunkan, emas, hitam. Buku ini merupakan buku *full text*, yang terdiri dari tiga bagian dengan total 16 bab.



Gambar 3.5 Sampul E-book *Create Your Art Career*

Isi dari buku ini adalah pelatihan dan langkah-langkah untuk merefleksikan diri yang berfokus pada teknik *mindfulness*. Pembaca diarahkan untuk memvisualisasikan dirinya atau berimajinasi dalam merencanakan karier melalui peningkatan pemberdayaan diri dan kesehatan mental. Penulisan pada buku ini menggunakan sudut pandang orang pertama dan kedua. Pembaca juga diarahkan untuk melakukan aktivitas seperti *journaling* secara mandiri. Pembaca dapat menulis langsung pada buku ini. Dalam buku ini, cara Schaller menyampaikan informasi adalah seperti seorang guru yang sedang mengajar. Buku ini dilengkapi dengan teori psikologi dan adanya instruksi sederhana untuk pembacanya.

Penulis menjabarkan buku *Create Your Art Career* berdasarkan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats*) sebagai berikut:

Tabel 3.1 SWOT *Create Your Art Career*

<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Secara penulisan, buku ini dapat memberikan penjelasan yang cukup detail dan mudah diikuti. - Adanya pelatihan dan aktivitas hampir pada setiap sub-bab sehingga pembaca tidak mudah merasa jenuh. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya ilustrasi atau gambar yang dapat digunakan sebagai referensi dalam refleksi agar lebih mudah dipahami.
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Tersedia dalam bentuk cetak dan digital. - Belum banyak buku yang membahas pemberdayaan diri dalam menempuh karier dalam bentuk pelatihan dan pedoman. - <i>Quarter life crisis</i> menjadi topik yang sedang ramai dibahas dan sering dialami generasi Z saat menempuh karier, hal ini berkaitan dengan kemampuan pemberdayaan diri. 	<ul style="list-style-type: none"> - Daya beli generasi Z terhadap buku <i>full</i> teks masih rendah.

3.1.1.4 Studi Referensi

Pada studi referensi, penulis menggunakan dua buku berilustrasi yang ditargetkan untuk usia dewasa dan generasi Z,

yakni “Tabi” oleh Marchella FP dan “*You’re Not as Alone as You Think*” oleh Citra Marina. Penulis melakukan studi referensi untuk mengamati desain secara visual, material, dan teknik komunikasi pada target audiens yang dituju sebagai pedoman dalam perancangan buku aktivitas ini. Selain itu, penulis juga mengambil satu buku berjudul “*Why Has Nobody Told Me This Before?*” oleh Julie Smith sebagai contoh untuk mengamati isi konten buku aktivitas yang ditargetkan untuk usia dewasa. Berikut adalah penjabarannya:

1. Tabi

Tabi merupakan buku novel grafis fiksi karya Marchella FP dengan jumlah halaman 302 halaman. Sampul dari buku ini adalah *hard cover*, dengan *full color pink*. Visual yang ditampilkan adalah mata, yang dapat dilihat dari potongan kecil yang dibolongi hanya pada bagian mata tersebut. Pada judul di sampul diberi efek timbul yaitu *emboss*. Buku ini dijilid menggunakan benang. Warna-warna utama yang digunakan dalam buku ini adalah pink, biru, putih, dan hitam. Dimensi buku ini adalah 19 x 14 cm dengan berat 476 gr.



Gambar 3.6 Sampul Buku Tabi

Isi dari buku ini menceritakan perjalanan Tabi, tokoh perempuan yang sedang menempuh perjalanan untuk menyembuhkan luka hatinya. Buku ini ditargetkan untuk usia dewasa yang sedang mengalami kondisi yang serupa. Sosok Tabi yang hadir secara visual menjadi teman virtual bagi audiensnya. Buku ini memiliki komposisi teks dan gambar yang setara. Secara *layout*, buku ini memiliki susunan teks dan visual yang beragam. Terdapat halaman yang *full* teks dan gambar, kemudian diselipkan diksi dan *quotes*, serta kombinasi teks dan grafis. Gaya penulisan dibuat santai sesuai dengan gaya bahasa sehari-hari. Setiap halamannya memiliki ilustrasi yang mendukung isi cerita. Gaya ilustrasi minimalis dengan *flat design*. Kemudian buku ini menggunakan *single column grid* dan *left-justification alignment*.



Gambar 3.7 Isi Buku Tabi

Penulis menjabarkan buku Tabi berdasarkan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats*) sebagai berikut:

Tabel 3.2 SWOT Tabi

<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki maskot yaitu Tabi yang hadir secara nyata melalui virtual yang dapat berinteraksi dengan penggemar. - Selain <i>flat design</i>, maskot Tabi dibuat dalam bentuk <i>3D design</i>, serta sudah dijadikan IP. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pada bagian belakang buku, kurang ada penjelasan sinopsis yang menceritakan lebih lanjut dan keterangan novel grafis untuk menarik perhatian generasi Z khususnya pembaca baru bagi author tersebut. - Buku cukup berat dan tebal sehingga sulit untuk dibawa kemana-mana. - Ukuran font terlalu kecil sehingga sulit untuk dibaca ketika ada halaman yang penuh dengan teks.
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Sesuai dengan teknik komunikasi dan minat bagi generasi Z untuk membaca buku grafis (tidak hanya <i>full</i> teks). - Gaya visual dan topik buku relevan dengan kehidupan generasi Z sekarang ini. - Belum banyak buku yang memiliki maskot/ 	<ul style="list-style-type: none"> - Sudah mulai ada banyak kompetitor dengan jenis buku yang serupa. - Daya beli terhadap buku cetak masih rendah karena banyak yang dijual <i>online</i> secara ilegal (bajakan) dengan harga yang lebih murah.

karakter bergerak dan dibuat dalam bentuk 3D. - Karakter Tabi dapat dibuat dalam bentuk film animasi.	
--	--

2. *You're Not as Alone as You Think*

You're Not as Alone as You Think merupakan buku grafis dengan kumpulan-kumpulan frasa, kata, dan kalimat singkat karya Citra Marina dengan jumlah halaman 120 halaman. Sampul dari buku ini adalah *hard cover* berwarna biru. Visual yang ditampilkan adalah Choo Choo, tokoh utama dari buku ini, menggunakan baju astronot. Buku ini dijilid menggunakan benang. Warna-warna utama yang digunakan dalam buku ini adalah biru dan merah. Dimensi buku ini adalah 10 x 15 cm dengan berat 200 gr.



Gambar 3.8 Sampul Buku *You're Not as Alone as You Think*

Isi dari buku ini adalah kumpulan-kumpulan kalimat, frasa, dan kata yang memberikan dukungan emosional

kepada audiensnya agar tidak merasa kesepian dan bersalah ketika berbeda dari yang lain. Buku ini ditargetkan untuk usia dewasa yang sedang mengalami perasaan yang serupa. Tokoh Choo Choo hadir secara visual untuk menjadi *self motivator* dan teman virtual bagi audiensnya. Buku ini memiliki komposisi gambar yang lebih banyak dibandingkan dengan teks. Secara *layout*, buku ini memiliki susunan teks dan visual yang beragam. Penulis buku ini, yaitu Citra Marina, merupakan seorang ilustrator. Gaya ilustrasinya minimalis, yaitu gambar kartun sederhana seperti sebuah sketsa. Tipografinya pun unik karena merupakan *handwritten fonts*. Gaya penulisan dibuat santai sesuai dengan gaya bahasa sehari-hari. Buku ini menggunakan *baseline grid* dan *centered alignment*. Secara hierarki, teks pada buku ini adalah fokus pertama, lalu dilanjutkan dengan adanya ilustrasi yang kontekstual.



Gambar 3.9 Isi Buku *You're Not as Alone as You Think*

Penulis menjabarkan buku *You're Not as Alone as You Think* berdasarkan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats*) sebagai berikut:

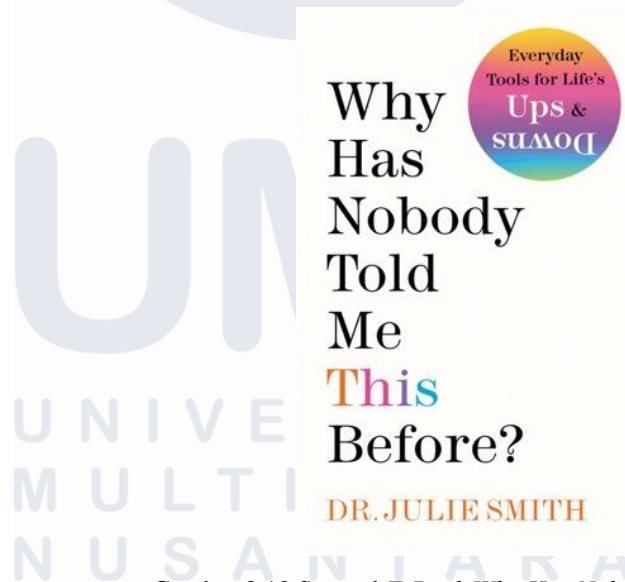
Tabel 3.3 SWOT *You're Not as Alone as You Think*

<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Ukuran buku kecil sehingga mudah dibawa kemana saja. - Jumlah halaman tidak terlalu banyak sehingga durasi membaca cukup singkat. - Komposisi gambar lebih banyak sehingga menarik secara visual. - Memiliki maskot yaitu Choo Choo yang hadir sebagai teman virtual dan dapat dijadikan karakter animasi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Teks sangat singkat dan beberapa bagian sulit dimengerti (kurang elaborasi).
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Sesuai dengan teknik komunikasi dan minat bagi generasi Z untuk membaca buku grafis (tidak hanya <i>full</i> teks). - Sesuai dengan <i>behavior</i> dewasa maupun generasi Z yang tidak memiliki banyak waktu untuk membaca. - Gaya visual dan topik buku relevan dengan 	<ul style="list-style-type: none"> - Sudah mulai ada banyak kompetitor dengan jenis buku yang serupa. - Daya beli terhadap buku cetak masih rendah karena banyak yang dijual <i>online</i> secara ilegal (bajakan) dengan harga yang lebih murah.

kehidupan generasi Z sekarang ini.	
---------------------------------------	--

3. *Why Has Nobody Told Me This Before?*

Penulis fokus dalam mengamati isi konten buku ini berdasarkan *e-book* yang penulis dapatkan. Buku ini ditulis Julie Smith, seorang psikolog, pada tahun 2022 yang dapat memberikan wawasan dan pelatihan dalam meningkatkan kesehatan mental dan motivasi dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Total halaman pada buku ini adalah 368 halaman. Secara visual, sampul dari buku ini menampilkan teks judul berwarna hitam dan gradasi warna-warni pada kata “*This*” dan latarnya berwarna *cream*. Buku ini merupakan buku *full text*, yang terdiri dari 8 bagian dengan total 36 bab.



Gambar 3.10 Sampul *E-Book Why Has Nobody Told Me This Before?*

Isi dari buku ini adalah informasi dan pelatihan untuk merefleksikan diri. Selain itu, pembaca juga diarahkan untuk berimajinasi dan fokus dalam menjaga kesehatan mental serta mengelola rasa kekhawatiran. Penulisan pada

buku ini menggunakan sudut pandang orang pertama dan kedua. Pembaca dapat melakukan *self reflect* terhadap pertanyaan-pertanyaan di akhir setiap bab-nya. Kemudian di bawah pertanyaan tersebut, Smith juga menambahkan kesimpulan untuk setiap bab-nya. Buku ini dilengkapi dengan teori psikologi dan adanya instruksi sederhana untuk pembacanya. Buku ini menggunakan *baseline grid* dan *left-justification alignment*. Secara hierarki penulisan, *sub-heading* dan *sub-headline* menjadi perhatian pertama dengan ukuran teks lebih besar, lalu dilanjutkan dengan konten pada *body text* dengan ukuran *font* lebih kecil.



Gambar 3.11 Isi Halaman E-Book *Why Has Nobody Told Me This Before?*

Penulis menjabarkan buku *Why Has Nobody Told Me This Before?* berdasarkan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats*) sebagai berikut:

Tabel 3.4 SWOT *Why Has Nobody Told Me This Before?*

<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Adanya rangkuman setiap bab sehingga memudahkan pembaca untuk mengingat. - Adanya pelatihan dalam 	<ul style="list-style-type: none"> - Pembaca tidak dapat menulis langsung dari buku ini sehingga kurang praktis. - Kurangnya ilustrasi atau

bentuk <i>self reflect</i> untuk <i>journaling</i> . - Bahasa yang digunakan mudah untuk dipahami.	gambar yang dapat digunakan sebagai referensi dalam refleksi agar lebih mudah dipahami.
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
- Tersedia dalam bentuk cetak dan digital. - Kesehatan mental bukan hal yang tabu dan merupakan salah satu topik yang ramai dibahas oleh generasi Z.	- Daya beli generasi Z terhadap buku <i>full</i> teks masih rendah.

3.1.1.5 Kesimpulan

Kesimpulan yang penulis dapat simpulkan adalah setelah melaksanakan wawancara dengan psikolog, tidak masalah jika seseorang baru lulus, mereka banyak melakukan eksplorasi meskipun terlambat, sesuai dengan jenis *identity monatorium*. Kemudian dengan adanya *self empowerment*, seseorang juga bisa termotivasi dengan bantuan tips-tips dan *self motivation* yang membangun agar dapat mengurangi *mindset* negatif yang mempengaruhi kesuksesan karier di masa depan. Lalu setelah melaksanakan wawancara dengan HRD, keterampilan dan sikap seseorang sangat berpengaruh ketika seseorang ingin diterima kerja. Karakteristik generasi Z yang suka berpindah-pindah kerja adalah karena merasa bosan, tidak mau terikat, dan mengejar *work-life balance*. Beberapa *tips* untuk para pelamar kerja khususnya generasi Z adalah mempersiapkan CV dengan baik, membangun *profile* di *platform* kerja, mencari tahu tentang perusahaan yang dilamar,

memperhatikan *attitude* agar selalu sopan dan rapi, perbanyak pengalaman di luar akademis, dan jadi diri sendiri.

Setelah mengadakan FGD, beberapa dari mereka masih belum siap bekerja, merasa cemas karena tidak percaya dengan kemampuan diri sendiri dan masih belum mengetahui apa yang diinginkan. Lalu banyak dari mereka yang mengalami *peer pressure* melihat teman-teman seumuran yang sudah bekerja, memiliki banyak pengalaman, dan *settle* terhadap hidupnya. Peserta FGD juga berpendapat bahwa mereka tertarik untuk membaca buku aktivitas jika berkaitan dengan *self empowerment* dengan adanya kegiatan bermanfaat sebagai bentuk *self-reflect*. Kemudian setelah melihat referensi dan melakukan studi eksisting, penulis juga mendapatkan *insight* baru terkait konten, pembahasan, dan gaya visual yang efektif untuk usia dewasa awal dan generasi Z. Tipografi, warna, komposisi, *layout*, jenis *grid*, *alignment*, hierarki visual, dimensi buku dan visual seperti maskot dapat dimanfaatkan agar pesan dari media informasi tersebut tersampaikan dengan baik dan lebih diminati oleh target audiens.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Taherdoost (2022) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif menggunakan nilai numerik dari hasil observasi dengan pernyataan empiris. Penulis menggunakan Google Forms dalam bentuk kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui tingkat *self empowerment* masing-masing individu usia 21 – 27 tahun dan media informasi yang paling sering digunakan. Kuesioner disebarkan kepada responden dengan kriteria berusia 21 – 27 tahun yang berdomisili di DKI Jakarta. Penulis menggunakan rumus Slovin untuk mendapatkan jumlah responden dengan tingkat presisi sebesar 10% karena jumlah populasi yang besar. Jumlah penduduk di DKI Jakarta pada tahun 2022 dengan rentang usia 20 – 29 tahun menurut Badan Pusat Statistik adalah sebesar 1.717.470 jiwa, sehingga jumlah *sample* yang didapatkan penulis melalui perhitungan adalah sebagai berikut:

$$n = N / 1 + N(e)^2$$

$$n = 1.717.470 / (1 + 1.717.470 (10\%)^2)$$

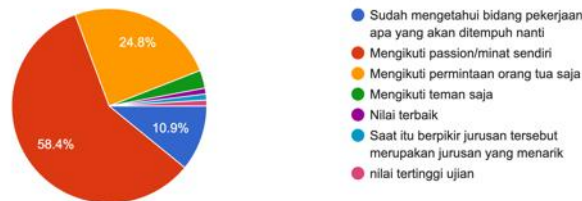
$$n = 1.717.470 / 17.175,7$$

$$n = 99,9$$

$$n = 100$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah responden minimal yang digunakan adalah sebanyak 100 orang. Setelah menyebarkan kuesioner, total responden yang penulis dapatkan adalah 101 responden. Seluruh responden mengisi jurusan kuliah yang pernah ditempuh dan hasilnya beragam. Kemudian beberapa alasan mereka memilih peminatan/jurusan tersebut didominasi oleh jawaban mengikuti *passion*/minat sendiri sebanyak 58,4%.

Alasan saya memilih peminatan/jurusan tersebut adalah
101 responses



Gambar 3.12 Data Responden Alasan Memilih Jurusan

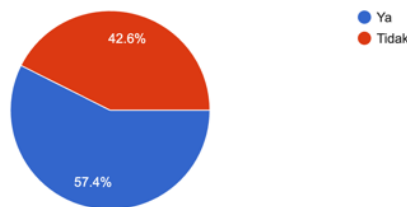
Meskipun demikian, masih ada beberapa responden yang memilih bidang pekerjaan yang berbeda dengan jurusan kuliah yang pernah ditempuhnya. Sehingga meskipun mereka sudah memilih jurusan sesuai *passion* atau minatnya, tidak menutup kemungkinan bahwa mereka akan bekerja di bidang berbeda. Beberapa orang berpendapat bahwa alasan mereka memilih bidang pekerjaan yang berbeda adalah ingin melanjutkan usaha orang tua, pernah mendapatkan tawaran pekerjaan di bidang yang berbeda dengan bayaran yang cukup menarik dan terlihat menjanjikan, kemudian ada yang merasa seiring berjalannya waktu ketertarikan mereka terhadap bidang tersebut berubah. Berikut adalah tabel keterangan jumlah responden dengan jawaban alasan memilih bidang pekerjaan yang berbeda pada hasil kuesioner:

Tabel 3.5 Data Alasan dan Jumlah Responden Memilih Bidang Pekerjaan yang Berbeda

Alasan Memilih Bidang Pekerjaan Berbeda	Jumlah responden
Mendapatkan tawaran di bidang pekerjaan lain	13
Melanjutkan usaha orang tua	3
Memiliki ketertarikan di bidang lain	14

Kemudian jawaban untuk jenis pekerjaan yang diincar pun sangat beragam. Lalu 16 dari 43 responden yang menjawab bahwa dirinya belum pernah mendengar istilah *self empowerment* adalah orang sudah mengetahui minat dan mengikuti *passion*-nya. Maka dapat disimpulkan bahwa meskipun mereka sudah mengetahui minatnya, mereka belum *aware* adanya *self empowerment* yang dapat digunakan sebagai pedoman ketika sedang berada di dalam perjalanan kariernya.

Apakah Anda sebelumnya pernah mendengar istilah "Self Empowerment"?
101 responses



Gambar 3.13 Data Responden yang Pernah Mendengar *Self Empowerment*

Mayoritas yang menjawab pernah mendengar istilah tersebut adalah melalui *social media*. Berikut adalah keterangan sumber informasi yang didapatkan terkait *self empowerment* beserta jumlah respondennya:

Tabel 3.6 Data Jumlah Responden dan Sumber Informasi

Sumber informasi	Jumlah responden
Pencarian Google	17
Pencarian buku, berita, jurnal, dll.	17
Social Media (IG, Tiktok, Youtube, dll.)	36
Orang terdekat (teman, keluarga, atau kerabat)	3

Orang ahli (dokter/psikolog)	1
Belum pernah mendengarnya	27

Pada bagian personal *self empowerment assessment*, penulis mengadaptasi alat ukur dari Whetten dan Cameron pada buku “*Developing Management Skills*” (2011, hlm. 441). Penulis menggunakan skala likert 1 – 5 dengan melakukan skoring penilaian berdasarkan area keterampilannya. Menurut Budiaji (2013), penggunaan skala likert ditujukan untuk mengetahui sifat individu, seperti pengetahuan, sikap, dan perilaku berdasarkan pertanyaan yang diberikan. Skala 1 adalah sangat tidak setuju, skala 2 adalah tidak setuju, skala 3 adalah netral, skala 4 adalah setuju, dan skala 5 adalah sangat setuju. Berikut adalah perhitungan untuk total skor setiap pernyataan yang dibuat:

$$\text{Total skor} = N \times P_n$$

Keterangan:

N = jumlah responden

P_n = pilihan angka skor likert

Perhitungan indeks (%) sebagai penilaian masing-masing pernyataan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Indeks \%} = (\text{Total skor}/Y) \times 100$$

Dengan,

Y = skor tertinggi likert x jumlah responden

$$= 5 \times 101$$

$$= 505$$

Berikut merupakan tabel hasil perhitungan skala likert yang didapatkan:

Tabel 3.7 Perhitungan Skala Likert

No.	Pernyataan	Skala					Total skor	%
		1	2	3	4	5		
1	Tanggung jawab saya	19	26	10	21	25	310	61,4%

	sebagai individu di usia dewasa awal ini sangat penting bagi saya							
2	Saya percaya dengan kemampuan saya untuk melakukan tanggung jawab	30	17	15	25	14	279	55,2%
3	Saya memiliki kebebasan dalam menentukan cara saya menjalankan tanggung jawab	15	33	11	28	14	296	58,6%
4	Saya memiliki dampak yang signifikan pada apa yang terjadi di sekitar saya	19	36	17	17	12	270	53,5%
5	Saya percaya teman saya akan jujur sepenuhnya dengan saya	27	35	17	16	6	242	47,9%
6	Kegiatan saya sehari-hari memiliki makna secara pribadi bagi saya	17	38	15	24	7	269	53,3%
7	Saya berada dalam lingkup kompetensi dan kemampuan saya	23	31	12	26	9	270	53,5%
8	Saya dapat memutuskan bagaimana melakukan tanggung jawab saya sendiri	22	23	9	34	13	296	58,6%

9	Saya memiliki kendali yang besar atas apa yang terjadi di sekitar saya	19	34	19	23	6	266	52,7%
10	Saya percaya teman saya akan berbagi informasi penting dengan saya	25	28	20	18	10	263	52,1%
11	Saya peduli dengan apa yang saya lakukan di sekitar saya	15	29	14	32	11	298	59%
12	Saya percaya pada kemampuan saya untuk berhasil melakukan tanggung jawab saya	19	26	15	28	13	293	58%
13	Saya memiliki banyak kesempatan untuk bersikap mandiri dan bebas dalam menjalankan tanggung jawab saya	16	22	14	35	14	312	61,8%
14	Saya memiliki pengaruh yang signifikan atas apa yang terjadi di sekitar saya	17	29	14	33	8	289	57,2%
15	Saya percaya teman saya akan memenuhi janji yang mereka buat	16	34	22	21	8	274	54,3%
16	Tugas yang saya lakukan sebagai	15	19	22	32	13	312	61,8%

	individu di usia dewasa awal memiliki makna dan penting bagi saya							
17	Saya telah menguasai keterampilan yang diperlukan untuk melakukan tanggung jawab saya	5	28	23	37	8	318	63%
18	Saya memiliki kesempatan untuk menggunakan inisiatif pribadi dalam menjalankan tanggung jawab saya	14	20	15	39	13	320	63,4%
19	Pendapat saya dihitung dalam pengambilan keputusan	11	20	24	32	14	321	63,6%
20	Saya percaya bahwa teman saya peduli terhadap kesejahteraan saya	16	29	25	24	7	280	55,4%

Selanjutnya, berikut adalah kategori pernyataan setiap nomor sesuai dengan dimensi *self empowerment* berdasarkan teori Whetten dan Cameron di bukunya yang berjudul “*Developing Management Skills*” (2011, hlm. 441) beserta persentase rata-ratanya:

Tabel 3.8 Area Keterampilan *Self Empowerment*

Area keterampilan	Urutan pernyataan				Rata-rata
<i>Self efficacy (competence)</i>	2	7	12	17	57,4%
<i>Self-determination (choice)</i>	3	8	13	18	60,6%

<i>Personal Control (impact)</i>	4	9	14	19	56,75%
<i>Meaningfulness (value)</i>	1	6	11	16	58,9%
<i>Trust (security)</i>	5	10	15	20	52,4%

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka interval antar skala dapat dilihat melalui perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 I &= 100 / \text{Skor tertinggi likert} \\
 &= 100 / 5 \\
 &= 20
 \end{aligned}$$

Maka, untuk mengetahui hasil skor berdasarkan interval 20% adalah sebagai berikut:

Tabel 3.9 Indeks Nilai

Indeks %	Nilai
0% – 20%	Sangat tidak setuju
21% – 40%	Tidak setuju
41% – 60%	Netral
61% – 80%	Setuju
81% – 100%	Sangat setuju

Setelah melihat hasil dari skala likert tersebut tingkat yang paling rendah adalah *trust (security)* dengan skala 52,4%. Orang yang mampu memberdayakan dirinya pasti memiliki rasa kepercayaan karena merasa dirinya diperlakukan adil dan setara. Namun, rata-rata masih banyak yang memiliki rasa kepercayaan yang rendah. Mereka memiliki keyakinan bahwa saat mereka sedang berada di posisi lebih rendah, mereka akan merasa tidak adanya keadilan dan dapat berujung pada keterpurukan (Whetten & Cameron, 2011, hlm. 450). Lalu, tidak ada yang melebihi rentang indeks 61% atau setuju dengan pernyataan bahwa mereka sudah memiliki keterampilan yang menunjukkan bahwa mereka memiliki *self empowerment* yang cukup tinggi ketika ingin menempuh karier.

Pada bagian pertanyaan kuesioner media informasi, penyebaran media digital yang sering digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.10 Media Digital dan Jumlah Respondennya

Media Digital	Jumlah responden
<i>Social Media</i>	94
<i>Website</i>	56
Aplikasi	18
<i>E-magazine</i>	5
<i>E-book</i>	3
<i>E-paper/koran digital</i>	5

Dua media digital yang paling sering digunakan adalah sosial media dan *website*. Kemudian kanal yang paling sering digunakan untuk mencari informasi *valid* adalah Instagram dan *website* resmi. Kemudian sebanyak 48,5% responden menggunakan media tersebut selama 1 – 2 jam.

Selanjutnya, berikut adalah jumlah responden terhadap media cetak yang sering digunakan untuk mencari informasi *valid*:

Tabel 3.11 Media Cetak dan Jumlah Respondennya

Media Cetak	Jumlah responden
Buku	89
Poster	30
Infografis	28
Majalah	4
Koran	6

Media cetak yang paling sering digunakan untuk mencari informasi yang *valid* adalah buku dan poster. Mayoritas pun menjawab bahwa cara penyampaian informasi yang paling diminati adalah komposisi teks dan gambar setara dan komposisi gambar lebih banyak.



Gambar 3.14 Data Responden Cara Penyampaian Informasi yang Diminati

Setelah menyebarkan kuesioner dan mendapatkan 101 responden, penulis dapat menyimpulkan bahwa meskipun mayoritas orang memilih jurusan sesuai dengan minatnya, masih ada yang memilih bidang pekerjaan yang berbeda dengan jurusannya dan belum pernah mendengar istilah *self empowerment*. Kemudian berdasarkan hasil skala likert, rata-rata indeks nilai pada area keterampilan dari dimensi *self empowerment* ini menunjukkan bahwa mereka masih belum memiliki *self empowerment* yang tinggi. Dimensi *self empowerment* yang paling rendah dari hasil nilai rata-rata adalah kepercayaan. Padahal keterampilan ini penting dalam memiliki kepercayaan terhadap dirinya sendiri ketika berada di situasi krisis. Lalu sosial media menjadi sumber informasi yang paling sering digunakan ketika mendengar istilah *self empowerment* dan jumlah penggunaanya paling tinggi. Sementara buku adalah media cetak yang sering digunakan untuk mencari data yang *valid* dan komposisi teks dan gambar setara pada buku adalah yang paling diminati.

3.2 Metodologi Perancangan

Pada perancangan buku aktivitas ini, penulis menggunakan metode berdasarkan teori dari Haslam (2006), yang tertulis dalam bukunya berjudul *Book Design*. Penulis menggunakan metode ini karena setiap tahapannya menjelaskan teori yang spesifik ditujukan ketika ingin merancang sebuah buku. Terdapat penjelasan terkait tahapan desain beserta teori pendekatan dan konten buku yang dapat penulis terapkan dalam merancang buku aktivitas ini. Metode ini terdiri dari

tiga tahapan, yakni pendekatan dalam perancangan, *design brief*, dan identifikasi konten. Berikut penjelasannya:

3.2.1 Pendekatan dalam Perancangan

Pada tahapan ini, setiap desainer yang berpengalaman memiliki rangkaian pendekatan ketika merancang sebuah buku. Haslam (2006, hlm. 23) membaginya ke dalam empat kategori yang umum digunakan dalam desain grafis, yakni sebagai berikut:

1. Dokumentasi

Proses awal dari sebuah buku adalah dokumentasi. Penulis mengumpulkan dokumentasi berupa data melalui riset, wawancara, FGD, studi eksisting/referensi, dan kuesioner. Menurut Haslam (2006), dokumentasi menyajikan informasi berupa teks atau visual dalam bentuk penjelasan singkat, poin pembahasan, angka, foto, maupun audio. Hal tersebut merupakan komponen dasar dan fundamental dari sebuah penulisan ataupun gambar bagi sebuah buku.

2. Analisis

Pada tahap ini, data yang telah didapatkan akan melewati proses analisis. Penulis melakukan analisis data yang telah didapatkan secara ‘mentah’ agar lebih mudah untuk dipahami melalui *mindmapping*. Kemudian penulis mencari kata kunci (*keywords*) untuk menyusun *big idea* yang digunakan dalam perancangan. Segala informasi dikelompokkan agar lebih teratur dan sesuai dengan kebutuhannya.

3. Ekspresi

Tahapan ekspresi merupakan pendekatan yang menggunakan visual sebagai bentuk ‘emosi’ atau ide bagi data yang sudah dianalisis. Penulis mengekspresikan ide visual tersebut melalui rangkaian *moodboard* atau referensi visual.

4. Konsep

Pada tahapan ini, penulis menerapkan referensi visual yang sudah ada ke dalam bentuk ide atau konsep grafik, yakni *key visual* yang meliputi ilustrasi, penulisan, komposisi, dan *grid* sebagai *guidelines*.

3.2.2 Design Brief

Setelah melewati proses pendekatan dalam perancangan, penulis melanjutkan konsep tersebut untuk membuat desain buku secara keseluruhan. Penulis membuat *katern*, sketsa *thumbnail (flat design)*, *layout*, *cover*, menentukan spesifikasi buku, dan publikasi. Kemudian penulis memastikan bahwa komposisi antara ilustrasi dan teks yang telah dibuat sesuai dengan *brief* awal agar informasi pada buku tersampaikan dengan baik.

3.2.3 Identifikasi Konten

Tahapan terakhir adalah mengidentifikasi konten secara keseluruhan. Setelah menyelesaikan visual konsep dan desain pada buku, penulis mengidentifikasi konten dan melakukan *editing*. Penulis memastikan bahwa konten buku sesuai dengan target audiens dengan melakukan *review* untuk mendapatkan *overview* dan *feedback*. Selanjutnya penulis akan melakukan *budgeting* dan memproduksi buku yang telah dirancang.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA