

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dunia kerja saat ini, kegagalan masih sering dipandang sebagai stigma yang memalukan, terutama bagi lulusan baru (*fresh graduate*) dengan durasi kelulusan 0 hingga 2 tahun yang berada pada rentang usia 21 hingga 25 tahun. Fenomena seperti penolakan lamaran kerja yang berulang hingga pemutusan hubungan kerja (PHK) dini sering dianggap sebagai indikator ketidakmampuan individu. Padahal, data menunjukkan bahwa kegagalan ini adalah realitas statistik yang masif. Berdasarkan laporan Keadaan Angkatan Kerja Indonesia Agustus 2024 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) untuk lulusan Universitas berada pada angka 5,25%, sementara pada kelompok usia 20 - 24 tahun yang merupakan masa awal transisi karier, angka pengangguran melonjak hingga 15,34%, jauh melampaui rata-rata nasional sebesar 4,91% (BPS, 2024). Fakta ini membuktikan bahwa penolakan kerja adalah tantangan struktural yang dihadapi oleh jutaan pemuda setiap tahunnya.

Tekanan dari keluarga maupun lingkungan sekitar semakin memperparah kondisi ini, sehingga memicu munculnya *fear of failure* (ketakutan akan kegagalan) yang serius. Secara psikografis, kelompok lulusan baru ini sebenarnya masih memiliki keinginan kuat untuk berusaha dan memiliki ambisi untuk mandiri secara finansial, namun mereka rentan kehilangan semangat akibat perbandingan sosial di era digital. Penelitian Harbowo dan Susilawati (2024) menunjukkan bahwa *self-compassion* memiliki peran krusial dalam mengurangi *fear of failure* pada *fresh graduate*. Mereka yang mampu berwelas asih pada diri sendiri cenderung lebih berani menghadapi ketidakpastian. Hal ini didukung oleh Nugroho (2017) yang menyatakan bahwa *psychological capital* (harapan, efikasi diri, resiliensi, dan optimisme) berhubungan negatif dengan ketakutan gagal semakin kuat aspek psikologis tersebut, semakin rendah hambatan mental yang

dirasakan. Dukungan sosial juga memperkuat kesiapan ini, sebagaimana ditemukan oleh Suhendra dan Kurniawan (2024) bahwa lingkungan yang suportif membantu lulusan baru beradaptasi dengan tuntutan kerja yang dinamis.

Apabila fenomena *fear of failure* ini dibiarkan tanpa intervensi, dampaknya dapat memicu burnout dini, penurunan rasa percaya diri yang ekstrem, hingga gejala depresi. Nugroho (2017) menunjukkan bahwa individu dengan daya juang yang lemah cenderung menjadi pasif dan mudah menyerah ketika menghadapi hambatan. Sayangnya, kampanye sosial yang secara khusus memberikan edukasi visual mengenai normalisasi kegagalan bagi lulusan baru masih sangat terbatas. Sebagian besar edukasi hanya menyoroti kegagalan secara umum tanpa menyentuh spesifikasi permasalahan dunia kerja seperti penolakan rekrutmen (Suhendra & Kurniawan, 2024). Oleh karena itu, perancangan kampanye sosial berbasis *visual storytelling* menjadi sangat penting sebagai ruang aman bagi mahasiswa dan *fresh graduate* untuk membangun ketangguhan diri, memperoleh edukasi kesehatan mental, serta membentuk mentalitas yang lebih berani dan adaptif dalam menghadapi tantangan dunia kerja (Harbowo & Susilawati, 2024; Nugroho, 2017).

1.2 Rumusan Masalah

Dalam upaya memperkuat perancangan Kampanye Sosial untuk Mendorong Sikap Positif terhadap Kegagalan menghadapi beberapa tantangan sebagai berikut:

1. Masih kuatnya stigma negatif terhadap kegagalan di masyarakat, khususnya pada mahasiswa dan lulusan baru (*fresh graduate*).
2. Belum adanya kampanye sosial yang secara spesifik membahas kegagalan sebagai bagian dari proses pembelajaran dan pertumbuhan.

Berdasarkan tantangan tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana merancang kampanye sosial untuk mendorong sikap positif terhadap kegagalan?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, batasan masalah dalam perancangan kampanye sosial ini difokuskan pada pengembangan media komunikasi visual digital dan cetak untuk menormalisasi kegagalan bagi lulusan baru (fresh graduate) usia 21 - 25 tahun dengan masa kelulusan 0 - 2 tahun di wilayah Jabodetabek. Perancangan ini secara spesifik menyasar audiens SES C (Menengah Bawah) yang menghadapi kegagalan akibat tekanan ekonomi sebagai tulang punggung keluarga, serta SES B (Menengah) yang rentan terhadap tekanan ekspektasi sosial dan perbandingan pencapaian. Secara psikografis, kampanye ini ditujukan bagi individu yang masih memiliki keinginan kuat untuk berusaha, namun terhambat oleh *fear of failure* yang tinggi, sehingga konten diarahkan untuk membangun *self-compassion* dan *psychological capital* melalui pendekatan visual storytelling agar mereka mampu memaknai kegagalan sebagai bagian alami dari proses belajar (BPS, 2024; Harbowo & Susilawati, 2024; Nugroho, 2017).

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan batasan masalah yang telah dipaparkan, tujuan perancangan ini adalah merancang kampanye sosial untuk mendorong sikap positif terhadap kegagalan.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dalam tugas akhir ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis. Kedua bagian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara akademik maupun secara aplikatif sehingga hasil penelitian

tidak hanya menambah wawasan keilmuan, tetapi juga dapat memberikan dampak nyata bagi penulis, peneliti, dan universitas.

1. Manfaat Teoretis:

Manfaat Perancangan kampanye sosial ini diharapkan menjadi pengembangan ilmu pengetahuan Desain komunikasi Visual, khususnya yang membahas strategi kampanye sosial dalam mendorong sikap positif terhadap kegagalan. Melalui perancangan ini, diharapkan dapat menambah wawasan mengenai efektivitas komunikasi visual dimana kegagalan bukan akhir perjalanan, melainkan sebagai proses pembelajaran yang dapat memperkuat semangat dan motivasi mereka dalam mencari pekerjaan.

2. Manfaat Praktis:

Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam mengadakan kampanye sosial untuk mendorong sikap positif terhadap kegagalan untuk para *fresh graduate* ataupun calon pekerja yang sedang putus asa untuk mencari pekerjaan. Kampanye sosial ini juga diharapkan memberi manfaat oleh mahasiswa yang sedang mempersiapkan diri untuk masa depannya dalam dunia kerja.

