

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Entrepreneurship and Innovation Program

Kesepian merupakan keadaan psikologis ketika seseorang merasa kurang memiliki keterhubungan sosial karena perubahan lingkungan. Dalam beberapa tahun terakhir, kondisi ini semakin berkembang menjadi fenomena global yang dikenal sebagai epidemi kesepian (*loneliness epidemic*). Dampak kesepian tidak hanya bersifat emosional, tetapi juga dapat meningkatkan risiko depresi, kecemasan, gangguan tidur, penyakit jantung, penurunan fungsi kognitif, hingga risiko kematian dini (Undiknas, 2025).

Penelitian dari Global Web Index (GWI) mengungkapkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok yang paling rentan merasa kesepian, dengan angka mencapai 80% dalam setahun terakhir, melampaui Milenial (72%), Generasi X (60%), dan Baby Boomers (45%). Selain itu, survei Litbang Kompas pada Juni 2025 memperkuat temuan ini dengan mencatat bahwa 19,97% masyarakat Indonesia merasakan kesepian setiap minggu, dan sekitar sepertiganya mengalami kesepian setiap hari (Indrawati, 2025). Mahasiswa, terutama yang berada dalam masa transisi, rentan mengalami epidemi kesepian dan isolasi sosial. Hal ini dipicu oleh faktor adaptasi lingkungan baru, seperti perubahan tempat tinggal, perpisahan dari keluarga, tekanan akademik, serta membangun pertemanan baru.

Menurut Allo dan Soetjningsih (2025), fenomena kesepian pada mahasiswa baru di perantauan memiliki korelasi negatif dengan kesejahteraan psikologis (*psychological well-being*), harga diri (*self-esteem*), serta kemampuan sosial. Minimnya hubungan emosional dan belum terbentuknya sistem pendukung (*support system*) dapat memperkuat perasaan terisolasi yang parah. Tanpa adanya dukungan sosial yang cukup, dampak jangka panjang dari kondisi ini dapat

mempengaruhi motivasi belajar, keterlibatan akademik, hingga kesehatan mental mahasiswa secara menyeluruh.

Meluasnya epidemi kesepian telah menciptakan hambatan bagi individu, terutama remaja dan dewasa muda, dalam menjalin interaksi sosial secara langsung. Kondisi ini mendorong munculnya solusi digital berupa *virtual companion* berbasis *chatbot* sebagai alternatif pemenuhan kebutuhan emosional. Riset eksperimen di Korea University College of Medicine (Kim *et al.*, 2025) membuktikan bahwa penggunaan chatbots membantu menurunkan tingkat kesepian dan kecemasan sosial pada pengguna baru, dengan faktor-faktor seperti keterbukaan diri dan persepsi manfaat berkontribusi terhadap perbaikan tersebut. Sejalan dengan itu, studi longitudinal dari Oxford University menunjukkan bahwa interaksi rutin dengan AI selama satu minggu mampu menurunkan tingkat kesepian karena pengguna merasa lebih “didengar” (Freitas *et al.*, 2025).

Dukungan literatur lebih lanjut mengonfirmasi bahwa pendamping berbasis AI memiliki kemampuan untuk menyediakan emosional tanpa henti selama 24 jam, yang efektif dalam memitigasi isolasi sosial (Merrill *et al.*, 2022). Beberapa penelitian juga melaporkan bahwa keunggulan utama AI terletak pada sifatnya yang tidak menghakimi, yang dapat membantu pengguna lebih mengeksplorasi diri dan mengurangi stres psikologis (Kouros & Papa, 2024). Oleh karena itu, *chatbot* sebagai pendamping virtual memiliki prospek yang signifikan dalam berfungsi sebagai instrumen penanganan masalah kesepian.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dibahas, dalam perancangannya, penulis berperan sebagai *Character Designer* yang berfokus pada perancangan karakter visual yang digunakan sebagai elemen representatif dalam aplikasi. Karakter yang diciptakan tidak sekadar berfungsi sebagai maskot statis, melainkan sebagai pendamping virtual (*virtual companion*) yang berinteraksi langsung dengan pengguna. Melalui perancangan ini, karakter diharapkan mampu menjadi teman atau *companion* bagi pengguna.

## **1.2 Rumusan Masalah Entrepreneurship and Innovation Program,**

Berdasarkan topik yang sudah dibahas, maka dapat disimpulkan beberapa masalah yang menjadi sorotan dalam laporan ini.

1. Fenomena epidemi kesepian yang melanda mahasiswa akibat tantangan adaptasi di lingkungan baru.
2. Masih terbatasnya pemanfaatan media interaktif sebagai sarana bantuan bagi mahasiswa dalam mengatasi kesepian.

Untuk menyimpulkan masalah-masalah yang sudah dijabarkan tersebut, ditetapkan rumusan masalah yaitu bagaimana perancangan aplikasi virtual companion sebagai media interaktif untuk membantu mengurangi rasa kesepian pada mahasiswa?

## **1.3 Batasan Masalah Entrepreneurship and Innovation Program,**

Berikut batasan masalah dalam penelitian ini:

1. Demografis :
  - a. Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan
  - b. Usia : 18-25 tahun
  - c. Pendidikan : Mahasiswa (S1) dan pekerja pada tahap awal karier
  - d. Pendapatan : SES B
2. Geografis : Jabodetabek, Indonesia
3. Psikografis : Mahasiswa yang kesulitan bergaul dan suka menyendiri.

## **1.4 Maksud dan Tujuan Melaksanakan Entrepreneurship and Innovation Program**

Tujuan Penelitian ini adalah Merancang Aplikasi Virtual Companion berbasis Chatbot.

## **1.5 Manfaat Melaksanakan Entrepreneurship and Innovation Program**

Berikut manfaat melaksanakan penelitian ini.

1. Bagi Penulis

Perancangan ini menjadi wadah bagi penulis untuk mengaplikasikan kemampuan akademik dalam membantu permasalahan epidemi kesepian melalui pendekatan desain dan teknologi. Proses yang dijalankan, mulai dari identifikasi masalah, perancangan konsep, hingga pengujian rancangan prototipe nantinya yang membantu mencapai tujuan penulis dalam kesesuaian solusi yang dirancang dengan kebutuhan pengguna.

## 2. Bagi Orang Lain

Dengan adanya media interaktif berbasis gamifikasi, penulis berharap dapat meningkatkan kesadaran akan fenomena epidemi kesepian dan menjadi solusi untuk membantu permasalahan tersebut. Pendekatan gamifikasi ini dirancang untuk menciptakan lingkungan digital yang menyenangkan sekaligus aman bagi pengguna. Melalui elemen-elemen yang memotivasi, aplikasi ini diharapkan dapat mendorong interaksi yang lebih bermakna guna memitigasi rasa kesepian secara bertahap.

## 3. Bagi Universitas

Melalui perancangan ini penulis berharap karya tersebut dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian dengan topik sejenis, serta dapat memperkaya literatur akademik di lingkungan universitas dan mendukung pengembangan keilmuan pada bidang terkait.

### 1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur Entrepreneurship and Innovation

#### Program

Entrepreneurship and Innovation Program mengharuskan penulis untuk menyelesaikan 640 (*supervisor*) dan 207 jam (*Advisor*) kerja dalam periode 1 semester. Program ini wajib mengisi laporan aktivitas harian (*daily task*) melalui website [prostep.umn.ac.id](http://prostep.umn.ac.id), yang mencakup informasi pekerjaan, tanggal pelaksanaan, serta durasi kerja. Selain itu, peserta harus mengikuti minimal 8 kali

sesi dengan dosen pembimbing sebelum memasuki tahap evaluasi kedua. Berikut merupakan penjabaran tabel waktu prosedur *Entrepreneurship and Innovation Program* yang telah dilaksanakan:

Tabel 1.1 Tabel Waktu dan Prosedur Sebelum Evaluasi 1

Tanggal	Alur Aktivitas
1 Desember 2025	Pendaftaran PROSTEP
20 Januari 2026	Pembagian kelompok PROSTEP
2 Februari 2026	Workshop Kick-off Ideation Program
10 Februari 2026	Bimbingan dengan Advisor
12 Februari 2026	Bimbingan dengan Supervisor
20 Februari 2026	2nd Workshop
24 Februari 2026	Bimbingan dengan Advisor
27 Februari 2026	Bimbingan dengan Advisor
3 Maret 2026	3rd Workshop
5 Maret 2026	Mentoring dengan Dedicated Mentor
6 Maret 2026	Bimbingan dengan Advisor
9 Maret 2026	Bimbingan dengan Supervisor
10 Maret 2026	Bimbingan dengan Advisor
27 Maret 2026	Mentoring dengan Dedicated Mentor
30 Maret 2026	Pitching Day

Pendaftaran *Entrepreneurship and Innovation Program* secara berkelompok dilaksanakan pada tanggal 1 Desember 2025. Penerimaan dan pembagian kelompok PROSTEP diumumkan pada tanggal 20 Januari 2026 melalui email mahasiswa. Kegiatan PROSTEP *Entrepreneurship* diawali pada tanggal 2 Februari 2026, dengan *workshop kick-off ideation program "The Entrepreneurial Mindset: Embracing Proactivity and Innovation."* Kemudian pada tanggal 10

Februari 2026, terdapat sesi bimbingan dengan *advisor*. Pada tanggal 12 Februari 2026, terdapat bimbingan dengan *supervisor* serta pemberian tugas berupa pengumpulan data melalui metode kualitatif yakni pendekatan dengan wawancara. *2nd workshop; Solving the Real Problem: Practical Root Cause Analysis Workshop* diadakan pada tanggal 20 Februari 2026, dan dilanjutkan dengan sesi bimbingan bersama *Advisor* pada tanggal 24 Februari 2026. Berikutnya pada tanggal 27 Februari 2026 diadakan bimbingan dengan *advisor* lagi untuk membahas laporan. Lanjut pada 3 Maret 2026, terdapat *3th workshop “Market Research Fundamentals: Finding the Right Customers and Clients.”* Pada tanggal 5 Maret 2026 dilakukan *mentoring* dengan *dedicated mentor* melalui ZOOM. Setelah itu keesokannya pada 6 Maret 2026, diadakan bimbingan dengan *advisor*. Pada tanggal 9 Maret 2026 terdapat sesi bimbingan dengan *supervisor*. Terakhir, pada tanggal 10 Maret 2026 diadakan lagi dengan bimbingan dengan *advisor* mengenai laporan bab 1, 2, dan 3. Setelah itu, di 27 Maret diikuti bimbingan dengan *dedicated mentor* dan *pitching day* (UTS) pada 30 Maret 2026.

Tabel 1.2 Tabel Waktu dan Prosedur Sebelum Evaluasi 2

9 April 2026	4th Workshop
15 April 2026	Mentoring dengan Dedicated Mentor
22 April 2026	Bimbingan dengan Advisor
24 April 2026	Bimbingan dengan Advisor
28 April 2026	5th Workshop
29 April 2026	Bimbingan dengan Advisor
4 Mei 2026	6th Workshop
5 Mei 2026	Bimbingan dengan Supervisor
6 Mei 2026	7th Workshop
7 Mei 2026	Bimbingan dengan Advisor
13 Mei 2026	Mentoring dengan Dedicated Mentor
15 Mei 2026	Bimbingan dengan Supervisor & Advisor

20 Mei 2026	Bimbingan dengan Advisor
22 Mei 2026	8th Workshop
25 Mei 2026	9th Workshop
26 Mei 2026	Bimbingan dengan Advisor
25 Mei - 2 Juni 2026	Evaluasi 2
2 Juni 2026	Pitching Day
2 - 4 Juni 2026	Demo Day
5 Juni 2026	Sidang PRO-STEP

Setelah melewati periode UTS, penulis bersama tim kembali mengikuti workshop keempat, yaitu *Opportunity & Competition Mapping* pada 9 April 2026. Selanjutnya pada 15 April 2026 diadakan bimbingan dengan *dedicated mentor* via ZOOM untuk mendiskusikan perkembangan proyek untuk EMONION di bidang bisnis masing-masing. Penulis dengan tim melaksanakan bimbingan dengan advisor pada 22 dan 24 April 2026 mengenai penyugunan awal bab 4. Pada 28 April 2026 diadakan lagi 5th workshop dengan topik “Prototype: From Idea to Prototype - Rapid Product Prototyping 101”. Keesokannya ada bimbingan dengan advisor secara online untuk mendapatkan asistensi terhadap laporan berdasarkan masukan dari pertemuan sebelumnya.

Memasuki bulan Mei tanggal 4, penulis dengan tim mengikuti 6th workshop, yaitu “*A Beginner’s Guide to Building Financial Models.*” Kemudian diikuti dengan bimbingan oleh Supervisor pada 5 Mei 2026. Setelah itu pada 6 Mei 2026, *workshop* ketujuh diadakan dengan topik “*Branding & Marketing.*” Selanjutnya penulis dengan tim mengikuti bimbingan dengan *advisor* mengenai progress laporan bab 4 pada 7 Mei 2026. Setelah itu, pada 13 Mei, tim melaksanakan sesi bimbingan terakhir bersama *Dedicated Mentor* yang berfokus pada pembahasan peran tim dan persiapan *pitching* untuk *pitching day*. Penulis dan tim lanjut melakukan proses asistensi bersama Advisor dan Supervisor pada 15 Mei 2026. Kemudian, penulis dan tim mengikuti workshop ke-8 “*Practical*

*Usability Testing: Evaluating and Improving User Experience*”, kemudian dilanjutkan dengan workshop ke-9 berjudul “*How to Pitch: Building a Strong & Convincing Business Pitch.*” pada 25 Mei 2026.

Penulis dan tim melalui evaluasi 2 pada 25 Mei - 2 Juni yang diselangi dengan bimbingan dengan advisor pada 26 Mei 2026. Saat pelaksanaan Demo Day dimana penulis dengan tim mengadakan *booth* mengenai EMONION akan ada pelaksanaan *pitching* kepada juri-juri. Demo day berlangsung dari 2 hingga 4 Juni 2026. Rangkaian kegiatan ditutup dengan sidang PRO-STEP pada 5 Juni sebagai tahap akhir penilaian dan evaluasi program PRO-STEP.

