

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Entrepreneurship and Innovation Program

Sebagai makhluk sosial, manusia secara alami membangun berbagai hubungan dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah hubungan pertemanan. Pada masa remaja hingga dewasa awal, relasi pertemanan memiliki peran penting dalam proses perkembangan individu. Fadhillah dan Siregar (2024) menjelaskan bahwa Generasi Z cenderung menghabiskan lebih banyak waktu bersama teman dibandingkan keluarga, sehingga lingkungan pertemanan menjadi faktor yang mempengaruhi pembentukan kepribadian dan perilaku sosial. Melalui interaksi tersebut, individu dapat berbagi pengalaman, bertukar informasi, dan memperoleh dukungan emosional (Nihayati et al., 2025). Seiring perkembangan teknologi digital, interaksi sosial juga semakin mudah dilakukan melalui media sosial, aplikasi komunikasi, dan berbagai platform digital lainnya.

Meskipun teknologi memungkinkan individu untuk selalu terhubung, berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media digital yang berlebihan justru dapat meningkatkan rasa kesepian, terutama pada Generasi Z (Ningsih et al., 2024). Bahkan, sebanyak 53,4% Generasi Z merasa koneksi melalui media digital kurang bermakna dibandingkan interaksi secara langsung (Norhabiba et al., 2025). Ketergantungan pada interaksi digital mendorong individu untuk lebih sering mencari validasi melalui media sosial dibandingkan membangun hubungan secara langsung. Akibatnya, kemampuan untuk menjalin hubungan yang autentik dapat berkurang karena individu lebih terbiasa berinteraksi melalui layar daripada komunikasi tatap muka (Redaksi, 2025).

Fenomena paradoks tersebut menimbulkan berbagai dampak psikologis, seperti kesepian, kecemasan sosial, kelelahan emosional, hingga kecenderungan menarik diri dari lingkungan sosial (Ayu et al., 2025). Selain itu, kebutuhan akan penerimaan sosial sering kali membuat individu mempertahankan hubungan yang

tidak sehat atau toxic friendship meskipun memberikan dampak negatif bagi kesejahteraan psikologis mereka (Kusnata et al., 2025). Penelitian menunjukkan bahwa 63,3% responden Generasi Z pernah mengalami *toxic friendship*, sementara 59,1% di antaranya melaporkan dampak terhadap kesehatan mental akibat hubungan sosial yang bermasalah (Kusnata et al., 2025). Maharani dan Kalifa (2024) menyatakan bahwa toxic friendship dapat mempengaruhi kondisi emosional individu secara berkelanjutan. Sayangnya, media edukasi mengenai toxic friendship dan hubungan pertemanan yang sehat masih didominasi oleh artikel, seminar, atau konten digital yang bersifat satu arah, sehingga kurang mampu memberikan pengalaman belajar yang interaktif bagi Generasi Z.

Melihat kondisi tersebut, diperlukan media yang lebih relevan dengan karakteristik Generasi Z. Auxier dan Patterson (2022) menjelaskan bahwa generasi ini memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap *games*, sebagai sarana hiburan sekaligus media untuk berinteraksi dan membangun koneksi sosial. Dalam beberapa tahun terakhir, minat terhadap permainan *tabletop*, termasuk *board game* dan *card game*, juga meningkat karena mampu memberikan pengalaman interaksi sosial secara langsung yang semakin jarang ditemukan dalam aktivitas digital sehari-hari (Bunch, 2025). *Card game* menjadi salah satu bentuk permainan yang praktis, fleksibel, dan memungkinkan terciptanya interaksi yang menyenangkan antar pemain (Sultan, 2024).

Berdasarkan potensi tersebut, dikembangkan *card game* berjudul *Friend or Fraud* yang mengangkat tema dinamika hubungan pertemanan, khususnya dalam mengenali perilaku yang mencerminkan hubungan sehat maupun tidak sehat. Agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif oleh target audiens, diperlukan identitas visual yang mampu merepresentasikan konsep permainan secara jelas, menarik, dan mudah dikenali. Menurut Wheeler (2024), identitas visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga berperan dalam membangun karakter produk, memperkuat pengalaman pengguna, serta membantu menyampaikan pesan secara komunikatif. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada perancangan identitas visual untuk *card game Friend or Fraud*.

1.2 Rumusan Masalah Entrepreneurship and Innovation Program,

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, berikut adalah rumusan masalah yang ditemukan oleh penulis, yakni:

1. Masih terbatasnya media permainan yang mampu mendorong interaksi yang bermakna dan membangun koneksi sosial yang autentik di kalangan Generasi Z.
2. Belum terdapat identitas visual yang kuat dan konsisten untuk *card game* bertema sosial yang mampu menarik perhatian serta mudah dikenali oleh target audiens dari kalangan Generasi Z.

Oleh karena itu, pertanyaan penelitian dari perancangan ini adalah bagaimana perancangan identitas visual untuk *card game* Friend or Fraud?

1.3 Batasan Masalah Entrepreneurship and Innovation Program,

Perancangan ini ditujukan kepada Generasi Z dengan rentang usia 18—24 tahun, baik laki-laki maupun perempuan, yang berstatus sebagai pelajar ataupun pekerja muda. Target berasal dari kelompok SES B—A dengan domisili wilayah Jabodetabek dan area perkotaan yang memiliki akses tinggi terhadap lingkungan sosial seperti komunitas, kampus, atau *co-working space*. Selain itu, target merupakan individu yang pernah mengalami atau sedang berada dalam hubungan pertemanan yang bersifat *toxic*, memiliki ketertarikan terhadap pengembangan diri, dan menyukai aktivitas yang dapat mendorong komunikasi, membangun pertemanan, dan memberikan ruang refleksi bersama teman dengan cara yang lebih menyenangkan.

1.4 Maksud dan Tujuan Melaksanakan Entrepreneurship and Innovation Program

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan dari produk Entrepreneurship & Innovation Program ini adalah merancang *card game* mengenai *toxic friendship* pada Generasi Z.

1.5 Manfaat Melaksanakan Entrepreneurship and Innovation Program

Manfaat dari perancangan ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu manfaat bagi penulis, orang lain, dan universitas, yang dijelaskan sebagai berikut.

1. Bagi Penulis.

Pengembangan bisnis ini memberikan pengalaman bagi penulis dalam mengelola dan mengembangkan produk kreatif berbasis inovasi dan teknologi, khususnya dalam proses perancangan *card game* yang mengangkat tema *toxic friendship*. Proses ini juga memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengasah kemampuan dalam mengembangkan konsep kreatif, merancang identitas visual produk, serta menciptakan pengalaman bermain yang menarik bagi pengguna.

2. Bagi Orang Lain.

Perancangan bisnis ini diharapkan dapat menjadi media yang mendorong interaksi sosial secara langsung melalui aktivitas bermain bersama. Kehadiran *card game* ini dapat menyediakan sarana hiburan yang tidak hanya menyenangkan tetapi juga bersifat informatif bagi para pemain. Selain itu, produksi *card game* lokal juga berpotensi memberikan kontribusi terhadap perkembangan industri *tabletop* di Indonesia.

3. Bagi Universitas.

Perancangan bisnis ini dapat mendukung pengembangan nilai kewirausahaan dan inovasi di lingkungan universitas melalui penerapan ilmu pengetahuan secara nyata. Produk yang dihasilkan juga memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut melalui program inkubasi bisnis universitas sehingga dapat menjadi startup berbasis mahasiswa. Selain itu, penyusunan laporan ini diharapkan dapat menjadi referensi akademis bagi mahasiswa lain yang tertarik pada bidang bisnis, desain, maupun teknologi.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur Entrepreneurship and Innovation

Program

Pelaksanaan Entrepreneurship and Innovation Program dilakukan melalui beberapa tahapan kegiatan yang berlangsung selama satu semester. Tahapan tersebut dimulai dari proses sosialisasi program, registrasi peserta, penyusunan proposal bisnis, hingga tahap evaluasi dan sidang akhir. Berikut adalah rincian dari waktu dan prosedur program Entrepreneurship & Innovation:

Tabel 1.1 Prosedur dan Timeline Pro-Step

Agenda	Tanggal	Keterangan
Sosialisasi Pro-Step	10 November 2025	Sosialisasi Pro-Step (Daring)
Pemilihan KRS	11-12 Agustus 2025	Pemilihan KRS melalui my.umn.ac.id
Periode Registrasi Pro-Step	10 November – 1 Desember 2025	Registrasi Pro-Step melalui website Pro-Step & mengumpulkan <i>Letter of Acceptance</i> untuk mendapatkan Pro-Step 02
Pengumuman Hasil Seleksi Pro-Step Tahap 1	8 Desember 2025	Pengumuman hasil seleksi Tahap Pro-Step 1
Submit Proposal Pro-Step	12 Desember 2025	Mengumpulkan proposal Pro-Step melalui OneDrive Form, pukul 17:00 WIB
Bimbingan Pro-Step Tahap 1	2 Februari – 6 Maret 2026	Periode bimbingan Pro-Step (Mengisi Daily Task Supervisor dan Advisor serta Counselling Meeting)
Evaluasi Pro-Step Tahap 1	9—13 Maret 2026	Periode Penilaian Evaluasi 1 Pro-Step, dilakukan secara individu dengan mengumpulkan laporan

		Evaluasi 1 melalui website Pro-Step
UTS (Ujian Tengah Semester)	30 Maret – 11 April 2026	Periode UTS Genap
Bimbingan Pro-Step Tahap 2	16 Maret – 29 Mei 2026	Periode bimbingan Pro-Step (Mengisi Daily Task Supervisor dan Advisor serta Counselling Meeting)
Evaluasi Pro-Step Tahap 2	26 Mei – 2 Juni 2026	Periode Penilaian Evaluasi 2 Pro-Step, dilakukan secara individu dengan mengumpulkan laporan Evaluasi 2 melalui website Pro-Step
Pengecekan Kelengkapan Dokumen & Laporan Sidang Evaluasi Pro-Step	2 – 3 Juni 2026	Dosen Pembimbing Internal melakukan pengecekan terkait kerangka, konten, judul dan kelengkapan dokumen Laporan Pro-Step
UAS (Ujian Akhir Semester)	3 Juni 2026	Periode UAS Genap
Deadline Registrasi Sidang Evaluasi Pro-Step	2 – 13 Juni 2026	Batas Akhir Registrasi Sidang Evaluasi Prostep pukul 17:00 WIB

Sidang Evaluasi 2 Pro-Step	4 – 5 Juni 2026	Periode Sidang Evaluasi Pro-Step (Luring)
Revisi dan Pengesahan Laporan Akhir Sidang Pro- Step s/d Pengumpulan kedalam website Pro-Step	5 – 11 Juni 2026	Periode Pengumpulan Laporan Sidang Evaluasi Pro-Step yang sudah di revisi dan ditanda tangani dewan sidang
Batas akhir pengumpulan Laporan Akhir Sidang Pro-Step	12 Juni 2026	Tenggat waktu revisi dan pengesahan s/d submisi 1 MINGGU setelah tanggal Sidang Evaluasi 2 Pro-Step Pukul 17:00 WIB

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA