

## Buku Ilustrasi Komunikasi Asertif Sebagai Media Edukasi

Masnuna<sup>1</sup>, Nyimas Nurjihan Qonita<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, UPN "Veteran" Jawa Timur  
Jl. Raya Rungkut Madya, Surabaya, Indonesia

e-mail: [masnuna.dkv@upnjatim.ac.id](mailto:masnuna.dkv@upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>, [onikqonita@gmail.com](mailto:onikqonita@gmail.com)<sup>2</sup>

Received: April, 2021	Accepted: July, 2022	Published: October, 2022
-----------------------	----------------------	--------------------------

### Abstract

*Communication is the basis of social interaction activities in everyday life. There are four communication patterns, namely passive communication, aggressive communication, passive-aggressive communication, and assertive communication. Of the several communication patterns, assertive communication is the most effective communication pattern. However, assertive communication is still a common thing among the public. According to questionnaire data, 63.6% of 66 fresh graduates do not know assertive communication. A fresh graduate will be faced with problems such as work problems and other work demands. In addition, it is also necessary to have soft skills that are useful in the future. Therefore, assertive communication patterns are needed in the world of work. Seeing fresh graduates who are busy with work, informative and interesting educational media is needed, namely illustration books. The use of visuals and verbal in this book adjusts the characteristics of the target audience. Based on these phenomena and problems, this research uses the preparation stage and the creation stage. With this illustrated book media, it is hoped that the target audience can apply it in their daily lives, attract reading interest, and be able to work more productively in the future.*

**Keywords:** *assertive communication; education media; fresh graduate; illustration book*

### Abstrak

*Komunikasi merupakan dasar dari kegiatan interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari. Terdapat empat pola komunikasi, yaitu komunikasi pasif, komunikasi agresif, komunikasi pasif-agresif, komunikasi asertif. Dari beberapa pola komunikasi tersebut, komunikasi asertif menjadi pola komunikasi yang paling efektif. Namun, komunikasi asertif masih menjadi hal yang awam dikalangan masyarakat. Menurut data kuesioner 63,6% dari 66 fresh graduate tidak mengetahui komunikasi asertif. Seorang fresh graduate nantinya akan dihadapkan dengan persoalan seperti masalah pekerjaan serta tuntutan kerja lainnya. Selain itu, juga perlu memiliki softskill yang berguna kedepannya. Oleh karena itu, pola komunikasi asertif sangat dibutuhkan dalam dunia kerja. Melihat fresh graduate yang sibuk dengan pekerjaan, maka dibutuhkan media edukasi yang informatif dan menarik, yaitu buku ilustrasi. Penggunaan visual dan verbal pada buku ini menyesuaikan karakteristik target audience. Berdasarkan fenomena dan permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan tahap persiapan serta tahap penciptaan. Dengan adanya media buku ilustrasi ini, diharapkan target audiens bisa mengaplikasikannya dalam keseharian, menarik minat baca, serta dapat bekerja lebih produktif kedepannya.*

**Kata Kunci:** *buku ilustrasi; fresh graduate; komunikasi asertif; media edukasi*

## 1. PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling bergantung satu sama lain. Maka dari itu manusia harus bisa berkomunikasi dengan baik. Apabila ingin mempunyai relasi yang baik dengan orang lain maka caranya adalah dengan mempunyai pola atau gaya komunikasi yang baik juga. Kualitas hubungan dengan orang lain bisa ditingkatkan jika paham pola komunikasi dan paham kapan harus menggunakannya.

Komunikasi adalah dasar dari semua kegiatan interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari. Menyampaikan terkait apa yang dirasakan, diinginkan, serta apa yang dipikirkan kepada orang lain dengan tetap menghargai hak-hak serta perasaan orang lain adalah salah satu tujuan komunikasi [1]. Komunikasi asertif merupakan pola komunikasi yang efektif karena menggabungkan kelebihan dari pola komunikasi pasif, agresif, dan pasif-agresif.

Orang yang memiliki pola komunikasi pasif adalah orang yang sulit untuk mengekspresikan diri dan biasanya sering mengalah ke orang lain. Hal itu dilakukan untuk menghindari konfrontasi dengan orang lain. Berbeda dengan pola komunikasi pasif, orang dengan pola komunikasi agresif adalah seseorang yang mempunyai keinginan untuk mendominasi segalanya, biasanya dengan melakukan intimidasi serta kritik yang tajam pada lawan bicara. Sedangkan pola komunikasi pasif-agresif adalah pola dimana seseorang cenderung berbicara pelan, tetapi apa yang disampaikan berbeda dengan apa yang ia rasakan. Pola komunikasi yang terakhir adalah asertif, dimana seseorang mampu menyatakan perasaan serta pikiran dengan tepat dan jujur tanpa memaksa orang lain [2].

Orang yang tidak bertindak asertif bisa menjadi pasif atau agresif. Menurut Bovee dan Thill, saat seseorang mampu berkomunikasi secara efektif, hal itu bisa meningkatkan produktivitasnya, baik sebagai individu maupun di organisasi [3]. Berdasarkan hasil studi awal yang dilakukan peneliti melalui kuesioner *google form*, dari 66 responden *fresh graduate*, diperoleh hasil bahwa 63,6% responden tidak mengetahui komunikasi asertif dan 86,4% responden merasa butuh edukasi cara

komunikasi yang efektif. Sebanyak 161 kasus perselisihan antara karyawan dengan perusahaan terjadi di Kota Bekasi [4]. Sama halnya dengan survei global terhadap 400 perusahaan yang memiliki 1000 karyawan, karena komunikasi yang kurang di perusahaan, hal tersebut berakibat pada kerugian yang besar terhadap perusahaan [5].

Di Indonesia, rata-rata *fresh graduate* berkisar usia 20-25 tahun, dimana fase usia dewasa awal dimulai [6]. *Fresh graduate* telah memasuki fase kehidupan sebenarnya, dimana akan dihadapkan dengan persoalan seperti masalah pekerjaan. Selain tanggung jawab terhadap pekerjaan dan tuntutan kerja yang lainnya, *fresh graduate* juga perlu memiliki *soft skill*. *Softskill* yang dimaksud seperti mampu beradaptasi di lingkungan baru, relasi sosial, dan bagaimana cara berkomunikasi dalam dunia kerja. Tentunya, komunikasi yang efektif seperti komunikasi asertif akan dibutuhkan dalam menunjang *softskill* tersebut.

Bagi *fresh graduate* yang baru memasuki dunia kerja, nantinya akan disibukkan dengan tugas-tugas dari kantor. Maka dari itu, waktu untuk membaca buku, waktu untuk *refreshing* sejenak, dan waktu untuk *travelling* akan berkurang. Meskipun begitu, *fresh graduate* seharusnya mempunyai keahlian lain dengan *upgrade* diri, misalnya dengan membaca buku [7]. Teori tersebut dapat dijadikan acuan dalam memecahkan masalah yang telah dijabarkan diatas. Solusi untuk memecahkan permasalahan tersebut adalah menggunakan buku cetak yang mengulas tentang komunikasi asertif. Buku termasuk media cetak tentunya memiliki kelebihan dibandingkan media lainnya. Buku dapat dibaca berkali-kali dan tidak membutuhkan internet, membuat pembaca berpikir lebih spesifik terhadap isi tulisan, bisa dikoleksi, serta dapat menjelaskan hal yang sifatnya kompleks dengan lebih baik. Selain itu, isi dalam media cetak bisa dipertanggungjawabkan karena melewati proses *editing* [8].

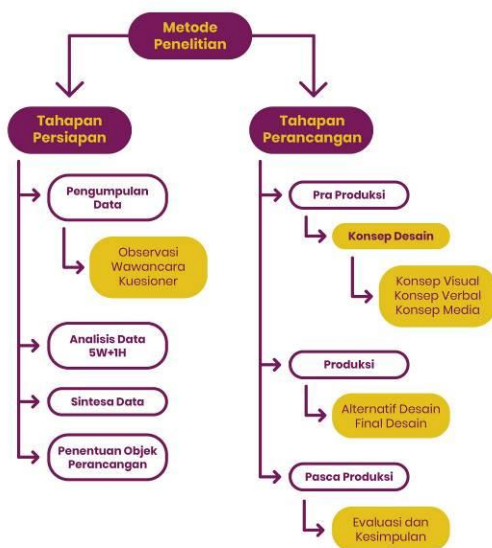
Agar buku bisa tetap eksis, maka diperlukan sesuatu yang inovatif dan unik seperti isi dan desainnya harus dibuat menarik, seperti adanya ilustrasi. Fungsi ilustrasi adalah sebagai

penjelas teks dan sekaligus sebagai *eye catcher* [9]. Ilustrasi akan memudahkan pembaca dalam memahami isi buku lewat visual. Menurut Weiten, persepsi seseorang terkait suatu hal bisa dipengaruhi oleh indera, sehingga ilustrasi dalam buku bisa menjadi faktor agar audiens lebih memperhatikan isi buku [10].

Berangkat dari fenomena dan permasalahan tersebut, peneliti ingin mengedukasi komunikasi asertif pada *fresh graduate* dengan buku ilustrasi serta berharap agar audiens bisa mengaplikasikannya dalam kehidupan. Selain mengedukasi, buku ilustrasi ini dibuat dengan menarik agar para pembaca tidak mudah bosan.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan dua tahapan, tahap pertama adalah tahap persiapan serta tahap penciptaan. Tahap persiapan meliputi pengumpulan data, analisis data menggunakan 5W+1H, sintesa data, juga penentuan objek perancangan [11]. Lalu untuk tahap penciptaan terdapat pra produksi, produksi, dan pasca produksi [12].



Gambar 1. Metode Penelitian  
[Sumber: Masnuna, 2021]

## 2.1 Tahap Persiapan

### 2.1.1 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data termasuk hal yang sangat penting dalam penelitian. Pengumpulan data pada penelitian ini memakai tiga metode, yaitu metode observasi, wawancara, dan kuesioner.

#### 1) Observasi

Pada penelitian ini, observasi dilakukan untuk mencatat serta mengamati fenomena terkait komunikasi asertif dan meninjau keberadaan buku terutama buku ilustrasi terkait dengan komunikasi asertif.

#### 2) Wawancara

Wawancara digunakan untuk menggali jawaban dengan tanya jawab pada narasumber. Metode ini berfungsi untuk mendapat jawaban yang sesuai dengan tujuan perancangan. Hasil wawancara tersebut disimpulkan untuk mempermudah dalam menganalisa data. Dalam perancangan ini, wawancara yang tepat adalah wawancara pada Tovany Yurisar Akbar selaku *IR Officer* PT Indospring Gresik dan Djayanti selaku ilustrator.

#### 3) Kuesioner

Metode kuesioner adalah kegiatan pengumpulan data dengan mengajukan beberapa pertanyaan sesuai dengan data yang dicari. Data yang akan dicari berupa pengetahuan target terhadap komunikasi asertif serta buku apa yang cocok saat membaca buku edukasi. Data yang ada akan diolah dan sampel terbanyak akan diambil sehingga menjadi kesimpulan kuantitatif.

### 2.1.2 Analisis Data

Analisis data adalah suatu kegiatan dalam mengolah data yang diperoleh agar menghasilkan kesimpulan yang lebih sederhana untuk menjawab permasalahan serta fenomena yang ada [11]. Perancangan ini menggunakan teknik analisis data 5W+1H (*What, Where, Why, Who, When, dan How*). Analisis data 5W+1H dapat membantu memecahkan permasalahan yang ada serta memudahkan dalam menemukan solusi yang cocok untuk perancangan.

### 2.1.3 Sintesa Data

Sintesa data adalah hasil atau kesimpulan yang diambil setelah menganalisis data [13]. Sintesa data berkaitan dengan *keyword*. Adanya proses

sintesa data akan mempermudah dalam pencarian *keyword*. Selain itu, sintesa data digunakan sebagai acuan dalam membuat konsep desain untuk media yang nantinya akan dirancang.

#### **2.1.4 Penentuan Objek Perancangan**

Media yang dipakai dalam perancangan ini adalah buku ilustrasi komunikasi asertif untuk *fresh graduate* usia 20-25 tahun. Tujuan dari perancangan ini adalah mengedukasi juga menambah wawasan terkait pola komunikasi terutama komunikasi asertif.

Target audiens pada perancangan ini yaitu:

1) Demografis

Laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 20-25 tahun dan baru memasuki dunia kerja.

2) Psikografis

*Fresh graduate* yang tertarik membaca, menyukai ilustrasi, serta memiliki rasa ingin tahu yang tinggi.

3) Geografis

*Fresh graduate* yang baru memasuki dunia kerja di seluruh Indonesia terutama yang hidup di perkotaan Pulau Jawa.

### **2.2 Tahap Penciptaan**

#### **2.2.1 Pra Produksi**

Tahap ini merupakan tahap dalam menyusun konsep desain. Konsep desain tersebut diperoleh dari *mind mapping* yang berguna sebagai acuan dasar perancangan. Konsep desain mencakup konsep visual, konsep verbal, serta konsep media.

#### **2.2.2 Produksi**

Produksi adalah tahap untuk membuat media utama dalam perancangan. Tahap ini mengacu dari konsep desain yang sudah dibuat pada tahap pra produksi. Beberapa alternatif desain yang telah dibuat nantinya akan berfungsi sebagai pilihan yang akan diberikan pada target audiens lewat kuesioner. Jika alternatif desain sudah terpilih, maka akan dikembangkan serta diperbaiki supaya sesuai saat diimplementasikan pada media utama,

#### **2.2.3 Pasca Produksi**

Tahap pasca produksi merupakan tahap untuk membuat evaluasi serta kesimpulan. Pembuatan kesimpulan dan evaluasi akan

berguna untuk mengetahui kelebihan serta kekurangan yang ada pada perancangan ini yang berguna untuk perancangan yang akan datang.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Populasi**

#### **3.1.1 Populasi**

Populasi merupakan suatu kelompok yang memiliki karakteristik tertentu, nantinya akan diteliti, dipelajari, dan ditarik kesimpulan. Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti, bisa berupa orang, organisasi, kalimat, simbol non verbal, surat kabar, televisi, dan lain sebagainya.

Target Audiens

1. Demografis

1) Laki-laki dan Perempuan

2) Usia 20-25 tahun

3) *Fresh graduate*

4) Kelas sosial menengah atas

Target audiens yang dituju adalah usia 20-25 tahun dimana pada usia itu merupakan usia *fresh graduate*. Jenjang selanjutnya adalah memasuki dunia kerja, dimana komunikasi tentunya akan berpengaruh pada kinerja saat bekerja, maupun pertemanan dalam dunia kerja.

2. Geografis

Target audiens Buku Ilustrasi Komunikasi Asertif Sebagai Media Edukasi ini adalah *fresh graduate* yang baru memasuki dunia kerja di seluruh Indonesia. Target audiens ini disesuaikan dengan karakteristik target audiens yang berdomisili di kota yang ada di Indonesia khususnya yang berada di Pulau Jawa.

3. Psikografis

1) *Fresh graduate* yang tertarik membaca

2) *Fresh graduate* yang suka dengan ilustrasi

3) *Fresh graduate* yang memiliki rasa ingin tahu tinggi

4) *Fresh graduate* yang memiliki daya imajinasi yang tinggi

4. Behaviour

1) *Fresh graduate* yang menyukai hal-hal tentang komunikasi

2) *Fresh graduate* yang mobilitasnya tinggi

#### **3.1.2 Sampel**

Sampel merupakan kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian dan akan digeneralisasikan

terhadap populasi. Sampel yang diambil adalah yang mewakili keseluruhan populasi.

- 1) Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
- 2) Umur: 20-25 tahun
- 3) Pendidikan: Semester akhir dan lulus kuliah yang baru masuk dunia kerja
- 4) Kota asal: Kota-kota di Pulau Jawa

## 3.2 Tahap Persiapan

### 3.2.1 Hasil Pengumpulan Data

Diperoleh data bahwa dalam kehidupan sehari-hari terlebih saat berada di lingkungan pekerjaan, komunikasi asertif akan sangat dibutuhkan. Dari beberapa toko buku di Surabaya, tidak ditemukan buku terutama buku ilustrasi mengenai komunikasi asertif. Akan tetapi, terdapat buku yang membahas sedikit mengenai cara-cara berkomunikasi asertif namun tidak menuliskan bahwa itu merupakan komunikasi asertif. Maka dari itu, buku mengenai komunikasi asertif terlebih lagi buku ilustrasi komunikasi asertif sangat sulit sekali ditemukan.

Dari kuesioner yang disebarakan kepada 66 responden *fresh graduate* berumur 20-25 tahun, diperoleh hasil:

- 1) 63,6% *fresh graduate* tidak mengetahui apa itu komunikasi asertif.
- 2) 81,8% responden pernah kesusahan untuk menolak dengan berkata tidak pada lawan bicara.
- 3) 72,7% responden menyukai buku ilustrasi dalam membaca buku edukasi.

Menurut hasil wawancara dengan Tovany Yurisar Akbar selaku *IR Officer* PT. Indospring Gresik menyatakan bahwa, dalam mencari karyawan baru, cara berkomunikasi menjadi salah satu tolak ukur utama dalam penilaian. Dalam dunia kerja, komunikasi yang efektif seperti komunikasi asertif sangat penting dalam dunia kerja. Hal tersebut dikarenakan menjadi seorang karyawan yang komunikatif merupakan tuntutan perusahaan agar pola kerja bisa terjaga dengan baik.

Setelah melakukan wawancara dengan Djayanti selaku *illustrator*, beliau menyatakan bahwa tren desain bisa menjadi acuan dalam sebuah perancangan. Tren ini bisa berupa *layout*, *tone* warna, dan *style* ilustrasi. Kelebihan buku dibandingkan media lain adalah pengalaman

saat membaca buku. Buku fisik juga tidak terkalahkan dengan adanya *e-book*. Contohnya adalah sensasi bau kertas, mengurangi *screen time*, dan bisa dikoleksi. Buku bisa memudahkan kita untuk membolak-balikkan halaman. Sebelum penerbitan buku juga telah melewati berbagai proses penyuntingan sehingga isi buku lebih bisa dipertanggungjawabkan isinya.

### 3.2.2 Hasil Analisis Data

Data yang sudah diperoleh dianalisis memakai teknik analisis data 5W+1H dan didapat hasil analisis sebagai berikut:

- 1) *What*, permasalahan yang terjadi saat ini.

Masalah yang terjadi pada perancangan ini adalah diperoleh data berdasarkan kuesioner bahwa dari 66 *fresh graduate*, 63,6% tidak mengetahui apa itu komunikasi asertif.

- 2) *Why*, mengapa permasalahan ini terjadi.

Permasalahan tersebut terjadi karena kurangnya informasi terkait komunikasi asertif. Observasi terhadap beberapa toko buku di Surabaya juga tidak ditemukan buku terkait komunikasi asertif.

- 3) *Where*, dimana masalah tersebut terjadi.

Permasalahan tersebut terjadi hampir di kota-kota seluruh Indonesia.

- 4) *When*, kapan permasalahan itu terjadi. Permasalahan tersebut terjadi pada *fresh graduate* terutama usia 20-25 tahun yang baru memasuki dunia kerja. Dalam dunia kerja tentunya harus memperhatikan cara berkomunikasi baik dengan atasan, bawahan, maupun antar kolega. Hal ini tentunya membuat edukasi mengenai komunikasi asertif sangat diperlukan.

- 5) *Who*, siapa yang menjadi target audiensnya.

Target audiens dalam perancangan ini adalah *fresh graduate* usia 20-25 tahun yang baru memasuki dunia kerja.

- 6) *How*, bagaimana solusi yang tepat dalam menyelesaikan permasalahan tersebut. Solusi yang tepat adalah dengan membuat media yang dekat dengan *fresh graduate*. Kesibukan *fresh graduate* dalam bekerja membuat mereka hanya mempunyai sedikit waktu luang untuk membaca buku. Maka dari

itu media yang sesuai dengan *fresh graduate* adalah media buku ilustrasi yang informatif dan menarik.

### 3.2.3 Sintesa Data

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan, diperoleh sebuah sintesis data, bahwa komunikasi asertif sangat diperlukan dalam dunia kerja. Usia *fresh graduate* yang memasuki dewasa awal sudah seharusnya mempunyai keahlian lain dengan *upgrade* diri, misalnya dengan membaca buku. Konten yang digunakan dalam buku ilustrasi ini adalah Bahasa Indonesia sehari-hari yang ringan dan santai serta beberapa kalimat memakai Bahasa Inggris. Penggunaan Bahasa Inggris berguna untuk melatih kemampuan audiens dalam berbahasa asing. Bahan kertas yang cocok adalah memakai kertas yang tidak terlalu tebal agar mudah dibawa kemana-mana serta jilid *hard cover* agar masa simpannya bisa tahan lama. Menurut hasil riset, warna yang sesuai adalah warna hangat. Warna hangat bisa memberikan efek lebih dekat, nyaman, hangat, menggembirakan, dan memberikan energi lebih [14]. Warna tersebut sesuai dengan *fresh graduate* yang penuh energi dan membutuhkan perasaan hangat karena mereka memasuki dunia yang baru yaitu dunia kerja agar mereka merasa nyaman.

### 3.2.4 Objek Perancangan

Perancangan ini menggunakan media buku ilustrasi sebagai media utama perancangan. Materi yang akan disampaikan dalam buku adalah empat pola komunikasi serta pembahasan lebih dalam terkait komunikasi asertif. Buku ilustrasi ini akan dikemas secara informatif dan menarik dengan teknik ilustrasi *digital painting* agar target audiens lebih mudah memahami isi buku dan menghindari kejenuhan jika membaca buku yang berisi banyak teks.

## 3.3 Tahap Penciptaan

### 3.3.1 Konsep Desain

Jika data sudah dianalisis dan sintesa sudah didapatkan, tahapan selanjutnya adalah menentukan *keyword*. *Keyword* adalah elemen yang penting dalam perancangan yang bisa dijadikan acuan untuk mengkomunikasikan pesan dan bisa membentuk karakteristik dari

perancangan desain tersebut. *Keyword* diperoleh dari *mind mapping* yang telah dilakukan dan dihasilkan *keyword* yaitu “Penghubung yang Istimewa”.

*Keyword* “Penghubung yang Istimewa” terdiri dari dua kata. Berdasarkan makna denotasinya, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, penghubung adalah yang menghubungkan, alat dan sebagainya yang menghubungkan dua tempat yang terpisah, dan orang yang bertindak sebagai perantara. Kata ‘istimewa’ memiliki arti khas; khusus, lain daripada yang lain; luar biasa, terutama; lebih-lebih.

Secara konotasi, *keyword* “Penghubung yang Istimewa” diartikan sebagai upaya untuk menghubungkan antar individu dengan menerapkan komunikasi yang paling efektif yaitu komunikasi asertif. Buku ini memiliki tujuan untuk memberi informasi dengan media buku ilustrasi tentang komunikasi asertif pada *fresh graduate* dan diharapkan setelah membaca buku tersebut, *fresh graduate* bisa lebih komunikatif saat memasuki dunia kerja.

### 3.3.2 Konsep Verbal

Strategi komunikasi dari konsep verbal pada perancangan buku ilustrasi komunikasi asertif ini adalah terletak pada pemilihan Bahasa Indonesia sehari-hari yang ringan dan santai serta terdapat beberapa kalimat yang menggunakan Bahasa Inggris agar menambah wawasan para *fresh graduate* terkait bahasa asing. Judul buku pada perancangan ini adalah “Ucap Apik, Kerja Epik”. Tipografi yang digunakan pada perancangan buku ilustrasi ini adalah font *cursive* yang juga memperhatikan kejelasan dan keterbacaan supaya pesan yang ingin disampaikan bisa tersampaikan dengan jelas.

### 3.3.3 Konsep Visual

Konsep visual pada perancangan buku ini adalah ilustrasi yang menggunakan ilustrasi dekoratif dengan teknik *digital painting* mengikuti dari *keyword* “Penghubung yang Istimewa”. Penggunaan warna dalam buku ini adalah warna hangat yang akan memberikan efek kehangatan, memberikan energi, menggembirakan, dan memberi kenyamanan.

Tipografi yang digunakan sesuai dengan prinsip tipografi yaitu prinsip *readability* dan *legibility*. Penggunaan tipografi pada perancangan buku ini adalah jenis *cursive* yang menyerupai tulisan tangan. Pemilihan font jenis ini membuat target audiens membaca pesan secara personal dari penulis buku. *Typeface* yang digunakan pada buku ini adalah *Tentang Nanti*.

Buku ilustrasi ini memakai komposisi *single grid column* dan untuk penempatannya bervariasi. Meskipun bervariasi, prinsip-prinsip *layout* tetap diperhatikan.



Gambar 2. Referensi Layout  
[Sumber: Qonita, 2020]

### 3.3.4 Konsep Warna

Warna yang digunakan pada buku ini adalah warna hangat. Warna ini memberikan efek hangat, memberikan energi, menggembarakan, dan kenyamanan. Warna tersebut sesuai dari karakteristik target audiens yang penuh energi dan membutuhkan perasaan hangat karena mereka memasuki dunia yang baru agar mereka merasa nyaman di tempat kerja.

### 3.3.5 Konsep Media

Media utama perancangan ini yaitu buku ilustrasi komunikasi asertif sebagai media edukasi yang bertujuan untuk mengedukasi target audiens yaitu *fresh graduate* usia 20-25 tahun. Konten yang ada adalah empat pola

komunikasi dan lebih spesifik terkait komunikasi asertif. Buku ilustrasi ini terdiri dari 70 halaman serta dijilid memakai teknik *hard cover* agar masa simpannya bisa lebih lama.

Terdapat tambahan konten dalam buku yaitu setiap akhir bab terdapat halaman "*what I've Learned? Don't forget to capture and share to others*". Pada halaman tersebut, target audiens bisa menulis ilmu apa saja yang didapat setelah membaca bab tersebut dan bisa membagikan ilmu tersebut pada sesama dengan mengambil gambar lalu dibagikan lewat Instagram dan media sosial lainnya. Selain itu juga terdapat bonus stiker *package* yang juga bisa berguna sebagai media pendukung. Terdapat juga bonus halaman berisi "*love notes to my self*" dan "*goals and how to make them happen*". Halaman "*love notes to my self*" bisa berguna untuk mengisi kata-kata yang diperuntukkan untuk diri sendiri agar lebih semangat. Halaman "*goals and how to make them happen*" juga berguna untuk menulis target kedepannya serta cara agar tercapai. Menuliskan target-target tersebut diharapkan agar menjadi pengingat target audiens dalam menggapai targetnya.

### 3.3.6 Proses Desain

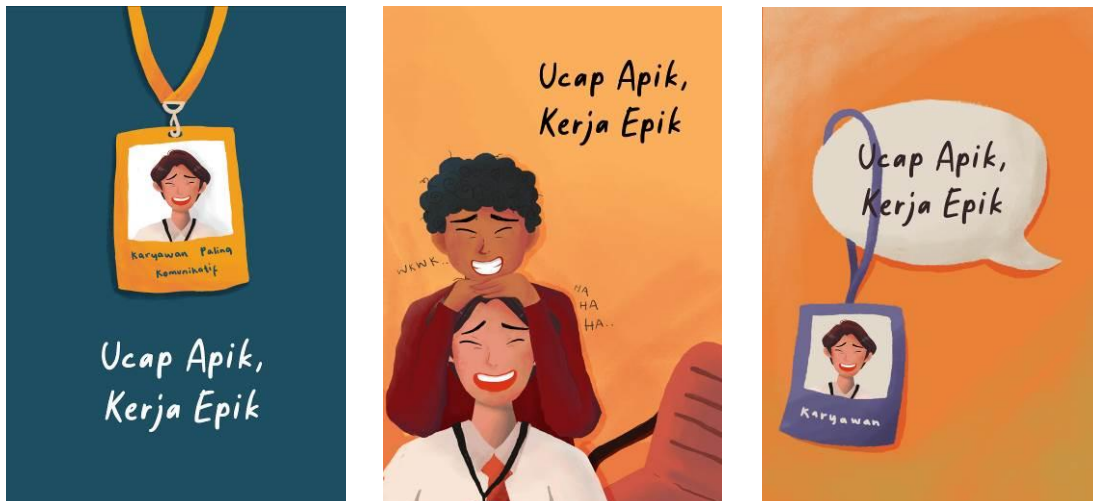
Jika konsep desain sudah ditentukan, tahap selanjutnya adalah membuat desain visual. Desain yang ada akan dikembangkan sesuai *keyword* dan desain yang terpilih merupakan desain utama pada perancangan ini.

Perancang membuat alternatif gaya gambar yang akan menjadi gaya gambar pada perancangan buku ini.



Gambar 3. Alternatif Gaya Gambar  
[Sumber: Qonita, 2021]

Desain cover buku ini terdiri dari ilustrasi yang menjelaskan judul buku dan menerapkan prinsip *layout* buku.



Gambar 4. Alternatif Desain Cover Buku  
[Sumber: Qonita, 2021]

Alternatif desain yang terpilih dari ketiga alternatif di atas adalah cover pertama berwarna biru. *Id card* merupakan identitas seorang karyawan sehingga desain tersebut yang paling sesuai. *Id card* bisa menjelaskan bahwa buku ini target audiensnya adalah seorang karyawan.

### 3.3.7 Final Project

Jika desain yang sesuai *keyword* sudah terpilih, maka desain tersebut diaplikasikan pada media utama perancangan.





Gambar 5. Desain Isi Buku  
[Sumber: Qonita, 2021]

### 3.3.8 Evaluasi

Berdasarkan wawancara uji kepada 15 *fresh graduate*, diperoleh hasil bahwa:

- 1) 100% *fresh graduate* merasa judul buku “Ucap Apik, Kerja Epik” sudah sesuai dengan target audiens.
- 2) 100% *fresh graduate* merasa cover buku ini sudah sesuai dengan target audiens.
- 3) 100% *fresh graduate* merasa jenis font yang digunakan sudah sesuai dengan target audiens dikarenakan jenis tulisan tersebut santai sehingga nyaman untuk dibaca berkali-kali.
- 4) 100% *fresh graduate* menyukai penggunaan warna hangat pada buku ini karena membuat nyaman dan memunculkan kehangatan saat membaca buku ini.
- 5) 100% *fresh graduate* menyukai *layout* pada buku ini dikarenakan tidak monoton sehingga target audiens tidak mudah bosan saat membaca buku.

## 4. KESIMPULAN

Buku ilustrasi komunikasi asertif ini dirancang untuk memberikan informasi terkait komunikasi asertif dan melatih kecakapan berkomunikasi untuk *fresh graduate* yang baru memasuki dunia kerja. Selain itu juga buku ini meningkatkan ketertarikan *fresh graduate* untuk membaca buku ilustrasi sebagai sumber ilmu pengetahuan.

Harapan terkait dengan diterbitkannya buku ilustrasi ini, target audiens yaitu *fresh graduate* mempunyai pemahaman tentang komunikasi asertif. Selain itu, diharapkan agar konten yang ada di dalam buku bisa dilakukan dalam keseharian terutama di lingkungan kerja.

Selanjutnya, jika terdapat penelitian serupa di masa yang akan datang, peneliti memberi saran terdapat media lain yang bisa mengedukasi lebih lanjut terkait pola komunikasi lainnya selain komunikasi asertif. Hal tersebut berguna supaya audiens lebih paham tentang pola komunikasi yang sesuai dengan diri mereka. Media lain yang dimaksud seperti aplikasi yang bisa diakses *offline* dan *online*, karena seiring berjalannya waktu teknologi akan terus berkembang.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Kami ucapkan terimakasih kepada seluruh responden dan narasumber yang telah memberi bantuan moril dan mensupport kegiatan perancangan ini hingga selesai. Kedua kami ucapkan terimakasih kepada Tovany Yurisar Akbar selaku IR Officer PT. Indospring Gresik dan Djayanti Aprilia selaku ilustrator yang telah bersedia kami wawancarai untuk kelengkapan buku ini, ketiga kami ucapkan terimakasih pada seluruh pihak yang telah membantu terciptanya buku ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1]. R. Simamora, *Buku Ajar Manajemen Keperawatan*. Jakarta, 2012.
- [2]. R. Imani Khan, “Perilaku Asertif, Harga Diri dan Kecenderungan Depresi,” *Pers. Psikol. Indones.*, vol. 1, no. 2, pp. 143–154, 2012, doi: 10.30996/persona.v1i2.40.
- [3]. M. Nasrullah, “Faktor-Faktor Komunikasi Interpersonal Pengusaha Tani Sukses (Pendekatan Studi Kasus Di Perusahaan Mitra Tani Bantul),” pp. 1–25, 2010, [Online]. Available:

- <http://eprints.undip.ac.id/24779>.
- [4]. T. Y. S. Laturiuw, "Kasus Perselisihan Karyawan dengan Perusahaan di Bekasi Meningkat," *Wartakota Tribunnews*, 2018.
  - [5]. "The Cost Of Poor Communication," *Society of Human Resource Management*, 2013. <https://www.shrm.org/resourcesandtools/hr-topics/behavioral-competencies/communication/pages/the-cost-of-poor-communications.aspx>.
  - [6]. R. Mustikasari, "Efektifitas Expressive Writing Untuk Menurunkan Kecemasan Pada Mahasiswa Fresh Graduate Yang Sedang Mencari Kerja," *Skripsi Thesis, Univ. Muhammadiyah Surakarta*, 2019.
  - [7]. F. Ruby, *You Do You: Discovering Life Through Experiments & Self-Awareness*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2020.
  - [8]. I. M. Suyasa and I. N. Sedana, "Mempertahankan Eksistensi Media Cetak Di Tengah Gempuran Media Online," *J. Komun. dan Budaya*, vol. 01 No 01, 2020.
  - [9]. R. Supriyono, *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2010.
  - [10]. A. Priyata, H. D. Waluyanto, and A. Zacky, "Perancangan Buku Ilustrasi Anxiety Disorder Sebagai Media Edukasi Bagi Usia 19-24 Tahun," *J. Dkv Adiwarna*, 2020.
  - [11]. P. A. Pradana and Masnuna, "Ilustrasi Buku Ensiklopedia Burung Rangkong," *ANDHARUPA*, vol. 07, no. 01, pp. 28–43, 2021.
  - [12]. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, 2018.
  - [13]. M. and N. L. Zakiyah, "Buku Ilustrasi Pola Asuh Yang Tepat Untuk Menumbuhkan Emosi Positif Anak," *Ars J. Seni Rupa dan Desain*, vol. 23, no. 3, pp. 136–145, 2020, doi: 10.24821/ars.v23i3.4498.
  - [14]. A. T. B. Alkathiri and Y. Sari, "Pengaruh Warna Terhadap Produktivitas Karyawan Kantor," *J. Arsit. Purwarupa*, vol. 3, no. 3, pp. 187–192, 2019.