

Persepsi Mahasiswa Program Studi KPI IAIN Curup Terhadap Peluang Usaha di Bidang Desain Grafis Sebagai Bagian dari Ekonomi Kreatif

Received: 20-02-2025

Revised: 22-04-2025

Accepted: 30-05-2025

Ulya Niammah*)

IAIN Curup

E-mail: ulyaniammah@gmail.com

Nanda Dahlian Febrianti

IAIN Curup

E-mail: nandadahlian@gmail.com

Meta Putri Rahma Wanti

IAIN Curup

E-mail: Methaputri2723@gmail.com

Ramadhanti

IAIN Curup

E-mail: ramadhanti0810@gmail.com

**) Corresponding Author*

Keywords: Perception, Crative Economy, Graphic Design

Abstract: This research is a descriptive quantitative study aimed at determining the perceptions of students in the Islamic Communication and Broadcasting (KPI) study program at the State Islamic Institute (IAIN) Curup regarding business opportunities in graphic design as part of the creative economy. This study focuses on KPI students, particularly in semesters 3 and 5. The method used in this study is descriptive quantitative, analyzing data interpreted in the form of tables and diagrams. The data collection process used a questionnaire distributed online to students. The study found that some of the KPI students in the study had neutral or middle-of-the-road perceptions regarding business opportunities in graphic design. This is influenced by many factors such as student knowledge, support from the surrounding environment, and the perception of these business opportunities derived from each individual. Meanwhile, others in the study sample agreed or had positive perceptions regarding business opportunities in graphic design. Thus, externally, there is a need for increased support from the campus, family, and the environment for students and entrepreneurial activities in this field, while internally, students need to increase their understanding and experience in the fields of entrepreneurship and graphic design.

Abstrak: Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup terhadap peluang usaha di bidang desain grafis sebagai bagian dari ekonomi kreatif. Penelitian ini berfokus pada mahasiswa KPI, khususnya pada semester 3 dan 5. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dengan analisis data yang diinterpretasikan dalam bentuk tabel dan diagram. Proses pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan secara daring kepada mahasiswa. Penelitian ini menemukan bahwa sebagian mahasiswa KPI dalam penelitian ini memiliki persepsi netral atau sedang-sedang saja terhadap peluang usaha di bidang desain grafis. Hal ini dipengaruhi oleh banyak faktor seperti pengetahuan mahasiswa, dukungan dari lingkungan sekitar, dan persepsi peluang usaha tersebut yang berasal dari masing-masing individu. Sementara itu, sebagian lainnya dalam sampel penelitian setuju atau memiliki persepsi positif terhadap peluang usaha di bidang desain grafis. Dengan demikian, secara eksternal, diperlukan peningkatan dukungan dari kampus, keluarga, dan lingkungan bagi mahasiswa dan kegiatan kewirausahaan di bidang ini, sementara secara internal, mahasiswa perlu meningkatkan pemahaman dan pengalaman.

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual. Industri kreatif itu sendiri digerakkan oleh para entrepreneur (wirausaha), yaitu orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif (Suryana, 2017). Ekonomi kreatif adalah konsep dalam era ekonomi modern yang menekankan pentingnya informasi dan kreativitas, dengan memanfaatkan ide serta pengetahuan sumber daya manusia sebagai faktor utama dalam produksi.

Ekonomi kreatif yang dikembangkan menurut peraturan presiden Nomor 72 tahun 2015 tentang perubahan atas perpres No. 6 tahun 2015 mengenai badan ekonomi kreatif yang telah mengklarifikasi ulang subsektor ekonomi kreatif dari 15 subsektor menjadi 16 subsektor antar lain: industri periklanan, arsitektur, barang seni, kerajinan, desain, fashion, film, video dan fotografi, permainan interaktif, industri musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, riset dan pengembangan, aplikasi dan game developer, serta yang terakhir industri kuliner.

Desain, sebagai salah satu subsektor dalam ekonomi kreatif, memiliki peran yang penting dalam menciptakan nilai tambah melalui elemen estetika dan fungsionalitas yang menyatu. Desain tidak hanya melibatkan kreativitas dalam menghasilkan produk, tetapi juga menjadi bagian penting dalam meningkatkan daya saing suatu produk atau merek (Najib, et al., 2022). Dalam konteks ini, desain grafis menjadi sangat krusial, terutama di era digital yang sangat berpangku kepada teknologi.

Desain grafis merupakan suatu bentuk komunikasi visual dan seni yang mampu menyampaikan informasi dan pesan yang efektif kepada penikmat ataupun konsumen (Anggraini & Nathalia, 2014). Di zaman ini, peran desain grafis menjadi semakin menonjol karena mampu memengaruhi persepsi audiens melalui tampilan visual yang menarik dan efektif. Dalam perkembangannya mahasiswa memiliki potensi besar untuk mengembangkan keterampilan desain grafis, mengingat prospek kerjanya yang semakin luas. Menurut data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), pada 2020-2021, tercatat subsektor desain komunikasi visual menyumbang angka yang fantastis, yakni Rp0,82 Triliun dan menyerap sebanyak 29.651 pekerja selama 2020. Dan diprediksi akan meningkat setiap tahun. Hal ini menegaskan bahwa desain grafis bukan hanya sebagai sarana ekspresi seni, tetapi juga merupakan peluang usaha yang menjanjikan.

Di era persaingan kerja yang semakin ketat, kemampuan untuk terjun ke dunia wirausaha menjadi salah satu opsi yang menarik. Mahasiswa yang memiliki minat di bidang desain grafis dapat memanfaatkan keterampilan mereka untuk memulai bisnis sendiri, baik dalam bentuk freelance maupun mendirikan usaha berbasis digital. Terlebih lagi, dengan adanya dukungan teknologi yang semakin canggih, peluang usaha di bidang ini tidak hanya terbatas pada pasar lokal, tetapi juga dapat merambah pasar global melalui platform online. Mahasiswa yang memiliki peluang lebih besar dalam bidang ini tentunya adalah mahasiswa yang memiliki privilege untuk lebih mengembangkan desain grafis, yaitu mahasiswa yang memiliki mata kuliah khusus di bidang ini.

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) adalah salah satu program studi yang berada di lingkup Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang memiliki visi Menjadi Program Studi yang Bermutu Dalam Pengkajian dan Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Berbasis Islam Moderasi Di Tingkat Asia Tenggara Tahun 2045. Program Studi ini memiliki potensi besar untuk mengembangkan

kemampuan mahasiswanya dalam bidang desain grafis. Hal ini tidaklah lain karena Prodi KPI yang memiliki fokus pada pengembangan keterampilan komunikasi, penyiaran, dan media, secara spesifik memasukkan mata kuliah Desain Komunikasi Visual (DKV) ke dalam kurikulumnya. Mata kuliah ini secara khusus melatih mahasiswa KPI untuk mengenal, mempelajari dan mendalami bidang grafis. Hal ini bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan kemampuan dalam memproduksi konten visual yang kreatif, efektif, dan mampu menjawab kebutuhan industri komunikasi dan penyiaran. Mahasiswa KPI diharapkan tidak hanya menguasai teori komunikasi, tetapi juga memiliki kemampuan teknis dalam menciptakan konten visual yang menarik, yang sangat dibutuhkan dalam industri kreatif saat ini.

Dengan adanya peluang usaha desain grafis yang semakin menjanjikan, ditambah dengan adanya dasar pembelajaran yang diberikan oleh Prodi KPI melalui mata kuliah Desain Komunikasi Visual, peneliti tertarik untuk menggali persepsi mahasiswa KPI terhadap peluang usaha di bidang desain grafis ini.

Persepsi secara umum merupakan proses seseorang dalam keadaan sadar terhadap lingkungan melalui indra, bagaimana seseorang dapat memandang dunia dengan menentukan mereka beraksi terhadapnya (Tondi, Putri, Yunita, & Rusmita, 2022). Penelitian ini akan melihat, bagaimana mahasiswa melihat desain grafis sebagai bidang yang potensial untuk dijadikan usaha sebagai bagian dari ekonomi kreatif dan apakah mereka merasa cukup siap untuk memanfaatkan keterampilan yang telah dipelajari dalam kurikulum untuk terjun ke dunia usaha. Pada akhirnya, kami juga berharap penelitian ini dapat menginspirasi mahasiswa untuk mulai berwirausaha di bidang kreatif, yang akan dapat mendukung perekonomian lokal dan nasional.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah melakukan analisis dan penelitian pengaruh dengan topik dan pendekatan yang berbeda-beda. Beberapa penelitian tersebut dilakukan oleh (Ningrum, 2020) yang berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam mengaplikasikan desain grafis dalam ekonomi kreatif. Selain itu, (Mayora, Rohman, & Hidayat, 2024) telah melakukan penelitian tentang strategi pengembangan desain grafis preneur dalam konteks ekonomi kreatif, dan (Nadhiroh, Hasanah, Muhlisah, & Muzzayanah, 2022) yang melakukan pengembangan desain grafis sebagai peluang usaha dengan subjek penelitian mahasiswa. Dengan adanya beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya tersebut, kami melihat bahwa belum ada yang secara spesifik meneliti tentang persepsi mahasiswa terhadap peluang usaha desain grafis. Karenanya, kami akan melakukan penelitian dengan subjek mahasiswa Program Studi KPI IAIN Curup

Perlu diketahui bahwa penelitian ini memiliki beberapa batasan. Salah satunya yaitu ukuran sampel yang terbatas, karena penelitian ini hanya berfokus pada mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di IAIN Curup. Oleh karenanya, hasil penelitian ini mungkin tidak dapat digeneralisasikan untuk seluruh mahasiswa di program studi lainnya, baik di IAIN Curup maupun di kampus lain.

Selain itu, penelitian ini tidak memperhitungkan faktor eksternal, seperti perkembangan teknologi atau dinamika pasar desain grafis di tingkat nasional dan global, yang juga turut andil memengaruhi peluang usaha di bidang ini. Dengan demikian, perlu diingat bahwa hasil dari penelitian ini memiliki keterbatasan dalam lingkup tertentu dan tidak bisa diaplikasikan secara luas tanpa mempertimbangkan konteks yang lebih beragam.

Berdasarkan pada pokok pembahasan yakni Persepsi Mahasiswa Program Studi KPI IAIN Curup Terhadap Peluang Usaha di Bidang Desain Grafis Sebagai Bagian dari Ekonomi Kreatif maka jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada analisis data-data numerial (angka) yang diolah dengan metode statistik. Kuantitatif deskriptif berfokus pada hasil frekuensi, mean, median dari sebuah data. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikasi perbedaan kelompok atau signifikasi hubungan antarvariabel yang diteliti. (Agusiady, 2022)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2016: 7) penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan terhadap filsafat positivisme, digunakan dalam meneliti sampel dan populasi penelitian. Sementara itu, metode deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu pemikiran, ataupun peristiwa yang terjadi saat ini. Penelitian kuantitatif deskriptif bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan fenomena yang diukur secara kuantitatif tanpa memberikan interpretasi sebab akibat. Fokus penelitian ini adalah mendeskripsikan data yang diperoleh dari pengumpulan angka atau statistik, kemudian disatukan dalam bentuk tabel, grafik, dan perhitungan deskriptif seperti rata-rata, persentase, dan frekuensi.

Peneliti mencoba memahami persepsi terhadap peluang usaha di bidang desain grafis sebagai bagian ekonomi kreatif dari mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Curup yang berada pada semester tiga dan lima. Teknik pemilihan ini adalah purposive sampling. Alasan dipilihnya dua semester tersebut diakarenakan mahasiswa dari semester tiga dan lima sudah mendapatkan mata kuliah Desain Komunikasi Visual (DKV) yang dipelajari di semester tiga. Sementara itu, semester satu masih mendapatkan mata kuliah umum yang belum terlalu mengarah ke mata kuliah program studi, sedangkan mahasiswa di semester tujuh tengah mengikuti kegiatan magang profesi dan progres tugas akhir sehingga tidak memungkinkan untuk pengambilan data.

Adapun subjek penelitian mencakupi populasi dan sampel. Adapun populasi dalam penelitian ini yakni Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Tahun akademik 2024/2025. Populasi penelitian memiliki karakteristik usia rata-rata 20 tahun dengan gender yang seimbang dengan jumlah responden sebanyak tiga puluh mahasiswa. Alasan mahasiswa prodi KPI dipilih sebagai populasi penelitian ialah karena prodi ini merupakan satu-satunya prodi yang mempelajari desain grafis secara teoritis di dalam perkuliahan melalui mata kuliah Desain Komunikasi Visual (DKV).

Sementara itu, populasi yang masih terlalu umum ditarik kembali menjadi sampel yang memiliki ruang lingkup lebih kecil. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling yang memilih responden berdasarkan kriteria atau karakteristik tertentu yang relevan dengan penelitian. Adapun sampel penelitian ini adalah mahasiswa KPI IAIN Curup yang tengah berada di semester tiga dan lima. Alasan diambilnya sampel tersebut karena dua angkatan tersebut telah mendapatkan mata kuliah desain komunikasi visual (DKV) di semester tiga. Sementara itu, semester satu masih mendapatkan mata kuliah umum

yang belum spesifik mengarah pada keprodian, sedangkan semester tujuh sedang menjalankan magang profesi dan progres tugas akhir sehingga kurang memungkinkan untuk pengisian data.

Menurut Ibnu, Mukhadis, dan Dasna (2003: 12) variabel adalah suatu konsep yang mempunyai lebih dari satu nilai, keadaan, kategori, atau kondisi. Dalam penelitian kuantitatif variabel merupakan suatu ide sentral yang dapat diukur dan diidentifikasi. (Kusumastuti, 2020) Variabel dapat dibagi berdasarkan dua ciri yakni berdasarkan posisi dan urutan waktu, serta berdasarkan pengukurannya. Hubungan antar variabel berdasarkan posisi dan urutan waktu penelitian dapat diklasifikasikan menjadi variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel Independen merupakan variabel yang menjadi penyebab dari adanya variabel dependen. Variabel ini juga sering disebut sebagai suatu input yang memengaruhi suatu penelitian, sedangkan variabel dependen merupakan sesuatu yang terikat dengan variabel independen dan sering disebut sebagai output.

Pada penelitian ini, peneliti mengelompokkan variabel menjadi dua yakni variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas mencakupi karakteristik mahasiswa antara lain semester mahasiswa, jenis kelamin, usia, pengetahuan mahasiswa tentang desain grafis, pemahaman mahasiswa tentang software desain grafis, serta pengetahuan tentang kewirausahaan dan ekonomi kreatif. Sementara itu, variabel terikatnya ialah persepsi terhadap peluang usaha di bidang desain grafis.

Selanjutnya adalah Instrumen penelitian atau alat-alat yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dalam rangka memecahkan masalah atau mencapai tujuan penelitian. Jika data valid yang diperoleh tidak akurat (valid) maka keputusan yang diambil pun akan tidak tepat (Mukadis, Desna, dan Ibnu, 2003).

Pada upaya memahami persepsi mahasiswa KPI terhadap peluang usaha di bidang desain grafis sebagai bagian ekonomi kreatif, peneliti menggunakan instrumen kuesioner dengan pertanyaan tertutup menggunakan skala likert 1-5. Menurut (Sugiyono, 2018) skala likert digunakan untuk mengukur pendapat, sifat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial yang didapat berdasarkan indikator. Dengan demikian, dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seperti yang telah dijelaskan di bagian “Kajian Teori”, beberapa indikator yang dirumuskan antara lain minat mahasiswa terhadap usaha di bidang desain grafis, pengetahuan terhadap desain grafis, minat berwirausaha dalam konteks ekonomi kreatif, peluang usaha di bidang desain grafis, dukungan terhadap usaha di bidang desain grafis, dan hambatan usaha di bidang desain grafis. Berdasarkan indikator tersebut peneliti jadikan sebagai acuan dan landasan dalam penelitian ini.

Kuesioner penelitian diberikan 13 pertanyaan sesuai dengan indikator yang ditetapkan. Setiap indikator diberikan minimal dua pertanyaan. Peneliti membagi tingkat jawaban menjadi sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Sebelum digunakan dalam penelitian, kuesioner ini telah melalui proses validasi untuk memastikan validitas instrumen. Validasi ini dilakukan dengan meminta pendapat dari ahli yang memiliki

kompetensi di bidang komunikasi dan desain grafis , yang dalam hal ini dilakukan oleh Kepala Program Studi KPI yaitu Intan Kurnia Syahputri, M. A. Validator diminta untuk menilai apakah setiap butir dalam pertanyaan dalam kuesioner sudah mencerminkan konstruk yang hendak diukur, serta apakah kuesioner tersebut layak dan relevan . Hasil dari validasi ini menunjukkan bahwa kuesioner memiliki validitas isi yang baik dengan penyesuaian pada beberapa butir yang disarankan oleh validator.

Pada penelitian ini data dikumpulkan melalui kuesioner online <https://bit.ly/penelitian-kti> yang disebarakan kepada responden dalam beberapa tahap antara lain menjelaskan tujuan penelitian kepada mahasiswa, pemberian kuesioner online dan proses analisis data. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada semester ganjil tahun akademik 2024/2025 yang dilakukan pada 15 September sampai dengan 22 September 2024.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Teknik analisis data kuantitatif deskriptif digunakan untuk menggambarkan, meringkas, dan menginterpretasi data tanpa menarik kesimpulan atau menguji hipotesis (Sugiyono, 2019). Teknik ini sangat berguna untuk memberikan gambaran umum dari data yang dikumpulkan. Beberapa teknik umum dalam analisis data kuantitatif deskriptif meliputi ukuran pemusatan data, ukuran letak, ukuran penyebaran data, distribusi frekuensi, persentase dan proporsi, dan visualisasi data. Analisis kuantitatif deskriptif berfokus pada penyajian data dalam bentuk yang mudah dipahami dan diinterpretasikan, seperti angka-angka, tabel, dan grafik. Teknik-teknik ini membantu memberikan gambaran awal sebelum melakukan analisis lebih lanjut.

Beberapa teknik yang akan ditampilkan dalam penelitian ini adalah visualisasi data berupa diagram batang untuk memberikan gambaran umum mengenai jawaban angket responden dan persentase yang akan dibantu oleh aplikasi komputer yaitu SPSS 23.0 *for Windows* dan *Microsoft Excel* untuk menginterpretasikan data angket perindikator.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi persepsi, yaitu faktor struktural dan fungsional, pada konteks persepsi mahasiswa terhadap peluang usaha bidang desain grafis yang merupakan bagian ekonomi kreatif maka peneliti berusaha memahami persepsi tersebut melalui beberapa indikator diantaranya minat mahasiswa terhadap usaha di bidang desain grafis, pengetahuan tentang desain grafis, sikap terhadap wirausaha (design preneur), dukungan dari lingkungan mahasiswa, dan hambatan yang terjadi. Setiap indikator, peneliti membagi tingkat jawaban menjadi sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa 48,3% mahasiswa menyatakan netral, 40% mahasiswa menyatakan setuju, 5% mahasiswa menyatakan sangat setuju dan hanya 1% mahasiswa yang menyatakan sangat tidak setuju. Analisis data ini merupakan gambaran umum mengenai jawaban keseluruhan responden mengenai persepsi mahasiswa terhadap peluang usaha desain grafis sebagai bagian dari ekonomi kreatif. Presentase merupakan akumulasi jawaban seluruh pertanyaan di setiap indikator, dan presentase jawaban per indikator akan diuraikan sebagai berikut;

1. Persepsi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Minat terhadap Usaha Desain Grafis

Berdasarkan analisis data pada indikator minat terhadap usaha desain grafis, sebanyak 60% mahasiswa menyatakan netral, dan 53,3% mahasiswa setuju, sedangkan 6,7 menyatakan tidak

setuju dan tidak ada mahasiswa yang menyatakan sangat tidak setuju atau sangat setuju. Tabel dibawah ini menyajikan secara lengkap persepsi mahasiswa berdasarkan indikator minat terhadap usaha desain grafis.

Tabel 1 Persepsi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Minat terhadap Usaha Desain Grafis

		<i>Frequecy</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Commulative Percent</i>
Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
	Tidak Setuju	2	6,7	6,7	6,7
	Netral	18	60,0	43,3	43,3
	Setuju	10	53,3	53,3	96,7
	Sangat setuju	0	0	0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

2. Persepsi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Pengetahuan Tentang Desain Grafis

Berdasarkan analisis data pada indikator minat terhadap usaha desain grafis, sebanyak 60% mahasiswa merasa netral, 53,3% menyatakan setuju, 6,7% mahasiswa menyatakan tidak setuju, dan tidak ada mahasiswa yang menyatakan sangata tidak setuju atau sangat setuju. Tabel dibawah ini menyajikan secara lengkap persepsi mahasiswa berdasarkan indikator pengetahuan tentang desain grafis.

Table 2 Persepsi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Pengetahuan tetang Desain Grafis

		<i>Frequecy</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Commulative Percent</i>
Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
	Tidak Setuju	2	6,7	6,7	6,7
	Netral	18	60,0	60,0	66,7
	Setuju	10	53,3	53,3	100,0
	Sangat setuju	0	0	0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

3. Persepsi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Minat Berwirausaha

Berdasarkan analisis data pada indikator minat berwirausaha, sebanyak 43,3% mahasiswa menyatakan netral, dan 40% mahasiswa setuju, 10% merasa sangat setuju, sedangkan 3,3 % menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Tabel dibawah ini menyajikan secara lengkap persepsi mahasiswa berdasarkan indikator minat berwirausaha.

Table 3 Persepsi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Minat Berusaha

		<i>Frequecy</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid</i>	<i>Commulative</i>
--	--	-----------------	----------------	--------------	--------------------

				<i>Percent</i>	<i>Percent</i>
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	3,3	3,3	3,3
	Tidak Setuju	1	3,3	3,3	6,7
	Netral	13	43,3	43,3	50,0
	Setuju	12	40,0	40,0	90,0
	Sangat setuju	3	10	10	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

4. Persepsi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Peluang Usaha di Bidang Desain Grafis

Berdasarkan analisis data pada indikator peluang usaha di bidang desain grafis, sebanyak 53,3% mahasiswa menyatakan setuju. Sebanyak 43,3% memilih netral, 3,3 % setuju, dan 3,3 % sangat tidak setuju. Tabel di bawah ini menyajikan secara lengkap persepsi mahasiswa berdasarkan indikator peluang usaha di bidang desain grafis.

Tabel 4 Persepsi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Peluang Usaha di Bidang Desain Grafis

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Commulative Percent</i>
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	3,3	0	0
	Tidak Setuju	0	0	0	0
	Netral	11	43,3	43,3	43,3
	Setuju	14	53,3	53,3	96,7
	Sangat setuju	4	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

5. Persepsi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Dukungan Terhadap Usaha Desain Grafis

Berdasarkan analisis data pada dukungan terhadap usaha desain grafis, sebanyak 46,7% mahasiswa netral, 36,7% setuju, 10% tidak setuju, 3,3% sangat setuju, tetapi 3,3 % sangat tidak setuju. Tabel di bawah ini menyajikan secara lengkap persepsi mahasiswa berdasarkan indikator dukungan terhadap usaha di bidang desain grafis.

Tabel 5 Persepsi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Dukungan Terhadap Usaha Desain Grafis

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Commulative Percent</i>
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	3,3	3,3	3,3
	Tidak Setuju	3	10,0	10,0	13,3
	Netral	14	46,7	46,7	60,0
	Setuju	11	36,7	36,7	96,7
	Sangat setuju	1	3,3	3,3	100,0

Total	30	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

6. Persepsi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Hambatan Usaha di Bidang Desain Grafis

Berdasarkan analisis data pada indikator minat terhadap hambatan usaha di bidang desain grafis, sebanyak 50% mahasiswa setuju, 43,3% netral, dan sisanya 6,7% sangat setuju. Tabel di bawah ini menyajikan secara lengkap persepsi mahasiswa berdasarkan indikator hambatan usaha di bidang desain grafis.

Tabel 5 Persepsi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Hambatan Usaha di Bidang Desain Grafis

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Commulative Percent</i>
Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
	Tidak Setuju	0	0	0	0
	Netral	13	43,3	43,3	43,3
	Setuju	15	50,0	50,0	93,3
	Sangat setuju	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Seiring dengan perkembangan zaman menuju digitalisasi, maka sudah tidak asing ditemui menjamurnya berbagai usaha di bidang digital. Adanya kemajuan teknologi mendukung para pelaku usaha mengembangkan usaha dengan basis digital secara signifikan. Konsep ekonomi kreatif yang mengandalkan sumber daya tak terbatas berupa ide, gagasan, dan kreativitas manusia ikut terdorong melalui proses digitalisasi. Kreativitas tidak hanya terbatas pada karya seni dan budaya, melainkan juga pada ilmu pengetahuan, teknologi, dan ilmu telekomunikasi. Seiring dengan ruang lingkup kreativitas maka semakin berkembang pula produk-produk yang dihasilkan dari sektor ekonomi kreatif (Purnomo et al., n.d.)

Desain grafis sebagai suatu bentuk penyampaian informasi melalui elemen visual yang mengandalkan kreativitas di dalamnya turut menjadi bagian dari ekonomi kreatif. Proses pengolahan elemen visual tersebut hingga menjadi suatu informasi yang bisa diterima oleh orang lain tidak terlepas dari peran digital, baik dalam penggunaan software sebagai media penyusun elemen hingga pada proses distribusi karya yang dihasilkan. Dari uraian tersebut ditarik kesimpulan bahwa ketiga bidang baik digitalisasi, ekonomi kreatif, dan desain grafis memiliki keterkaitan satu sama lain.

Mahasiswa yang menjadi kelompok produktif dan akrab dengan digitalisasi menjadi sasaran sebagai pelaku usaha ekonomi kreatif. Dalam penelitian ini membahas persepsi mahasiswa terhadap peluang usaha di bidang desain grafis yang menjadi bagian dari ekonomi kreatif mengambil subjek mahasiswa dari program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang juga mempelajari materi pokok terkait desain grafis dalam perkuliahan. Hal ini akan mempermudah proses pencarian informasi terkait topik penelitian karena subjek penelitian telah akrab dengan digital dan desain grafis.

Berkaitan dengan minat mahasiswa terhadap usaha di bidang desain grafis maka ditemukan 60% mahasiswa merasa netral terhadap usaha bidang ini. 53,3% mahasiswa setuju atau berminat

terhadap usaha bidang ini dan sisanya 6,7% tidak setuju atau kurang menaruh minat pada usaha bidang desain grafis. Suryabrata (1988:109) menyatakan bahwa minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu objek atau menyenangkan suatu objek. Timbulnya minat terhadap suatu objek ditandai dengan adanya rasa senang atau tertarik. Sementara itu, minat berwirausaha mahasiswa secara umum sebanyak 43,3% merasa netral dan 40% merasa setuju untuk berwirausaha. Minat berwirausaha dengan dan fokus kepada bidang desain grafis pada mahasiswa KPI IAIN Curup berada di skala netral yang menunjukkan minat yang muncul tetapi juga diiringi dengan pertimbangan terhadap hal tersebut. Kemudian sisa lainnya sudah menaruh minat pada kegiatan wirausaha.

Peluang perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia anatara lain perubahan perilaku konsumen, tumbuhnya era produksi nonmassal, porsi konsumen produk dan jasa industri kreatif yang relatif besar di negara G-7 (maju), potensi pasar dalam negeri yang besar, serta keragaman sosialkultural Indonesia (Kelompok Kerja Indonesia, Design Power, 2008). Setiap bidang usaha memiliki peluang perkembangan dan menghasilkan keuntungan dengan strategi masing-masing. Dalam konteks persepsi mahasiswa KPI terhadap peluang usaha di bidang desain grafis maka 53,3% mahasiswa setuju bahwa usaha ini memiliki peluang perkembangan dan menghasilkan keuntungan, 43,3% netral dan 3,3% merasa tidak setuju.

Persepsi terhadap peluang ini dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk dukungan dari lingkungan terdekat mahasiswa. Sebanyak 46,7% mahasiswa merasa netral terhadap dukungan yang didapatkan dari lingkungan terdekat termasuk kampus, keluarga, dan teman untuk memulai usaha di bidang desain grafis, 36,7% mahasiswa setuju telah mendapat dukungan untuk memulai usaha, sebagian mahasiswa merasa sudah sangat didukung dan sebagian lagi belum mendapat dukungan pihak yang terkait. Kurangnya dukungan terhadap mahasiswa yang ingin memulai usaha di bidang desain grafis dapat menjadi hambatan bagi mahasiswa dalam mengembangkan usaha. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) hambatan adalah sebuah halangan; rintangan yang cenderung ke arah hal negatif. Hambatan yang masuk dalam indikator penelitian adalah modal dan keterampilan yang dimiliki mahasiswa dalam bidang desain grafis. 50% mahasiswa menyatakan setuju dengan hambatan tersebut, 43,3% bersikap netral, dan 6,7% sangat setuju jika dua hal tersebut menjadi hambatan dalam usaha bidang desain grafis.

Dengan demikian, hasil penelitian pada aspek indikator meliputi minat terhadap usaha bidang desain grafis, minat mahasiswa berwirausaha, pengetahuan tentang desain grafis, peluang, dukungan, dan hambatan usaha desain grafis. Menurut Stephen P. Robins ada tiga faktor yang memengaruhi persepsi antara lain individu yang bersangkutan (pemersepsi), sasaran dari persepsi, dan situasi persepsi terjadi. Mahasiswa KPI IAIN Curup telah cukup memahami indikator-indikator tersebut, sebagian mahasiswa menaruh persepsi netral terhadap usaha bidang ini yang dipengaruhi oleh pengetahuan mahasiswa tersebut terhadap desain grafis. Namun, sebagian mahasiswa memiliki persepsi bahwa usaha di bidang desain grafis menjadi suatu bidang yang banyak membawa keuntungan yang dilihat dari kondisi digital dan peluang usaha ini. Keterampilan mengaplikasikan aplikasi atau software juga menjadi penentu persepsi mahasiswa terhadap usaha bidang desain grafis, sebagian mahasiswa yang telah menguasai bidang desain grafis memiliki persepsi positif terhadap usaha bidang ini, tetapi sebagian mahasiswa yang belum mahir masih merasa netral dan ragu-ragu terhadap peluang usaha desain grafis.

Kondisi lapangan ekonomi kreatif secara umum dan bidang desain grafis secara khusus yang fleksibel menyesuaikan kondisi perekonomian dan tren desain grafis pada saat itu, maka diharapkan pihak terkait seperti kampus, lingkungan sekitar keluarga dan teman dapat senantiasa memberikan dukungan untuk pengembangan usaha di bidang desain grafis baik dukungan moral, fasilitas, dan bantuan promosi produk hasil karya. Kemudian, dalam sudut pandang mahasiswa maka mahasiswa KPI diharapkan menggali lebih dalam bidang desain grafis sehingga nantinya dapat dikembangkan

menjadi sebuah usaha yang menguntungkan.

Melalui penelitian ini, diharapkan mahasiswa dapat lebih termotivasi untuk mengembangkan minat dan keterampilan mereka dalam bidang desain grafis, dan menjadikannya sebagai peluang untuk berwirausaha. Usaha di bidang kreatif seperti desain grafis tidak hanya menjanjikan dari segi finansial, tetapi juga memberikan kebebasan berekspresi dan kontribusi nyata terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Dan pada akhirnya, keberanian mahasiswa untuk berwirausaha di bidang kreatif akan berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja baru, peningkatan daya saing, serta penguatan ekonomi kreatif di tingkat lokal dan nasional. Dengan semangat yang kuat dan dukungan yang tepat, mahasiswa dapat menjadi agen perubahan yang membawa manfaat tidak hanya bagi diri mereka sendiri, tetapi juga bagi masyarakat luas.

KESIMPULAN

Penelitian ini memperlihatkan bahwa terdapat persepsi yang beragam dari mahasiswa KPI IAIN Curup terhadap peluang usaha di bidang desain grafis sebagai bagian dari ekonomi kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat mahasiswa terhadap bidang ini sebagian besar berada pada kategori netral, dengan 60% mahasiswa merasa netral dan 53,3% mahasiswa menyatakan ketertarikan atau setuju bahwa usaha ini memiliki peluang perkembangan yang menjanjikan.

Penelitian ini juga mengungkap bahwa minat berwirausaha mahasiswa secara umum cukup tinggi, dengan 40% mahasiswa menyatakan setuju untuk berwirausaha. Meskipun demikian, persepsi terhadap dukungan lingkungan, seperti dari keluarga, teman, dan kampus, cenderung netral, dengan 46,7% mahasiswa merasa dukungan tersebut tidak sepenuhnya signifikan. Hambatan utama yang dirasakan mahasiswa dalam memulai usaha desain grafis berkaitan dengan keterbatasan modal dan keterampilan, di mana 50% mahasiswa mengidentifikasi kedua faktor ini sebagai penghalang.

Oleh karena itu, penting bagi lembaga pendidikan untuk memahami dan mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat menghambat minat berwirausaha mahasiswa, termasuk dalam hal ini peningkatan keterampilan desain grafis dan akses terhadap modal usaha. Upaya untuk mendorong mahasiswa dalam bidang ekonomi kreatif, terutama desain grafis, harus mencakup pemberian dukungan yang lebih komprehensif dari pihak kampus dan lingkungan terdekat mereka.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mahasiswa dapat lebih termotivasi untuk mengembangkan minat dan keterampilan mereka dalam bidang desain grafis, dan menjadikannya sebagai peluang untuk berwirausaha. Usaha di bidang kreatif seperti desain grafis tidak hanya menjanjikan dari segi finansial, tetapi juga memberikan kebebasan berekspresi dan kontribusi nyata terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia.

REFERENCES

- Agusiady, S. B. dan R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Deepublish.
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Panduan untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendikia.
- Astuti, M., Farid, R., & Supandi, F. P. (2024). Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Meningkatkan Nilai Ekonomi UMKM melalui Ekonomi Kreatif dan Design Preneurship. 6, 226–233. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.837>
- Histryorini, Irim Rismi & Inung Oni Setiadi. (2019) *Ekonomi Kreatif Menumbuhkan Gagasan Kreatif dan Menciptakan Peluang*. Penerbit Cempaka Putih.

- Kusumastuti, A. dan A. M. K. dan T. A. A. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif. Penerbit Deepublish.
- Mayora, B. S., Rohman, N., & Hidayat, T. (2024). Strategi Pengembangan Desain Grafis Preneur Dalam Konteks Ekonomi Kreatif. Prosiding. Seminar Nasional IKIP PGRI Bojonegoro, Vol 2, No 2.
- Nadhiroh, A. Y., Hasanah, I., Muhlisah, A., & Muzzayanah, D. (2022). Pemberdayaan Keterampilan Desain Grafis Bagi Mahasantri untuk Meningkatkan Kreatifitas dan Peluang Usaha Baru Berbasis E-marketing . Jurnal Pengabdian Masyarakat dan aplikasi Teknologi (Adipati) , Vol. 01, No. 02.
- Najib, M. F., Februardi, A., Djatnika, T., Rafdinal, W., Magdalena, C., & Nuryati, N. (2022). Inovasi DesainKemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM. DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat , Vol. 6, No. 1.
- Nevid, J. S. & M. C. (n.d.). Sensasi dan Persepsi (:Konsep dan Aplikasi Psikologi). Publisher Nusantara.
- Ningrum, T. P. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Mengaplikasikan Desain Grafis Dalam Ekonomi Kreatif. Repositori MetroUniv.
- Purnomo, R. A., Si, M., & Indonesia, P. P. (n.d.). Ekonomi Kreatif.
- Rakhamat, Jalaluddin. (2011). Psikologi Komunikasi. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2003). Psikologi Umum dalam Lintasan Sejarah. CV. Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2017). Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang. Jakarta.: Salemba Empat.
- Tondi, J. S., Putri, N. P., Yunita, K., & Rusmita, S. (2022). Persepsi Mahasiswa Akutansi Untuk Berkarir Sebagai Entrepreneur. Prosiding Konferensi Akuntansi Khatulistiwa, Hal: 243-247.
- Widiani, Y. (2019). Matematika Dan Lingkungan. Jurnal Equation teori dan penelitian pendidikan matematika, 40.