



Perancangan Desain Karakter Buku Ilustrasi *People Pleaser* Dalam Dunia Kerja

Eulogize Gracia Putri Manullang¹, Restu Ismoyo Aji², Aris Sutejo³

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jl. Raya Rungkut Madya No.1 Gunung Anyar, Surabaya. telp/fax : +62 (031) 870 6369, e-mail : 21052010113@student.upnjatim.ac.id

²Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jl. Raya Rungkut Madya No.1 Gunung Anyar, Surabaya. telp/fax : +62 (031) 870 6369, e-mail : restu.ismoyo.dkv@upnjatim.ac.id

³Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jl. Raya Rungkut Madya No.1 Gunung Anyar, Surabaya. telp/fax : +62 (031) 870 6369, e-mail : aris.dkv@upnjatim.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 27 April 2025

Received in revised form April 2025

Accepted Mei 2025

Available online Juli 2025

ABSTRACT

This paper discusses the visual design of character designs for an illustrated book that focuses on the problem of people pleasers among employees aged 22-30 years. People pleasers are individuals who tend to please others at the expense of themselves, which in the long term can trigger stress and mental disorders. The results of the study show that many young employees experience a dilemma between meeting other people's expectations and maintaining their own well-being. To convey this problem, four characters were designed. The main character is Tara, a people pleaser who undergoes a transformation into a more balanced individual in her work and personal life. Three supporting characters help strengthen the dynamics of conflict in the workplace, Mr. Johnson (Tara's demanding boss), Shinta (a supportive co-worker), and Felix (a senior co-worker). The character design process was carried out through several stages, including interviews with psychologists, illustrators, and employees, as well as qualitative data analysis from observations, Focus Group Discussions (FGD), and literature studies. The result is four characters executed in a simple illustration style with flat design and a limited color palette to emphasize the emotional atmosphere experienced by the characters. By exploring the right illustration style and color composition, this study designs characters that not only depict the reality of people pleasers in the workplace, but also function as visual educational media that helps readers understand the importance of setting boundaries at work and supports individuals in achieving inner peace and balance in life.

Keywords: People pleaser, Persona, Illustration, Employee Character Design

1. Introduction

Manusia sebagai entitas yang unik, terlahir dengan dua kodrat yang saling melengkapi yaitu sosial dan individual. Sebagai makhluk sosial, manusia memiliki dorongan alami untuk berinteraksi, terhubung, dan mencari pengakuan dalam kelompok. Keinginan untuk diterima dan dihargai oleh lingkungan sekitar dapat menjadi pendorong utama bagi individu membangun relasi, berkolaborasi, dan menyesuaikan diri dengan norma-norma sosial yang berlaku.

Namun, dalam dinamika kehidupan yang kompleks, manusia sering terjebak dalam paradoks yang menarik. Seiring waktu, tuntutan sosial yang semakin tinggi dan kompleksitas relasi antar manusia cenderung melupakan aspek individualitas. Kebutuhan untuk memenuhi ekspektasi orang lain, baik itu keluarga, teman, atau masyarakat luas, sering menggeser fokus seseorang dari kebutuhan dan keinginan diri sendiri. Individu tersebut akan terjebak dalam lingkaran setan di mana ia merasa berkewajiban untuk selalu ada bagi orang lain, bahkan ketika hal itu merugikan dirinya sendiri. Perasaan kasihan, sungkan, dan takut akan penolakan semakin memperkuat kecenderungan seseorang untuk mengutamakan kebutuhan orang lain yang dikenal dengan individu *people pleaser*.

Individu *people pleaser* cenderung merasa khawatir jika menolak permintaan orang lain karena ia takut dianggap egois, tidak peduli, atau bahkan buruk. Padahal, setiap individu memiliki batas kemampuan dan kapasitasnya masing-masing. Ketika seseorang terus-menerus mengorbankan diri, tanpa memperhatikan batasan tersebut, ia justru akan mengalami kelelahan emosional, stres, dan bahkan depresi. Konflik batin antara keinginan untuk membantu dan menjaga keseimbangan hidup menjadi semakin kompleks, menyebabkan rasa bersalah jika menolak, namun di sisi lain muncul frustrasi akibat kebutuhan pribadi yang terabaikan (Santoso, 2017).

Fenomena *people pleaser* ini sangat kompleks dan meluas, dapat terjadi di berbagai aspek kehidupan dari politik, percintaan, pernikahan, dan dinamika keluarga, pekerjaan dan lain-lain. Meskipun demikian, peneliti hanya fokus pada *people pleaser* dalam dunia kerja. Dalam lingkungan kerja, *people pleaser* kesulitan dalam menetapkan batasan yang jelas. Mereka cenderung mengambil tugas berlebihan, sulit mengatakan "tidak", dan merasa terbebani oleh tanggung jawab. Tekanan berprestasi, budaya kerja kompetitif, serta keinginan mendapatkan pengakuan dari atasan semakin memperkuat perilaku ini. *People pleaser* selalu menghindari konflik, dan meyakini bahwa keberlanjutan karier bergantung pada seberapa baik mereka memenuhi ekspektasi orang lain (McClelland, 1985; McClelland & Boyatzis, 1982). Sikap ini dapat berujung pada kelelahan emosional dan hubungan profesional yang tidak sehat. Fenomena *people pleaser* dalam dunia kerja sering dikaitkan dengan budaya "Asal Bapak Senang" di mana karyawan lebih fokus menyenangkan atasan demi keamanan posisi kerja. Mereka takut diremehkan, tidak didukung, atau menghadapi konsekuensi negatif seperti penurunan kinerja, pemotongan gaji, atau pemecatan (Amien et al., 2024). Dalam lingkungan kerja yang tidak sehat, sifat ini semakin diperkuat, menghambat pertumbuhan profesional, merusak kualitas kerja tim, dan merugikan perusahaan dalam jangka panjang.

Hasil wawancara dengan Anasya Putri Handayani (26 tahun) mengungkapkan bahwa ia sering mendapat tugas tambahan yang tidak mendesak dari atasannya, bahkan saat jam istirahat. Meskipun merasa keberatan, ia tetap mengerjakannya, meskipun sambil menangis. Hal ini menunjukkan bahwa banyak karyawan merasa terjebak dalam pola kerja *people pleasing* meskipun sadar akan dampak negatifnya.

Membangun batasan yang jelas dan belajar mengatakan tidak dengan sopan adalah keterampilan penting untuk menjaga kesejahteraan diri. Dengan menetapkan batasan, individu dapat melindungi diri dari eksploitasi dan memastikan kehidupan yang lebih seimbang tanpa harus terus-menerus mengorbankan diri demi orang lain.

Menurut Hurlock (2011), masa dewasa awal merupakan periode transisi penuh tantangan yang dimulai dari usia 20 sampai 30 tahun. Individu mulai membangun karier dan menyesuaikan diri dengan norma sosial dalam dunia kerja. Pada tahap ini, banyak individu memiliki dorongan

kuat untuk diterima dan dihargai oleh lingkungan profesional mereka. Namun, kecenderungan ini sering kali membuat mereka rentan terhadap perilaku *people pleasing*, di mana mereka merasa sulit menetapkan batasan, selalu berusaha menyenangkan atasan atau rekan kerja, dan mengorbankan kesejahteraan pribadi demi validasi eksternal (Ritonga, 2016).

Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 115 responden yaitu 44 karyawan swasta dan 71 karyawan negeri, ditemukan bahwa banyak individu mengalami kesulitan menolak permintaan atasan, meskipun tugas tersebut memberatkan mereka. Terdapat 31,3% netral dan 28,7% setuju kesulitan untuk menolak permintaan orang lain terutama atasan, bahkan jika permintaan tersebut memberatkan. Terdapat 40% netral dan 31,3% setuju sering menyesuaikan perilaku agar sesuai dengan harapan orang lain. Terdapat 33% netral dan 28,7% setuju sering merasa bersalah jika tidak dapat memenuhi permintaan orang lain. Terdapat 31,3% netral dan 37,4% setuju sering merasa perlu untuk menyenangkan rekan kerja atau atasan. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam lingkungan kerja yang kompetitif, tekanan sosial dapat memperkuat perilaku *people pleasing*, yang dalam jangka panjang berpotensi menyebabkan stres, *burnout*, bahkan gangguan kecemasan dan depresi.

Kecenderungan untuk selalu menyenangkan orang lain atau *people pleasing* ternyata membawa dampak serius pada kesehatan mental, seperti yang terlihat dari data terbaru mengenai peningkatan kasus gangguan kecemasan dan depresi. Data riset terbaru dari Kaukus Ray Wagiu Basrowi, Masyarakat Peduli Kesehatan Jiwa memperkuat temuan ini. Pada tahun 2024, prevalensi gangguan kecemasan di Indonesia naik menjadi 16% dan gangguan depresi mencapai 17,1%, jauh di atas data Riskesdas 2018 yang mencatat angka 9,8% untuk gangguan kecemasan dan 6% untuk depresi. Sementara pada data Survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023 maupun riset Kaukus, menunjukkan prevalensi depresi yang sangat tinggi. Bahkan, sebanyak 61% anak muda dengan depresi pernah memiliki pikiran untuk mengakhiri hidup (Shabrina, 2024). Fakta ini menyoroti urgensi penanganan masalah kesehatan mental, terutama pada individu *people pleaser* yang semakin rentan memiliki pemikiran untuk mengakhiri hidup dan menimbulkan berbagai dampak negatif dari perilaku *people pleasing* lainnya.

Untuk mengatasi fenomena ini secara visual, maka dibutuhkan kisah yang relevan dari 4 karakter dimana mereka berinteraksi yang semakin buruk dan menimbulkan tekanan dalam dunia kerja yang dapat memicu stres hingga gangguan mental. Karakter utama adalah Tara, seorang karyawan baru di sebuah perusahaan yang merasa penuh tekanan dan selalu berusaha menyenangkan rekan kerja dan atasan demi pengakuan dan citra kinerja baik. Tara selalu dimanfaatkan oleh Felix, rekan kerja seniornya, terus-menerus dibebani tuntutan oleh atasannya, Tuan Johnson. Di tengah tekanan tersebut, Shinta hadir sebagai rekan kerja yang suportif dan menjadi sumber dukungan bagi Tara. Buku ilustrasi ini menekankan dinamika dunia kerja, sehingga dibutuhkan desain karakter yang mampu merepresentasikan konflik dan emosi tersebut.

2. Research Method

Untuk memperoleh data pada penelitian ini peneliti menggunakan dua teknik yaitu pengumpulan data primer (wawancara, *Focus Group Discussion*, kuesioner) dan data sekunder (literatur dari website, buku, dan jurnal). Pada tahap wawancara, peneliti mengumpulkan data dari psikolog klinis dan karyawan yang menunjukkan kecenderungan *people pleaser*.

Tahap pertama adalah wawancara bersama psikolog klinis Dewasa yaitu Winanti S.Psi, M.Si, Psikolog (46 tahun). Pendidikan terakhir S1 Psikologi Universitas Diponegoro 2001 dan S2 Pascasarjana Universitas Gadjah Mada 2003. Wawancara ini menunjukkan bahwa seorang *people pleaser* adalah individu yang mengutamakan kebutuhan orang lain di atas dirinya sendiri karena ketakutan akan penolakan atau kegagalan dalam memenuhi ekspektasi. Mereka cenderung menggambarkan sosok yang menyimpan perasaan dan tidak mudah meledak. Keinginan untuk dicintai dan ketakutan akan membuat orang kecewa menjadi dorongan utama dari perilaku tersebut. Hal ini menggambarkan hati yang lembut dan rentan, yang mudah terpengaruh oleh tekanan sosial

dan emosional. Perilaku *people pleasing* rentan menimbulkan masalah kesehatan mental seperti *burnout*, depresi, dan kecemasan (*anxiety*), akibat tekanan yang terus meningkat. Ini menjadi siklus yang sulit dihentikan, semakin mereka berusaha menyenangkan orang lain, semakin besar juga tuntutan yang harus dihadapi. Kompleksitas perilaku ini tidak hanya memengaruhi kehidupan profesional, tetapi juga memberikan dampak signifikan terhadap kesejahteraan psikologis individu. Wawancara tersebut dilakukan secara *online* pada tanggal 18 Oktober 2024.

Tahap kedua dilakukan wawancara terhadap Karyawan Swasta yaitu Nanda Raja Prawira Cameo, S.Agr (27 tahun) bekerja di PT. Mayora Indah Tbk dengan posisi Area Sales Manager. Pendidikan terakhir S1 Agroteknologi Universitas Sumatera Utara 2014. Selain itu dengan Karyawan Negeri yaitu Anasya Putri Handayani, S. Tr (26 tahun) bekerja di Kementerian PUPR dengan posisi staf perencanaan program dan penganggaran. Pendidikan terakhir S1 Perancangan Jalan dan Jembatan Politeknik Negeri Medan 2016. Wawancara ini bertujuan menggali pengalaman dan perkembangan karier, tingkat kepuasan kerja, hubungan interpersonal dengan atasan dan rekan kerja, tantangan atau kendala selama masa kerja, keseimbangan kehidupan pribadi dengan kehidupan kerja, serta kesejahteraan dirinya dalam masa kerja. Informasi yang diperoleh akan diolah dan dituangkan ke dalam bentuk visual dalam buku ilustrasi. Wawancara tersebut dilakukan secara *online* pada tanggal 20 Oktober 2024.

Tahap ketiga, peneliti melakukan wawancara yang dilakukan dua kali dengan ilustrator Arco Pradipta (36 tahun), ia bekerja sebagai *freelancer* ilustrasi selama 6 tahun. Pendidikan terakhir S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur 2007. Wawancara pertama dilakukan secara *online* pada tanggal 19 Oktober 2024 untuk mendapatkan masukan mengenai gaya ilustrasi dalam menyampaikan pesan mengenai *people pleaser*. Hasil wawancara ini memberikan pemahaman yang mendalam mengenai kebutuhan dan ekspektasi pembaca target, sehingga dapat diwujudkan dalam desain buku ilustrasi yang relevan dan menarik. Lalu, wawancara kedua dilakukan secara *online* pada tanggal 27 Februari 2025 untuk memperoleh masukan terkait desain karakter yang telah dibuat serta menentukan gaya ilustrasi yang paling sesuai untuk penelitian ini.

Peneliti juga menyebarkan kuesioner untuk memperoleh data primer. Kuesioner ini akan dilakukan dua kali yang ditujukan untuk kepada responden berupa karyawan negeri dan swasta berusia 22-30 tahun. Kuesioner tahap pertama dilakukan untuk mendapatkan data lebih luas mengenai tingkat kepuasan kerja, persepsi terhadap perkembangan karier, serta kualitas hubungan interpersonal di lingkungan kerja. Kuesioner tahap kedua berfokus pada pemilihan gaya ilustrasi karakter dengan menyajikan tiga pilihan gaya ilustrasi yang sesuai untuk karyawan berusia 22-30 tahun. Selanjutnya, dilakukan pemilihan desain karakter berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Tahap ini kemudian diikuti dengan pemilihan desain *font* dan ilustrasi sampul untuk buku.

Sedangkan data sekunder yang dimaksud yaitu dari jurnal, artikel *online* dan buku yang digunakan untuk mendukung informasi yang akan dijelaskan pada isi buku. Setelah memperoleh data-data yang dibutuhkan untuk perancangan, peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk mengolah data dari wawancara, observasi, *Focus Group Discussion (FGD)*, dan kuesioner.

3. Results and Analysis

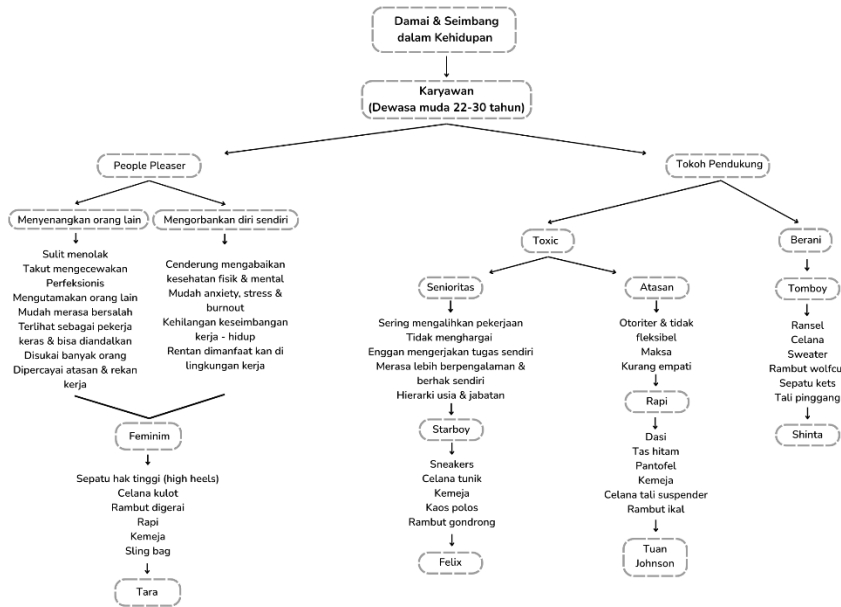
3.1. Perumusan Konsep

Kata kunci dalam perancangan karakter ini adalah “damai dan seimbang dalam kehidupan” yang akan disampaikan dengan ilustrasi metafora. Kata kunci ini mencerminkan upaya peningkatan kesadaran melalui media buku bergambar yang mengangkat topik *people pleaser* di dunia kerja, dengan target audiens usia 22-30 tahun. Tujuan utamanya adalah membantu karyawan swasta maupun negeri mencapai ketenangan pikiran dan hati, terbebas dari tekanan untuk selalu

menyenangkan orang lain, serta mampu menyeimbangkan tuntutan pekerjaan dengan kebutuhan pribadi, keluarga, dan kehidupan sosial.

3.2. Konsep Desain

Berdasarkan kata kunci 'damai dan seimbang dalam kehidupan', peneliti mengembangkan mind map untuk proses perancangan karakter. Melalui mind map, peneliti mengeksplorasi berbagai ide dalam perancangan karakter.



Gambar 1. Mind Mapping Visual Karakter

Setelah menentukan visual karakter, peneliti melakukan survei melalui *Google Form* untuk memilih gaya ilustrasi yang akan diterapkan. Survei ini bertujuan untuk menjangkau preferensi target audiens, yaitu dewasa muda usia 22-30 tahun. Sebelumnya, peneliti telah berkonsultasi dengan ilustrator Arco Pradipta dan mendapatkan rekomendasi gaya ilustrasi yang sederhana dan flat design seperti pada buku *OFF THE RECORD* penulis Ria SW. Gaya ini dipilih agar ilustrasi tidak menyerupai buku anak-anak yang memiliki tampilan simple serta palet warna yang terbatas. Gaya ini sesuai dengan tema karyawan dunia kerja. Hasil survei menunjukkan bahwa dari 118 responden, sebanyak 57 orang memilih gaya ilustrasi yang mengedepankan kesederhanaan dengan perolehan persentase 48.7%.



Gambar 2. Gaya Ilustrasi Terpilih

Peneliti menggunakan palet warna terbatas, seperti yang diterapkan pada buku *Selalu Ada Pesan Untuk Saling Menguatkan* karya M. Shafar Alhadi dan *Wanita Berkarir Surga* karya Felix Y. Siau. Kedua buku tersebut menggunakan warna biru, hijau, ungu, kuning, hitam, dan putih, dan dijadikan acuan oleh peneliti dalam menentukan *tone* warna ilustrasi karakter pada

perancangan buku ini. Setiap warna memiliki makna tersendiri yang dapat memunculkan emosi tertentu dan telah disesuaikan dengan target audiens, yaitu dewasa awal usia 22-30 tahun.



Gambar 3. Studi Komparator Buku Ilustrasi

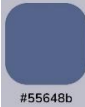
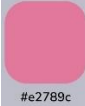

Menurut Arco Pradipta, penggunaan warna pada buku ilustrasi untuk usia 22-30 tahun perlu adanya membuat batasan warna agar tidak terlihat seperti buku ilustrasi anak-anak dan sesuai dengan tema karyawan dunia kerja. Dalam pemilihan warna, peneliti mengacu pada pembuatan karakter *people pleaser* dengan menggunakan palet warna terbatas yang sesuai dengan karakteristik, berdasarkan teori makna warna dalam psikologi. Berikut teori psikologi warna yang diambil dari buku “Teori Warna” (Kahfi, 2021) yaitu :




Gambar 4. Acuan Palet Warna

1. Tara



Tabel 1. Acuan Warna Tara

Warna	Makna Psikologi	Relevansi Tara
Biru  #55648b	ketenangan, kepercayaan, tanggung jawab.	Mewakili sisi penurut dan bertanggung jawab. Biru juga menunjukkan usaha untuk tetap tenang dan stabil meski dalam tekanan. Cenderung menggambarkan orang yang menyimpan perasaan dan tidak mudah meledak.
Pink  #e2789c	kelembutan, kasih sayang, kepedulian terhadap orang lain.	Sangat kuat menggambarkan sifat <i>people pleaser</i> , ia ingin dicintai dan takut membuat kecewa. Warna ini memperkuat kesan feminin yang tidak hanya gaya, tapi juga menunjukkan hati yang lembut dan rentan.
Coklat  #49271f	kestabilan, kehangatan, dan sifat membumi.	Meskipun penuh tekanan, Tara tetap <i>grounded</i> , mau kerja keras, dan bertahan dalam rutinitas. Memberi kesan karyawan yang bisa diandalkan, nggak neko-neko.
Putih gading	kesucian, kepolosan, dan keinginan untuk	Melambungkan perfeksionisme dan keinginan untuk tampil baik di mata semua orang. Juga menunjukkan

	tidak membuat kesalahan.	bahwa Tara sering menyembunyikan tekanan atau beban dalam senyumannya.
---	--------------------------	--





2. Tuan Johnson

Tabel 2. Acuan Warna Tuan Johnson

Warna	Makna Psikologi	Relevansi Tuan Johnson
Kuning krem 	Optimisme, intelektualitas, ambisi.	Mewakili ambisi dan dorongan terhadap hasil tinggi. Kuning krem memberi kesan profesional dan terjaga, cocok untuk orang yang menjaga <i>image</i> dan selalu rapi.
Cokelat 	Kestabilan, kekuatan, konservatisme, dan kepraktisan.	Menguatkan karakter otoriter dan tidak fleksibel. Warna ini memberi kesan membumi, tapi dalam konteks ini lebih sebagai pengontrol dan keras terhadap standar kerja.


3. Felix




Tabel 3. Acuan Warna Felix

Warna	Makna Psikologi	Relevansi Felix
Ungu 	Royal, superioritas, kekuasaan, keanggunan, individualitas, dan kesan eksklusif.	Menggambarkan perasaan lebih tinggi secara hierarki, dan gaya yang <i>classy</i> tapi tidak berlebihan. Ungu juga sering dikaitkan dengan aura misterius atau eksklusif, yang nyambung dengan gaya <i>stylish</i> -nya yang mungkin agak menyendiri atau ingin tampil beda.
Putih 	Netralitas, bersih, rapi.	Memberi kesan bahwa meskipun <i>stylish</i> , ia tetap menjaga tampilan yang bersih dan profesional. Bisa juga jadi simbol kesan baik yang ingin ia jaga di depan umum (walau merasa superior di dalam hati).
Hitam 	Otoritas, kekuatan, formalitas, dan kadang kesan dominan.	Warna ini sangat pas untuk menegaskan rasa percaya diri tinggi, dominasi halus, dan sikap yang sedikit tertutup atau tidak mudah terbuka terhadap karyawan baru seperti Tara. Kombinasi ungu dan hitam adalah gaya <i>fashionable</i> dengan <i>power</i> .
Merah 	Energi, statement kecil yang menyiratkan <i>confidence</i> .	Aksen merah membuat penampilan tidak kaku, mencerminkan gaya <i>stylish</i> -nya yang punya sentuhan pribadi.

4. Shinta

Tabel 4. Acuan Warna Shinta

Warna	Makna Psikologi	Relevansi Shinta
Hijau toska 	Keseimbangan, penyembuhan, suportif, tenang tapi punya kepercayaan	Warna ini menggambarkan karakter yang suportif, penengah, dan menenangkan. Toska juga bukan warna <i>girly</i> , cocok untuk penampilan tomboi tapi tetap gaya.

	diri.	
Putih 	Netral, jujur, terbuka.	Memperkuat kesan bahwa dia nggak neko-neko, tulus, dan jadi tembok netral buat Tara. Memberi kesan jujur dan polos, cocok untuk teman yang bisa dipercaya.
Oranye bata 	Energi, keramahan, semangat, lebih dewasa, <i>grounding</i> , hangat.	Meskipun tomboi, warna ini memberi kesan hangat dan <i>approachable</i> . Warna bata lebih matang daripada oranye terang mencerminkan kedewasaan emosional, stabilitas dan suka perhatian.
Abu 	Netralitas, praktis.	Menggambarkan sikap praktis, nggak ribet, cocok untuk karakter tomboi.

Dalam perancangan karakter, terdapat seorang tokoh yang dijadikan acuan untuk buku ilustrasi. Karakter utama dalam buku ini terinspirasi dari Anasya Putri Handayani Manullang, yang digambarkan sebagai seorang *people pleaser* sulit menolak, takut mengecewakan, perfeksionis, selalu mengutamakan orang lain, serta sering merasa cemas, panik, dan mudah bersalah. Selain itu, ia memiliki tingkat empati dan jiwa sosial yang tinggi. Karakter ini dirancang untuk selaras dengan tujuan buku ilustrasi, yaitu menumbuhkan kesadaran akan dampak negatif perilaku *people pleaser* terhadap kesejahteraan pribadi, membantu individu keluar dari lingkaran kebiasaan yang tidak sehat, serta mendorong perubahan positif dalam hidup mereka. Selain itu, Anasya Putri Handayani Manullang bekerja sebagai Staf Perencanaan Program dan Penganggaran di Kementerian PUPR. Pengalaman pribadinya sebagai *people pleaser* dalam dunia kerja menjadikannya referensi yang relevan untuk karakter utama dalam buku ilustrasi ini.



Gambar 5. Acuan Karakter Tara

Karakter utama dalam buku ini diberi nama "Tara", yang berasal dari bahasa Sanskerta yang berarti "bintang" atau "keseimbangan". Nama ini dipilih karena memiliki konotasi spiritual dan kosmis yang selaras dengan tema buku. Selain itu, penggunaan kata ganti orang pertama "aku" bertujuan untuk memperkuat keterikatan pembaca dengan karakter sehingga mereka dapat merasakan dan memahami perjalanan emosional Tara. Tara adalah tokoh utama dalam buku ini yang berperan sebagai seorang *people pleaser* yang memiliki penampilan feminin. Sifatnya yang selalu ingin menyenangkan orang lain membuatnya sulit menolak, takut mengecewakan, mudah merasa bersalah, perfeksionis dan selalu mengutamakan orang lain. Kinerjanya yang baik membuatnya selalu diandalkan oleh atasannya. Dalam proses perancangan, peneliti mengembangkan 3 alternatif tiap desain karakter dengan mengacu pada visual yang telah ditentukan sebelumnya.



Gambar 6. Alternatif Karakter Tara

Selanjutnya ada karakter pendukung yaitu Tuan Johnson. Tuan Johnson adalah seorang bos yang otoriter, workaholic, dan tidak fleksibel. Ia selalu menuntut kinerja tinggi dari anak buahnya, tetapi kurang memiliki empati. Selain itu, Tuan Johnson juga memiliki gaya yang rapi.



Gambar 7. Acuan Karakter Tuan Johnson



Gambar 8. Alternatif Karakter Tuan Johnson

Felix adalah rekan kerja Tara yang tergolong karyawan lama. Ia merasa lebih senior sehingga ia percaya hierarkinya diatas karyawan baru, termasuk Tara. Felix selalu tampil stylish.



Gambar 9. Acuan Karakter Felix



Gambar 10. Alternatif Karakter Felix

Shinta adalah rekan kerja Tara yang berpenampilan tomboi. Ia selalu mendukung Tara.



Gambar 11. Acuan Karakter Tuan Shinta



Gambar 12. Alternatif Karakter Shinta

Selanjutnya, visual karakter dikategorikan jadi 3 gaya ilustrasi. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner dengan menyajikan 3 pilihan gaya ilustrasi yang sesuai untuk karyawan berusia 22–30 tahun.



Gambar 13. Visual Karakter Opsi A



Gambar 14. Visual Karakter Opsi B



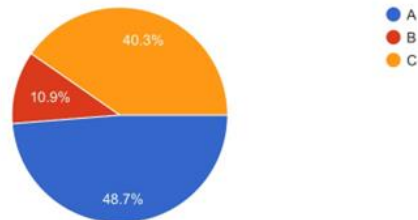
Gambar 15. Visual Karakter Opsi C

Setelah pemilihan visual karakter melalui kuesioner *Google Form*, desain karakter opsi A terpilih dengan perolehan suara sebesar 48.7% dari total 118 responden.

Saya menyediakan 3 opsi desain karakter yang dapat kamu pilih. Opsi karakter mana yang cocok menggambarkan karakteristik tersebut?

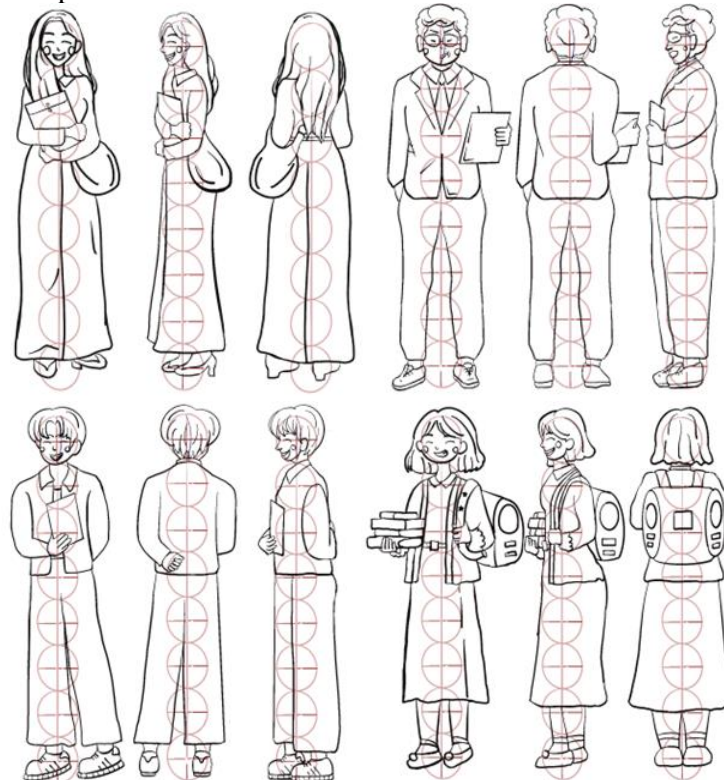
[Copy chart](#)

119 responses



Gambar 16. Persentase Desain karakter Terpilih

Dalam proses pembuatan karakter, peneliti terlebih dahulu membuat sketsa sebagai dasar sebelum masuk ke tahap pewarnaan. Visual karakter yang terpilih dalam pemilihan sebelumnya, dibuat menggunakan aplikasi *Procreate*.



Gambar 17. Sketsa Pose Karakter

Setelah menyelesaikan tahap sketsa, peneliti melanjutkan ke tahap pewarnaan menggunakan aplikasi *Procreate*.



Gambar 18. Warna Pose Karakter

Berikut merupakan beberapa contoh pose aksi karakter yang diterapkan pada buku ilustrasi.



Gambar 19. Pose Aksi Karakter

4. Conclusion

Karakter yang terpilih akan digunakan dalam buku ilustrasi bertema *people pleaser* di dunia kerja, yang ditujukan untuk dewasa awal berusia 22–30 tahun. Karakter ini dikembangkan berdasarkan hasil wawancara dengan psikolog, ilustrator, dan karyawan, serta analisis data kualitatif dari observasi, *Focus Group Discussion (FGD)*, dan studi literatur. Empat karakter dieksekusi dengan gaya ilustrasi sederhana menggunakan *flat design* dan palet warna terbatas, yang disesuaikan dengan makna psikologis masing-masing karakter. Warna dan makna psikologis tersebut kemudian diturunkan ke dalam gaya berpakaian tiap karakter. Karakter-karakter ini akan diterapkan untuk menghidupkan buku ilustrasi bertema *people pleaser* di dunia kerja.

References

- [1] Amien, N. N., Budiadi, H., Fitriani, H., Mataram, K., Bandung, U. M., Surakarta, N., Wahid, U., Semarang, H., Workplace, T., Styles, L., Well-being, E., & Bullying, W. (2024). *Toxic Workplace Culture : Causes and Consequences*. 1(4).
- [2] Kahfi, A. Y. (2021). *Buku Teori Warna - Unduh Buku _ 1-50 Halaman _ AnyFlip*.
- [3] Ritonga, N. (2016). *Perkembangan komunikasi dewasa awal*. 1–33.
- [4] Santoso, M. B. (2017). Mengurai Konsep Dasar Manusia Sebagai Individu Melalui Relasi Sosial Yang Dibangunnya. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 104. <https://doi.org/10.24198/jppm.v4i1.14217>
- [5] Shabrina, D. (2024). Prevalensi Gangguan Mental di Indonesia Meningkat Pascapemilu 2024. In *Media Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/humaniora/655081/prevalensi-gangguan-mental-di-indonesia-meningkat-pascapemilu-2024>