

DIRI KREATIF PADA SENIMAN VISUAL

(Studi Fenomenologi pada Desainer Grafis)

S K R I P S I



Oleh :

Noverta Yoga Paramarta

NIM. 16410119

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2023

DIRI KREATIF PADA SENIMAN VISUAL

(Studi Fenomenologi pada Desainer Grafis)

S K R I P S I

Diajukan kepada Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh :

Noverta Yoga Paramarta

NIM. 16410119

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

DIRI KREATIF PADA SENIMAN VISUAL

(Studi Fenomenologi pada Desainer Grafis)

SKRIPSI

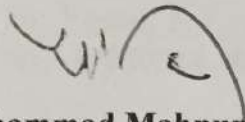
Oleh :

Noverta Yoga Paramarta

16410119

Telah Disetujui Oleh :

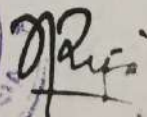
Dosen Pembimbing



Dr. Mohammad Mahpur, M.Si
NIP. 19760505 200501 2 003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi



Prof. Dr. Hj Rifa Hidayah, M.Si
NIP. 19761128 200212 2 001

DIRI KREATIF PADA SENIMAN VISUAL

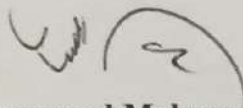
(Studi Fenomenologi pada Desainer Grafis)

SKRIPSI

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing Skripsi



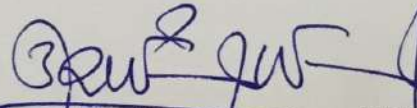
Dr. Mohammad Mahpur, M.Si.
NIP 19760505 200501 2 003

**Anggota Penguji Lain
Penguji Utama**



Dr. H. Rahmat Aziz, M.Si.
NIP 19700813 200112 1 001

Sekretaris Penguji



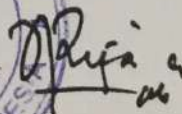
Dr. Endah K Purwaningtyas, M.Psi, Psikolog
NIP 19750514 200003 2 003

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi tanggal ... Juni 2023

Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Prof. Dr. Hi Rifa Hidayah, M.Si.
NIP. 19761128 200212 2 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Noverta Yoga Paramarta
NIM : 16410119
Fakultas : Psikologi
Judul Skripsi :Diri Kreatif Pada Desainer Grafis (Studi Kasus Pada Desainer Grafis)

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah salah satu karya saya sendiri dan bukan karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan isi, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendaot sanksi akademis.

Malang, 29 Mei 2023

Peneliti,


Noverta Yoga Paramarta
NIM : 16410119

MOTTO

“La créativité demande du courage”

Henri Emile Benoit Matisse

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

(Alm) Drs. Donno Santoso, ayah yang semasa hidupnya memberikan sudut pandang berbeda, mewasiatkan dan memberikan pelajaran untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Ibu tercinta saya Armida Surjandari yang telah bersabar dan selalu memberikan dukungan dan doa terhadap setiap proses saya. Dan (Alm) Aris Yuana Yusuf, Lc, MA yang saat menjadi Pembimbing Akademik memotivasi dan mensupport saya untuk tetap bertahan dan melanjutkan studi S1 saat semester 5. Semoga yang telah meninggalkan kita yang masih didunia mendapatkan tempat di sisi-Nya.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat, rezeki beserta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Diri Kreatif Pada Seniman Visual (Studi Fenomenologi pada desainer grafis) yang terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan ke haribaan Nabi Muhammad S.A.W. Semoga tumpahan do’a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Karya penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan moril dan materiil dari berbagai pihak yang terlibat. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan rasa terima kasih setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. H. M Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Ibu Prof. Dr. Hj Rifa Hidayah, M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Bapak Yusuf Ratu Agung, MA selaku Sekretaris Jurusan Strata-1 Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
4. Bapak Dr. Mohammad Mahpur, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah mempercayakan saya untuk menyelesaikan skripsi dengan baik
5. Bapak Dr. Rahmat Aziz, M.Si dan Ibu Dr. Endah K Purwaningtyas, M.Psi, Psikolog selaku Dosen Penguji skripsi saya.
6. Bapak Ibu dosen dan BAK Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, karena telah mengajarkan saya ilmu akademik maupun non-akademik kepada saya dengan sangat profesional.
7. (Alm) Drs. Donno Santoso dan Ibu Armida Surjandari yang menjadi motivasi terbesar saya untuk menyelesaikan studi dan karya penelitian ini

8. Wisnu Sulaindra, Muhammad Gizka dan Muhammad Fauzan R, yang menjadi narasumber untuk skripsi saya ditengah kesibukan studi dan pekerjaan mereka sebagai desainer grafis.
9. Teman-teman angkatan UKM Jhepret Club Fotografi Teguh, Shania, Dodici, Ilmi, Fahmi, Desya, Halimah, Dina, Luqman Hanif S.E.
10. Handyan Ayu Sukmana yang memotivasi dan mendukung pada tahap penyelesaian penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi, semoga Allah membalas semua kebaikan mereka. *Jazakumullah Khairul Jaza'* dan karya penelitian ini semoga dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, pembaca dan pada umumnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	..ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	..iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	..iv
Motto.....	..v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	..vi
KATA PENGANTAR.....	..vii
DAFTAR SKEMA.....	..xi
DAFTAR TABEL.....	..xii
ABSTRAK.....	..xiii
ABSTRACT.....	..xiv
تجريدي.....	..xv
BAB I PENDAHULUAN	01
A. Rumusan Masalah	11
B. Tujuan Penelitian	11
C. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI	13
A. Kreativitas	13
B. Diri Kreatif.....	17
C. Komunikasi Visual	20
D. Kerangka Konseptual Diri Kreatif.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Batasan Istilah	27
C. Sumber Data.....	28
D. Teknik Pengumpulan Data	29
E. Analisis Data	30
F. Keabsahan dan Kredibilitas Data	32
BAB IV PEMBAHASAN	34
A. Paparan Data.....	34
B. Analisis Temuan Data	43

C. Pembahasan	64
BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR SKEMA

Tabel 4.2.1.1 Kerangka Konsep Pemikiran	47
Tabel 4.2.2.1 Kerangka Konsep Cara Kerja	52
Tabel 4.2.3.1 Kerangka Konsep Tantangan	58
Tabel 4.2.4.1 Kerangka Konsep <i>Curiosity</i>	60
Tabel 4.2.5.1 Kerangka Konsep Kontrol Diri	62
Tabel 4.2.6 Kerangka Diri Kreatif	63

DAFTAR TABEL

Tabel Kategorisasi.....	96
Tabel Wawancara.....	111

ABSTRAK

Paramarta, Noverta Yoga, (2023). *Diri Kreatif Pada Seniman Visual (Studi Fenomenologi Pada Desainer Grafis)*. Skripsi. Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023.

Pembimbing : Dr. Mohammad Mahpur, M.Si

Kata Kunci : Desainer Grafis, Kreativitas, Tantangan, Karya

Kemajuan teknologi digital saat ini berkembang pesat dan mempengaruhi aspek kehidupan manusia meliputi ranah sosial, ekonomi dan seni. Kehadiran industri seni kreatif terutama desain grafis yang mulai beradaptasi dengan peningkatan permintaan dan kebutuhan masyarakat terutama saat pandemi *Covid-19* menjadi nilai positif kemajuan teknologi dan tantangan terhadap industri desain grafis. Perbedaan latar belakang, kemampuan, standart kreatif, kemudahan akses dan fleksibilitas memanfaatkan desain grafis sebagai pekerjaan justru menghadirkan berbagai dinamika dan tantangan yang mempengaruhi desainer grafis mengoptimalkan atau mengurangi kreativitas berkarya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dinamika psikologis dan makna diri kreatif pada desainer grafis. Bagaimana desainer grafis tetap mengelola dan tidak menghilangkan kreativitas berkarya dengan mengatasi dinamika yang dialaminya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara mendalam. Subjek dalam penelitian ini berjumlah tiga orang yang merupakan mahasiswa strata satu, berkerja sebagai desain grafis dan berdomisili di Yogyakarta. Adapun hasil penelitian ini didapatkan temuan bahwa desainer grafis yang memahami makna diri kreatif mampu menciptakan karya otentik berkarakter dan mudah menarik atensi publik, sehingga isi pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan bahkan mampu menyelesaikan permasalahan public. Dampak positif lain bagi desainer grafis adalah peningkatan kapasitas dan *value* desainer grafis meliputi kapasitas pemikiran, kemampuan kontrol diri terhadap tantangan yang dihadapi, sehingga menghadirkan motivasi untuk konsisten berkarya.

ABSTRACT

Paramarta, Noverta Yoga, (2023). Creative Self in Visual Artists (Phenomenological Study on Graphic Designers). Undergraduate Thesis. Faculty of Psychology, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023.

Advisor : Dr. Mohammad Mahpur, M.Si

Keywords : Graphic Designers, Creativity, Challenges, Artworks.

The rapid advancement of digital technology today is significantly influencing various aspects of human life, including the social, economic, and artistic realms. The presence of the creative arts industry, particularly graphic design, which has begun to adapt to the increasing demand and needs of society, especially during the Covid-19 pandemic, is seen as a positive outcome of technological progress and a challenge for the graphic design industry. Differences in backgrounds, abilities, creative standards, ease of access, and the flexibility of utilizing graphic design as a profession actually introduce various dynamics and challenges that affect graphic designers' ability to optimize or diminish their creative output.

This research aims to explore the psychological dynamics and the meaning of creative self among graphic designers. It examines how graphic designers effectively manage and preserve their creativity by addressing the dynamics they encounter. The study adopts a qualitative research method with a phenomenological approach. Data collection involves techniques such as observation and in-depth interviews. The subjects of this study consist of three undergraduate students who work as graphic designers and reside in Yogyakarta. The findings of this research reveal that graphic designers who comprehend the meaning of their creative self are capable of producing authentic and character-driven artworks that easily capture public attention. Consequently, the intended message is effectively conveyed and even contributes to addressing public issues. Another positive impact for graphic designers is the enhancement of their capacity and value, including their thinking abilities and self-control in the face of challenges. This, in turn, brings about motivation for consistent artistic output.

تجريدي

برامارتا، نوفرتا يوغا. (2023). الذات الإبداعية في الفنان البصري (دراسة فنومينولوجية لمصممي الجرافيك). رسالة جامعية. كلية علم النفس، جامعة إين مولانا مالك إبراهيم، مالانج، 2023.

مشرف: الدكتور محمد ماهيور، ماجستير العلوم.

الكلمات الأساسية: مصمم جرافيك، إبداع، تحديات، أعمال.

تتقدم التكنولوجيا الرقمية حاليًا بسرعة وتؤثر في جوانب حياة الإنسان بما يشمل المجالات الاجتماعية والاقتصادية والفنية. تواجد صناعة الفن الإبداعي، وخاصة تصميم الجرافيك، التي بدأت تتكيف مع زيادة الطلب واحتياجات المجتمع، خاصة خلال جائحة كوفيد-19، يعد قيمة إيجابية لتقدم التكنولوجيا وتحديات صناعة تصميم الجرافيك. الاختلاف في الخلفية، والقدرات، والمعايير الإبداعية، وسهولة الوصول، ومرونة استخدام تصميم الجرافيك كوظيفة يجلب بالفعل تنوعًا وتحديات مختلفة تؤثر على قدرة مصممي الجرافيك على تحقيق الأقصى من إبداعهم في الأعمال الفنية.

الهدف من هذا البحث هو التعرف على ديناميكية النفسية ومعاني الذات الإبداعية لمصممي الجرافيك. كيف يمكن لمصممي الجرافيك الإبقاء على الإبداع والعمل الإبداعي عبر التغلب على التحديات التي يواجهونها. يستخدم هذا البحث المنهج النوعي والمنهجية الظواهرية. يتم جمع البيانات باستخدام تقنيات الملاحظة والمقابلات العميقة. يشمل العينة في هذا البحث ثلاثة أشخاص هم طلاب في المستوى الجامعي الأول، ويعملون كمصممين جرافيك ويعيشون في يوغياكارتا. توضح نتائج هذا البحث أن المصممين الجرافيك الذين يفهمون معاني ذواتهم الإبداعية قادرون على إنتاج أعمال فنية أصيلة وذات طابع خاص يجذب انتباه الجمهور بسهولة. ونتيجة لذلك، يتم نقل الرسالة المقصودة بفعالية وحتى تساهم في التصدي للقضايا العامة. وتأثير آخر إيجابي على مصممي الجرافيك هو تعزيز قدراتهم وقيمتهم، بما في ذلك قدرات التفكير والسيطرة على النفس في مواجهة التحديات. وهذا، بدوره، يؤدي إلى تحفيز الإنتاج الفني المستمر.

BAB I

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital saat ini berkembang pesat dan mempengaruhi aspek kehidupan manusia meliputi ranah sosial, ekonomi, khususnya ranah seni. Pada ranah sosial khususnya dalam komunikasi, manusia dengan mudah melakukan sosialisasi walaupun terpisah jarak dan waktu. Mobilitas bersosial saat ini sudah memanfaatkan kemajuan teknologi digital berupa *platform digital*. Pengguna atau *user* media sosial menghabiskan waktu cukup lama untuk kebutuhan bersosialisasi secara digital (Tayuh, 2016). Disrupsi teknologi saat ini menjadikan manusia menjalani dua kehidupan sekaligus, yakni kehidupan di dunia nyata dan kehidupan dunia digital atau maya. Hal tersebut menyebabkan dua hal; pertama yaitu perubahan secara dinamis yang tidak bisa diprediksi perkembangannya, serta mempermudah penyampaian pesan yang ingin disampaikan oleh sesama masyarakat. Dengan perkembangan teknologi digital yang pesat, menyebabkan kemudahan akses untuk mendapatkan atau menyajikan informasi sekaligus berkomunikasi secara efisien. (Mujaeni, 2021).

Pandemi virus Corona-19 memberikan dampak terhadap perkembangan bisnis desain grafis (WS.W2:97). Terdapat istilah “*A man on The Right Way*” yang menggambarkan kedinamisan dan efisiensi dalam segala aktifitas manusia yang didukung dengan pemanfaatan kemajuan teknologi. Fenomena ini juga merupakan gambaran dari

Information Society yang menggambarkan masyarakat saat ini membuat berbagai kemungkinan terbaik dalam menggunakan teknologi komunikasi dan informasi yang baru, untuk keuntungan penuh aspek kehidupannya (Webster, 2006). Kemudahan dalam mengakses desain grafis menjadi nilai positif dari kemajuan teknologi digital terhadap desain grafis. Kemajuan juga berdampak positif terhadap prestasi dan hasil marketing. Pemasaran bisnis saat ini mulai memadukan bisnis dengan seni memanfaatkan media sosial yang ramai digunakan masyarakat umum untuk media pemasaran. Pemanfaatan media sosial sarana untuk memasarkan produk dan dari sini umumnya marketing atau suatu perusahaan, diharapkan mampu meningkatkan daya tarik pemasaran dan periklanan mereka, termasuk penggunaan *platform* lain berbentuk *marketplace* dalam berbisnis. Pemanfaatan seni dan bisnis yang dinamakan Industri Seni Kreatif dengan diiringi perkembangannya mempengaruhi seni dan seniman itu sendiri, sehingga seniman dituntut secara tidak langsung untuk menerapkan dan memanfaatkan teknologi yang terbaru agar mampu bersaing dan mampu memberikan hasil karya seni lebih maksimal, membantu untuk berinovasi dalam menciptakan karya seni yang lebih baik. Mobilitas dan efisiensi pada bisnis industri kreatif saat ini juga berpengaruh pada berkembangnya bisnis industri kreatif berbasis kebudayaan secara luas dan beraneka ragam. Sehingga tercipta desain grafis untuk membantu *branding* usaha dan ekonomi masyarakat. (WS,W2:97b). Pekerja desainer grafis meningkat dan banyak

bermunculan, sedangkan kebutuhan jasa desain juga meningkat dengan kemajuan teknologi digital. Serta pada sisi lain, industri kreatif juga berkembang sehingga permintaan dan perkembangan desain grafis menjadi hal yang harus dijalani oleh desainer grafis..

Desain grafis beradaptasi terhadap isu dan kebutuhan lingkungan sekitar. Akses dan pekerjaan desain grafis yang *fleksibel* mempermudah desain grafis yang pada awal hanya sebatas seni menjadi sebuah peluang besar dan menciptakan banyak pekerjaan. *Fleksibilitas* ini berdampak terhadap proses pengerjaan desain klien dapat dikerjakan lebih dari satu, dimana saja dan pandemi virus Corona19 yang menghasilkan paradigma bahwa pekerjaan desain grafis dapat dilakukan secara *Work From Home*. Fakta bahwa Pandemi virus Corona-19 berdampak pada perkembangan bisnis desain grafis. (WS.W2:97a). Pandemi menyebabkan publik beralih serba digital dalam aspek kehidupannya yang dibuktikan dengan pemanfaatan kemajuan teknologi berupa *marketplace* untuk menawarkan jasa desain meski dengan harga yang jauh dibawah harga subyek. (WS.W2:97b). Fenomena *fleksibilitas* pekerjaan desain grafis dan *trend 'Work From Home'* menyebabkan potensi pekerjaan dan ajang adu kreatifitas desainer grafis dalam menyampaikan ide sekaligus menjadi pendapatan finansial. Kombinasi kemampuan menggambar serta *feedback* dari berkarya dapat memenuhi ekpektasi dan kepuasan desainer akan menjadi dorongan untuk menekuni desain grafis sebagai pekerjaan sampingan terutama mahasiswa.

Untuk penelitian terdahulu terkait dengan dinamika diri kreatif dilakukan Tayuh (2016) dengan judul *Diri Kreatif Pengguna Instagram*. Berdasarkan penelitian dengan studi fenomenologis yang diangkat, makna diri kreatif yang muncul pada pengguna instagram adalah suatu ciri khas yang muncul dari sebuah pemikiran yang melahirkan perilaku dan berimbas pada perasaan individu dan kemudian dikontrol dalam sebuah kedinamisan disertai humor positif khas yang memerlukan keselarasan dalam cara kerjanya. Dalam penelitian ini didapatkan hasil penelitian saat itu, tentang gambaran dari diri kreatif yang ditandai adanya perilaku, kedinamisan, dan juga keselarasan yang melengkapi diri kreatif. Terdapat hasil penelitian yang dilakukan Dr. Anak Agung Gede Bagus Udayana (2019) mengenai industri kreatif dan teknologi global, bahwa industri ini memanfaatkan kemajuan teknologi global untuk dipergunakan oleh para pengusaha dibidangnya dalam mempromosikan serta menjual produknya di internet. Hal ini dapat dilakukan dengan mudah, cepat, murah, dan menyebar ke seluruh dunia dalam waktu yang bersamaan. Pendapat sebelumnya juga didukung dengan data valid *Bapekraf* (2017) bahwa desain komunikasi visual atau grafis berperan besar dalam pertumbuhan subsektor ekonomi kreatif dengan tumbuh sebesar 8,14% dan peran dari ekonomi kreatif memberikan kontribusi terhadap total perekonomian nasional sebesar 7,44% dengan nominal Rp 989.000.000.000.000. Melihat data *Bapekraf* (2017) ini membuat ekonomi kreatif yang terdapat industri kreatif menjadi pekerjaan milenial yang penting dan berkembang sehingga

mampu membuka lapangan pekerjaan yang tercipta. Pada temuan ini linier dengan temuan kendala di lapangan, bahwa dengan peluang pekerjaan yang besar dengan kemudahan menjalani menjadikan persaingan pemikiran untuk mengeluarkan kreativitas secara maksimal sebagai dasar untuk mendapatkan klien salah satu isu yang menjadi topik penelitian.

Data tersebut juga diperkuat dengan meningkatnya kebutuhan desain grafis oleh perusahaan sehingga menjadikan terbukanya kesempatan bagi siapa saja untuk menggunakan seni visual, khususnya kalangan pemuda di Yogyakarta. Kalangan pemuda khususnya mahasiswa juga menjadi pelaku dalam persaingan kreativitas desain grafis, yang diperkuat oleh pendapat narasumber yang merasa faktor latar belakang Yogyakarta dengan berbagai perguruan tinggi dan kota budaya menjadikan banyak pemula memulai di kota ini (WS, MI:22a). Desain grafis pemula yang berdomisili di daerah Yogyakarta rawan mengalami tekanan atau stress kerja. Persaingan jasa desain grafis sekaligus status sebagai mahasiswa yang bekerja desain grafis menjadi nilai lebih yang diharapkan mampu untuk menjadi keunikan pada penelitian ini. Bekerja sebagai desainer grafis pada beberapa rumah kreatif tidak mewajibkan memiliki berlatar belakang pendidikan Seni Rupa atau Desain Komunikasi Visual. Faktor tempat Yogyakarta merupakan kota pendidikan dan budaya menjadikan banyak mahasiswa berbagai latar belakang pendidikan yang mencoba dan penasaran dengan desain grafis (WS, MI:22b). Tantangan dalam menjalankan pekerjaan desain grafis dengan latar belakang masih

berstatus mahasiswa yang masih memiliki beban untuk menyelesaikan studi sekaligus berkerja. Termasuk latar belakang pendidikan, mereka yang berlatar pendidikan sekolah seni terutama desain grafis tentu akan memiliki nilai dan pengalaman yang lebih dari desainer grafis dengan latar belakang non-seni. Perbedaan waktu untuk belajar dan beradaptasi menjadi kendala yang sangat jelas ditemukan antara desainer grafis dengan latar pendidikan seni dengan mereka yang berlatar belakang umum atau otodidak apalagi masih berstatus mahasiswa. Hal ini tentu menambah beban kerja tersendiri bagi desainer grafis bahkan dapat menjadi faktor stress kerja apabila tidak memiliki kemampuan dalam mengatur skala prioritas dan manajemen waktu yang baik. Memunculkan kreativitas sangat bergantung pada kemampuan individu dalam mengatasi dinamika pada proses berkarya. Tantangan dan kendala yang mempengaruhi *mood* dan suasana akan mempengaruhi desainer mempertahankan kreativitasnya.

Kreativitas yang ditunjukkan desainer grafis sangat bergantung pada diri mereka sendiri dalam mengelola dinamika yang ada. Menurut Khayati & Sarjana (2015) kreativitas yang muncul bergantung pada kemampuan dan kapabilitas sumber daya manusia dalam menghasilkan ide, gagasan dan cara untuk menghasilkan kebaruan termasuk menyempurnakan hal yang sudah ada terlebih dulu. Kapabilitas dan kemampuan dari desainer grafis merupakan manifestasi dari proses-proses berkarya yang telah dilalui. Dengan latar belakang dan pengalaman yang berbeda, diperlukan contoh karya untuk menilai nilai kemampuan desainer

grafis. Perbedaan hasil berkarya dapat dilihat melalui Portofolio untuk menggambarkan *value* desainer grafis. Hal ini diperkuat dengan temuan lapangan bahwa kreativitas, teknik, dan pemahaman desainer itu sendiri. (WS.W2:87b). Memperhatikan portofolio memberikan dampak persaingan yaitu secara wawasan desainer grafis dengan latar belakang umum memang lebih merasakan tekanan dan persaingan daripada desainer berlatar belakang seni. (MG.W1:40). Kendala dan tekanan yang dirasakan desainer grafis perlu memperhatikan berbagai faktor yang ada. Kendala yang dialami adalah merasa sedikit bingung dan tertekan dalam manajemen waktu pada saat awal bekerja sebagai desain grafis karena banyaknya klien. (MG.W1:34) Sedangkan pada lingkungan kerja dikarenakan tindakan atau komunikasi yang tidak efisien, seperti adanya sistem '*Palu Ada*' itu menjadi beban karena desainer dipaksa untuk merangkap berbagai bidang pekerjaan namun diberi *reward* yang sedikit (MG.W1:51). Seniman, rumah kreatif bahkan masyarakat umum memiliki idealis dengan standarn masing-masing. Konsekuensi memilih desain grafis sebagai pekerjaan dengan bergabung rumah kreatif. Tantangan dalam bergabung dengan industri yang pasti ditemukan adalah resiko konflik, perbedaan sudut pandang dalam tim, perbedaan kapasistas dan kemampuan dan suasana maupun lingkungan kerja. Desainer dituntut untuk mampu menemukan *win-win solution* atas standar kreatifitas dalam menciptakan karya desain grafis. Pemilihan latar belakang dan fakta lapangan yang terjadi, desainer grafis diharapkan mampu memaksimalkan

kreativitasnya sesuai standar perusahaan (rumah kreatif) dan mengembangkan konsep ide klien menjadi menarik untuk dilihat.

Pengalaman dengan kondisi suasana kerja yang berbeda-beda antar desainer grafis satu dengan lainnya, menjadi isu lainnya untuk keunikan pada penelitian ini. Kemampuan kontrol diri atas situasi dan tantangan yang ada untuk tetap memunculkan kreativitas tentu menjadi poin dan keunikan dalam meneliti manusia. Mengelola tantangan yang ada untuk tetap menghasilkan karya yang kreatif juga merupakan salah satu prestasi bagi desainer grafis selain mendapatkan apresiasi. Dengan mampu mengeluarkan kreativitas pada karya dengan kondisi yang tidak selalu menguntungkan untuk memunculkan ide kreatif tentu adalah *achievement* dalam proses dan pengalaman berkarya desainer grafis. Kemampuan kontrol diri dalam berkarya juga diperkuat dengan pendapat Ghuffron & Raswita (2010) bahwa suatu kecakapan individu dalam memahami situasi diri sendiri dan lingkungannya, kemampuan untuk mengontrol dan mengelola perilaku dengan situasi dan kondisi mampu menghasilkan pengaruh positif bagi lingkungan sekitar. Kemampuan dalam mengontrol diri pada lingkungan sekitar akan menimbulkan kepercayaan diri. Apabila seseorang sudah mendapatkan kepercayaan diri tentu akan menghasilkan sikap-sikap dan hasil positif dalam mengeluarkan kemampuan yang dia miliki. Desainer grafis memiliki masing-masing problematika dan tantangan yang mempengaruhi mereka dalam mengeluarkan kreativitas secara optimal. Perbedaan latar belakang, kemampuan dan suasana

masing-masing desainer grafis mempengaruhi kepercayaan diri mereka dan menjadi hal yang patut untuk diperhatikan apabila ingin meneliti kreativitas pada diri desainer grafis. Menurut Amri (2018) kepercayaan diri yang dimiliki individu memiliki ciri utama yaitu percaya pada kemampuan diri sendiri, berani menghadapi tantangan dan bertanggung jawab atas apa yang dia lakukan. Fakta teori dan temuan lapangan ini memperkuat untuk meneliti diri kreatif pada desainer grafis, bahwa dalam memaksimalkan kreativitas dalam berkarya desainer grafis perlu untuk percaya diri terhadap kemampuan yang mereka miliki masing-masing.

Perbedaan pemikiran, latar belakang, kemampuan-pemahaman seni, lingkungan kerja dan tantangan lainnya yang dimiliki masing-masing desainer grafis menjadi atensi dalam meneliti diri kreatif. Termasuk perkembangan industri kreatif utamanya desain grafis yang terjadi saat ini menjadikan kajian terhadap kreativitas seseorang khususnya desainer grafis atau *illustrator* menjadi menarik jika menggali bagaimana dinamika diri kreatif dari sisi pengalaman dan pekerja desain grafis. Diri Kreatif sendiri merupakan landasan utama. Bagi seorang kreator dalam bidang apapun, memiliki sebuah pengerak utama atas kegiatan yang dilakukannya, pemaknaan terhadap kehidupannya, tujuan dan penggunaan alat sebagai media mencapai tujuannya sehingga menciptakan sebuah hasil karya. Penelitian mengenai diri kreatif ini meneliti pada desainer grafis yang syarat atas karya-karya desain yang dipublikasikan pada berbagai media khususnya *platform digital* serta dengan dinamika

persaingan dan stress yang sering ditemukan dirasa akan menjadi hal yang menarik. Kebutuhan desain grafis yang meningkat khususnya saat masa pandemi *Covid-19* akan berdampak pada peningkatan kebutuhan pekerjaan dan persaingan kreativitas dalam desain grafis di masa depan. Fenomena ini menjadikan desainer grafis yang berorientasi pada industri kreatif, memiliki persaingan yang besar untuk mendapatkan minat dan atensi dari klien, untuk mengginginkan dan menghargai jasa kreativitas desainer. Persaingan kreativitas antar desainer agar menjadi pilihan klien juga menjadi sebuah tantangan. Kreativitas bekerja khususnya seni desain grafis memiliki dinamika tersendiri. Konsekuensi yang harus dihadapi desainer dalam mengatasi tantangan dan problematika bukan menjadi penyebab desainer mengurangi bahkan menghilangkan kreativitas berkarya.

Peluang pekerjaan desain grafis yang besar dan *fleksibel* dikerjakan, pengembangan bakat minat dan kemampuan menggambar menarik untuk dijadikan sebuah penelitian dan penggalian data secara mendalam terkait fenomena ini. Bagaimana pemaknaan diri kreatif pada desainer dengan tantangan yang mereka hadapi, sehingga mampu melakukan pekerjaan sebagai desainer dengan memaksimalkan kreativitas mereka. Sehingga Judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah Diri Kreatif pada Pekerja Seni Visual (Studi Fenomenologi terhadap Desainer Visual).

A. FOKUS MASALAH

Dalam penelitian ini, rumusan masalah yang ada sebagai berikut :

1. Bagaimana makna diri kreatif pada desainer grafis?
2. Bagaimana dinamika diri kreatif yang dialami oleh desainer grafis?

B. TUJUAN PENELITIAN

Adapun penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui dan memahami pemaknaan diri kreatif desainer grafis.
2. Untuk mengetahui dinamika dan proses diri kreatif desainer grafis
3. Untuk mengetahui atribut-atribut pembentuk kreativitas desainer grafis

C. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa informasi secara ilmiah baik teoritis maupun praktis, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberika informasi mengenai diri kreatif bagi pengembangan ilmu Psikologi pada umumnya dan Khususnya pada bidang Psikologi Kognitif, Psikologi Sosial, serta Psikologi Komunikasi. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai dinamika dan makna diri kreatif pada desainer visual dengan pendekatan fenoemenologi.

2. Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

- a. Pembaca, guna memberkan informasi mengenai kemajuan untuk meningkatkan serta membangun komunikasi, relasi, serta membantu memahami lebih mendalam apa yang disebut dengan diri kreatif. Diharapkan dengan penelitian ini, dapat memberikan gambaran jelas mengenai pengembangan diri kreatif pada seseorang yang mendalami pekerjaan pada bidang seni desain.
- b. Peneliti, mampu memahami makna kreatif masa kini, menghargai pemaknaan pada suatu hal, lebih teliti dalam analisis serta penerapan ilmu psikologi pada kehidupan.
- c. Subjek, memberikan motivasi pada mereka agar dapat berkarya serta mengembangkan harapan-harapan positif melalui komunikasi visual yang berguna bagi masyarakat, serta mengembangkan potensi diri kreatif yang dimiliki. Memberikan kontribusi terhadap subjek guna menemukan pemaknaan terhadap etos kerja dan menciptakan kehidupan yang bermakna bagi mereka.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kreativitas

1. Definisi

Kreativitas merupakan bagian penting dari kehidupan manusia, dan setiap orang tidak ada yang terbebas darinya. Kreativitas merupakan salah satu penunjang eksisnya kehidupan seseorang. Setiap orang mempunyai kreativitas, dan yang membedakan adalah tingkat kreativitas antara orang satu dengan yang lainnya. Kreativitas adalah suatu kajian yang kompleks, yang menimbulkan berbagai perbedaan pandangan. Perbedaan definisi kreativitas yang dikemukakan oleh banyak ahli merupakan definisi yang beraneka ragam dan saling melengkapi. Suharman mengatakan bahwa kreativitas berasal dari kata *creativity* yang merupakan salah satu kemampuan intelektual manusia yang sangat penting yang oleh banyak ahli psikologi kognitif dimasukkan kedalam kemampuan memecahkan masalah. Oleh karena itu, kreativitas dapat didefinisikan sebagai kegiatan kognitif atau proses berfikir untuk menghasilkan gagasan baru dan berguna (Tayuh, 2016). Kemampuan ini menciptakan atau menghasilkan karya yang baru. Hasil karya atau ide baru yang sebelumnya tidak dikenal oleh pembuatnya maupun orang lain. Kreativitas merupakan aktivitas imajinatif, yang merupakan pembentukan kombinasi dari informasi yang diperoleh dari pengalaman-pengalaman sebelumnya menjadi hal yang baru, berarti dan bermanfaat.

Berbagai bidang dan ranah kehidupan sosial manusia mampu membantu untuk menemukan bentuk kreativitas dari manusia itu sendiri, salah satunya terdapat pada bidang seni. Seni merupakan wujud dan cara manusia berkomunikasi melalui berbagai media, alat, dan bentuk dari seni itu sendiri. Salah satunya adalah seni rupa atau seni visual yang merupakan salah satu bagian dari seni yang menjadi bagian kehidupan sehari-hari manusia. Kemampuan untuk membuat kombinasi baru yang berdasarkan data informasi atau unsur-unsur yang ada. (Puspasari 2014). Pengertian kreativitas tidak hanya kemampuan untuk bersikap kritis pada dirinya sendiri melainkan untuk menciptakan hubungan yang baik antara dirinya dengan lingkungan dalam hal material, sosial, dan psikis. (Munandar, 1984). Orang yang kreatif memiliki kebebasan berpikir dan bertindak. Kebebasan tersebut berasal dari diri sendiri, termasuk di dalamnya kemampuan untuk mengendalikan diri dalam mencari alternatif yang memungkinkan untuk mengaktualisasikan potensi kreatif yang dimilikinya. Jordan E. Ayan (1997) mengemukakan empat unsur dasar yang membentuk jiwa seseorang menjadi kreatif, antara lain:

a. Cari tahu

Merupakan kekuatan untuk bertanya. Rasa ingin tahu mendorong seseorang untuk menyelidiki sesuatu atau mencari cara untuk melakukan sesuatu dengan cara yang lebih baik. Rasa ingin tahu mendorong untuk mencipta, bereksperimen dan membangun.

b. Olah keterbukaan

Bersikap *fleksibel* dan hormat menghadapi hal yang baru. Sikap terbuka memungkinkan seseorang untuk menerima ide-ide baru yang terkait pada kesadaran dan tanggap terhadap kebetulankebetulan dalam hidup yang merupakan peluang untuk menemukan dan mencipta.

c. Resiko

Keberanian untuk meninggalkan zona kenyamanan, keberanian mengambil resiko untuk bertemu dengan gagasan pribadi dan informasi baru yang akan melejitkan Kreativitas.

D. Energi

Pendorong kerja dan pemercik hasrat. Dapat dikatakan bahwa semua kreativitas bertitik tolak pada energi murni karena ide yang membentuk pemikiran kreatif tidak lain hanyalah rangsangan-rangsangan listrik dalam otak, tanpa energi dari gelombang otak, maka kreativitas mustahil dapat diwujudkan.

2. Proses Kreativitas

Kreativitas merupakan proses kognitif seseorang, oleh karena itu kreativitas merupakan suatu proses yang bertahap. Perspektif ini, berpikir kreatif melibatkan proses mengindenfitikasi masalah, memutuskan pentingnya masalah, perumusan pokok masalah, dan suatu pencapaian suatu cara baru bagi pemecahan masalah. Proses kreatif merupakan proses mental yang memiliki kombinasi pengalaman masa lampu yang memiliki

repetisi dengan beberapa distorsi dalam bentuk sedemikian rupa sehingga tercipta suatu hal baru dengan pola-pola, konfigurasi hingga aturan baru sebagai solusi yang lebih baik yang dibutuhkan manusia (Hendrawan, 2020). Suharnan (2005) mengatakan bahwa langkah-langkah berpikir kreatif meliputi: persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi. Mengutip dari penelitian Rui'ya (2018), Ardi Maqassary mengutip Bobbi De Porter & Mike Hernacki mengatakan ada lima tahap proses kreativitas, yaitu sebagai berikut: Persiapan, Mendefinisikan masalah, tujuan, atau tantangan. Inkubasi, Mencerna fakta-fakta dan mengolahnya dalam pikiran. Iluminasi, Mendesak ke permukaan, gagasan-gagasan bermunculan. Verifikasi, Memastikan apakah solusi itu benar-benar memecahkan masalah. Aplikasi, Mengambil langkah-langkah untuk menindaklanjuti solusi tersebut.

Teori Psikologi juga menjadi salah satu dasar yang menyebabkan terjadinya Kreativitas seseorang berasal dari kognitif manusia. Teori rasa ingin tahu atau *Curiosity* oleh Berlyne (1960), mengatakan bahwa rasa ingin tahu manusia disebabkan adanya ketidakpastian atas stimulus terhadap individu yang muncul karena mengalami pengalaman atau hal yang baru, tidak layak, mengejutkan, dan kompleks pada sistem syaraf pusat. William James (1980) menunjukkan dua jenis rasa ingin tahu. Dia menekankan fungsi biologis dari rasa ingin tahu sebagai mekanisme yang didorong oleh insting perilaku yang melayani dalam mendekati objek baru dan pendekatan eksplorasi dijelaskan sebagai bentuk-bentuk karakteristik

perilaku. Jenis kedua keingintahuan ditunjukkan oleh James adalah “rasa ingin tahu ilmiah” yang secara filosofis merespon otak untuk mencari jawaban dari sebuah inkonsistensi atau kesenjangan dalam pengetahuan.

B. Diri Kreatif

Pemaknaan pada subjek ditengah-tengah unsur kreativitas yang ada pada masing-masing diri subjek. Fenomena yang dialami subjek terkait pemaknaan pada karya desain grafis dan tujuan tersendiri terhadap publikasi karya desain yang dimiliki, kemudian dilakukan penelitian korelas teori psikologi terhadap desain grafis. Diri Kreatif sendiri merupakan penggerak utama, sebuah pandangan atas filsafat. Sebab semua tingkah laku mampu memberi arit kepada hidup, yang menetapkan tujuan serta membuat alat untuk mencapainya (Suryabrata, 2005, p.190). Terdapat juga pendapat lain, bahwa diri kreatif sebenarnya muncul pada diri subek karena ada pemaknaan terkait foto yang diunggah dan juga memiliki sarana yakni media sosial sebagai sarana mencapai tujuan yang diharapkan, dan tentu masih bersifat subjektif. Diri Kreatif memberikan makna dan arti bagi kehidupan seseorang, yang membuat individu atau seseorang menciptakan sebuah tujuan dan sarana untuk dicapai, dan mendapat pencapaian yang diinginkannya, bersifat subjektif, dinamik, menyatu, dan Unik. (Fudyantanta, 2012).

Konsep Diri Kreatif merupakan puncak prestasi menurut Adler sebagai teoritikus Keprbadian. Adler menempatkan konsep lain yang berada dibawahnya, yaitu unsur pembentuk diri kreatif, diantaranya perjuangan menjadi superior, pengamatan subjektif, minat sosial, dan gaya

hidup. Adler juga menemukan adanya keunikan pribadi pada setiap individu dalam bentuk konfigurasi unik dari motif, sifat, minat, dan nilai-nilai dari setiap perbuatan yang dilakukan individu yang juga khas dengan gaya hidup individu tersebut (Alwisol, 2009). Myers dan Sweeney (2004) juga menyebutkan diri kreatif merupakan kombinasi antara atribut-atribut yang akan membuat seseorang menjadi unik daripada individu lainnya. Hal ini mengutip juga "*Creatif Seld are the combination of attributes that each individuals forms to make a unique place among others in their sosial interactions*". Myers dan Sweeney juga berpendapat terdapat atribut yang membuat diri kreatif itu ada. Terdiri dari lima atribut yang membentuk diri kreatif seseorang, yaitu, Pemikiran, Emosi, Humor, Kontrol, Positif, dan Kinerja. Bennet telah melakukan riset dan penelitian mengenai kelima komponen pembentuk diri kreatif. Berdasarkan beberapa definisi diatas, diri kreatif merupakan sebuah pemikiran individu yang memiliki tujuan dan motif dengan menggunakan sarana tertentu agar mencapai tujuan yang diharapkan. Pemikiran diri kreatif memiliki atribut-atribut yang mendorong seseorang menjadi unik dan berbeda dari individu lainnya. Myer & Sweeney (2004) dalam penelitian Tayun (2016) berpendapat bahwa Pemikiran, Emosi, Cara Kerja dan Humor Positif merupakan atribut pendorong diri kreatif. Tujuan memanfaatkan kreativitas diharapkan mampu membantu individu lain mengungkapkan perspektif pemikiran mereka, hubungan antara emosi, pemikiran (kognitif), motivasi untuk menyampaikan ide maupun pesan secara efektif

dan mengembangkan banyak ide yang belum tersampaikan. Bermodal penelitian sebelumnya dengan kondisi desainer grafis pada penelitian ini diharapkan mampu menemukan relevansi atribut-atribut sebelumnya dengan pekerjaan desain grafis. Sehingga mereka tertarik untuk melihat ulang bagaimana memaknai tentang pekerjaan yang telah mereka lakukan saat ini secara keseluruhan.

Terdapat rumusan-rumusan untuk memperjelas konsep diri kreatif menurut Fudyartanta (2005, p.49) yakni :

1. Diri Kreatif adalah jembatan antara stimulus yang menerpa individu beserta respon-respon yang diterima individu
2. Secara hakiki, doktrin diri kreatif menyatakan individu dapat menciptakan dan membentuk kepribadiannya sendiri.
3. Individu mampu membangun kepribadiannya dari bahan hereditas dan pengalaman, maksud dari hereditas yakni :
 - a. Hereditas, manusia mampu mendapatkan kemampuan-kemampuan tertentu
 - b. Lingkungan individu mampu berdampak dan memberikan kesan tertentu.
 - c. Kemampuan (*skill*) dan kesan yang dialami manusia, memiliki interpretasi yang berbeda-

beda, tergantung atas sikap individu terhadap kehidupannya.

4. Diri Kreatif adalah kemampuan mengolah fakta-fakta dunia dan merubah fakta dilapangan menjadi kepribadian yang bersifat subektif, dinaik, personal dan unik.
5. Terdapat tujuan dan cara untuk mencapai makna diri kreatif
6. Diri Kreatif merupakan prinsip aktif dalam kehidupan manusia.

Pentingnya komponen diri kreatif bagi klien agar dapat menyimpulkan bahwa ide dan pesan dapat dilihat sebagai kekuatan dari klien yang disadari atas kontribusi terhadap dunia sosial, dan untuk menciptakan *feedback* yang berkesan bagi klien sendiri. Jika diri kreatif pada desainer grafis dapat diteliti lebih dalam, maka mereka akan mampu menemukan pemaknaan hidup dari karya yang telah diciptakan sebagai desain grafis, serta dalam kehidupan sosial memiliki dampak kekuatan yang disadari, bahwa karya kontribusinya mampu menciptakan kehidupan yang bermakna bagi manusia.

C. Komunikasi Visual

1. Psikologi Komunikasi

Psikologi Komunikasi Komunikasi merupakan proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk

mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respons yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber (Rakmat, 2001). Psikologi Komunikasi merupakan gabungan dari Ilmu Komunikasi dan Ilmu Psikologi yang meliputi segala penyampaian energi, gelombang suara, tanda di antara tempat, sistem atau organisme. Dalam psikologi juga menyebut komunikasi pada penyampaian energi dan alat-alat indera ke otak, pada peristiwa penerimaan dan pengolahan informasi, pada proses saling pengaruh diantara berbagai sistem dalam diri organisme dan di antara organism (Haryanto, 2018). Berdasarkan berbagai pendapat diatas bahwasannya Psikologi Komunikasi merupakan bagian dari terapan ilmu Psikologi sosial yang berfokus pada cara dan teknik berkomunikasi antar sesama manusia dalam menyampaikan pesan dan menyamakan persepsi yang merupakan hasil dari proses stimulus dan respon.

2. Desain Grafis

Desain Grafis terdiri dari kata Desain dan Grafis. Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) disebutkan, Desain; Kerangka bentuk, rancangan. Sedangkan kata Grafis diartikan; Bersifat graf, bersifat huruf, dilambangkan dengan huruf . menurut Isdayanto (2014), Defenisi Desain Grafis adalah salah satu bentuk seni lukis (gambar) terapan yang member kebebasan kepada Sang Desainer (perancang) untuk memilih, menciptakan, atau mengatur elemen rupa seperti ilustrasi, foto, tulisan dan garis di atas suatu permukaan dengan tujuan untuk diproduksi dan dikomunikasikan sebagai suatu pesan. Isdayanto juga menambahkan; Defenisi Desain Grafis juga merupakan ilmu yang mempelajari tentang

media untuk menyampaikan informasi, ide, konsep, ajakan, dan sebagainya kepada khalayak dengan menggunakan bahasa visual, baik itu berupa tulisan, foto, ilustrasi, dan sebagainya. Desain grafis merupakan bentuk komunikasi visual yang menggunakan teks dan atau gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan. Seni desain grafis mencakup kemampuan kognitif dan keterampilan termasuk topografi, pengolahan gambar, elemen komposisi dan warna. Desainer grafis melakukan proses pembuatan pesan visual dengan menata tampilan huruf dengan penempatan komposisi untuk menciptakan sebuah rancangan desain yang efektif dan komunikatif. (Suyanto,2004).

Desain grafis sendiri merupakan suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang dibunyikan serta ditetapkan sebagai fine art dan desain komunikasi. (Suhendar, 2016). Secara khusus, desain grafis adalah keahlian menyusun dan merancang unsur visual menjadi informasi yang dimengerti publik/masyarakat. Bidang profesi desain grafis menangani konsep komunikasi grafis, merancang, dan meyelaraskan unsur yang ditampilkan dalam desain (huruf, gambar, dan atau foto, elemen grafis, warna) sesuai dengan tujuan komunikasi, dan mengawasi produksi (cetak). Dari uraian di atas dapat disimpulkan pengertian desain grafis yaitu: ilmu terapan yang mempelajari bahasa visual berupa rancangan huruf (tulisan) dan ilustrasi untuk diterapkan

dalam menyampaikan informasi dan pesan melalui media komunikasi, khususnya media cetak (Zulkarnain, 2018).

3. Teknik Komunikasi Visual

Taylor, Peplau dan Sears pada tahun 2009 yang memaparkan secara umum orang mengkomunikasikan informasi tentang dirinya melalui tiga saluran. Pertama, jelas melalui komunikasi verbal lewat lisan. Kedua, komunikasi visual dengan memberikan isyarat yang lebih halus. Komunikasi visual sampai ke kita melalui hal-hal yang tampak oleh kita seperti ekspresi wajah, gerakan isyarat, postur dan tampilan (Tylor, 2009:70). Graphic Communication atau Komunikasi Grafis menekankan pada aspek komunikasi yang terkandung di dalamnya (Feldman, Edmund Burke, 1987:62). Sedangkan dari sudut media karena sifat keberadaannya yang kasat mata maka hal ini sering diistilahkan dengan Visual Communication Design atau Desain Komunikasi Visual (Freddy Adiono Basuki, 2000:1). Berdasarkan diktat Desain Komunikasi Visual UNY, Teknik komunikasi visual sendiri lebih kepada membahas mengenai teknis penyampaian atau output setelah desain grafis telah dibuat. Sejatinya desain grafis sendiri erat hubungannya dengan cetak-mencetak gambar yang berisikan pesan tertentu baik untuk penyampaian pesan sosial maupun komersil. Tujuan ini jelas lebih menitikberatkan pada penyampaian informasi dan pesan sosial kepada masyarakat atau yang kerap disebut propaganda atau iklan apabila untuk tujuan komersil.

D. Kerangka Konseptual Diri Kreatif

1. Bentuk Apresiasi dan Pekerjaan Desain Grafis

Aspek psikologis lain yang perlu diperhatikan adalah kebutuhan psikologis yang mendorong manusia melakukan sebuah perilaku tertentu. Kajian terhadap dinamika diri kreatif didukung oleh Teori Hierarki kebutuhan Abraham Maslow terutama fokusnya pada kebutuhan psikologis menjadi salah satu dasar kajian penelitian. Abraham Maslow membagi kebutuhan psikologis menjadi dua tahapan, dimana tahapan-tahapan ini merupakan lanjutan ketiga dari dua tahapan yang berada pada daerah kebutuhan dasar, yaitu kebutuhan penghargaan (*esteem needs*). Maslow menjelaskan pemenuhan terhadap kebutuhan penghargaan terdapat pada kepercayaan diri individu dan perasaan diri berharga. Kebutuhan akan penghargaan sering kali diliputi oleh konflik pribadi dan perasaan frustrasi, karena yang diinginkan dari individu tidak hanya perhatian dan pengakuan dari kelompoknya, melainkan juga kehormatan dan status yang memerlukan standar moral, sosial, dan agama. Terdapat dua pembagian kebutuhan atas penghargaan seseorang. Pertama, Penghargaan terhadap kemampuan, kemandirian, dan perwujudan eksistensi individu itu sendiri. Kedua, penghargaan yang didasarkan atas penilaian orang lain yang dapat dilihat baik dalam usaha untuk mengapresiasi diri dan mempertahankan status (Sobur, 2009:277-278).

Desainer grafis sebagai profesi selalu membutuhkan proses mengoptimalkan waktu, pengetahuan dan bakat kemampuan yang dimiliki desainer untuk mengerjakan suatu karya desain. Memperhatikan dinamika pada tahap proses pembuatan karya akan berdampak kebutuhan dan

penghargaan dapat ditemukan pada desainer grafis. Kepuasan atas kebutuhan harga diri mampu menimbulkan perasaan dan sikap percaya diri, kemampuan diri yang meningkat, dan perasaan berguna dan penting di kehidupannya. Sebaliknya, perasaan frustrasi dan menyerah muncul dikarenakan kebutuhan harga diri yang tidak atau belum terpuaskan, sehingga menimbulkan perasaan lain, seperti tidak mampu mengatasi tuntutan hidup, kurangnya motivasi, rendah diri dalam pergaulan sosial, inferior, dan pasif. Kebutuhan penghargaan diri juga sangat ditunjukkan oleh Alferd Adler, yang berpendapat seseorang yang memiliki cukup harga diri akan lebih percaya diri dan mampu sehingga membuatnya lebih produktif. Sebaliknya, bagi individu yang masih belum mampu dan kurang dalam apresiasi akan menimbulkan rasa putus asa, sehingga menyebabkan tidak produktif seseorang dan merasa tidak dihargai. (Sobur, 2009).

2. Rasa Penasaran

Curiosity merupakan sebuah komponen dasar dari sifat alami manusia dan dianggap sebagai dorongan manusia yang bahkan hampir tidak disadari dalam kehidupan sehari-hari. Namun, dapat diingat kembali berapa banyak waktu kita yang kita habiskan untuk mencari dan mengonsumsi informasi, baik mendengarkan berita atau musik; menjelajah internet; membaca buku atau majalah; menonton televisi, film, dan olahraga; atau bahkan kegiatan sehari-hari lainnya. Keingintahuan juga merupakan sebagai motivator untuk belajar dan dapat berpengaruh dalam pengambilan keputusan (Kidd & Hayden, 2015). *Curiosity* yang berasal dari rasa ingin tahu untuk memperoleh jawaban dapat menumbuhkan

motivasi internal untuk belajar dan memahami tentang sesuatu hal, sehingga *Curiosity* dapat dikembangkan dalam proses proses belajar (Zetriuslita, 2016). Rasa ingin tahu juga merupakan suatu bagian dari karakter yang penting dan harus dikembangkan dalam sebuah proses tertentu, jika rasa ingin tahu ini dapat dimanfaatkan dengan baik maka individu dapat memahami fenomena yang terjadi di sekitarnya dan lebih kritis dalam mencari sebuah konsep (Mouromadhoni et al., 2019). Rasa ingin tahu membuat manusia dapat memecahkan setiap permasalahan dan pemikiran yang ada di dalam pikirannya. sehingga rasa ingin tahu ini dapat dimanfaatkan dengan baik maka akan membawa manusia semakin mengerti dirinya sendiri, bagaimana proses belajar dia sejauh ini dan bagaimana kapasitas yang telah dia capai dalam proses belajar yang telah ia jalani.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan kali ini menggunakan metode kualitatif fenomenologi dengan beberapa pertimbangan. Pertama, dengan fenomenologi memungkinkan untuk mengetahui esensi makna diri kreatif pada desainer grafis agar dapat fokus diri desainer tanpa tercampuri opini dan *epoche* (prasangka sebelumnya). Kedua, menggunakan metodologi kualitatif diharapkan mampu mengungkap pergerakan sosial masyarakat informasi tepatnya pada seniman visual desainer grafis melalui pemaknaan diri kreatifnya. (Ghony & Almanshur, 2012). Ketiga, pentingnya latar belakang alami, guna mengungkap makna diri kreatif pada desainer yang benar-benar alami dari subjek yang tak lepas dari keseharian beserta lingkungannya. Terakhir, Pendekatan fenomenologi sesuai dengan tujuan dari fenomenologi itu sendiri, yakni menangkap sedekat mungkin bagaimana makna diri kreatif dialami subjek dengan memperhatikan proses dan pengalaman yang telah dijalaninya.

B. Fokus dan Batasan Istilah

Batasan atas penelitian ini adalah pada dinamika dan makna diri kreatif dari seniman visual (Desainer Grafis) . Penelitian ini membahas makna dan dinamika kreatif pada desainer sebagai pembahasan mikro dalam penelitian seiring dengan hadirnya rumah kreatif, meningkatnya kebutuhan perusahaan atau seseorang terhadap desain, dan berbagai bentuk *reward* yang berbeda. Sehingga didalam penelitian terhadap seniman desain grafis perlu

menekankan bagaimana menemukan keberagaman dinamika yang terjadi pada pekerjaan sebagai desainer grafis.

C. Sumber Data

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini terdiri dari tiga orang, yang mana ketiganya memiliki beberapa kriteria yang sama, yaitu :

1. Memiliki akun Media Sosial dan desain, terutama instagram untuk menampilkan karya desain grafis yang dibuatnya.
2. Memiliki klien atau pekerjaan sebagai desain grafis dimulai dari tahun 2020 dengan lama studi S1 narasumber bersamaan dengan adanya pandemi Covid-19 yang menjadi tantangan lain bagi desainer grafis.
3. Berkerja desainer grafis dibawah naungan rumah kreatif atau divisi kreatif suatu perusahaan.
4. Memiliki ciri khas dan pemaknaan tersendiri untuk akun dan karya yang dibuat.
5. Mahasiswa S1 sekaligus bekerja sebagai desainer grafis.
6. Desainer Grafis berdomisili di Yogyakarta.

2. *Significant Others*

Significant others merupakan salah satu kelompok yang penting dalam pembentukan konsep diri seseorang. *Significant others* terdiri dari orang-orang yang dianggap penting bagi orang yang bersangkutan.

Significant Others yang terdapat pada penelitian ini adalah teman subjek dan merupakan lingkungan kerja di *agency* kreatif.

3. Dokumen tertulis dan tidak tertulis

Sumber lainnya dalam penelitian ini menggunakan penelitian dokumen tertulis berupa wawancara awal dengan subjek secara langsung. Dokumen tidak tertulis berupa situasi hasil pengamatan, foto, dan lain sebagainya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan menggunakan teknik kondisi alami, sumber data primer, dan lebih banyak pada teknik observasi berperan serta wawancara mendalam dan dokumentasi (Ghony & Almanshur, 2012,, p.164). Teknik yang dilakukan pada pengumpulan data penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Penelitian ini menggunakan prosedur observasi partisipatif pasif. Dalam hal ini, peneliti datang ke tempat subjek yang diamati tetapi tidak ikut terlibat di dalamnya, hanya sebagai penggal informasi (Sugiyono, 2010).

2. Wawancara

Wawancara Semi-terstruktur yang terpilih menjadi alat penggalan data. Wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, dimana pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara ini untuk menemukan

permasalahan secara lebih terbuka dimana pihak yang dijaak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Ketelitian dari peneliti diperlukan dalam mendengarkan dan mencatat informasi dari informan (Sugiyono, 2010).

3. Dokumen Pendukung

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah terjadi dimasa lalu, dapat berupa tulisan seperti catatan harian, sejarah kehidupan, film dan foto, rekaman suara dan sebagainya. (Sugiono, 2010). Dalam penelitian ini menggunakan rekaman suara dan foto sebagai bukti dokumentasi.

E. Analisis Data

Proses analisis data yang dilakukan dengan menelaah seluruh data yang didapatkan dari berbagai sumber penelitian, baik data dari wawancara, observasi yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan di lokasi penelitian, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar atau foto, dan sebagainya hingga pada paparan hasil (Ghony & Almanshur, 2012).

Dalam penelitian ini kurang lebih melakukan analisis data berikut :

1. Data diperoleh melalui observasi awal, mengikuti beberapa aktifitas subjek, mengikuti proses publikasi karya subjek dan wawancara dibantu dengan alat perekam yang telah mendapatkan izin dari subjek untuk direkam.
2. Mentranskrip hasil wawancara melalui pemutaran kembali alat perekam.

3. Mengatur dan mengindekskan data yang telah teridentifikasi dalam tabel
4. Membuat inisial bagi subjek dilanjut dengan tahap pengkodean.
5. Membaca, mempelajari data, menandai kata kunci dan gagasan-gagasan yang terdapat dalam data sesuai diri kreatif pada tabel wawancara dan kategorisasi berdasarkan komponen diri kreatif.
6. Reduksi data terhadap pengulangan katerogi dan tema, dengan memilah pendapat narasumber dan mengkategorikan sesuai dengan kebutuhan penelitian, sehingga diharapkan mampu menemukan informasi yang dibutuhkan dan liner dengan judul penelitian.
7. Eksplorasi hubungan temuan lapangan dengan kategori dan tema, dengan harapan mampu menemukan adanya hubungan dari atribut terhadap pendorong kreativitas desainer grafis. Memanfaatkan teori psikologi tentang diri kreatif dengan kajian dan pengetahuan seni akan membantu mencari data yang linier dengan pekerjaan desainer grafis.
8. Melakukan Tringulasi dengan cek ulang terhadap data subjek dalam menguji kredibilitas data kualitatif. Pemanfaatan Tringulasi teknik dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data yang telah didapatkan. Tringulasi data pada penelitian ini dengan memperhatikan dengan teliti verbatim pada transkrip wawancara serta melihat portofolio yang dimiliki oleh desainer grafis.

9. Pembuatan simpulan dan penulisan laporan, dalam bentuk deskripsi dan eksplanasi dilengkapi dengan bagan atau kerangka konsep pada temuan atribut pembentuk diri kreatif.

F. Keabsahan atau Kredibilitas Data

Dalam Ghony & Almanshur (2012), terdapat lima teknik untuk cek kredibilitas data hasil penelitian kualitatif, antara lain :

1. Kegiatan yang lebih memungkinkan interpretasi yang kredibel, dapat dipercaya yang dihasilkan (memperpanjang keterlibatan pengamatan yang terus menerus triangulasi). Dalam penelitian ini peneliti mencari kegaitan-kegiatan yang memperdalam data dalam penelitian, salah satunya ikut terjun langsung pada proses pra-desain seperti mengikui desainer dalam mencari bahan desain dengan melakukan sesi foto dan menunjukkan portofolio narasumber penelitian.
2. Pengecekan pada proses inkuriri (wawancara teman sejawat-*peer debriefing*). Dalam penelitian berorientasi untuk mendapatkan validasi saat survey mencari narasumber di lingkungan kerja agar memenuhi kualifikasi atau belum.
3. Suatu kegiatan yang mendekati perbaikan hipotesis kerja, karena semakin banyak informasi yang tersedia (analisis kasus negatif). Dalam kegiatan ini proses yang dilakukan peneliti adalah reduksi data.
4. Suatu kegiatan yang memungkinkan untuk mengecek temuan dan intepratasi awal terhadap “data mentah” yang diarsipkan

saat asesmen data untuk persiapan penititan. Dalam penelitian ini proses yang dilakukan adalah pengujian data dengan teori lain.

5. Suatu kegiatan yang memberikan pengujian temuan dan intepretasi langsung dengan sumber manusia sebagai asal dan temuan tersebut-pembuat realitas ganda yang dikaji (pengecekan anggota). Melakukan konfirmasi data hasil kepada subjek.

BAB IV

PEMBAHASAN

1. PAPAN DATA

Data penelitian diri kreatif pada seniman visual dilakukan di Yogyakarta dengan subjek penelitian :

a. Subjek 1

Nama : Wisnu Sulaindra (WS)
Pendidikan : Fisika – Universitas Negeri Yogyakarta
Agency : *Freelance & Kerla.co*
Alamat Agency : Sleman, D.I Yogyakarta

b. Subjek 2

Nama : Muhammad Gizka Setiawan (MG)
Pendidikan : Teknik Informatika - Universitas Negeri Yogyakarta
Agency : Astagina, Grut *Freelance* desain grafis, *volutner event*
Alamat Agency : Sleman, D.I Yogyakarta

c. Subjek 3

Nama : Muhammad Nur Fauzan (MO)
Pendidikan : Teknik Mekatronika - Universitas Negeri Yogyakarta
Agency : *Sumur Creative*
Alamat Agency : Bantul, D.I Yogyakarta

4.1.1 Pemikiran

Desain grafis adalah bentuk penyampaian pesan dan ide seniman. (WS, MI:06). Desain grafis adalah karya seni lukis yang berisi pesan yang ingin disampaikan oleh seniman atau juga diinginkan oleh orang lain.(MG.W1:12) Desain Grafis itu sebatas gambar dan poster yang memiliki makna. (MO. W1:12). Berdasarkan rangkuman dari ketiga pendapat narasumber bahwa desain dapat dimaknai sebagai bentuk penyampaian ide dan pesan melalui gambar sehingga gambar itu sendiri memiliki sebuah makna. Pemaknaan kreatif oleh desainer yang kreatif adalah desainer yang memiliki kombinasi pengetahuan, teori, kemampuan, dan wawasan desain grafis. (WS,W2:81). Desainer template juga termasuk kreatif karena usaha mereka juga memiliki minat dan pasar tersendiri. (WS.W2:111). Setiap rumah kreatif memiliki pasar dengan klien dengan selera yang berbeda-beda. (MG.W1:32). Perpaduan warna dan garis eye-catching adalah tanda desainer sudah berpengalaman. (MG.W1:44). Hal yang baru merupakan salah satu bentuk nyata dari Kreativitas desainer visual. (MG.W2:73). Untuk memaknai kreatif fakta yang didapatkan adalah makna kreatif terdapat pada desainer yang mampu mengimplikasikan pengetahuan, wawasan dan kemampuan desain grafis sehingga mampu menciptakan sebuah karya baru yang estetik.

“Pemaknaan kreatif itu bisa dilihat dari ide konsep yang berbeda dan unik isi pesan masih dapat tersampaikan” - (MO,M1:53)

Dibutuhkan pemahaman akan seni dan komunikasi yang baik agar mampu menjelaskan suatu konsep dari klien ke desainer. (WS, W1:38). Portofolio desainer mampu menggambarkan Kreativitas dan pemahaman akan desain. (WS, W1:44). Desainer harus paham konsep, ide serta bagaimana cara menyampaikan pesan dari karya desain grafis kepada publik. (MG.W2:75b). Keputusan karya desain dijadikan Motion Graphic dari aku sendiri mempertimbangkan saran dari pendiri rumah kreatif. (MO. W1:64). Kreativitas dapat diartikan sebagai bentuk atau hasil dari proses pembuatan karya desain yang memiliki ciri khas dan karakter pada setiap karya desain yang dibuatnya yang dapat dilihat dari portofolio mereka.

“Desain dan ilustrator memiliki perbedaan di penonjolan karakter masing-masing karya”- (MG. W1:19)

4.1.2 Cara Kerja

Dalam bekerja desain tetap tidak melupakan diskusi dengan sesama timnya. (MG.W1:37b) Dibutuhkan pemahaman akan seni dan komunikasi yang baik agar mampu menjelaskan suatu konsep dari klien ke desainer. (WS. M1:38) Perlunya persetujuan teknis pengerjaan dengan detail pada saat akad di awal kerjasama. (WS.W2:65). Pengetahuan tentang seni bisa dicari bersama sama dan bagian dari proses, namun untuk menguatkan kreativitas perlu

diskusi untuk membahas konsep desain yang akan dibuat. (WS.W2:89). Adanya SOP harus disepakati di awal kontrak atau project dengan klien guna membuat kerja lebih rapi dan sama-sama diuntungkan. (WS.W2:93). Proses pembuatan karya desain untuk komersil membutuhkan komunikasi yang baik dengan klien maupun sesama tim sehingga mampu menyeimbangkan pemahaman desainer dengan klien agar memudahkan dalam menemukan kesamaan keputusan final desain.

“Bahasa desainer atau orang kreatif itu berbeda, maka perlu adanya bentuk komunikasi yang sama-sama mudah dipahami guna mendukung proses Kreativitas desainer” - (WS,W2:83)

Cara untuk memicu Kreativitas dilakukan dengan membedah konsep awal dan mencari referensi lain untuk meningkatkan Kreativitas. (WS, W1:46). Subyek mencari referensi lain apabila mengalami kebingungan dengan mencari referensi di platform digital. (MG.W1:37a). Desainer perlu memanfaatkan kemajuan alat guna mendukung Kreativitas dalam berkarya. (MG.W2:79). Memanfaatkan website desain sebagai media referensi dan memanfaatkan waktu yang tersisa agar tidak terlalu terbuang untuk revisi. (MO.W1:50). Proses kreatif desainer untuk menemukan ide terhadap karya dengan melihat berbagai karya lain sebagai referensi dan pembuatan *Mood Board* sebagai teknis pembuatan karya.

“Mood board menjadi pembantu menguatkan Kreativitas dan kelancaran desainer berkarya” - (MG.W2:69)

Konsistensi dan *skill* akan saling terkait dan menguatkan Kreativitas dari desainer grafis. (WS.W2:71). Adanya materi dalam perkuliahan dan kegiatan kampus yang mengharuskan untuk tetap menjalankan desain grafis memicu untuk mengembangkan kemampuan desain grafis. (MG,W1:15b). Perlu memperhatikan kapasitas desainer guna mengetahui value dan ide kreatif bisa diberikan dari desainer secara maksimal. (MG.W2:68). Konsistensi dalam berkarya berpengaruh terhadap kemampuan mendesain sehingga dapat membuat karya yang lebih baik kedepannya.

“Konsisten dalam berkarya akan menjadikan desainer grafis kuat secara ide konsep dan eksekusi di karya” - (MG.W2:75a)

Manajemen waktu diperlukan agar mampu menata dan menyelesaikan desain dan adanya standar operasional prosedur dalam kerjasama desainer dengan klien membantu manajemen waktu lebih baik. Perlunya persetujuan teknis pengerjaan sesuai dengan detail pada akad diawal kerjasama. (WS.W2:65). Penjelasan ide dengan detail dan waktu proses pembuatan lebih longgar membantu dalam Kreativitas berkarya. (MO. W1:36).

“Adanya SOP harus disepakati pada awal kontrak atau project dengan klien guna mendukung pembuatan desain tetap kreatif dan meminimalisir stress kerja” - (WS.W2:93)

4.1.3 Tantangan

Terlalu mengikuti idealis dalam ranah pekerjaan dan suasana kantor menjadikan rawan menyebabkan muncul tekanan kerja. (WS, W1:34). Stres kerja yang dialami bersumber dari tidak tertatanya penyelesaian karena terlalu banyak klien. (MG.W1:34). Sistem ‘*Paluada*’ itu menjadi beban karena desainer dipaksa untuk merangkap berbagai bidang pekerjaan namun diberi *reward* yang sedikit. (MG.W1:51). Kurangnya briefing dan diskusi bersama menyebabkan desainer bingung sehingga hanya dapat meraba dan berinisiatif dari konsep kasar yang dimiliki. (MO.W1:75). Perbedaan kemampuan dan pemahaman menjadikan suatu tantangan tersendiri, kurangnya komunikasi dan pemaksaan atas keputusan terhadap konsep akhir desain menjadi tekanan kerja yang paling mudah ditemui.

“Petunjuk dan standar yang dipaksakan membuat beban pekerjaan bertambah” .- (MO.W1:44)

Beragamnya karakter dan kemauan klien menyebabkan desainer senior menurunkan idealis mereka. (WS, W1:26). Beberapa klien membandingkan para desainer dengan harga yang lebih murah karena pemahaman mereka yang berbeda-beda. (WS.W2:103). Atasanku kurang menyukai melihat desainer grafis terkesan santai dan memberikan tambahan pekerjaan sehingga kelayakan kerja kurang baik dan kurang adil. (MO.W1:70). Perbedaan dan tidak ditemukannya kesamaan pemahaman memicu

konflik yang menyebabkan perbedaan kualitas dan mempengaruhi mood dalam mengerjakan desain.

“Kurangnya bentuk apresiasi dari klien terhadap desainer oleh beberapa oknum klien membuat desainer mengikuti realita yang ada”- (WS, W1:30)

Faktor Yogyakarta dengan banyak perguruan tinggi dan kota budaya menjadikan banyak pemula memulai disini. (WS, W1:22a). Harga yang dipasang di *marketplace* jauh dari standar umum. Namun perbedaan harga ini juga bergantung dari strata rumah kreatifnya. (WS.W2:101). Target pasar, trend dan perusahaan menyebabkan mengesampingkan idealis dan seni apabila mengutamakan penjualan. (WS.W2:113). Secara wawasan desainer grafis dengan latar belakang umum memang lebih merasakan tekanan dan persaingan daripada desainer berlatar belakang seni. (MG.W1:40). Kehadiran berbagai jasa desainer grafis disertai dengan kemudahan dalam menghubungi jasa desain menjadikan banyaknya pilihan untuk memilih jasa desain grafis dengan bermacam-macam penawaran yang diberikan, baik penawaran yang sehat maupun merusak pasar.

“Persaingan yang terjadi juga karena pemanfaatan kemajuan teknologi berupa marketplace untuk menawarkan jasa desain dengan harga yang jauh di bawah harga standar” - .(WS.W2:97c)

Stres kerja yang dialami bersumber dari tidak tertatanya penyelesaian karena terlalu banyak klien. (MG.W1:34). Hal yang

menjadi minus dikantorku adalah menerima semua pekerjaan tanpa melihat antrian deadline sehingga menambah beban kerja. (MO.M1:30). Batasan-batasan yang mengurangi proses Kreativitas desainer disebabkan sedikitnya waktu pengerjaan. (MO.W1:38). Menjadi desainer agency proses pengerjaannya berbulan-bulan berbeda dengan freelance yang memiliki waktu banyak untuk proses pengerjaan desain. (MO.W1:82). Waktu menjadi sebuah tantangan bagi desainer grafis dengan *deadline* penyelesaian karya desain dengan berbagai dinamika dan jumlah desain klien yang harus diselesaikan.

“Manajemen waktu yang tidak tertata dan mudahnya menerima tawaran pekerjaan menjadikan desainer grafis rentan stress dan tidak mengutamakan Kreativitas”-
(MO.W1:40a)

4.1.4 Curiosity

Subyek memaparkan bahwa lingkungan pada masa perkuliahan mendukungnya untuk memperdalam desain grafis. (WS, W1:12). Hasil belajar sewaktu masih masa sekolah, adanya wadah untuk berkarya dan rasa ingin tahu yang cukup tinggi merupakan tahap awal menekuni desain grafis. (MG.W1:15a). Menerjuni desain grafis karena untuk mengisi waktu dan mendapatkan informasi pekerjaan dari teman kuliah. (MO.W1:16). Respon atas stimulus yang diterima pada masa kuliah menguatkan

rasa penasaran untuk mempelajari serta memperdalam desain grafis hingga menjadi sebuah pekerjaan.

“Kota Pendidikan dan budaya menjadikan banyak mahasiswa berbagai latar belakang pendidikan yang beragam mencoba dan penasaran dengan desain grafis”- (WS, W1:22b)

4.1.5 Kontrol Diri

Mood yang bagus dan apresiasi pekerjaan mendukung desainer untuk memaksimalkan Kreativitasnya. (WS.W2:56). Mood berpengaruh pada desainer untuk mengeluarkan Kreativitasnya. (MG.W1:47b). Terlalu banyak revisi dan bertumpuknya pekerjaan menjadikan mood semakin jelek. (MO.W1:40b). Meskipun dalam pembuatan desain grafis desainer tidak sepenuhnya menggambarkan ide dalam karyanya, namun dengan adanya kesamaan pemahaman terhadap konsep desain dan revisi sewajarnya menjadikan mood desainer positif sehingga dapat mengeluarkan semua Kreativitasnya.

“Klien dengan latar belakang dan pemahaman seni yang beragam mempengaruhi desainer grafis dalam menjaga mood untuk memaksimalkan Kreativitas desain” - (MG.W1:55)

Pandemi virus Corona-19 berdampak pada perkembangan bisnis desain grafis.(WS,W2:97). Kehadiran rumah kreatif berusaha untuk membantu *branding* usaha dan ekonomi masyarakat. (WS,W2:97b). Subyek merasa bekerja dengan berorientasi pada materi atau uang untuk menonjolkan

Kreativitasnya. (MG.W1:54). Motivasi desainer untuk mengeluarkan Kreativitas desain grafis adalah memanfaatkan waktu dan peluang yang ada.

“Lebih baik menyelesaikan pada hari yang sama daripada menunggu besok karena risiko yang disebabkan bertumpuknya pekerjaan” - . (MO.W1:73)

2. ANALISIS TEMUAN

4.2.1 Pemikiran

Pemaknaan desain grafis merupakan awal dari pemaknaan Kreativitas dari desain grafis. Desain grafis merupakan karya seni rupa yang berbentuk gambar atau ilustrasi yang memainkan garis, pola dan warna sehingga menciptakan sebuah karya seni rupa. Perbedaan yang menonjol pada karya seni rupa sehingga dapat dikategorikan sebuah desain grafis adalah terdapat pesan dan makna yang ingin disampaikan dari karya tersebut. Pola dan gambar pada karya desain grafis tidak kaku dalam mengikuti aliran karya seni rupa. Sehingga dalam sebuah karya desain grafis terdapat lebih dari satu pola atau aliran seni rupa yang digunakan agar mampu menguatkan isi dan pesan yang ingin disampaikan melalui gambar. Bentuk dan tujuan penyampaian pesan yang ingin disampaikan tidak selalu berasal dari desainer grafis, melainkan dapat disampaikan pihak lain dengan memanfaatkan kemampuan desainer grafis sebagai pengkarya.

Pemilihan media juga menyesuaikan dari pemilik konsep desain sehingga dalam beberapa temuan, karya desain grafis

ditampilkan dalam beragam penggunaan media seperti buku, reklame, pamflet, pakaian, dan lain-lain. Pemilihan media dalam desain grafis juga memiliki tujuan agar menguatkan penyampaian isi pesan desain grafis. Sebagai salah satu bentuk komunikasi visual, desain grafis juga sebagai pengembangan seni rupa menggabungkan unsur seni serta keilmuan lain dengan memanfaatkan segala media yang ada untuk dijadikan sebagai karya seni rupa estetik yang memiliki isi dan pesan.

Pemaknaan kreatif dapat ditemukan pada individu yang mampu menemukan keunikan dan ciri khas untuk diolah menjadi sesuatu karya baru dan berbeda. Kreatif merupakan gambaran kondisi individu sudah mampu menemukan puncak prestasi aktualisasi diri. Kombinasi ide dengan ilmu pengetahuan menguatkan tujuan dan motif individu menjadi lebih kuat mampu untuk menjadi hal yang berbeda dan unik. Masyarakat umum adalah klien bagi desainer grafis. Publik tidak dapat dilarang untuk menyampaikan sebuah ide atau pesan yang dipikirkannya. Dengan era digital saat ini sebuah pesan dan ide yang diterima maupun disampaikan di publik adalah dalam bentuk gambar maupun video. Fenomena ini menjadikan publik semakin mudah dalam menyampaikan apa yang dipikirkannya, namun ada tantangan pesan yang ingin disampaikan harus menarik atensi dan unik. Fenomena komunikasi sosial digital menghadirkan sebuah

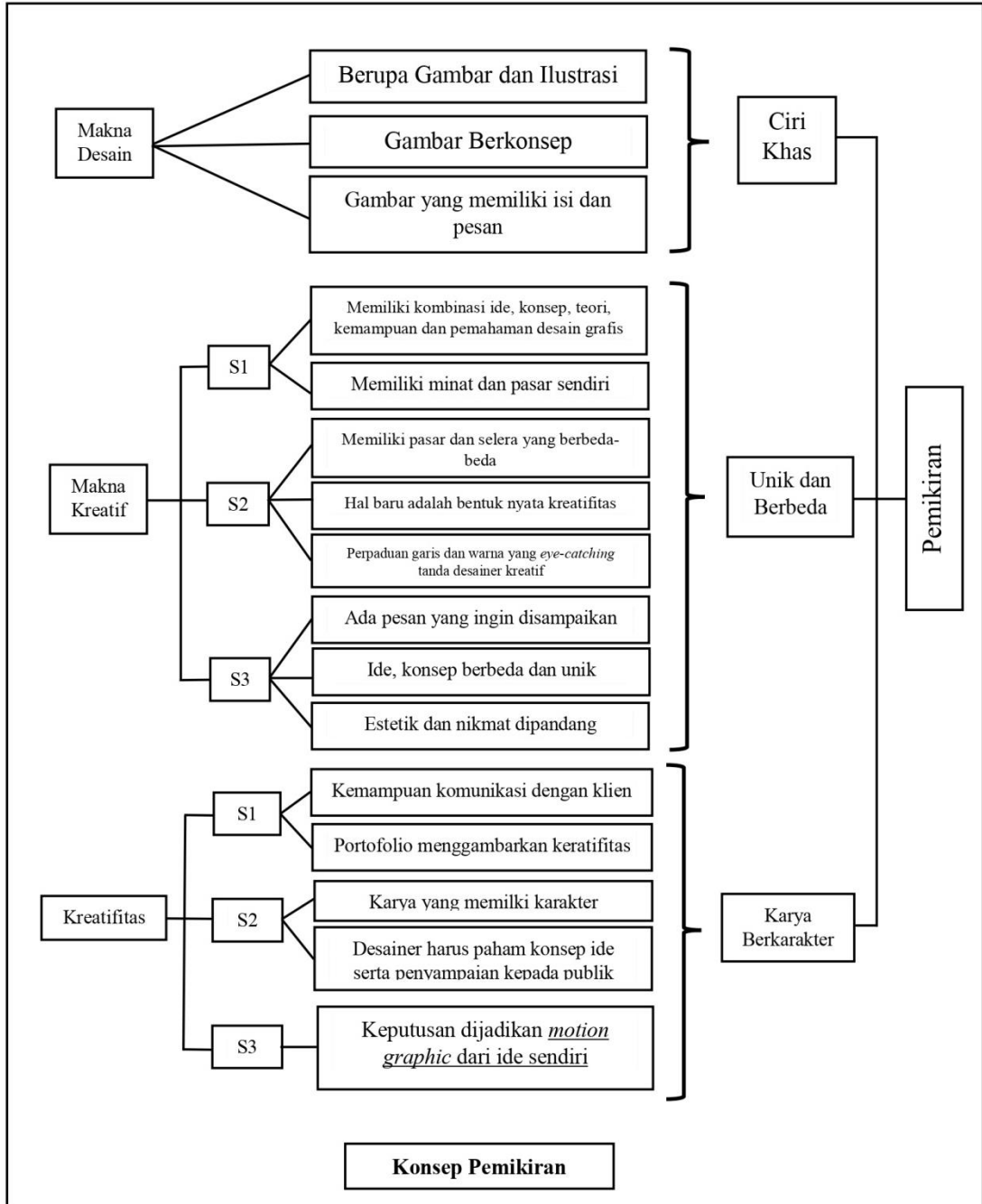
tantangan bagi desainer grafis sendiri untuk mampu memahami isu, pesan maupun ide dari masyarakat untuk dijadikan sebuah karya. Perbedaan pemikiran antara desainer grafis dengan masyarakat umum dapat dijadikan acuan dasar dalam memaknai kreatif. Perbedaan yang terjadi antara desainer grafis dengan publik menjadi ujian awal bagaimana desainer grafis sebagai tenaga professional mengolah ide dan pesan dari klien maupun publik menjadi sebuah karya desain yang berkarakter.

Meskipun pekerjaan desainer terlihat hanya menggambar sebuah gambar dan ilustrasi, akan tetapi mereka harus mampu menyeimbangkan idealis desainer dengan apa yang menjadi kemauan klien. Perbedaan pasar, selera seni dan persaingan sesama desainer grafis menjadi sebuah tantangan. Desainer harus mampu mengimbangi pemikirannya dengan publik, sehingga menciptakan sebuah karya desain unik dan berkarakter dengan kombinasi komposisi, ide maupun pesan. Sedangkan Kreativitas adalah manifestasi dari memahami makna kreatif yang dimiliki individu. Setiap individu memiliki Kreativitas yang tidak dapat dihilangkan, akan tetapi yang menjadi pembeda satu individu dengan individu lain adalah tingkat Kreativitas yang ada. Terdapat dua faktor perbedaan Kreativitas antar desainer grafis. Faktor internal disebabkan adanya perbedaan pemahaman teori, wawasan dan jam terbang dalam industri desain grafis. Sedangkan kemampuan

berkomunikasi dan memahami klien yang menjadi faktor eksternal Kreativitas desainer.

Beragamnya pengalaman dan kemampuan desainer grafis, maka karya mereka akan memiliki karakter yang menjadi ciri khas yang menjadi nilai lebih dari karya desainer grafis. Karya desain grafis berkarakter dapat menjadi indikator mudah aliran desain grafis seperti apa yang benar-benar desainer grafis kuasai, sehingga memudahkan klien untuk memilih jasa desainer grafis tanpa harus meragukan kualitas karya. Desainer grafis yang dapat membuat karya berkarakter sudah menguasai dan memahami teori dan konsep desain yang akan dibuatnya. Pengalaman berkarya desain grafis yang telah dilalui desainer menyebabkan desainer grafis mampu menambahkan sentuhan yang tidak umum dari desainer grafis yang masih baru, sehingga dengan menambahkan ilmu terapan lain kedalam desain dan jam terbang yang semakin banyak mampu menambah portofolio mereka sebagai desain grafis. Yang hal ini tentu mempengaruhi benefit dan tingkatan proyek yang akan diterima desainer grafis.

4.2.1.1 Kerangka Konsep Pemikiran



4.2.2 Cara Kerja

Proses pembuatan karya yang tidak dapat dilakukan sendiri, mengharuskan desainer grafis untuk menggunakan kemampuan komunikasi sebagai penompang penyelesaian karya. Dengan pekerjaan desain grafis yang menjual jasa, maka kemampuan desain saja masih belum cukup untuk mampu menemukan titik kesepakatan idealis desainer dengan ide dan persetujuan klien. Hal ini disebabkan bahasa yang digunakan desainer grafis dalam berkarya dengan bahasa yang digunakan sehari-hari oleh masyarakat pada umumnya terdapat perbedaan, contoh umum yang digunakan desainer adalah istilah-istilah seni dalam menyampaikan ide dan proses pembuatan karya kepada klien.

Ilmu, teori serta referensi desain grafis dapat dicari secara kolektif dan bersama-sama, akan tetapi jika berbicara Kreativitas maka akan terlihat pada masing-masing individu desainer masing-masing. Karena Kreativitas yang ada pada desainer secara individu merupakan hasil implikasi teori dan wawasan seni, praktek, dan diskusi dengan orang yang lebih ahli dari desainer itu sendiri. Untuk membantu lancarnya proses pembuatan desainer grafis dan memunculkan rasa puas pada klien, secara teknis desainer perlu untuk memiliki SOP dan kesepakatan dengan klien saat awal kontrak. Umumnya meliputi penjabaran ide desain dan rencana eksekusi desain seperti apa, berapa jumlah maksimal revisi yang

dapat dikerjakan oleh desainer, bahkan hal detail seperti akan dipublikasikan seperti apa. Kehadiran SOP merupakan salah satu cara untuk tetap mempertahankan komunikasi dua arah sehingga meminimalisir besarnya ketidakcocokan antara desainer dengan klien. Kendala akan timbul pada setiap proses pembuatan karya desain dengan berbagai macam perbedaan kendala yang dialami masing-masing desainer. Sehingga hal ini mampu berdampak kepada desainer, apakah menyerah dengan kendala yang ada atau terpicu untuk mencari berbagai solusi dan meningkatkan Kreativitasnya. *Problem Solving* juga termasuk salah satu cara untuk menilai Kreativitas seseorang. Pada kasus desain grafis ini, pemanfaatan komponen alat-alat desain grafis yang sudah digital, sumber-sumber referensi desain yang mudah dicari di internet. Hingga pembuatan *mood board* sekaligus membedah konsep desain grafis. Beberapa tindakan sebelumnya merupakan contoh kecil agar mendukung dan bentuk Kreativitas desainer grafis dalam berkarya.

Proses kreatif dan Kreativitas dalam desain tidak hanya pada proses pembuatan desain. Proses akhir atau *finishing* pada karya desain mencerminkan Kreativitas desainer grafis. Pemilihan media cetak, bentuk pemajangan dan instalasi karya menjadikan karya desain memiliki karakter dan ciri khas. Dengan memanfaatkan berbagai hal serta referensi yang tersedia baik

dilingkungan sekitar maupun dengan memanfaatkan teknologi, menggabungkan desain grafis dengan ilmu pengetahuan lain juga mampu meningkatkan kemampuan serta membantu desainer lebih efektif mengeluarkan Kreativitas pada karya. Karya desain grafis merupakan bentuk manifestasi *behavior* yang telah berlangsung dalam kurun waktu yang lama. Semakin lama jam terbang desainer dalam berkarya, maka karya desain yang diciptakan akan memiliki ciri khas dan tingkat kesulitan pembuatan karya yang semakin tinggi.

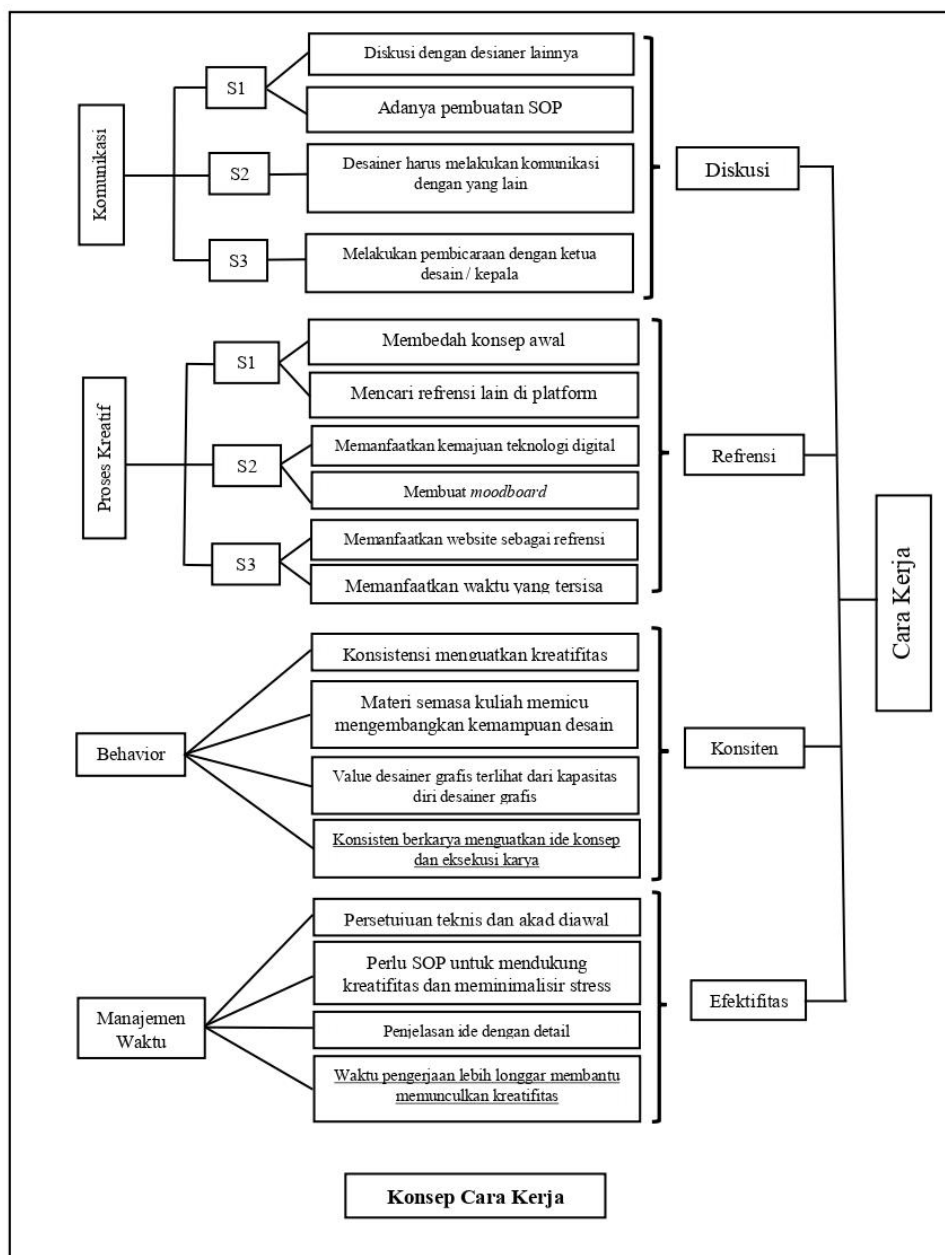
Dengan kemampuan yang dimiliki dan konsistensi dalam berkarya, akan membentuk kebiasaan yang mendukung berkembangnya Kreativitas desainer grafis. Ibarat seperti pepatah pisau yang tajam adalah pisau yang sering diasah, maka desainer grafis yang kreatif terbentuk dari konsistensi berkarya yang terjadi secara terus menerus. Kapasitas diri juga mempengaruhi dorongan desainer untuk konsisten dalam berkarya. Penguasaan teori dan kemampuan untuk menggabungkan desain grafis dengan ilmu pengetahuan lain menjadi hal yang perlu untuk diperhatikan. Dengan kapasitas diri dan kemampuan desainer yang lebih akan memudahkan untuk mengetahui *value* desainer grafis. Pengaruh konsistensi berkarya dengan kapasitas diri desainer grafis yang lebih akan menguatkan ide konsep, Kreativitas dan eksekusi desainer grafis dalam berkarya. Pekerjaan desainer grafis tidak

dapat terlepas dari memanfaatkan waktu. Sehingga perlu kemampuan dalam mengimplikasi manajemen waktu pada pekerjaan desainer grafis.

Ketidakmampuan manajemen waktu dalam pekerjaan desain grafis akan menjadi beban dan tekanan kerja. Umumnya tekanan kerja yang disebabkan oleh tidak tertatanya manajemen waktu terjadi pada industri kreatif yang lebih mementingkan kuantitas pekerjaan desain grafis. Menerima semua tawaran klien bahkan tidak memperhatikan antrian serta deadline pekerjaan akan menjadi beban dan tekanan kerja tersendiri bagi desainer grafis. Tekanan kerja ini masih belum termasuk waktu pengerjaan yang berkurang dikarenakan faktor-faktor lain, seperti perdebatan konsep dan ide baik dengan klien maupun atasan, tekanan karena karya desain yang belum jadi, termasuk kejadian yang tidak terduga maupun kemacetan proses pengerjaan desain. Perlu adanya Standar Operasional Prosedur ataupun kesepakatan mengenai proses pengerjaan karya desain dari semua pihak. Desainer grafis *freelance* maupun yang ikut *agency* atau rumah kreatif harus memperhatikan manajemen waktu, kemampuan dan tawaran yang telah diterima. Masing-masing desainer dan pekerjaan desain yang dikerjakan memiliki berbagai tingkat kesulitan dan waktu yang tidak sama. Bedah karya, penjelasan ide dengan detail dan manajemen waktu berpotensi terhadap desainer grafis sehingga

perasaan tertekan kecil dan berkarya dengan mengutamakan Kreativitas menjadi lebih besar. Sehingga desainer grafis mampu untuk menyelesaikan dan memberikan Kreativitas di karya desainnya secara efektif.

4.2.2.1 Kerangka Cara Kerja



4.2.3 Tantangan

Melakukan sebuah pekerjaan tentu akan beresiko mengalami sebuah tekanan kerja yang disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Desainer grafis dengan teori dan kemampuan yang kurang tentu berpotensi besar mengalami tekanan kerja desain. Namun desainer dengan dasar teori dan kemampuan desain yang baik juga dapat mengalami tekanan kerja yang disebabkan dari dirinya sendiri. Idealis dalam berkarya merupakan salah satu faktor internal penyebab tekanan kerja desainer grafis. Ketidakmampuan untuk menemukan titik tengah standar desain dengan kemauan klien serta ambisi untuk mengeluarkan semua hasrat seni pada karya desain dapat menyusahkan desainer sendiri. Menambahkan hal-hal yang rumit kedalam unsur desain yang belum tentu diinginkan oleh klien menjadi tekanan tersendiri bagi desainer grafis.

Faktor eksternal tekanan kerja desainer grafis juga tidak dapat diremehkan. Ketsalahpahaman dalam berkomunikasi menjadi faktor eksternal terbesar yang menjadi tekanan kerja di dunia desain. Kurangnya komunikasi ini dapat terjadi dari semua pihak yang ada, baik dari desainer, klien, bahkan suasana internal pada rumah kreatif. Tidak terorganisirnya antrian pekerjaan dan deadline yang bersamaan, terlalu banyaknya karya desain yang dikerjakan oleh desainer grafis dengan waktu pengerjaan yang

sedikit menyebabkan mengalami *overwork*. Kurangnya *briefing* dan diskusi karya dengan klien maupun supervisor pada rumah kreatif menyebabkan desainer merasa sendiri dan meraba-raba seperti apa desain yang diinginkan oleh klien. Pemaksaan standar seni dari klien atau atasan yang tidak dikuasai oleh desainer grafis memberatkan pekerjaan desainer. Perasaan khawatir melakukan kesalahan pengerjaan karya desain menjadi tekanan kerja lagi bagi desainer grafis.

Fenomena sistem kerja yang kurang baik seperti *Palu Gada*, akronim dari “*Apa yang lu mau gue ada*”, merupakan sistem kerja yang menerima segala pekerjaan dan dikerjakan oleh pihak yang sebenarnya bukan bagian pekerjaannya. Dan banyak kasus terjadi sistem ini tidak memberikan benefit yang menguntungkan bagi pekerja yang menjalani karena kurang memperhatikan kondisi pekerja dan fokus mengejar pencapaian bagi pemilik modal atau perusahaan. Perbedaan pemikiran dan ide terjadi pada pekerjaan desain grafis. Beragamnya latar belakang desainer grafis dengan aliran seni, cara berkarya dan sudut pandang berbeda, klien yang berbeda-beda, dan *behavior* yang terjadi dimasing-masing rumah kreatif juga menjadi sebuah pemicu konflik yang akan dialami oleh desainer grafis. Kemampuan dan pemahaman desain grafis yang berbeda-beda pada desainer dengan klien menimbulkan perbedaan pemaknaan desain grafis.

Keberagaman ini dapat menyebabkan desainer menurunkan idealis seni pada karya mereka karena menimbang keinginan klien.

Apresiasi menjadi hal yang sangat diinginkan dan diharapkan oleh desainer grafis. Kepuasan berkarya yang bermanfaat dan membahagiakan orang lain akan menambah semangat Kreativitas berkarya. Namun tidak menutup kemungkinan apresiasi yang diberikan kepada desainer oleh klien tidak bagus. Meskipun klien yang melakukan tindakan ini dapat dikatakan sebagai oknum, namun akan berdampak pada desainer sehingga merasa berkarya dengan mengikuti realita yang ada. Honor yang kurang bahkan jauh dibawah standar kelayakan, ulasan yang kurang baik, bahkan membandingkan dengan desainer lain dengan dasar argumen harga jasa yang lebih terjangkau. Tidak lupa untuk memperhatikan hubungan kerja dengan atasan yang memberikan perkejaan tambahan dengan benefit yang kurang baik juga menjadi konflik yang mempengaruhi Kreativitas desainer grafis.

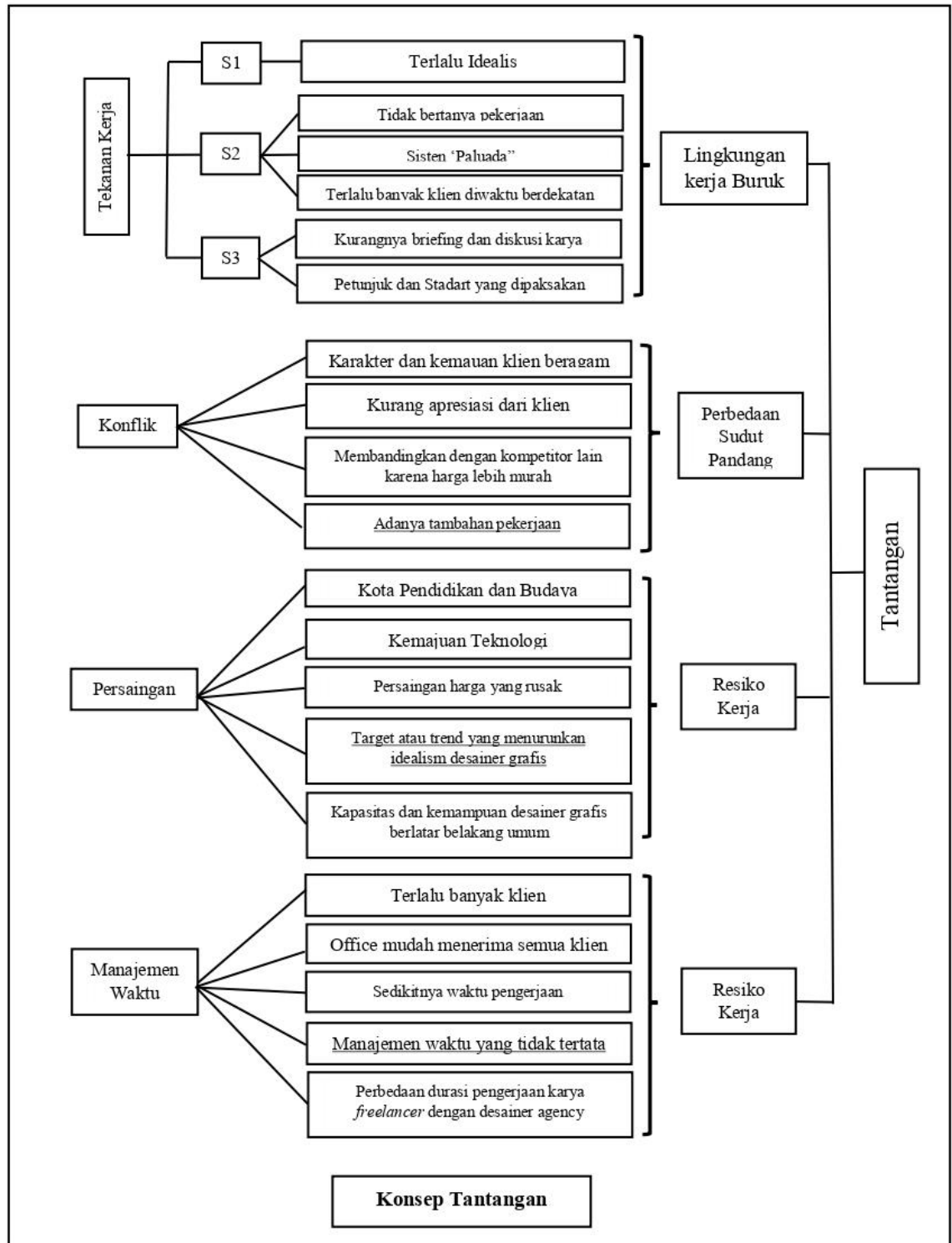
Penentuan lokasi dalam menjalankan sebuah usaha atau pekerjaan mempengaruhi individu. Pekerjaan desain grafis khususnya di wilayah Yogyakarta sangat mudah ditemui. Faktor kota pendidikan dan budaya dan terdapat perguruan tinggi seni menjadikan daerah ini menjadi tempat mencari pengalaman seni termasuk desain grafis. Persaingan adalah sebuah tantangan,

motivasi sekaligus menjadi tekanan bagi desain grafis. Kemajuan teknologi juga mempermudah persaingan bisnis jasa desain grafis. Fenomena *Marketplace* sebagai alternative menawarkan jasa dengan pilihan beragam, harga yang jauh lebih terjangkau dan tentu dengan akses yang lebih mudah membuat persaingan jasa desain grafis semakin besar. Akan tetapi jika melihat lebih detail, harga yang lebih murah bahkan jauh dari standar desain konvensional memiliki perbedaan yang sangat terlihat. Strata dan *value* dapat terlihat jika membandingkan hasil karya desain grafis di *marketplace* dengan konvensional baik *freelance* maupun melalui rumah kreatif. Trend dan target pasar menjadi landasan utama adanya persaingan jasa desain grafis meskipun masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Trend juga dapat berpengaruh kepada desainer, termotivasi untuk berkarya dengan trend yang sedang terjadi, atau memilih untuk mengesampingkan idealis berkarya dengan mengutamakan penjualan. Hal ini berpengaruh pada persaingan pasar desainer grafis dalam mendapati klien. Fenomena ini jelas menambah tekanan kerja bagi desainer grafis pemula dengan latar belakang non-seni dibandingkan dengan desainer grafis dengan pendidikan seni.

Ketidakmampuan manajemen waktu tentu akan mempengaruhi intensitas tekanan kerja desainer grafis. Tekanan kerja ini merupakan faktor internal, sehingga penyebab terjadinya

hal ini adalah *incompetent* dari individu. Kurang tertanya jadwal dan antrian pekerjaan yang harus diselesaikan, tidak memilah prioritas proyek desain yang harus diselesaikan menyebabkan deadline yang bersamaan. Sedangkan tenaga dan waktu untuk proses pembuatan karya sangat terbatas. Terbatasnya waktu pengerjaan akan menimbulkan perasaan cemas sehingga menyita waktu desainer untuk mengolah kemampuan dalam mengembangkan ide konsep dan Kreativitas berkarya. Tergabung dalam rumah kreatif membutuhkan waktu berbulan-bulan untuk proses pengerjaannya, dan lebih rumit karena harus terikat dengan SOP perusahaan dan antrian pekerjaan lainnya. *Freelance* meskipun identic dengan menjalani sendiri namun memiliki waktu lebih banyak dan *fleksibel*. Jika tidak dapat mengelola manajemen waktu dengan baik, *freelance* maupun desainer rumah kreatif akan rentan mengalami stress dan tidak mengutamakan Kreativitas pada karyanya.

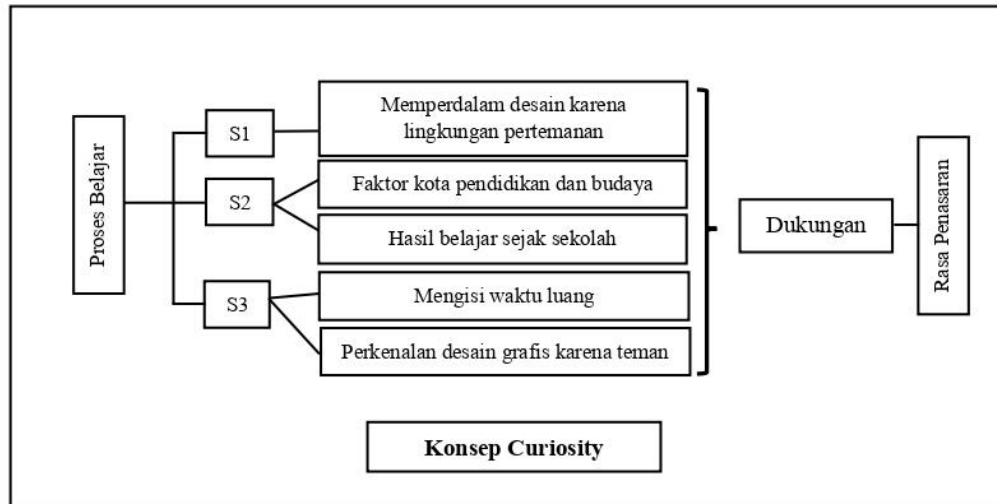
4.2.3.1 Kerangka Tantangan



4.2.4 *Curiosity*

Keinginan untuk mempelajari hal baru merupakan dorongan motivasi yang membantu perkembangan individu. Dukungan ini dapat bersumber dari lingkungan sekitar maupun dari diri individu. Dorongan untuk belajar desain grafis muncul semasa aktif perkuliahan serta hadirnya desainer grafis dengan latar belakang pendidikan berbeda-beda. Adanya wadah yang mengembangkan kemampuan dan belajar, kebutuhan desain grafis pada organisasi dan event menjadikan dorongan untuk belajar dari rasa penasaran yang disebabkan stimulus dari karya desain yang sudah ada. Meskipun semua berawal dari rasa ingin tahu, dengan konsistensi dan dukungan stimulus wadah maupun teman untuk membuat karya seni menjadi untuk meningkatkan intensi desain grafis. Sedari awal hanya untuk menemukan dan mengalahkan rasa penasaran, menjadi sebuah kegiatan baru yang mampu menjadi sumber tambahan pendapatan khususnya bagi mahasiswa. Faktor lokasi sebagai kota pendidikan dan budaya menjadikan magnet tersendiri bagi mahasiswa dari berbagai daerah dan latar belakang untuk mencoba menekuni desain grafis. Hasil yang baik tentu adalah mampu menciptakan karya seni hingga menjadi pendapatan dan bertambahnya teman baru.

4.2.4.1 Kerangka Rasa Penasaran (*Curiosity*)



4.2.5 Kontrol Diri

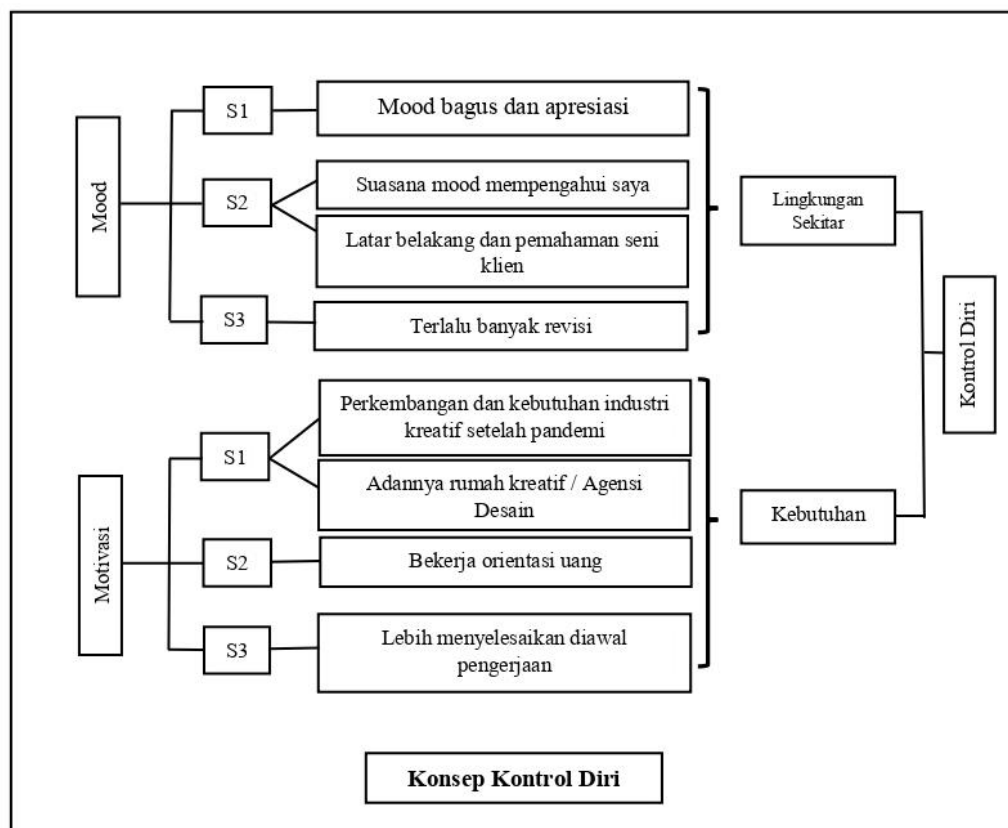
Mood mempengaruhi kinerja dari desain grafis untuk berKreativitas dan berkarya. Melakukan sebuah pekerjaan adalah bentuk manifestasi dari kontrol diri individu. *Mood* merupakan bentuk perasaan yang dirasakan seseorang dan mempengaruhi tindakan dan komunikasi. Dalam berkarya desain grafis apabila karya kita memaksimalkan sentuhan Kreativitas maka akan berpeluang besar untuk mendapatkan apresiasi. Karya seni yang bagus khususnya desain grafis merupakan karya seni yang mampu menarik atensi orang lain dan menghentikan seseorang untuk menghabiskan waktunya dalam menikmati karya desain grafis yang telah dibuat. Pekerjaan desain ini memang butuh masukan dan pendapat dari klien sebagai pihak yang bekerjasama dan mempercayai desainer grafis. Klien dengan pemahaman desain

grafis yang kurang mempengaruhi kontrol diri dari desainer grafis untuk menjaga mood sehingga mengeluarkan Kreativitasnya. Perlu untuk kembali menekankan pentingnya dalam memilah tawaran pekerjaan untuk melihat kembali tingkat pekerjaan seperti apa dan cukupkah sumber daya manusia yang mampu untuk menyelesaikan tawaran pekerjaan yang ada. Terlalu banyak antrian dan tidak dibatasinya revisi menjadikan pekerjaan berpotensi besar untuk mengalami tekanan minimal dalam bentuk penurunan mood dan motivasi diri.

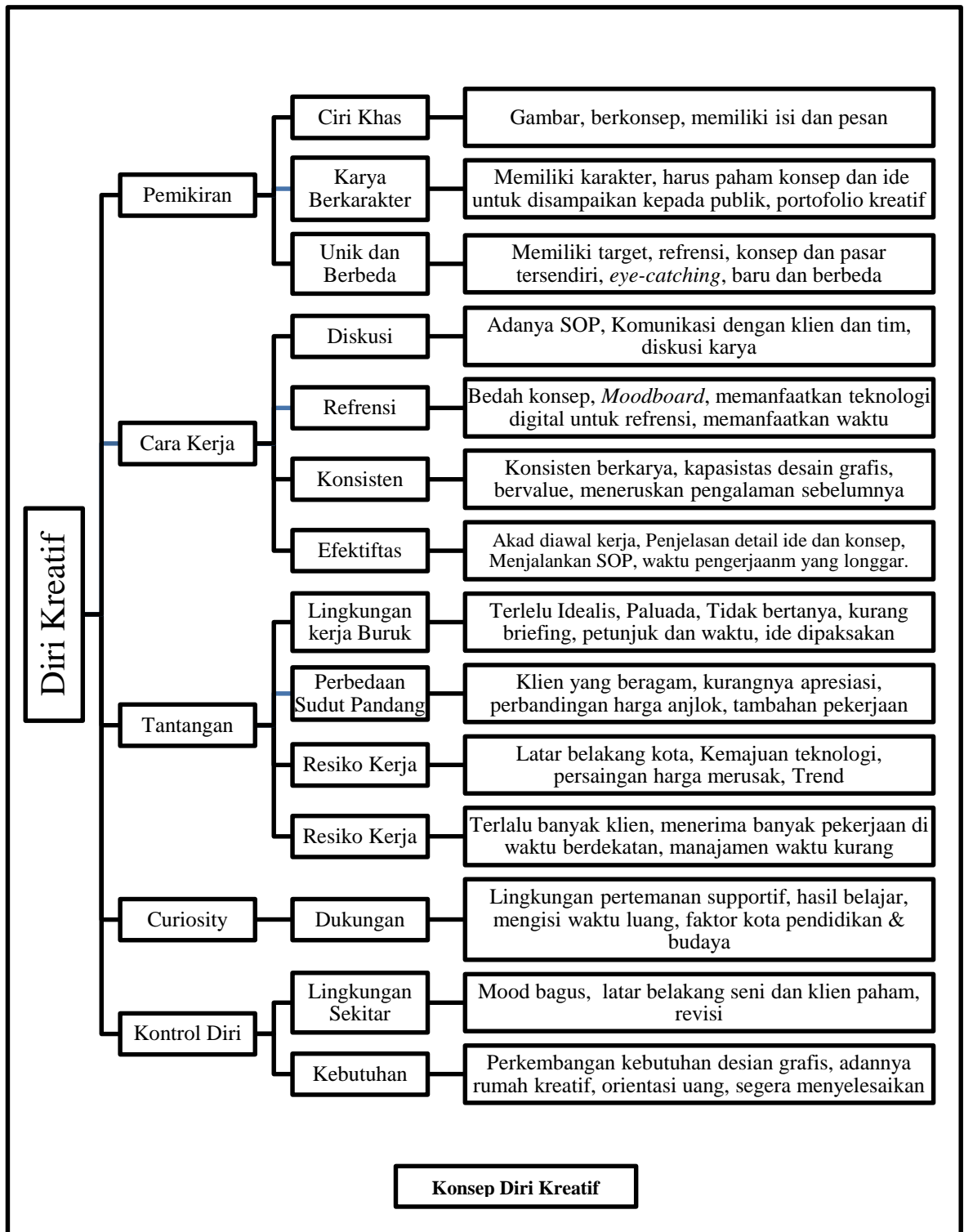
Kondisi perkembangan lingkungan sekitar dan global menghadirkan trend dan isu yang ada dipublik. Isu ini tentu menjadi potensi sekaligus keresahan yang dialami oleh banyak pihak maupun non-pihak. Kemajuan teknologi yang didominasi menggunakan media sosial untuk memasarkan tujuan dan target. Kondisi pandemi Covid-19 saat melakukan penelitian awal menjadikan tantangan dan motivasi desain grafis sebaagai solusi untuk membantu semua pihak, khususnya desain grafis yang semakin dibutuhkan perusahaan. Adanya tantangan yang muncul dan hadirnya rumah kreatif diharapkan mampu untuk membantu pemasaran dan *branding* dari masyarakat umum. Sehingga pada akhirnya tindakan-tindakan ini diharapkan mampu untuk meingkatkan kesejahteraan publik.

Orientasi pada materi atau penghasilan sebagai hasil usaha untuk menonjolkan Kreativitas desain grafis. Kepercayaan terhadap seseorang menjadi motivasi untuk terus berkarya kreatif tanpa perlu prokastinasi pada proses pembuatan karya. Desainer grafis akan memilih untuk menyelesaikan pekerjaan pada hari yang sama. Adanya prokastinasi akan mempengaruhi pekerjaan untuk segera diselesaikan. Hal ini akan memecah fokus desainer grafis dalam mengatur ide dan konsep, ritme, mood dan motivasi kerja, sehingga alangkah lebih bijak untuk menyelesaikan secara terjadwal.

4.2.5.1 Kerangka Kontrol Diri



4.2.6 Kerangka Diri Kreatif



3. PEMBAHASAN

Desain grafis merupakan bentuk komunikasi visual yang menggunakan teks dan atau gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan. Seni desain grafis mencakup kemampuan kognitif dan keterampilan termasuk topografi, pengolahan gambar, elemen komposisi dan warna. Kemajuan teknologi menyebabkan komunikasi saat ini dominan menggunakan gambar dan symbol untuk menyampaikan pesan. Fenomena ini menjadi gaya hidup masyarakat dan perusahaan untuk menyampaikan gagasan dan ide ke publik. Desain grafis yang merupakan bagian dari Desain Komunikasi Visual yang berkembang dalam kondisi yang saling mempengaruhi gaya aliran desain grafis maupun hubungan dan dampaknya terhadap masyarakat. Sedangkan di Indonesia perkembangan desain grafis berpotensi untuk terus tumbuh dan berkembang, serta memiliki peluang dan prospek yang cerah dengan ekonomi Indonesia sendiri ikut dalam jaringan ekonomi global. Faktor penyebabnya juga karena di dunia usaha, permintaan terhadap layanan jasa desain grafis juga seakan semakin meluas saja. Jasa ini memang demikian luas manfaatnya terutama dalam membantu proses pemasaran sebuah produk dan usaha. Bahkan sentuhan desain grafis menjadikan komunikasi bisnis berjalan dengan lebih optimal. Ini artinya di dunia usaha, muncul pasar sempurna dimana permintaan dan penawaran begitu tingginya terhadap jasa desain grafis dan segala produk terkaitnya.

Dengan kondisi dunia peluang usaha saat ini yang semacam ini, hanya mereka yang kuat saja yang akan benar-benar mampu bertahan. Hal

ini sejalan dengan hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Bino Evin (2019) pada jurnalnya, bahwa desain grafis menjadi salah satu peluang usaha terbesar mejadi sebuah bidang pekerjaan. Kemajuan teknologi digital mempengaruhi perkembangan bisnis dan marketing sehingga memperngaruhi tingginya volume permintaan terhadap layanan desain grafis. Mereka yang kuat dengan persaingan peluang bisnis desain grafis akan tetap eksis dan melayani permintaan publik. Fenomena perkembangan desian grafis menjadi sebuah bidang pekerjaan bertujuan untuk membantu meningkatkan pemasaran produk serta mengoptimalkan kebutuhan komunikasi bisnis. Desain grafis menjadi kebutuhan dan gaya hidup masyarakat dan mudah ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Adanya papan iklan di jalan raya dan konten yang muncul pada halaman utama media sosial menjadi bukti kehadiran desain grafis di sekitar. Pandangan publik saat melihat iklan di papan reklame menjadi tujuan dari desianer grafis untuk menarik atensi dan perhatian kita ke iklan yang merupakan bentuk *output* dari karya desain grafis.

Penelitian diri kreatif pada desainer grafis ini dilaksanakan dengan wawancara mendalam. Pelaksanaan penelitian yang dilakukan sejak 2020 dengan asesmen kreativitas dari media sosial rumah kreatif Yogyakarta di Instagram. Sehingga menemukan dan menemui beberapa desainer grafis yang sudah memiliki rumah kreatif dan masih berstatus mahasiswa. Asesmen awal yang dilakukan menemukan lima desainer grafis dengan rumah kreatif maupun perusahaan *Sumur Creative, PSS, Persis, Astagina,*

dan Kelra. Kendala dalam asesmen narasumber kreativitas adalah desainer grafis dari PSS dan Persis yang tidak bersedia untuk dilakukan asesmen dan menjadi penelitian dengan pertimbangan terkendala ijin dan pertandingan Liga 1 yang menerapkan system *bubble*, sehingga kendala jarak dan jadwal tim yang padat saat liga 1 menyebabkan tidak menemukan waktu untuk penggalan data. Pemilihan narasumber yang terbatas masih berstatus mahasiswa yang bekerja sebagai desainer grafis di rumah kreatif memperhatikan beberapa kendala dalam proses kreativitas berkarya. Desainer grafis berstatus mahasiswa tentu saja memiliki beban untuk menyelesaikan studi dan berprofesi sebagai desainer grafis. Desainer grafis dengan latar belakang tidak sekolah seni akan membutuhkan adaptasi yang lebih lama dari mahasiswa seni. Mahasiswa non-seni yang mampu menjadi desainer grafis tentu memiliki kelebihan karena dapat memanfaatkan hal yang tidak menjadi studi utama menjadi pekerjaan. Pengalaman mereka mengenal dan mendalami desain grafis menjadi hal yang perlu untuk diteliti.

Desainer grafis yang bergabung dengan rumah kreatif akan menghasilkan karya dengan konsep yang harus terbatas dengan skema dan standar konsep rumah kreatif. Standar perusahaan dapat memberikan tantangan bagi desainer dalam memaksimalkan kreativitas untuk menyelesaikan karya dengan konsep dari klien dan menyesuaikan standar rumah kreatif. Kemampuan menemukan kreativitas yang dapat diterima oleh semua pihak dan tidak mengurangi pesan dan estetika yang digambar.

Suasana lingkungan kerja, komunikasi dan perbedaan pemahaman juga menjadi hal-hal yang perlu untuk diteliti apakah berdampak terhadap desainer grafis mengeluarkan kreativitas saat berkerja sebagai desainer grafis. Keterkaitan pemilihan subjek mahasiswa yang bekerja sebagai desainer grafis memperhatikan peluang yang besar atas permintaan jasa desain grafis dan hasil asesmen lapangan bahwa menjadi desainer grafis tidak harus dengan latar belakang Seni ataupun Desain Komunikasi Visual. Latar belakang linier dengan pekerjaan desain grafis menjadi nilai lebih karena perusahaan atau rumah kreatif memperhatikan portofolio terhadap desainer grafis. Perbedaan pemahaman dan kemampuan antar sesama desainer grafis dan latar belakang klien yang beragam akan berdampak pada komunikasi sehingga dapat berdampak terhadap suasana desainer dalam menjaga mood untuk meningkatkan kreativitas berkarya. Kondisi psikologis yang dialami desainer terutama suasana hati dan tekanan kerja akan mempengaruhi kinerja dari desainer untuk berkarya dengan kreatif. Konsekuensi terhadap perbedaan sudut pandang kreativitas dalam berkarya desain grafis menjadi atensi untuk menemukan dan mengetahui *value* diri kreatif desainer grafis.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat implikasi dari konsep dan tujuan desain grafis gambar karya subjek. Hal ini tersirat pada pendapat narasumber ketiga berkata “Yang terpenting desain dapat disampaikan kepada masyarakat. Karena sebagus-bagusnya desain kalau ingin kreatif harus butuh effort besar dan aku memadukan antara konsep

Vintage dengan *Motion Graphic*.” (MO. W1:57&59). Pengetahuan desain grafis yang dipadukan dengan kemampuan dengan memperhatikan komposisi Kreativitas, akan mempengaruhi seniman untuk menunjukkan bentuk diri kreatif dari dirinya menjadi peranan utama dalam berkarya.

Makna dan Dinamika Diri Kreatif pada Desainer Grafis

Kreativitas dan diri kreatif desainer grafis dapat dikaji lebih dalam menggunakan teori Adler. Diri Kreatif dan Kreativitas merupakan kombinasi dari elemen dan atribut yang menimbulkan keunikan dari yang lainnya. (Myers dan Sweeney, 2004). Komposisi lain yang ditemukan antara lain yaitu pemikiran, cara kerja, tantangan, *Curiosity* dan kontrol diri.

4.3.1 Pemikiran

Membahas mengenai pemikiran pada pembahasan sebelumnya memang belum terlalu detail dijelaskan. Memahami pemikiran memerlukan memahami terlebih dahulu beberapa atribut-atribut pemikiran. Pemikiran diri kreatif dari desainer grafis perlu untuk dikaji lebih dalam dengan memahami pemahaman mereka dalam memaknai desain grafis dan makna kreatif, dan bentuk yang menggambarkan adanya Kreativitas dalam desain grafis. Kemampuan dalam memaknai desain grafis dan kreatif menentukan arah sudut pandang manusia terhadap seni desain grafis. Ketiga subjek mampu memaknai dan memahami desain grafis dalam kehidupan sehari-hari mereka. Sehingga mereka

mampu melihat peluang yang ada dari menekuni dan eksplor desain grafis sebagai salah satu alternatif untuk mandiri dan menghidupi. Perbedaan mendasar dari narasumber dengan individu yang tidak menekuni desain grafis, dalam memaknai desain grafis umumnya publik hanya menganggap desain grafis hanyalah sebuah gambar.

Berbeda dengan ketiga narasumber yang menganggap bahwa desain grafis merupakan salah satu bentuk menyampaikan gagasan, ide dan pesan yang lebih efektif. Hal ini bersinergi dengan gagasan dan sejarah desain grafis yang lahir dari kebutuhan manusia akan komunikasi melalui bahasa visual sejak abad ke- 19 hingga jaman modern. Penggunaan simbol-simbol sederhana sampai memanfaatkan perangkat komputer yang canggih. Desain yang berakar dari senirupa murni yang kemudian berkembang menjadi fungsi Identifikasi, Informasi, Instruksi serta Promosi dan Presentasi. Desain grafis sebagai bentuk komunikasi diperkuat dengan bentuk komunikasi yang menggunakan elemen visual, seperti gambar maupun fotografi, tulisan atau tipografi, serta bentuk ilustrasi lain yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah dalam komunikasi dengan memanfaatkan seni visual grafis. Hasil visual yang diterbitkan diharapkan dapat menjadi sarana untuk menyampaikan informasi dan pesan secara efektif,

menyamakan persepsi sesuai dengan tujuan awal dibuatnya karya desain grafis. (Namuri Migotowiu, 2020). Dengan memahami dan menguasai sebuah bidang yang akan mereka jadikan pijakan dan tumpuan hidup, maka perlu untuk terpacu mengeluarkan Kreativitas agar menjadi atensi publik. Dengan memahami pengertian dan mampu memaknai kreatif, maka akan lebih mudah bagi desainer grafis untuk mengeluarkan bentuk-bentuk ide Kreativitas dalam berkarya. Akan tetapi meskipun pada dasarnya sama-sama memahami Kreativitas, namun tingkat pemahaman dan kemampuan menggambar yang berbeda-beda akan menjadi pembeda antar sesama desainer grafis.

Penjelasan dan memaknai desain dan kreatif dari ketiga klien berbeda-beda, hal ini dapat dilihat dari pernyataan masing-masing narasumber, yaitu :

1. Desainer grafis pertama (WS) berpendapat bahwa desain grafis adalah bentuk penyampaian pesan dan ide seniman, yang membutuhkan kemampuan seni dan komunikasi yang baik.
2. Desainer grafis kedua (MG) berpendapat desain grafis merupakan karya seni lukis yang berisi pesan yang ingin disampaikan oleh seniman maupun orang lain yang berkarakter.

3. Desainer grafis ketiga (MO) berpendapat bahwa desain grafis itu sebatas gambar dan poster yang memiliki makna dan *eye-catching* namun dengan ide konsep yang unik namun isi pesan masih dapat tersampaikan.

Bentuk Kreativitas yang dikeluarkan oleh masing-masing desainer juga berbeda. Seperti keputusan narasumber ketiga dimana keputusan karya desain dijadikan *Motion Graphic* dari narasumber sendiri (MO,MI:64). Inisiatif narasumber menjadikan karya desain grafis menjadi bergerak berdampak pada hasil karyanya. Adanya elemen-elemen penggerak gambar menguatkan estetika dan pesan pada karya desain, sehingga gambar desain yang dia buat menjadi lebih menarik, berbeda dan lebih mudah menjadi atensi publik.

Tindakan inisiatif menjadikan karya desain motion oleh narasumber sejalan dengan pendapat A.A.M Djelantik dalam penelitian Suganda (2019) yang mengatakan bahwa kreativitas menyangkut penemuan sesuatu yang seninya belum pernah terwujud sebelumnya. Apa yang dimaksud dengan seninya tidak mudah dimengerti karena menyangkut prinsip dan konsep seniman. Singkatnya, yang dimaksud bukanlah penciptaan hasil atau rupa yang baru, tetapi adanya pembaruan dalam konsep dan estetikanya seni bahkan dapat juga penemuan

konsep yang terbaru. Inisiatif dari narasumber menggambarkan adanya bakat dan pengetahuan seni desain grafis yang masih terpendam dan ditunjukkan menjadi sebuah alternatif atas tantangan yang diterimanya. Kreativitas bertolak dari yang sudah ada, dari kebudayaan, tradisi. Secara dikotomis, kebudayaan merupakan sesuatu yang sudah tersedia, sudah ada sebelum individu berkeaktivitas. Sifat kerativitas yang dinamis, terbuka, bebas, tidak biasa, pe-nuh risiko (tidak aman dan nyaman) serta transeden (Sumardjo, 2000). Pendapat ini diperkuat juga oleh Dadang Suganda (2019) bahwa kreativitas dimiliki oleh setiap individu, meskipun dalam derajat dan bentuk yang berbeda. Kreativitas perlu untuk ditingkatkan bertahap karena jika dibiarkan berdampak pada bakat tidak akan berkembang bahkan bisa terpendam dan tidak terwujud apapun. Tumbuh dan berkembangnya karya seni diciptakan oleh individu yang dipengaruhi oleh kebudayaan lingkungan seniman hidup dan bekerja. Tumbuh dan berkembangnya kreativitas seniman dipengaruhi berbagai faktor terutama faktor internal antara lain karakter yang kuat, kecerdasan yang cukup dan lingkungan yang mendukung.

Dasar karya seni termasuk seni desain grafis berangkat dari sebuah fenomena realitas sosial, yang menyebabkan karya seni itu diciptakan. Begitu juga dengan kreativitas seniman

dalam menciptakan karya seni, tentu terinspirasi dari sebuah realita, lingkungan, budaya baik yang dialaminya secara langsung maupun sekitarnya akan tetapi dengan kreasi yang baru. Kreasi baru itulah yang disebut sebagai hasil akhir dari proses kreatif setelah mencari ide dan atau gagasan untuk menciptakan sebuah karya seni yang diinginkan. (Suganda, 2019). Mengulas kembali pembahasan diatas, Karya desain grafis yang berkarakter adalah kesimpulan yang didapatkan dari pernyataan ketiga narasumber. Desainer grafis memiliki perbedaan dan penonjolan karakter pada masing-masing karya (MG, WI:19). Karya desain berkarakter merupakan karya desain yang tidak banyak bahkan sulit untuk diduplikasi, namun tetap menyampaikan pesan dan ide dari konseptor. Penekanan karya yang berbeda dan unik dari setiap narasumber adalah elemen dasar dari karya yang berkarakter.

4.3.2 Cara Kerja

Berkarya desain grafis adalah membuat karya desain sesuai dengan konsep yang telah dimatangkan. Proses pembuatan karya desain merupakan tahapan setelah pemikiran ide dan konsep. Desainer grafis memiliki cara-cara tersendiri dalam membuat karya desain grafis. Tahapan cara kerja ini didominasi oleh beberapa pengaruh dan pengetahuan refrensi karya desainer grafis. Cara kerja desainer grafis tidak hanya berfokus pada kemampuan saja, namun aspek-aspek lain juga

mempengaruhi cara kerja desainer grafis dalam bekerja maupun berkarya. Dalam penelitian ini aspek tersebut adalah komunikasi, proses kreatif, *behavior*, dan manajemen waktu. Keterampilan dan keahlian sumber daya manusia juga penting bagi organisasi dan masyarakat yang tidak boleh diabaikan (Siagian, 2008). Organisasional semakin kompleks saat ini dan pertumbuhan kebutuhan pekerjaan, keahlian dan keterampilan yang diperlukan di pasaran kerja, tersedia tidaknya orang yang memiliki pengetahuan dan keterampilan tertentu itu bukanlah hal yang konstan. Kemampuan berpengaruh positif dalam pencapaian tingkat kinerja tinggi yang didukung oleh motivasi kerja yang tinggi. Kemampuan yang dikombinasikan dengan tingginya motivasi untuk melaksanakan pekerjaan akan muncul apabila pekerjaan yang dikerjakannya dirasakan mempunyai nilai atau berarti oleh individu. Tentu saja hal ini berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan seseorang. Tuntutan pemenuhan kebutuhan merupakan sumber tenaga yang mendorong seseorang untuk melaksanakan pekerjaan dengan hasil dan prestasi kerja yang lebih baik (Anggraeni, 2016).

Kemampuan komunikasi terfokus pada bagaimana desainer grafis mampu untuk memahami situasi dan kondisi, mampu untuk menempatkan posisi terutama terhadap klien. Bahasa desainer dan orang kreatif itu berbeda, maka perlu

adanya komunikasi dengan bahasa yang mudah dimengerti untuk mendukung proses Kreativitas (WS.W2:83). Perbedaan kapasitas desainer grafis dengan klien yang terlalu berjarak, perbedaan bahasa, frasa dan istilah yang digunakan desainer, dan hubungan keharmonisan lingkungan kerja juga menjadi perhatian khusus. Fakta lain yang didapatkan dilapangan bahwa dalam bekerja desain grafis tidak melupakan diskusi dengan sesama tim (MG, WI:37b). Pengaruh komunikasi juga menegaskan bahwa komunikasi dapat mempengaruhi kinerja yang dihasilkan oleh seorang karyawan. Komunikasi merupakan alat untuk memperoleh interaksi yang baik untuk seorang karyawan dan dapat meningkatkan kualitas pekerjaan yang dimiliki karyawan tersebut. Dampak dari komunikasi yang kurang baik dapat terlihat dari ketiga narasumber dimana mereka akan mengalami suatu kebuntuan atau halangan pada pekerjaan desain mereka apabila mengalami komunikasi satu arah baik dari supervisor maupun klien mereka. Maka dari itu, dalam cara kerja desainer grafis perlu untuk menguasai teknik komunikasi yang baik agar mampu menemukan titik tengah dan *problem solving* apabila terdapat perbedaan ide dan keinginan pembuatan karya desain grafis.

Proses kreatif melahirkan ide baru dimulai proses berfikir, perasaan dan berimajinasi. Seniman yang berfikir

kreatif harus berupaya memproses segala hal, konsisten mencari, menemukan bahkan mencoba mengimplementasikan ide dan konsep baru. Sehingga berfikir kreatif merupakan tingkatan berpikir manusia yang paling hakiki. Karena tidak ada pemikiran yang hakiki secara unsur dan nilai selain memikirkan penemuan baru bahkan berbeda dari sebelumnya. Proses kreatif tidak cukup hanya menggunakan kemampuan berfikir saja, melainkan wajib diimbangi dengan perasaan dan imajinasi. Karya seni lahir dari eksekusi ide dan imajinasi yang tinggi, dengan prosesnya perenungan dan khayalan sesuatu yang belum pernah terjadi dan terlihat. Sehingga sering masyarakat umum berpendapat bahwa kreativitas dalam seni itu mendekati orang gila. Karena karya seni yang akan diwujudkan, sikap yang ditunjukkan dan teori yang digunakan di luar kebiasaan umum (Suganda, 2019:69). Proses kreatif merupakan terlibatnya individu terhadap suatu hal yang bermakna, adanya rasa penasaran dan mengagumi suatu hal, kekurangan, kekacauan, kerumitan, tidak teratur dan sebagainya. Kesimpulan sederhana dari pengetahuan ini adalah adanya struktur atau diagnosis terhadap suatu kesulitan dengan mensintesis informasi-informasi yang sudah diketahui, kemudian membentuk kombinasi dengan menciptakan alternatif dan hipotesis baru. (Semiawan, 2010). Proses

kreatif merupakan cara desainer grafis untuk berfikir, mencari ide agar dapat memberikan sentuhan Kreativitas pada karyanya. Ketiga desainer grafis yang menjadi narasumber memiliki beberapa cara tersendiri, diantaranya:

1. Narasumber 1 (WS) untuk memicu proses kreatif akan membedah konsep awal dan mencari referensi lain sebagai cara untuk meningkatkan kreativitas.
2. Narasumber 2 (MG) dalam proses kreatif akan memanfaatkan platform digital untuk mencari referensi karya dan membuat *Mood Board* agar lebih menguatkan kreativitas dan kelancaran berkarya.
3. Narasumber 3 (MO) memanfaatkan website desain grafis sebagai media referensi berkarya dan memanfaatkan waktu yang ada agar tidak terbuang hanya untuk revisi karya.

Ketiga narasumber mengalami sebuah kesulitan pada awal bekerja mereka desainer. Pemahaman akan ide konsep dan cara eksekusi karya desain menjadi hal pertama yang harus dilalui. Proses ini membutuhkan waktu dan pencarian ide baru dimana hal ini merupakan manifestasi rasa ingin tahu. Sehingga dengan kombinasi dua atribut ini, desainer grafis mampu untuk memecahkan kerumitan dan melengkapi kekurangan dari proses karya desain grafis mereka. Dengan ini

proses kreatif dapat disimpulkan bahwa proses kreatif desainer grafis memerlukan waktu dan cara tersendiri dari setiap individu desainer grafis dalam menerapkannya pada pekerjaan sebagai desainer grafis. Aktivitas yang berlangsung secara berulang-ulang dan menjadi sebuah kebiasaan individu mempengaruhi kemampuan individu itu sendiri. Fenomena ini secara istilah disebut *Behavior* terjadi dan ditemukan pada pendapat-pendapat narasumber pada penelitian ini. Aktivitas dan pengalaman seni desain grafis berpendapat bahwa desainer grafis dengan aktivitas seni yang konsisten dengan kemampuan yang dimiliki akan menguatkan kreativitas dari seniman itu sendiri (WS,W2:71). Sedangkan *Behavior* dalam desain grafis sendiri adalah aktivitas desain grafis yang telah dijalani dalam kurun waktu yang lama yang dilakukan secara konsisten akan menjadikan desainer grafis kuat secara ide konsep dan eksekusi pembuatan karya (MG, MD:75a).

Hal ini selaras dengan kesimpulan dari penelitian mengenai dampak *behavior* terhadap kreativitas yang telah dilakukan oleh Kanna (2021) tentang penerapan Discovery learning. Discovery Learning adalah strategi pembelajaran yang cenderung meminta seseorang untuk melakukan observasi, eksperimen, atau tindakan ilmiah hingga mendapatkan kesimpulan dari hasil tindakan ilmiah. Dengan

hasil bahwa kreativitas diasah melalui penemuan-penemuan masalah secara langsung sehingga individu dapat menarik kesimpulan dari stimulus yang diterima secara berulang-ulang dan dalam kurun waktu tertentu. *Behavior* yang terjadi pada seorang desainer grafis terjadi secara berulang sehingga secara alam bawah sadar akan menjadi sebuah konsistensi berkarya yang selaras pada peningkatan positif hasil karya desain grafis seniman visual.

Proses penciptaan sebuah karya seni selalu berhubungan dengan aktivitas manusia yang disadari atau disengaja. Kesengajaan orang menciptakan seni yang prosesnya membutuhkan persiapan dan proses pembuatan dengan waktu yang lama namun dengan perhitungan-perhitungan yang matang. Umumnya karya seni dengan proses penciptaan yang melalui perhitungan teknis bersifat rasional. Hal penting dari karya seni yang dicapai melalui proses dan perhitungan rasional akan mengandung estetika intelektual. Sementara itu karya seni dengan proses pembuatan berdasarkan perasaan akan bersifat emosional. Estetika yang ada pada karya seni diperoleh dari aktivitas perasaan dikatakan estetika emosional (Bastomi, 1990). Dalam suatu pekerjaan yang baik secara tim maupun individu membutuhkan kemampuan manajemen waktu. Manajemen waktu merupakan

salah satu issue dan perhatian pimpinan proyek beserta timnya. Hadirnya manajemen waktu berarti menyediakan aturan dalam menjalankan dan memantau kemajuan suatu proyek dan pengambilan keputusan-keputusan penting terkait dengannya. Manajemen waktu menghasilkan kemampuan yang berdampak signifikan pada hasil kerja yang sesuai rencana, dengan usaha dan sumber daya minimal, efektif dan efisien, sehingga seorang bisa mencapai tujuan dan hasil yang optimal (Cornelia, 2018). Pendapat ini menguatkan temuan fakta bahwa adanya sistem operasional prosedur (SOP) pada rumah kreatif membantu desainer grafis lebih optimal dalam mengeluarkan Kreativitas berkarya. Kebutuhan waktu pengerjaan desain yang lebih longgar yang dikombinasikan dengan adanya SOP sangat membantu Kreativitas desainer grafis dalam berkarya. Tertuang pada hasil wawancara bahwa penjelasan ide dengan detail dan waktu proses pembuatan lebih longgar membantu dalam Kreativitas berkarya (MO. W1:36). Pendapat ini selain diperkuat juga dengan adanya SOP yang harus disepakati pada awal kontrak akan mendukung desainer tetap kreatif dan meminimalisir stress kerja (MG.W2:93). Hasil akhir terbaik dari keberhasilan perusahaan atau desainer grafis dalam memaksimalkan kreatif adalah dengan menerapkan manajemen waktu adalah mampu

mengatasi tekanan-tekanan dari dinamika pekerjaan desain grafis tanpa mengalami terlalu banyak stress. Tentu hasil ini dilihat dari kuantitas pekerjaan yang selesai tepat waktu serta kepuasan klien.

Dari beberapa uraian mengenai cara kerja, maka dapat disimpulkan bahwa cara kerja desainer grafis dalam membuat karya desain baik untuk pekerjaan maupun sebagai karya seni adalah dengan menggunakan cara-cara mencari referensi dan memahami konsep dasar karya desain, yang diproses dengan kemampuan dan pengetahuan desain grafis yang dimiliki serta memproses karya desain sesuai dengan prosedur-prosedur yang digunakan.

4.3.3 Tantangan

Pekerjaan industri kreatif khususnya desain grafis merupakan bidang pekerjaan yang memiliki peluang dan persaingan besar. Persaingan yang ketat akan mendorong perusahaan untuk meningkatkan kemampuan karyawan, agar produk yang dihasilkan bisa bersaing di pasaran (Arini, 2015). Tantangan merupakan bahasa lain untuk memaknai hambatan pekerjaan yang dialami desainer grafis. Tentu persaingan ketat desain grafis menimbulkan berbagai tekanan kerja dari setiap individu seniman visual tersebut. Tekanan dapat disebabkan dari internal maupun eksternal individu. Kurangnya komunikasi sesama tim dengan klien, kesalahan

sistem yang digunakan untuk manajemen waktu salah satunya sistem “*Paluada*” yang menekan pekerja untuk merangkap pekerjaan lain dengan *reward* rendah. Dampak dari sistem yang dipakai perlu diperhatikan semua pelaku desainer grafis mulai proses pembuatan karya hingga siap diterima klien menjadi faktor eksternal Idealisme yang terlalu tinggi dan berat juga dapat menjadi faktor internal tekanan kerja bagi desainer grafis apabila berdampak negatif pada proses karyanya. Persaingan sehat maupun yang merusak menjadi tantangan lain dari desainer grafis untuk tetap bertahan pada industri seni visual. Konflik dan kurang adanya diskusi dua arah pelaku desainer grafis akan menambah tantangan. Kemampuan komunikasi yang baik dengan tim dan meyakinkan klien untuk menggunakan jasa desain grafis ditengah persaingan yang beragam menjadi kunci publik melihat eksistensi jasa desain grafis yang disediakan. Keberhasilan mendapatkan kepercayaan klien bukan kunci kreatif desainer grafis, akan tetapi sebagai desainer grafis maka akan disebut kreatif apabila mampu menghasilkan karya desain yang sesuai dengan ide konsep kedua pihak, yaitu desainer dengan klien itu sendiri. Peran cara kerja dan manajemen waktu akan berperan penting pada fase ini.

Temuan lain yang mendukung fakta dari penelitian ini diperkuat oleh Scott (dalam Cornelia, 2018) mempertegas bahwa tantangan mendasar manajemen waktu yang efektif adalah memahami perbedaan antara “urgensi” dan “darurat”, “mendesak” dan “penting”. Mendesak tidak akan membuat tugas menjadi penting. Penting berkaitan dengan prinsip pribadi. Prioritas pekerjaan akan menyebabkan adanya hal penting dari kerja. Dengan kejelasan misi dan tujuan pribadi, waktu dijadwalkan dengan tujuan definitif dalam hati. Seorang juga perlu merumuskan makna manajemen waktu dan kaitannya dengan kehidupannya.

4.3.4 *Curiosity*

Ketertarikan terhadap suatu hal bahkan masalah memicu timbulnya rasa ingin tahu. Melalui *Curiosity*, seseorang dalam belajar sesuatu bukan sekedar untuk tahu dan paham, namun memperdalam pemaknaan agar memahami lebih lanjut sehingga memberi arti dan makna dari proses belajar yang telah dilalui. *Curiosity* adalah dasar untuk menguji sejauh mana pencapaian kemampuan seseorang. *Curiosity* juga dapat memberi stimulus dan dorongan individu untuk berminat dan berpartisipasi dalam kegiatan dan aktivitas yang membangun pengetahuan dan memperdalam keahlian (Mardhiyana, 2020).

Fakta yang didapatkan dari penelitian ini sejalan dengan pendapat Madhiyana. Proses Belajar merupakan bentuk nyata dari rasa ingin tahu manusia. Desainer grafis pada penelitian ini merasa bahwa rasa ingin tahu, ketertarikan dan kekaguman terhadap seni rupa dan desain yang pernah mereka lihat pada waktu lampau, menjadi pemicu ketiga narasumber untuk memahami kaidah dan makna desain grafis. Lingkungan yang mendukung dan membiasakan mereka untuk menerima kehadiran desain grafis dikehidupan sehari-hari mereka menjadi bekal dan dasar untuk menerjuni desain grafis sebagai bidang pekerjaan. Faktor eksternal lain terhadap *Curiosity* adalah tempat mereka menempuh pendidikan yang merupakan pusat pendidikan dan budaya semakin membiasakan narasumber untuk menerima karya-karya desain grafis.

4.3.5 Kontrol Diri

Goleman (dalam Hermayati, 2016) mengatakan kecerdasan intelektual menyumbang 20% keberhasilan hidup individu, 80% lainnya diisi oleh atribut-atribut lain salah satunya kecerdasan emosional. Kecerdasan ini merupakan kemampuan memotivasi diri sendiri, mengatasi tekanan dan frustrasi, mengontrol perasaan hati, mood, empati dan bekerja sama. Membangun mood mahasiswa menjadi langkah awal dalam menumbuhkan pemahaman dan kemampuan berpikir kreatif dalam pemecahan masalah (Sumartini, 2019)

Teori ini menguatkan hasil temuan dilapangan bahwa kontrol diri berupa suasana hati dan motivasi mempengaruhi pertumbuhan Kreativitas desainer grafis dalam membuat karya. Suasana hati yang baik dan kondusif akan mempengaruhi desainer grafis untuk fokus berkarya dan mengeluarkan ide-ide kreatif mereka kedalam gambar. Tidak banyak permintaan akan revisi karya menandakan bahwa efisiensi waktu menjaga suasana hati desainer grafis baik dan mendukung desainer memaksimalkan karya desain grafisnya. Motivasi yang menyelesaikan karya desain dengan tepat waktu akan berdampak positif terhadap klien dengan membantu memberikan jasa *branding* dan penghargaan yang diterima desainer grafis. Bentuk penghargaan baik fisik maupun non-fisik akan menjadikan desainer grafis untuk lebih baik dalam membuat karya desain dengan lebih kreatif.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan dan fakta yang didapatkan, Untuk memahami makna diri kreatif pada desainer grafis dan dapat dikatakan kreatif memiliki beberapa hasil temuan, yaitu:

1. Ditemukannya lima elemen atribut pembentuk diri kreatif pada seniman visual desainer grafis. Lima elemen atribut adalah pemikiran, cara kerja, tantangan, *curiosity* dan kontrol diri. Lima atribut ini memiliki dinamika dengan versi dan ciri khas yang dialami oleh subjek. Desainer grafis yang memahami makna diri kreatif dan menerapkan lima elemen atribut pembentuk diri kreatif, mampu menciptakan karya otentik berkarakter dan mudah menarik atensi publik. Sehingga isi pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan bahkan mampu menyelesaikan permasalahan publik.
2. Desainer grafis tetap mampu memberikan kreativitas pada karya diciptakan untuk klien dengan membawa nama rumah kreatif, dampak desainer yang mampu mengatasi problematika saat proses berkarya adalah ada peningkatan diri kreatif dan *value* desainer grafis meliputi kapasitas pemikiran, kemampuan dan kontrol diri terhadap tantangan yang dihadapi, sehingga selalu menghadirkan motivasi untuk konsisten menjaga kreativitas dalam berkarya desain grafis yang berkarakter tanpa mengurangi ide. Kreativitas pada desain grafis adalah mampu memberikan unsur unik dan karya berkarakter, sehingga diperlukan

proses dan riset untuk memaksimalkan kreativitas tanpa menghilangkan ide dan konsep awal klien. Pada fokus masalah dinamika diri kreatif terdapat proses psikologis yang terjadi pada desainer grafis.

B. SARAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian diri kreatif pada desainer grafis, memiliki lima elemen atribut yang menjadi ciri khas yang melekat pada desainer grafis. Adanya proses kognitif pemikiran, keunikan adalah modal utama bagi desainer grafis untuk tetap berkontribusi dalam menyampaikan gagasan ide maupun untuk membantu menyelesaikan permasalahan masyarakat khususnya hal *branding* dan komunikasi.

Penelitian kualitatif ini tentu terdapat kekurangan terutama pada analisis dan penarikan kesimpulan dari berbagai temuan fakta dilapangan. Pengembangan penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode dan pendekatan yang lebih berkreasi untuk mengungkap pemaknaan diri kreatif agar mampu mengembangkan lebih lanjut arah penelitian dan temuan kreativitas positif. Harapan untuk peneliti selanjutnya agar mampu melengkapi kekurangan dan menyempurnakan penelitian ini lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwisol. (2009). Psikologi Kepribadian – Edisi Revisi, Malang: UMM Press.
- Ayan, Jordan F. (1997). Bengkel Kreativitas. Bandung: Kaifa.
- Amri, Syaipul. (2018). Pengaruh Kepercayaan Diri (*Self Confidence*) Berbasis Ekstrakurikuler Pramuka Terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa SMA Negeri 6 Kota Bengkulu. *Jurnal Pendidikan Matematika Raflesia*, Vol 3 No 02. Universitas Bengkulu.
- Baron, Robert A. & Donn Byrne. (2004). Psikologi Sosial / Edisi Kesepuluh / Jilid 1. Indonesia: Penerbit Erlangga.
- Cony Semiawan dkk. (2010). Pendekatan Ketrampilan Proses. Jakarta: Gramedia.
- Daniel Goleman, (1996). Kecerdasan Emosional alih bahasa Hermayati T, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Diktat Desain Komunikasi Visual UNY diakses 9 September 2021 pukul 14:18 WIB.
- Fudyartanta, Ki. (2012). Psikologi Kepribadian. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Ghony, M. Djunaidi & Fauza Almanshur. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Halligan. (2009). *Skill in Creativity, Design, and Innovation*. Forfas Publish
- Hendrawan, Andi., Sucahyowati, Hari., Laras, Titi. (2020). Pengaruh Stress Kerja Terhadap Kreativitas Pada Tenaga Kerja Pada UMKM di Wilayah Bantarsari Kabupaten Cilacap. *AmaNU: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*. Edisi: Vol. 3 no 1. Universitas Janabadra Yogyakarta.
- Herry. (2013). Pengantar Manajemen. Jakarta : Gava Media.
- Khayati, Nur., Sarjana, Sri. (2015). Efikasi Diri dan Kreativitas Menciptakan Inovasi Guru. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, Vol. 21 No 3, hal 248. Cikarang.

- Kidd, Celeste. & Hayden, Benjamin. (2015). *The Psychology and Neuroscience of Curiosity*. *Neuron* 88(3):449-460. Diakses dari https://www.researchgate.net/publikation/283511651_The_Psychology_and_Neuroscience_of_Curiosity tahun 2022.
- Kompetensi: J Abi, Agnes Cornelia. (2018). Peran Time Management Terhadap Perilaku Dan Persepsi Mahasiswa Organisasi. Universitas Trunojoyo Madura.
- Mujaeni, (2021). Strategi Pendidik Mengelola Proses Pembelajaran di Era Disrupsi Teknologi. *Jurnal Manajemen Pendidikan*. Diakses <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/PIUOK/article/view/4694/2850> tahun 2022.
- Munandar, U. 1999. *Kreativitas dan Keberbakatan, Strategi Mewujudkan Potensi Kreatif dan Bakat*, Jakarta: Gramedia.
- Mustikasari, T. (2016). *Diri Kreatif Pada Pengguna Instagram*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang).
- Maqassary, A. 2010. *Kreativitas dan Faktor-Faktor yang Terkait*
- Migotuwio, Namuri. (2020). *Desain Grafis: Kemarin, Kini, dan Nanti*. Alinea Media Dipantara, Jakarta.
- Myers, J. E. & Sweeney, T. J. (2004). The Invisible Self: An Evidence-Based Model of Wellness. *Journal of Individual Psychology*, 60(3), 234-245. Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/149232976.pdf> tahun 2020.
- Mouromadhoni, K. R., Atun, S., & Nurohman, S. (2019). *Students Curiosity Profile in Excretion System Topic Taught Using Authentic Inquiry Learning*. JPBI: *Jurnal Pendidikan Biologi Indonesia*. Diakses dari <https://doi.org/10.22219/jpbi.v5i3.7689> tahun 2022.
- Puspasari, Maria E. (2014). *Psikologi Kognitif Dalam Proses Kreatif*. Tangerang. Universitas Multimedia Nusantara.

- Popi Sopiatin. (2010). *Manajemen Belajar Berbasis Kepuasan Siswa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ru'iyah, S. (2018). Kreativitas, Pemacu dan Penghambatnya Dalam Kehidupan Manusia. *Al-Misbah (Jurnal Islamic Studies)*, 2(2), 203–218. Yogyakarta.
- Sari, Syska Purnama. (2017). Teknik Psikodrama dalam Mengembangkan Kontrol Diri Siswa. *Jurnal Fokus Konseling*, Vol. 3, no 2, 123-127. ISSN: 2356-2102. Universitas PGRI Palembang.
- Semiawan, C., & Munandar, U. 1984. *Memupuk Bakat dan Kreativitas Siswa Sekolah Menengah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Dan diakses kembali dari <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=82892> tahun 2021.
- Smith, Jonathan A. (2009). *Psikologi Kualitatif Panduan Praktis Metode Riset*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sobur, Alex. (2009). *Psikologi Umum*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Suharman. 2005. *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Srikandi
- Suganda, Dadang. Budaya Sebagai Landasan Kreativitas Seniman. *Paraguna. Jurnal Ilmu Pengetahuan, Pemikiran, dan Kajian Tentang Seni Karawitan*. Volume: 6 | Nomor: 1 | Desember 2019, Halaman: 62-73 ISSN: 2407-6716 <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/paraguna>. Diakses 27 Oktober 2022 pukul 10:32 WIB.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Therese Hoff Macan, Time Management: Test of A Process Model *Journal Of Applied Psychology* 1994, hal 381-391.
- Webster, Frank. (2006). *Theories of The Information Society*. New York: Routledge.
- Zetriulista. (2016). Profil Sikap Ilmiah Rasa Ingin Tahu (*Curiosity*) Matematis Mahasiswa. Jakarta. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP) STKIP Kusuma Negara*.

Zulkarnain, A. (2018). Penggunaan Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad'u di Bandar Lampung. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). Diakses <http://repository.radenintan.ac.id/4445/1.pdf> tahun 2021.

LAMPIRAN 1**GUIDE INTERVIEW**

1. Bagaimana memaknai desain grafis ?
2. Bagaimana memaknai diri kreatif?
3. Berapa lama menekuni industri desain grafis?
4. Apa latar belakang pendidikan sebelum menjadi desainer grafis?
5. Bagaimana awal mengenal desain grafis?
6. Mengapa menjadikan desain grafis sebagai bidang pekerjaan?
7. Apakah latar belakang dan kondisi kota berpengaruh terhadap pemikiran dan tekanan menjadi desainer grafis?
8. Apakah berpengaruh menjadi desainer grafis dengan latar belakang sekolah seni dan umum?
9. Bagaimana memaknai persaingan desain grafis saat ini sebagai desainer grafis?
10. Apa motivasi dan orientasi menjadikan desain grafis sebagai pekerjaan?
11. Menurut anda, seperti apa standart yang dapat digunakan untuk dapat menilai desainer grafis kreatif atau tidak?
12. Bagaimana menyikapi industri desain grafis saat ini?
13. Apa pendapat dampak pandemi terhadap perkembangan desain grafis?
14. Problematika apa saja yang dihadapi oleh desainer grafis dalam menjaga dan memberikan kreativitas menjadi desainer grafis?

15. Bagaimana cara desainer grafis dalam menjaga tetap kreatif dengan kemampuan dan kondisi kerja yang berbeda-beda?
16. Apa saja yang menjadi bentuk candu dalam menekuni pekerjaan sebagai desainer grafis?
17. Perlukah standart kerja atau tahapan-tahapan yang harus dilakukan desainer grafis?
18. Adakah perubahan yang dirasakan ketika menjalani pekerjaan desain grafis dengan tidak terlepas dari tantangan dan tekanan kerja yang berpotensi menyebabkan stress kerja?
19. Apa yang harus dilakukan sebagai desainer grafis dalam memberikan kreativitas dengan kondisi ikut rumah kreatif dan menyelesaikan keinginan klien?

LAMPIRAN 2**DATA SUBJEK PENELITIAN**

Subjek 1

Nama : Wisnu Sulaindra
Usia : 23 Tahun
Asal Daerah : Magelang, Jawa Tengah
Domisili : Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta
Pendidikan : Mahasiswa S1 Fisika, Universitas Negeri Yogyakarta.
Tahun : Fisika, 2017
Rumah Kreatif: Kelra.co Agency
Pengalaman : *Freelance Design Graphic.*
Inisial Koding : WS

Subjek 2

Nama : Muhammad Gizka Setiawan
Usia : 24 Tahun
Asal Daerah : Metro, Bandar Lampung
Domisili : Mlati, Kabupaten Sleman, Yogyakarta
Pendidikan : Mahasiswa S1 Teknik Informatik,
Universitas Negeri Yogyakarta.
Tahun : Teknik Informatika, 2016
Rumah Kreatif: Astagina & Mroyek.in
Pengalaman : PSS Sleman *Creative Volunteer, Freelance Illustrator,*
Divisi Infokom HMJ Teknik Informatika UNY
Inisial Koding : MO

Subjek 3

Nama : Muhammad Nur Fauzan
Usia : 22 Tahun

Asal Daerah : Purbalingga, Jawa Tengah
Domisili : Kasihan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta
Pendidikan : Mahasiswa S1 Pendidikan Mekatronika,
Universitas Negeri Yogyakarta.
Tahun : Pendidikan Mekatronika, 2017
Rumah Kreatif: Sumur *Creative*
Pengalaman : UKM Seni Rupa dan Fotografi UNY, Freelance Ilustrator
Inisial Koding : MO

LAMPIRAN 3

Tabel Kategorisasi

Kategori	Sub-Kategori	Intepretasi	Pemadatan Fakta
Pemikiran	Makna Desain	Penjelasan makna dan definisi desain grafis menurut narasumber.	<p>Desain grafis adalah bentuk penyampaian pesan dan ide seniman. (WS, MI:06)</p> <p>Desain grafis adalah karya seni lukis yang berisi pesan yang ingin disampaikan oleh seniman atau juga diinginkan oleh orang lain.(MG.W1:12)</p> <p>Desain Grafis itu sebatas gambar dan poster yang memiliki makna. (MO. W1:12)</p>
	Makna Kreatif	Penjelasan pemahaman mengenai definisi kreatif yang diketahui oleh seluruh subyek.	<p>Desainer yang kreatif adalah desainer yang memiliki kombinasi pengetahuan, teori, kemampuan, dan wawasan desain grafis. (WS,W2:81)</p> <p>Desainer Template juga termasuk kreatif karena usaha mereka juga</p>

			<p>memiliki minat dan pasar tersendiri. (WS.W2:111)</p> <p>Setiap rumah kreatif memiliki pasar dengan klien dengan selera yang berbeda-beda. (MG.W1:32)</p> <p>Perpaduan warna dan garis eye-catching adalah tanda desainer sudah berpengalaman. (MG.W1:44)</p> <p>Hal yang baru merupakan salah satu bentuk nyata dari Kreativitas desainer visual. (MG.W2:73)</p> <p>Kreatif itu bisa dilihat dari ide konsep yang berbeda dan unik isi pesan masih dapat tersampaikan. (MO,M1:53)</p> <p>Estetika dan nikmat untuk dipandang menjadi kriteria karya desain dan sudah termasuk kreatif.</p>
--	--	--	---

			(MO,M1:55)
	Kreativitas	Pemikiran mengenali kategorisasi desainer yang dianggap kreatif.	<p>Dibutuhkan pemahaman akan seni dan komunikasi yang baik agar mampu menjelaskan suatu konsep dari klien ke desainer. (WS, W1:38)</p> <p>Portofolio desainer mampu menggambarkan Kreativitas dan pemahaman akan desain. (WS, W1:44)</p> <p>Desain dan ilustrator memiliki perbedaan di penonjolan karakter masing-masing karya. (MG.W1:19)</p> <p>Desainer harus paham konsep, ide serta</p>

			<p>bagaimana cara menyampaikan pesan dari karya desain grafis kepada publik. (MG.W2:75b)</p> <p>Keputusan dijadikan Motion graphic dari saya sendiri. (MO. W1:64)</p>
Cara kerja	Komunikasi	<p>Teknik dampak pengaruh komunikasi pada lingkungan kerja terhadap dinamika desainer grafis dalam mengoptimalisasi Kreativitas pada karya.</p>	<p>Dalam bekerja desain tetap tidak melupakan diskusi dengan sesama timnya. (MG.W1:37b)</p> <p>Dibutuhkan pemahaman akan seni dan komunikasi yang baik agar mampu menjelaskan suatu konsep dari klien ke desainer. (WS. MI:38)</p> <p>Perlunya persetujuan teknis pengerjaan dengan detail pada saat akad di awal kerjasama. (WS.W2:65)</p> <p>Bahasa desainer atau orang kreatif itu berbeda, maka perlu adanya bentuk komunikasi yang sama-</p>

			<p>sama mudah dipahami guna mendukung proses Kreativitas desainer. (WS,W2:83)</p> <p>Pengetahuan tentang seni bisa dicari bersama sama dan bagian dari proses, namun untuk menguatkan kreativitas perlu diskusi untuk membahas konsep desain yang akan dibuat. (WS.W2:89)</p> <p>Adanya SOP harus disepakati di awal kontrak atau project dengan klien guna membuat kerja lebih rapi dan sama-sama diuntungkan. (WS.W2:93)</p> <p>Dalam bekerja desain tetap tidak melupakan diskusi dengan timnya. (MG.W1:37b)</p>
	Proses Kreatif	Proses cara kerja yang dilakukan desainer untuk mengoptimalkan Kreativitas pembuatan karya	Cara untuk memicu Kreativitas dilakukan dengan membedah konsep awal dan mencari referensi lain untuk meningkatkan

		desain.	<p>Kreativitas. (WS, W1:46)</p> <p>Subyek mencari refrensi lain apabila mengalami kebingungan dengan mencari refrensi di platform digital. (MG.W1:37a)</p> <p>Mood board menjadi pembantu menguatkan Kreativitas dan kelancaran desainer berkarya. (MG.W2:69)</p> <p>Desainer perlu memanfaatkan kemajuan alat guna mendukung Kreativitas dalam berkarya. (MG.W2:79)</p> <p>Memfaatkan website desain sebagai media refrensi dan memanfaatkan waktu yang tersisa agar tidak terlalu terbuang untuk revisi. (MO.W1:50)</p>
	<i>Behavior</i>	Upaya yang dilakukan oleh subyek dalam	Konsistensi dan skill akan saling terkait dan menguatkan Kreativitas

		<p>mencari <i>problem solving</i> terhadap permasalahan dan hambatan yang dialaminya dengan tetap tidak menghilangkan Kreativitas.</p>	<p>dari desainer grafis. (WS.W2:71)</p> <p>Adanya materi dalam perkuliahan dan kegiatan kampus yang mengharuskan untuk tetap menajalakan desain grafis memicu untuk mengembangkan kemampuan desain grafis. (MG:W1:15b)</p> <p>Perlu memperhatikan kapasitas desainer guna mengetahui value dan ide kreatif bisa diberikan dari desainer secara maksimal. (MG,MD:68)</p> <p>Konsisten dalam berkarya akan menjadikan desainer grafis kuat secara ide konsep dan eksekusi di karya. (MG.W2:75a)</p>
	Manajemen waktu		<p>Perlunya persetujuan teknis pengerjaan sesuai dengan detail pada akad diawal kerjasama. (WS.W2:65)</p>

			<p>Adanya SOP harus disepakati pada awal kontrak atau project dengan klien guna mendukung pembuatan desain tetap kreatif dan meminimalisir stress kerja. (WS.W2:93)</p> <p>Penjelasan ide dengan detail dan waktu proses pembuatan lebih longgar membantu dalam Kreativitas berkarya. (MO.W1:36)</p>
Tantangan	Tekanan Kerja	<p>Permasalahan permasalahan yang dialami oleh desainer karena risiko pekerjaan yang mempengaruhi kinerja dan pemikiran desainer.</p>	<p>Terlalu mengikuti idealis dalam ranah pekerjaan dan suasana kantor menjadikan rawan menyebabkan muncul tekanan kerja. (WS, W1:34)</p> <p>Stres kerja yang dialami bersumber dari tidak tertatanya penyelesaian karena terlalu banyak klien. (MG.W1:34)</p> <p>Sistem Palu ada itu</p>

			<p>menjadi beban karena desainer dipaksa untuk merangkap berbagai bidang pekerjaan namun diberi <i>reward</i> yang sedikit. (MG.W1:51)</p> <p>Kurangnya briefing dan diskusi bersama menyebabkan desainer bingung sehingga hanya dapat meraba dan berinisiatif dari konsep kasar yang dimiliki. (MO.W1:75)</p> <p>Petunjuk dan standar yang dipaksakan membuat beban pekerjaan bertambah. (MO.W1:44)</p>
	Konflik	Hal-hal di luar kemampuan narasumber yang menimbulkan perbedaan persepsi antara desainer dengan orang lain.	<p>Beraneka ragam karakter dan kemauan klien menyebabkan desainer senior menurunkan idealis mereka. (WS, W1:26)</p> <p>Kurangnya bentuk apresiasi dari klien terhadap desainer oleh beberapa oknum klien membuat desainer</p>

			<p>mengikuti realita yang ada. (WS, W1:30)</p> <p>Beberapa klien membandingkan para desainer dengan harga yang lebih murah karena pemahaman mereka yang berbeda-beda. (WS.W2:103)</p> <p>Atasanku kurang menyukai melihat desainer grafis terkesan santai dan memberikan tambahan pekerjaan sehingga kelayakan kerja kurang baik dan kurang adil. (MO.W1:70)</p>
	Persaingan	Permasalahan yang timbul karena faktor pasar dan lingkungan yang menambah pikiran desainer grafis.	<p>Faktor Yogyakarta dengan banyak perguruan tinggi dan kota budaya menjadikan banyak pemula memulai disini. (WS, W1:22a)</p> <p>Persaingan yang terjadi juga karena pemanfaatan kemajuan teknologi berupa marketplace untuk menawarkan jasa desain</p>

			<p>dengan harga yang jauh di bawah harga standar.(WS.W2:97c)</p> <p>Harga yang dipasang di marketplace jauh dari standar umum. Namun perbedaan harga ini juga bergantung dari strata rumah kreatifnya. (WS.W2:101)</p> <p>Target pasar. Trend dan perusahaan menyebabkan mengesampingkan idealis dan seni apabila mengutamakan penjualan. (WS.W2:113)</p> <p>Secara wawasan desainer grafis dengan latar belakang umum memang lebih merasakan tekanan dan persaingan daripada desainer berlatar belakang seni. (MG.W1:40)</p>
	Manajemen waktu	Manajemen waktu yang kacau sehingga menyebabkan bertambahnya	Stres kerja yang dialami bersumber dari tidak tertatanya penyelesaian karena terlalu banyak

		<p>tekanan dan beban kerja desainer grafis karena antrian yang bertumpuk.</p>	<p>klien. (MG.W1:34)</p> <p>Hal yang menjadi minus dikantorku adalah menerima semua pekerjaan tanpa melihat antrian deadline sehingga menambah beban kerja. (MO.M1:30)</p> <p>Batasan-batasan yang mengurangi proses Kreativitas desainer disebabkan sedikitnya waktu pengerjaan. (MO.W1:38)</p> <p>Manajemen waktu yang tidak tertata dan mudahnya menerima tawaran pekerjaan menjadikan desainer grafis rentan stress dan tidak mengutamakan Kreativitas. (MO.W1:40a)</p> <p>Menjadi desainer agency proses pengerjaannya berbulan-bulan berbeda dengan freelance yang memiliki waktu banyak untuk proses pengerjaan</p>
--	--	---	--

			desain. (MO.W1:82)
<i>Curiosity</i>	Proses Belajar	Bentuk tindakan dari meneruskan rasa penasaran dalam belajar hingga menekuni desain grafis.	<p>Subyek memaparkan bahwa lingkungan pada masa perkuliahan mendukungnya untuk memperdalam desain grafis. (WS, W1:12)</p> <p>Kota Pendidikan dan budaya menjadikan banyak mahasiswa berbagai latar belakang pendidikan yang beragam mencoba dan penasaran dengan desain grafis. (WS, W1:22b)</p> <p>Hasil belajar sewaktu masih masa sekolah, adanya wadah untuk berkarya dan rasa ingin tahu yang cukup tinggi merupakan tahap awal menekuni desain grafis. (MG.W1:15a)</p> <p>Menerjuni desain grafis karena untuk mengisi waktu dan mendapatkan</p>

			informasi pekerjaan dari teman kuliah. (MO.W1:16)
Kontrol Diri	Mood	Suasana disekitar lingkungan desainer grafis yang mempengaruhi kestabilan mood dan emosi desainer.	<p>Mood yang bagus dan apresiasi pekerjaan mendukung desainer untuk memaksimalkan Kreativitasnya. (WS.W2:56)</p> <p>Mood berpengaruh pada desainer untuk mengeluarkan Kreativitasnya. (MG.W1:47b)</p> <p>Klien dengan latar belakang dan pemahaman seni yang beragam mempengaruhi desainer grafis dalam menjaga mood untuk memaksimalkan Kreativitas desain. (MG.W1:55)</p> <p>Terlalu banyak revisi dan bertumpuknya pekerjaan menjadikan mood semakin jelek. (MO.W1:40b)</p>

	<p>Motivasi</p>	<p>Dorongan dari diri narasumber untuk menyelesaikan dan menunjukkan Kreativitas berkarya.</p>	<p>Pandemi virus Corona-19 berdampak pada perkembangan bisnis desain grafis.(WS,W2:97)</p> <p>Kehadiran rumah kreatif berusaha untuk membantu <i>branding</i> usaha dan ekonomi masyarakat. (WS,W2:97b)</p> <p>Subyek merasa bekerja dengan berorientasi pada materi atau uang untuk menonjolkan Kreativitasnya. (MG.W1:54)</p> <p>Lebih baik menyelesaikan pada hari yang sama daripada menunggu besok karena risiko yang disebabkan bertumpuknya pekerjaan. (MO.W1:73)</p>
--	-----------------	--	--

Tabel Wawancara

Nama : Wisnu Sulaindra (WS)
 Tanggal : 12 Juni 2021
 Lokasi : Sintesia Coffe & Space
 Waktu : 19:15 sampai 20:35 WIB
 Kode : Inisial/Wawancara 1/No Urut
 : WS.W1:No Urut

Refleksi	Personal	Verbatim	No	Analisis	Koding	Sub Kategori	Kategori
19:21 WIB	P	Bisa dimulai ya nu?	1				
	S	Bisa mutt, gimana-gimana	2				
	P	Jadi gini nu, aku lagi penelitian terkait dinamika diri kreatif dari desainer grafis, jadi bakal membahas pemahaman sama tantangan kamu jadi desainer.	3				
	S	Menarik, terus ?	4				
	P	Nah untuk pertanyaan pertama aku mau Tanya desain grafis menurutmu itu seperti apa?	5				
	S	Desain grafis kalau menurutku sih salah satu bentuk seni rupa yang menggunakan ilustrasi atau gambar untuk dijadikan	6	Penjelasan makna desain grafis dari sudut pandang dan pemahan narasumber.	Desain grafis adalah bentuk penyampaian pesan dan ide seniman.	Pemikiran	Makna Desain Grafis

		sebagai media penyampaian pesan atau bisa juga ide dari seniman itu sendiri. Secara umum kalau menurutku sih seperti itu.			(WS.W1:06)		
	P	Hanya itu saja nu?	7				
	S	Secara dasar untuk mudah dipahami gitu mut	8				
	P	Lalu kalau kamu sendiri sudah berapa lama menekuni desain grafis? Oh iya sama latar belakang pendidikanmu seni rupa kan ya?	9				
	S	Bukan mut aku kuliah jurusan fisika. Kalau menekuni untuk belajar sudah dari SMP sekitar tahun 2012 kalau tidak salah ingat, tapi untuk menjadi alternatif nyari uang baru dua tahun ini.	10				
	P	Boleh tau prosesnya engga sampai dapat pekerjaan dari desain ini?	11				
	S	Awalnya sih karena pengembangan minat dan sering lihat karya temen, terus penasaran tertarik gitu. Kadang pas di UKM yang	12	Proses dari subyek untuk menjadi desainer sudah ditekuni dalam waktu yang lama dan didukung dengan lingkungan yang	Subyek memaparkan bahwa dalam lingkungan dalam masa	Proses Awal	

		kuikuti juga sering mengadakan senirupakan salah satunya bikin desain. Nambah wes minatnya. Kalau untuk pekerjaan sih karena ada info dari teman mau buka rumah kreatif, awalnya hanya sebatas membantu tapi jadinya kerja bareng		meningkatkan rasa penasaran (<i>Curiosity</i>) darisubjek.	perkuliahannya mendukungnya untuk memperdalam desain grafis. (WS.W1:12)		
	P	Terus bagian apa jadinya ndek situ ?	13				
	S	Awalnya desainer sama fotografinya, terus sudah 3 bulan ini jadi bagian marketingnya	14				
	P	Terus kalau menurutmu piye perkembangan desain di Yogya ?	15				
	S	Perkembangan apanya ini mut? Pekerjaannya atau alirannya?	16				
	P	Iya semacam itu ranah industri ne sih nu	17				
	S	Sebetulnya ini merupakan salah satu keresahan sih. Persaingan Kreativitas dalam lingkup area Yogyakarta	18	Subjek mencoba menjelaskan persaingan pekerjaan desainer grafis di Yogyakarta dengan	Subjek mencoba menjelaskan persaingan kerja desainer grafis di	Tantangan	Persaingan pekerjaan.

		sendiri terdapat dua sudut pandang yang harus dilihat terlebih dahulu untuk menjawab pertanyaan itu,		melihat dari dua sisi sudut pandang.	Yogyakarta. (WS.W1:18)		
	P	Sudut pandang bagaimana dan seperti apa ?	19				
	S	Sudut pandang kemampuan atau skill dankuantitas mut. Kalau dari sudut pandang kemampuan maka dalam lingkup jogja bisa dikatakan kompeten khususnya bagi pemula yang baru terjun dalam dunia bisnis desain visual. Karena mereka masuk dalam kategori sudut pandang kemampuan (<i>skill</i>) yang menjadi motivasi dalam beradu Kreativitas di karya desain. Lebih kearah persaingan antar pemula-dengan pemula, maupun senior terhadap pemula untuk memberikan idealis mereka dalam karya.	20	Penjelasan lebih rinci mengenai dua sudut pandang dalam memahami perkembangan pekerjaan desain grafis di yogayakarta yaitu dar sudut pandang skill dengan mempelombakan idealis mereka antar sesama pemula maupun senior-pemula.	Subjek menjelaskan apabila membahas dinamika perkembangan desainer grafis dari sudut pandang kemampuan yang lebih didominasi idealis berseni. (WS.W1:20)	Kreativitas	Idealisme dan Pemikiran.
	P	Menurutmu kenapa bisa berpendapat begitu?	21				

	S	Hal ini engga lepas dari Yogyakarta sendiri mut sebagai pusat pembelajaran seni di Indonesia khususnya Pulau Jawa, sehingga didapati pada lingkungan Jogja sendiri lebih banyak regenerasi desainer visual amatir yang baru memulai perkerjaan ini. Dan persaingan ini diperkuat dengan banyaknya media digital di mana tidak sedikit dari mereka (pemula) yang tidak memiliki latar belakang seni penasarannya untuk belajar desain grafis mut.	22	Penjelasan subjek bahwa faktor julukan Yogyakarta dengan kota pendidikan ditambah juga pusat budaya jawa menjadikan banyak desainer yang belajar di kota ini serta menerjuni desain grafis sebagai langkah awal. Sehingga regenerasi desainer grafis cukup tinggi.	Subjek merasa faktor yogayakarta dengan banyak perguruan tinggi dan kota budaya menjadikan banyak pemula memulai di kota ini (WS.W1:22a) Kota pendidikan dan budaya menjadikan banyak mahasiswa berbagai latar belakang pendidikan yang mencoba dan penasaran dengan desain grafis (WS.W1:22b)	Persaingan <i>Curiosity</i>	Sebab-asal munculnya persaingan yang tinggi. Rasa penasaran menjadi faktor banyaknya desainer dengan latar belakang non-seni
	P	Lantas untuk sudut pandang kuantitas itu kayak gimana sih?	23				
	S	Untuk sudut pandang ini lebih kearah kuantitas dalam artian	24				

		mempertahankan klien sebagai pemasukan. Biasanya hal ini terjadi pada desainer grafis yang sudah lebih senior atau memiliki jam terbang tinggi di daerahYogya.					
	P	Aku masih agak bingung nuu, maksude kayak gimanayo ?	25				
	S	Bentar tak nyari kata-kata yang pas gini kalau menurutku desainer senior lebih menghargai klien yang dipegang, lebih mengutamakan mengamankan kepercayaan dari klien. Karena klien kadang-kadang ada yang lebih idealis dan banyak mau dari pada desainernya sendiri mut	26	Subjek mencoba menjelaskan detail dari sudut pandang mengikuti kuantitas. Dimana menurut subyek dalam sudut pandang ini lebih mengamankan sumber pemasukan dari berbagai karakter dan latar belakang klien.	Beraneka ragam karakter dan kemauan klien menyebabkan desainer senior menurunkan idealism mereka (WS.W1:26)	Konflik	
	P	Jadi lebih dikatakan menurunkan idealis agar tidak kehilangan sumber pemasukanya?	27				
	S	Iyaa seperti itu mutt	28				
	P	Eh tapi kok yang senior malah lebih nurunin idealisnya nu? Gimana to?	29				
	S	Karena menurutku, desainer	30	Penjelasan alasan detail	Kurangnya bentuk	Konflik	Penghargaan,

		<p>atau ilustrator yang sudah bekerja lebih lama di area Yogyakarta masih sedikit klien yang bisa menghargai proses bisnis seni desain visual secara layak. Persaingan harga yang sering merusak pasaran masih banyak dilakukan klien yang berada di area Yogyakarta. Biasanya mereka itu punya pola pikir '<i>yang penting bagus dan murah</i>'.</p> <p>Kayak gitu itu tuh yang bikin patah semangat dan malas untuk idealis, ya biasanya yang senior lebih mengedapankan realita aja sih, atau ada juga yang menyeimbangkan idealis dengan realita di lapangan.</p>		<p>dari sudut pandang klien mengapa desainer grafis senior menurunkan standar idealis mereka seperti perusakan harga pasar oleh klien.</p>	<p>apresiasi dari klien terhadap desainer oleh beberapa oknum klien membuat desainer mengikuti realita yang ada (WS.W1:30)</p>		<p>Reward dan Mood</p>
--	--	---	--	--	--	--	------------------------

	P	Gitu itu mempengaruhi mood banget yo?	31				
	S	Iya mut banget, pengaruh banget. Belum lagi kadang susana dikantor atau buntu saat ngerjain...	32				
	P	Terus?	33				
	S	Selain tadi masalah klien, aku sih udah ikut realita aja, jadi untuk masalah klien enggak terlalu kerasa buat aku. beda sama anak baru ya mut, biasane mereka para pemula masih dengan idealis tinggi lan ora gampang goyah. Kadang yang kayak gitu malah mematikan mereka sendiri, bikin mereka tertekan sendiri dan belum lagi kadang suasana kantor. Ya kalau suasana kantor aku sih ikut terasa ya, ya sebagai tim marketing kadang juga nyambi desainer jadinya pekerjaan dobel.	34	Penjelasan detail bahwa subjek sudah lebih mengikuti katerogi kuantitas dimana tidak terlalu ikut dengan idealis dan menjelaskan pendapat subjek bahwa terlalu ikut idealis rawan menyusahkan diri sendiri dalam proses pekerjaaannya, karena masih ada faktor lain yang menyebabkan bertambahnya tekanan.	Terlalu mengikuti idealis dalam ranah pekerjaan dan Susana kantor menjadikan rawan menyebabkan muncul tekanan kerja. (WS.W1:34)	Pemikiran	Pemikiran dan Tekanan
	P	Iku nambahin beban kerjamu ya nu?	35				

	S	Agak nambahin beban mut kalau deadline mepet sama banyak yang harus dikerjain.	36				
	P	Terus kalau dari kamu sendiri dengan kondisi yang jobdeskmu sendiri kadang dobel, itu kamu gimana biar tetap bisa nyelesaiin jobnya?	37				
	S	Kalau untuk job sih ya mut, kalau sebagai marketing aja aku agak nyante sebenarnya, karena kalau marketing itu selain buat masarin rumah kreatif kita ya, itu kerjaan lainnya jadi penengah antara klien dengan maunya yang kayak apa terus kita jelasin ke desainer, jadi peranku kalau sebagai marketing bisa dikatakan gampang-gampang susah. Ya paling susah pas jelasin maunya klien yang tipikal ngeyelan atau kalau sudah mepet deadline baru aku turun tangan ngebantu desainernya.	38	Subjek menjabarkan dengan detail jobdesk dia dalam rumah kreatif sebagai marketing dalam rumah kreatifnya yaitu salah satunya menjadi penengah antara klien dengan desainer.	Dibutuhkan pemahaman akan seni dan komunikasi yang baik agar mampu menjelaskan suatu konsep dari klien ke desainer. (WS.W1:38)	Cara Kerja (Pemikiran) Cara berkomunikasi	Kreativitas
	P	Berarti harus paham sama kreatif yo ?	39				
	S	Iyaa mau gak mau harus bisa	40				

		gitu mut					
	P	Terus gimana sih caramu biar desainernya atau kamu sendiri kalau ngerjain bisa ngeluarin kreatifnya desainer dengan konsep yang dari klien?	41				
	S	Pertama sih harus dari waktu seleksi buat kerjanya sih mut, biasanya kalau aku liat e di portofolio mereka dulu kayak apa, kreatif engga portofnya dia	42				
	P	Hanya lihat dari hasil portofolionya ya?	43				
	S	Untuk langkah atau tahap penerimaan iya, kalau karya portofolionya menarik, kami Tanya-tanya dulu konsep dari karya dia apa, di test wawasan desain, kalau sudah cukup paham baru diterima, yah setidaknya dengan adanya portofolio tadi kita tau kemampuan dan pemahaman dia sampai mana untuk dapat project.	44	Menurut subyek langka awal untuk menilai Kreativitas seseorang dimulai dari menilai hasil portofolio mereka, sehingga kita mampu mengetahui seberapa paham desainer dengan desain itu sendiri.	Portofolio desainer mampu menggambarkan Kreativitas dan pemahaman akan desain. (WS.W1:44)	Cara Kerja Proses Kreatif	Kreativitas
	P	Terus cara untuk mendorong kreatif it muncul gimana? Kan kita udah tau tuh seberapa	45				

		jauh kemampuan Kreativitas sama pemahamannya					
	S	Kalau ada konsep nih, kita bagi tugas mut siapa yang ngerjain, ya karena kita juga masih belum lama buka rumah kreatif ini. Semisal ada project, aku kan udah ketemu sama kliennya maunya kayak apa, dari itu biasanya akan di breakdown ke forum, bisa engga buat kayak gini? Terus nyari iklan atau desain lain buat refrensi, tapi tetep patokannya engga jauh dari maunya klien dibikinkan karya kayak apa	46	Subyek menjelaskan cara kerja dan cara memunculkan Kreativitas lewat diskusi bersama dengan cara membreakdown konsep desain.	Cara untuk memicu Kreativitas dilakukan dengan membedah konsep awal dan mencari refrensi lain untuk mendukung Kreativitas. (WS.W1:46)	Proses Kerja	Kreativitas
	P	Gitu aja ?	47				
	S	Ada sih faktor lainnya, ada korelansinya	48				
	P	Kayak gimana?	49				
	S	Pentingnya tim marketing jadi penengah klien sama desainer. Harus bisa paham maksud klien sama bisa nyampein dengan jelas ke desainer. itu job lain selain mikir marketing dari rumah kreatif dan pengaruh e besar ke	50				

		kreatif sama mood desainernya.					
--	--	--------------------------------	--	--	--	--	--

Tabel Wawancara

Nama : Wisnu Sulaindra (WS)
Tanggal : 27 November 2021
Lokasi : Halaman Gedung Student Center Universitas Negeri Yogyakarta
Waktu : 16:30 sampai 17:43 WIB
Kode : Inisial/Wawancara 2/No Urut
: WS.W2:No Urut

Refleksi	Personal	Verbatim	No	Analisis	Koding	Tema/Kategori	Sub-Kategori
16:30 WIB	P	Sorry jadi bikin kamu nunda ke magelang nu	51				
	S	Gapapa mut, habis maghrib aku ke magelangnya	52				
	P	Langsung aja iki yo?	53				
	S	Oke	54				
	P	Mau bahas mood se, kalau menurutmu masalah harga apa bisa ngaruh ke Kreativitas e desainer engga?	55				
	S	Bisaa bisa banget iku Biasane bayarane segini, suatu	56	Faktor mood menjadi berpengaruh terhadap munculnya Kreativitas	Mood yang bagus dan apresiasi pekerjaan yang	Mood dan Apresiasi	Faktor Pendorong

		saat ada project lagi dengan bayaran harga lebih murah, seharusnya kita berani menolak aja kalau itu bikin mood malah engga nyaman. Walaupun rayuane kayak apa, karena biasane kalau diterima malah nurunin kualitas tapi seringnya malah overtime selesainya.		dari desainer grafis yang salah satunya disebabkan oleh ulah klien.	baik mendukung desainer untuk memaksimalkan Kreativitasnya. (WS.W2:56)		Kreativitas
	P	Malah bukan nurunin kualitas?	57				
	S	Iyaa seringnya ditemui sih apalagi di tempatku sempet terjadi kayak gitu lebih milih molor nyelesaiinya, yaa kayak bayar segini mintanya kok akeh men	58				
	P	Itu terjadi di mindset e desainer e berarti ?	59				
	S	Hooh iyo, kadang ada yang gitu	60				
	P	Tapi memang jarang yo yang nurunin kualitas karena harga?	61				
	S	Jarang ditemui, karena yakpa-yakpa yang bakal dicatet nama e sama klien ya	62				

		namanya dia, jadi kalau udah kena serangan harga gitu moodkan bete, lebih milih ngorbanin waktu telat dikit daripada nurunin kualitas.					
	P	Itu umum terjadi yo?					
	S	Iyaa, tapi ada yang lebih bagus sebenarnya. Tergantung orang-orangnya . harusnya kalau sudah deal yawes sesuai kesepakatan awal, baik penjelasan konsep, tenggat waktu sama berapa kali revisi.	63				
	P	Loh revisi itu dijatah juga?	64				
	S	Iya no, kalau engga dijatah malah molor terus karena revisian yang engga puas-puas, takutnya malah glambyar jauh dari konsep awal cuma karena banyak revisi terus-terusan	65	Subjek menjelaskan bahwa dalam menjaga suasana bekerja, dalam akad awal perlu diperjelas detail dari proses pengerjaan desain demi kelancaran pembuatan desain.	Perlunya persetujuan teknis pengerjaan dengan detail pada saat akad di awal kerjasama. (WS.W2:65)	Cara Kerja	<i>Behavior</i>
	P	Ohh baru tahu aku malah kalau ada kesepakatan revisi selain deadline e kapan	66				
	S	Harus tetep ada dong, kalau ditempatku awalnya engga dipake, tapi akhir-akhir ini	67				

		dipake.					
	P	Terus kreatif itu gimana? Dari sudut pandangmu sendiri sih.	68				
	S	Jelas pertama kita lihat karyanya, salah satunya dulu pernah kubahas kayaknya yang portofolio, kedua konsisten.	69				
	P	Konsisten?	70				
	S	Iya konsisten, kalau sudah konsisten berkarya. Terus skill juga jelas. Missal aku bisa buat karya karakternya ini, bisa juga engga buat karya dengan karakter lain, terus punya ide-ide yang baru juga enggak? Kalau aku sukanya mereka yang punya ide-ide dan punya berbagai macam karakter. Ini aja ada dua sisi melihatnya, kalau dari sisi seniman hal ini kurang bagus tapi kalau buat kerja di industri kreatif ini malah bagus.	71	Subyek menekankan faktor konsistensi dalam menjalani pekerjaan , berkarya dan skill dari desainer menjadi kriteria agar masuk kreatif.	Konsistensi dan skill akan saling terkait dan menguatkan Kreativitas dari desainer grafis. (WS.W2:71)	Cara Kerja	<i>Behavior</i>
	P	Ohh berbarti ada dua ranah berbeda yo kalau bags industri kreatif sama seni murni?	72				

	S	Iyaa bedaa, yang bagus lagi dia punya karakter tapi masih bisa ngikuti pasar.	73				
	P	Orang-orang kayak gitu banyak po?	74				
	S	Dikatakan banyak apa engga sebenarnya kalau aku pribadi nemunya sedikit yang bisa ngimbangi idealisnya dengan selera pasar. Kalau umumnya orang dengan tipikal gini kliennya sedikit karena satu tadi dia masih punya idealis dan target pasar mereka juga sedikit karena seleranya sama. Yahitu its oke lah	75				
	P	Ohh heem....	76				
	S	Kayak dulu aku pernah, ikut kelas portofolio reviewnya Anton Ismael di Kelas Pagi Yogya. Ada satu portofolio yang dia suka, yang isinya karya-karya untuk bisnis dan karya jenis aliran lain untuk havefun. Nunjukin bisa meguasai aliran ini, tapi juga terdapat lain untuk berkarya dan itu om Anton suka. Jadi secara skill dia sudah bisa dan paham tapi dia bisa memilih	77				

		untuk dijadikan pekerjaan.					
	P	Berarti yang kamu maksud ini tipikal orang bisa semua?	78				
	S	Iyess, tapi lebih tepatnya dia tadi bisa memilih aliran atau karakter yang banyak dia kuasai. Minimal paham teorinya.	79				
	P	Itu wes masuk kreatif?	80				
	S	Iya strata tinggi, harusnya standart seperti itu. Kalau mau jadi orang kreatif harus bisa gitu, paham skill dan wawasan ngerti	81	Menurut subyek tingkatan kreatifitas yang tinggi adalah desainer atau seniman yang memahami skill, teori dan juga berwawasan dan berliterasi seni yang luas.	Desainer yang kreatif adalah desainer yang memiliki kombinasi pengetahuan akan teori, kemampuan dan wawasan atas desain. (WS.W2:81)	Pemikiran	Kreativitas
	P	Orang klien kan berbagai karakter dan pemahaman seni, ada yang ngeyel atau semacam yang paham. Dari kamu gimana sih biar mereka engga lepas padahal mereka tadi juga pengaruh ke mood kerja desainer tapi kamu tetep ngimbangi bentuk	82				

		Kreativitas?					
	S	Ini lebih ke bentuk komunikasi yang kita pakai. Gini karena bahasa orang kreatif atau desainer berbeda dengan orang paham. Okelah kalau paham seni itu hal mudah, tapi kalau ketemu orang yang awam itu engga ngeri. Jadi desainer merasa mereka perlu diberi wawasan, sedangkan klien belum paham jadinya kadang ngeyel, makanya perlu dijelaskan dengan bahasa yang mudah dimengerti, kadang juga bahasanya pakai bentuk visual karena kita juga bahas visual to..	83	Penjelasan pengaruh bahasa untuk berkomunikasi antara desainer dan klien berdampak terhadap proses Kreativitas dan kelancaran berkarya.	Bahasa desainer atau orang kreatif dan bahasa klien itu berbeda, maka dari itu perlu adanya bentuk komunikasi yang sama-sama mudah dipahami guna mendukung proses Kreativitas desainer. (WS.W2:83)	Komunikasi	Cara Berkomunikasi antar klien dan desainer.
	P	Latar belakang pendidikanmu bukan seni, terus apa ada bibit atau konflik engga sih dengan desainer yang latar belakang seni.	84				
	S	Di lihat dari latar belakang seni ini ?	85				
	P	Iyaa, kan semisal diatas kertas harusnya orang dengan latar belakang seni lebih kreatif	86				

		dari yang non-seni misalnya					
	S	Dari faktor latar belakang, aku belum lihat faktor kayak gitu seh. Dilihat dari apa yang dia mengerti dan dia hasilkan. Missal latar belakangmu apa?? Kalau bahas buat pekerjaan kalau portoflionya bagus yang yang bagus yang menang, tanpa melihat latar belakangnya ya.	87	Subyek menjelaskan berdasarkan pengalaman dia berkerja sebagai desiner belum menemukan kasus penerimaan kerjadan Kreativitas hanya berdasarkan latar belakang pendidikan saja, namun menurut dia lebih mengutamakan melihat hasil dari portofolio mereka.	Latar belakang pendidikan tidak menjadi faktor utama untuk menilai Kreativitas. (WS.W2:87a) Portofolio menggambarkan seberapa jauh Kreativitas , teknik, dan pemahaman desainer itu sendiri. (WS.W2:87b)	Barometer Kreativitas	Kreativitas
	P	Ada engga sih project yang bikin kamu effort lebih ? baik konsep atau pengerjaanne?	88				
	S	Kalau dari aku, kalau pengetahuan sih bisa dicari bareng-bareng, dibreakdown bareng. Teknik bisa dipelajari dan dilihat bareng. Kalau alat kita ngitung dari klien. Kalau effortnya sih lebih ke waktunya sih, ke momen.	89	Penjelasan terkait proses cara kerja dalam membuat karya desain yang diawali dari membreakdown atau mengupas tuntas konsep dan teknis dari desain yang akan dibuat secara	Pengetahuan tentang seni bisa dicari bersama sama dan bagian dari proses, namun untuk menguatkan kreativitas perlu	Cara Kerja	Komunikasi

		Kayak missal ke isu-isu yang sensitif. Aku takut ke mental sih. Ada sedikit membani hati kalau ada apa-apa		bersama-sama.	diskusi untuk membahas konsep desain yang akan dibuat. (WS.W2:89)		
	P	Jadi lebih ke bidang yang kamu gak kuasai?	90				
	S	Yang bikin ragu-ragu.	91				
	P	Kalau cara untuk tetap menjaga atau meningkatkan Kreativitas dengan kondisi tekanan yang bermacam-macam menurutmu gimana?	92				
	S	Itu tergantung orangnya sendiri, tapi dibantu dengan adanya SOP. Kita pelajari SOP yang ada dengan detail. Klien ngepres? Lihat lagi kesepakatan sesuai SOP. Kalau desain e telat dari persetujuan bersama ya salah e desainer. Tapi lek revisi berapa kali harusnya ikut SOP dan kesepakatan awal.	93	Subyek merasa penting dan perlu adanya SOP dalam pekerjaan desain grafis yang sesuai dengan standart dan ciri khas dari rumah kreatif yang dia ikuti. Hal ini dikarenakan SOP akan menata dan membuat kerja lebih rapi sehingga meminimalisir stress kerja.	Adanya SOP harus disepakati di awal kontrak atau project dengan klien guna membuat kerja lebih rapi dan sama-sama diuntungkan. (WS.W2:93)	Cara Kerja	Komunikasi
	P	SOP penting yo ?	94				
	S	Iyaa penting pol	95				

	P	Oh ya terakhir ada lagi yang ngaruh ke kreatifitas di industri kreatif? Kan kamu juga marketing yang nyambi desain juga.	96				
	S	Ada, uniknya di pandemic. Awal-awalnya banyak yang down, tapi akhir-akhir ini banyak yang naik juga. Kita bagi rumah kreatif ya membantu orang-orang membranding usaha mereka, media sosial dagangan mereka. Tapi yang bikin lucu sih desainer-desainer template. Harga murah pol dengan template canva-canva gitu, dijual di marketplace dengan harga murah. Iku Hal Unik dan lucu bagiku, soale desain-desain template lucu dan harga murah. Ya kalau profesional sih tau lah hargane segitu dapetnya seperti apa.	97	Pandemi berdampak pada bisnis desain grafis dan kembali menjadi sebuah ranah persaingan dan membuka peluang pada akhir-akhir ini dimana dibutuhkan oleh masyarakat yang tidak jauh dari marketing dan media sosial. Persaingan yang ada ini juga terdapat yang cukup unik bagi subyek.	Pandemi virus Corona-19 berdampak pada perkembangan bisnis desain grafis. (WS.W2:97a) Rumah Kreatif berusaha untuk membantu membranding usaha dan ekonomi masyarakat (WS.W2:97b) Persaingan yang terjadi juga karena pemanfaatan kemajuan teknologi berupa <i>marketplace</i> untuk	Kebutuhan jasa desain grafis. Pemanfaatan kemajuan teknologi	Kreativitas

					menawarkan jasa desain dengan harga yang jauh dibawah harga subyek. (WS.W2:97c)		
	P	Itu Unik dan lucu ?	98				
	S	Iya	99				
	P	Ngerusak pasaran harga engga sih kayak gitu?	100				
	S	Kalau bahas harga harus e detail, tapi biasanya mereka pasang harga puluhan ribu untuk satu desain, sedangkan biasanya untuk satu pengelolaan sosmed dengan 12 feed biasanya sampe 1,5 juta. Tapi lihat juga strata e dari rumah kreatifnya.	101	Subyek menegaskan bahwa perbandingan harga milik usaha subyek dengan mereka desainer yang berbasis penjualan di marketplace dengan desain template cukup jauh.	Harga yang dipasang marketplace jauh dari standart umum. Namun untuk perbedaan harga ini juga bergantung dari strata rumah kreatifnya. (WS.W2:101)	Persaingan Harga	Persaingan
	P	Itu tantangan tersendiri yo ?	102				
	S	Kita sebetulnya bukan menghadapi desainer kayak gitu, tapi dengan klien yang membanding kita dengan mereka. Kita harus jelasin ke klien dengan harga segitu	103	Subyek memperjelas yang menjadi keresahannya lebih ditekankan pada klien-klien yang membandingkan dengan	Beberapa klien membandingkan dengan desainer dengan harga yang lebih murah karena	Komunikasi dan tekanan oleh klien.	Tekanan Kerja

		mereka dapet apa. Ada juga pernah aku lihat jasa desain interior atau arsitektur gitu, iklannya jasa desain arsitektur profesional harga 3000-20.000 per meter.		desainer template di marketplace.	pemahaman mereka yang berbeda-beda. (WS.W2:103)		
	P	Hah serius? Harusnya berapa emang?	104				
	S	Harusnya kalau bener-bener profesional ada standarnya sih, missal 300.000 per meter	105				
	P	Itu udah termasuk jadi?	106				
	S	Iyaa semua prosesnya, lucu aja sih	107				
	P	Orang kayak gitu kreatif engga menurutmu?	108				
	S	Kalau menurutku juga termasuk kreatif.	109				
	P	Loh kok bisa? Kan oknum-oknum desainer template copy-paste toh?	110				
	S	Iyaa kreatif sih aku menilai. Mereka kreatif dengan kuantitas, bisa dapetin pasar dengan template dia yang kadang copy-paste di canva atau pinterest. Dikatakan	111	Subyek menilai mereka desainer template yang berjualan di marketplace dengan harga yang sangat murah termasuk kreatif	Desainer Template juga termasuk kreatif karena usaha mereka juga memiliki minat	Cara Kerja dan Pemasaran	Kreativitas

		kreatif ya bisa-bisa aja karena nyatanya laku-laku aja, bisa nyari peluang.		dengan cara penjualan mereka.	dan pasar tersendiri. (WS.W2:111)		
	P	Kalau ke seni atau prosesnya?	112				
	S	Enggak dong. Kita bisa lihat itu-itu aja. Kalau masalah apa engganya ya biasa aja. Kalau kita mau kuantitas ya kita belajar yang ngetrend apa, dibrain storming. Kita mau kuantitas harga murah tapi banyak atau kualitas harga besar tapi sedikit karyanya.	113	Subyek merasa biasa dan berpendapat bahwa desainer template kreatif karena memperhatikan faktor eskternal lain seperti <i>trend</i> terkini dan target pasar mereka mengutamakan kuantitas.	Target Pasar dan perusahaan berbeda-beda, dan akan mengesampingkan idealis dan seni apabila mengutamakan penjualan. (WS.W2:113)	Cara Kerja	Kreativitas
	P	Sawang-sinawang ya beratti	114				
	S	Iyaa begitulah mut	115				
	P	Okee sudah cukup kayaknya nuu	116				
	S	Sudah po?	117				
	P	Iyaa kurasa sudah cukup ini datanya. Terima kasih sebelumnya yaa nu	118				
	S	Okee mut sama-sama.	119				

Tabel Wawancara

Nama : Muhammad Gizka (MG)
 Tanggal : 10 Juni 2021
 Lokasi : Pelataran Puan Kopi dan Tumbuh Bantul.
 Waktu : 14:00 sampai 15:43 WIB
 Kode : Inisial/Wawancara 1/No Urut
 : MG.W1:No Urut

Refleksi	Personal	Verbatim	No	Analisis	Koding	Sub-Kategori	Kategori
14:15	P	Sini giz aku di café yang belakang	1				
	S	Halo mut yakpa kabare?	2				
	P	Baik giz,	3				
	S	Di Yogya mulai kapan ?	4				
	P	Baru tadi pagi nyampe naik bis, sorry banget kalau ngerepoti acaramu hari ini loh	5				
	S	Gapapa, ini jadi wawancara kan ya?	6				
	P	Iya, Langsung aja ya	7				
	S	Okeyy, gimana gimana?	8				
	P	Jadi aku kan lagi penelitian, lah yang kuangkat itu tentang dinamika diri kreatif desainer grafis, kamu katane di telpon kemaren sekarang sibuk	9				

		desain kan?					
	S	Iyaa desain dan ikut rumah kreatif di daerah Congdong Catur.	10				
	P	Jadi aku mau tanya buat pertama, Desain menurutmu itu gimana sih?	11				
	S	Desain menurutku sih lebih ke karya lukis tapi terdapat pesan yang ingin disampaikan secara jelas, jadi engga terlalu abstrak seperti seni lukis pada umumnya. Pesan yang diambil juga biasanya tentang sesuatu yang diinginkan oleh orang lain sih kebanyakan.	12	Pengertian desain grafis dari sudut pandang subyek	Desain Grafis adalah karya seni lukis yang berisi pesan yang ingin disampaikan oleh seniman atau juga diinginkan oleh orang lain. (MG.W1:12)	Pemikiran	Makna Desain
	P	Terus kamu udah berapa lamaa kalau boleh tau jadi desainerr grafis?	13				
	S	Wah kalau itu sih agak lamaa yaa, maleh cerita iki aku gapapa?					
	P	Iyaa gaopo santai	14				
	S	Jadi kalau desain lebih karena dulu pas SMA ikut ekstrakurikuler jurnalistik, jadi ya desain seadane buat majalah dan penasarannya. Dan	15	Subyek menjalani proses desain grafis sudah sejak masa sekolah namun baru terasah dan dikembangkan saat masa	Hasil belajar sewaktu masih masa sekolah, adanya wadah untuk berkarya	<i>Curiosity</i>	Proses Berkarya Desain Grafis

		waktu kuliah didukung karena ada mata kuliah yang bahas desain sih. Terus karena minat udah lama dan dapat kesempatan kerja di agency juga. Sama faktor kegiatan di kampus yang diikuti aku jadi bagian humas dan infokom, jadi ya main desain-desain buat akun media sosialnya organisasi dulu. Gitu mut.		studi perkuliahan serta organisasi di kampus.	dan rasa ingin tahu yang tinggi merupakan tahap awal menekuni seni desain grafis. (MG.W1:15a) Adanya materi dalam perkuliahan dan kegiatan kampus yang mengharuskan untuk tetap menjalankan desain grafis memicu untuk mengembangkan pengetahuan desain grafis. (MG.W1:15b)	<i>Behavior</i>	
	P	Terus perkembangan di Yogyakarta perihal desain itu kayak gimana?	16				
	S	Perkembangan desain? Sebenarnya agak rancu sih kalau bahas perkembangan ini, ada yang bilang desain dan ilustrator berbeda, jadi mau dilihat dari mana e kalau	17	Subyek menjelaskan bahwa dalam perkembangan desain grafis di Yogyakarta dilihat dari dua hal, desain sendiri dan	Desain grafis dan Ilustrator merupakan dua bidang yang berbeda namun keduanya memiliki	Pemikiran	Makna Desain Grafis dan Ilustrator

		menurutku pribadi tergantung ini. tapi dua-duanya itungannya masih banyak di Yogyakarta mut.		illustrator tapi keduanya sama sama berkembang besar di lingkup Yogyakarta menurut subyek.	perkembangan yang besar di Yogyakarta. (MG.W1:17)		
	P	Wait, kok bisa beda desain sama illustrator menurutmu?	18				
	S	Kalau aku pribadi beda, desain itu kayak keseluruhannya atau induknya, tapi kalau illustrator itu lebih ke animasi dan berkarakter orang atau tokoh yang lebih spesifik sih mut. Dan harusnya beda tapi sementara ini masih banyak yang anggap sama, hanya alirannya aja mungkin.	19	Penjelasan menurut sudut pandang pribadi subyek tentang detail dari perbedaan desain grafis dengan illustrator.	Desain dan Ilustrator memiliki perbedaan di penonjolan karakter masing-masing karya. (MG.W1:19)	Pemikiran	Makna Desain
	P	Menurutmu dengan perkembangan yang besar kayak gitu, ada efeknya engga ke kamu?	20				
	S	Ada sih, banyak juga tapi mau yang kayak gimana ini aku jelasinnya?	30				
	P	Dampaknya ke kamu buat munculin Kreativitas gitu? Atau ke persaingannya?	31				

	S	Ohh oke, kalau pertama bicara persaingan pasti ada dan agak terasa di awal-awal buka kalau kata bosku. tapi kalau di tempatku saat ini enak nya sudah ada klien tetap dan sistem di tempatku ada berbagai tingkatan tawaran, ada yang klien hanya cuma satu project, ada yang yang berlangganan untuk beberapa bulan. Jadi ya kalau untuk persaingan sih engga terasa banget sekarang karena sudah ada pasar kliennya masing-masing.	32	Penjelasan mengenai macam-macam permintaan klien untuk menggunakan jasa vendor desain dari narasumber.	Setiap rumah kreatif memiliki pasarnya dan klien dengan selera yang berbeda-beda. (MG.W1:32)	Pemikiran	Keunikan yang mempengaruhi pasar.
	P	Okee terus kedua?	33				
	S	Kalau kedua yang bikin aku bingung di awal-awal dulu sih, ya kalau untuk awal-awal mungkin lebih ke kaget yak arena banyaknya klien jadi bikin waktu mepet deadline semua, karena kebanyakan dan dulu juga masih awal terjun ke pekerjaan ini sih mut	34	Subyek merasa sedikit bingung dan tertekan dalam manajemen waktu pada saat awal bekerja sebagai desain grafis karena banyaknya klien.	Stres kerja yang dialami bersumber dari tidak tertatanya penyelesaian karena terlalu banyak klien (MG.W1:34)	Tekanan Kerja	Manajemen Waktu
	S	Ya gimana lagi kan klien juga sudah pakai jasa kita dan udah ada kontrak, jadi ya mau engga mau jangan sampai	35				

		telat melebihi deadline untuk pengerjaan projectnya.					
	P	Kalau udah tumpuk kayak gitu dan kondisine udah bikin kamu tertekan, solusimu gimana kalau bole tau?	36				
	S	Pertama sih utmain project klien yang sudah lebih dahulu, antrian gitu. Terus kalau masih bingung cari refrensi di behance, instagram atau di aplikasi desain lainnya tapi tetep tanya tanya ke head divisi sih.	37	Subyek memanfaatkan refrensi lain dari karya milik orang lain yang berada pada platform desain yang ada saat ini dan berdiskusi untuk memahami konsep.	Subyek mencari refrensi lain apabila mengalami kebingungan dengan mencari refrensi di platform digital. (MG.W1:37a) Dalam bekerja desain tetap tidak melupakan diskusi dengan sessama timnya. (MG.W1:37b)	Cara Kerja (Pemikiran) Komunikasi	Kreatif dalam mencari solusi kebuntuan ide Kemampuan berkomunikasi untuk mencari solusi
	P	Kalau persaingan apa juga ngaruh ?	38				
	S	Ngaruh sihh jelas, apalagi buat aku yang anak dengan latar belakang kuliah TI, beda sama anak seni sih	39				

	S	Jadi yang tak maksud lebih ke persaingan hardskill atau kemampuan kami desainer dengan latar belakang umum itu lebih kerasa, baik persaingannya maupun tekanannya kayak tadi. Ya mungkin juga aku sendiri engga biasa dapet project banyak dalam waktu mepet juga karena faktor ini, beda sama anak seni yang mereka sudah dapat pengalaman kayak wis tau dinamika sebagai desainer grafis. Kalau pengetahuan ya sudah jelas desianer kayak aku ya sambil belajar jugaa selagi kerja.	40	Subyek menjelaskan persaiingan desainer grafis terasa bagi desainer dengan latar belakang umum karena wawasan dan jam terbang yang lebih sedikit dari desainer dengan latar belakang seni.	Secara wawasan desainer grafis dengan latar belakang umum memang lebih merasakan tekanan dan persaingan daripada desainer berlatar belakang seni. (MG.W1:40)	Persaingan dan tekanan kerja	Dinamika kerja desainer grafis
	P	Iya sih jam terbang yoo...	41				
	S	Iyaa, mereka yang latar belakang seni atau anak DKV itu karena sudah terlatih dan konsisten lama mereka dibuthkan untuk kebutuhan pasar yang memiliki ciri khas atau karakter. Beda sama anak umum yang kebanyakan dibutuhkan untuk desain grafis yang lebih ke kuantitas.	42				
	P	Bedanyaa apa sih dari	43				

		keduanya?					
	S	Hal paling gampang dilihat dari hasil karyanya. Kalau mereka yang anak seni atau wawasane luas biasnae desainer eye catching, warna e engga kontras banget, shape dan unsur seni lainnya enak dilihat dan rapi. Kalau mereka yang umum dan kebanyakan di isntansi plat merah biasanya berkebalikan. Warna e seng kontras lah, gak simetris, terlalu rame, macem gitu.	44	Penjelasan narasumber mengenai perbedaan hasil karya dari desainer dengan latar belakang non-seni dan seni	Perpaduan Warna dan Garis Eye-catching adalah tanda desainer sudah berpengalaman. (MG:WI:44)	Kreatif	Kreativitas dan Capability Desainer Grafis.
	S	Tapi tetap ada juga beberapa desainer dengan latar belakang umum tapi macem yang anak seni, bisa ditemukan di Yogyakarta sih tapi enggak banyak	45				
	P	Kalau kamu sendiri masuk yang mana?	46				
	S	Sebetulnya kalau sekarang aku lebih ke sesuai bayaran. Aku bakal all out dan mikir banget kalau konsepnya jelas dan bayarannya sepadan. Kalau bayaran e engga sepadan aku ya engga mood	47	Kreativitas dalam karya pekerjaan narasumber sebagai desainer grafis tergantung dengan timbal balik (materi) yang dia terima dari klien.	Subyek meraasa bekerja beroirentasi pada materi atau uang untuk menonjolkan Kreativitasnya	Cara Kerja (Motivasi)	Motivasi bekerja sesuai dengan reward.

		apalagi yang kerja rodi			(MG.W1:47a) Mood pengaruh pada desainer untuk mengeluarkan Kreativitas (MG.W1:47b)	Mood	Pengaruh mood dan bekerja
	P	Suasana mood apa lagi yang ngefek ke kamu selain barusan? Ada lagi engga?	48				
	S	Rekan tim kerja sih, paling bete kalau disuruh kerja engga sesuai stationnya. Istilah ini namanya 'Paluada' dan jelas bayaran umr atau bahkan dibawahnyaa.	49				
	P	Apa itu ?	50				
	S	Apa apa elu ada, jadi missal aku bagiannya desain grafis, nanti disuruh ngerangkap foto, desain, motion, kadang juga branding tapi dengan bayaran desain grafis. Itu sudah ngerangkap berapa job tapi bayaran sedikit. Stress kerjanya yang	51	Subyek mencoba menjelaskan pengertian paluada yang menjadi beban dan tekanan dari subyek selain UMR. Sistem ini menjadikan subyek merangkap berbagai pekerjaan tapi dibayar tidak sesuai dengan pekerjaan yang	Sistem Paluada itu menjadi beban karena desainer dipaksa untuk merangkap berbagai bidang pekerjaan namun diberi reward yang sedikit	Tekanan Kerja	Faktor tekanan kerja desainer grafis.

		ramai itu loh sama capeknya engga sesuai. Makanya kalau dibayar UMR juga bete, UMR Yogya seberapa kann		telah dilakukan. Juga faktor gaji dibawah maupun UMR Yogya yang kecil.	(MG.W1:51)		
	P	Sehari dijatah konten engga ?	52				
	S	Sehari dijatah 3 atau empat. Tapi paling banyak seminggu 7 konten. Itu aku wes kesel banget. Kadang klien ada yang mintaa lebihh tapi aku engga sanggup kalau lebih dari 7 konten sehari.	53				
	P	Oh iya klien, itu ngaruh ke kamu ne gimana?	54				
	S	Random dan bermacam- macam, kadang dapet klien yang enak tapi kadang dapet klien yang bikin engga mood. Banyak mau tapi engga paham desain. Missal kita tim desainer sama head creative udah membreakdown konsep dia, udah dikerjakan dengan kreatif kayak main gradasi warna, layer, bahkan sama temenku dikasih motion. Tapi sama kliennya ditolak karena katanya jelek, ya bete kubuat seadane yang warnanya kontras dan asal nempel eh	55		Klien dengan latar belakang dan pemahaman seni yang beragam mempengaruhi desainer grafis dalam menjaga mood untuk memaksimalkan Kreativitas desain. (MG.W1:55)	Mood	Mood faktor pendukung Kreativitas

		malah dia suka. Bete banget kalau nemu klien kayak gini.					
	S	Dan setelah dapet job dia,dapet kabar dari bosku kalau klien ini udah engga memperpanjang kontrak dengan timku. Seneng tapi ya heran, herannya kok engga dari dulu aja gitu	56				
	P	Berarti mood, reward sama komunikasi jadi pengaruh ke Kreativitasmu yo ?	57				
	S	Iyaa mutt bener	58				
	P	Okee noted, yaudah sementara itu dulu	59				
	S	Okeee mutt,	60				

Tabel Wawancara

Nama : Muhammad Gizka (MG)
 Tanggal : 28 November 2021
 Lokasi : Kediaman Subjek, Sinduadi, Sleman.
 Waktu : 11:45 sampai 12:21 WIB
 Kode : Inisial/Wawancara 2/No Urut
 : MG.W2:No Urut

Refleksi	Personal	Verbatim	No	Analisis	Koding	Tema/Kategori	Sub-Kategori
11:50	P	Mas apa kabarr?	61				
	S	Baik, gimana gimana?	62				
	P	Ini aku mau wawancara lagi ada data yang kurasa kurang	63				
	S	Yaudah dimulai aja kalau mau	64				
	P	Okee, jadi mau tanya si, kalau bicara standart dikatakan kreatif itu yakpa?	65				
	S	Kalau standart engga ada karena seni itu bebas, tapi kalau bahas kreatif bagiku sendiri agak pajang dan ada dua.	66				
	P	Okee	67				
	S	Pertama Ide Konsep dan kedua eksekusi. Karena semua punya kapasitas terbatas dan berbeda-beda. Ada orang yang	68	Penjelasan subyek untuk menilai bagaimana dia bisa membedakan orang kreatif dan tidak seperti	Perlu memperhatikan kapasitas dari desainer guna	Cara Kerja	Kemampuan desainer grafis

		kuat di konsep tapi tidak di eksekusi karyanya ada juga yang kuat di eksekusi tapi kurang untuk memikirkan ide dan konsep. Intinya jangan sampai salah penempatan. Biar tau value desainernya di mana, effortnya di mana, dan batasan desainer sampai mana. Tapi ada juga sedikit dari mereka yang bisa keduanya. Maka dari itu kalau bahas standart semua kreatif, tapi tingkatannya itu yang berbeda.		apa dan perlu dilihat dari dua sisi dengan memperhatikan kapasitas desainer sendiri.	mengetahui value dan kreatif yang bisa diberikan dari desainer secara maksimal. (MG.W2:68)		
	S	Yang tidak boleh dilupakan adalah kemampuan dari desainer setelah tahu value yang bisa diberikan seperti apa adalah mampu engga buat moodboard, karena hal ini membantu mengarahkan ide desainer mau dikembangkan seperti apa dan refrensinya apa saja untuk menguatkan estetika dan pesan dari desainer.	69	Dalam pengerjaan dalam karya desainer harus memberi value atau dampak terhadap klien bahkan publik, tidak hanya sekedar menggambar saja.	Moodboard menjadi pembantu menguatkan Kreativitas dan kelancaran desainer berkarya. (MG.W2:69)	Cara Kerja	Kreativitas
	P	Cukup detail ya?	70				
	S	Iyaa dan penting, bahkan aku juga merasa orang yang belum	71				

		pernah buat desain bisa jadi kreatif juga					
	P	Kok bisa?	72				
	S	Ya karena dia baru pertama buat, dan itu pengalaman baru. Hal baru, itu sudah kreatif juga menurutku. Tapi kedepan proses yang mennetukan dia tetap kreatif apa engga sih	73		Hal yang baru merupakan salah satu bentuk nyata dari Kreativitas desainer visual. (MG.W2:73)	Pemikiran	Makna Kreatif
	P	Unik yaa kalau bahas kreatif	74				
	S	Yaa gitu, intinya desainer yang awalnya itu berawal dari salah satu fokus, kalau dari ide konsep kuat nanti bakal kuat di eksekusi, begitu juga sebaliknya. Jadi untuk bisa keduanya kembali lagi konsisten tidak dia dalam berkarya. Karena bagiku penting banget keduanya ini bagi desainer grafis. Harus paham menangkap maksud dan pesan dari klien dan hasil gambaran desain.	75	Keunikan Kreativitas diawali dengan dikuasanya bidang dan pemahaman yang kuat sehingga mampu untuk memadukan konsep dan teknik.1`	Konsisten dalam berkarya akan menjadikan desainer grafis kuat secara ide konsep dan eksekusi di karya. (MG.W2:75a) Desainer harus paham konsep, ide serta bagaimana cara menyampaikan pesan dari karya desain grafis kepada publik	Pemikiran	Kreativitas

					(MG.W2:75b)		
	P	Ada lagi?	76				
	S	Dann penting juga, alat kalau hanya dijadikan sebagai tools saja itu bullshit menurutku.	77				
	P	Kenapa bisa?	78				
	S	Karena kalau hanya dijadikan alat saja ya memang kodratnya itu alat. Tapi kalau dijadikan sebagai alat pembantu memaksimal kan Kreativitas itu sudah kegunaan dan hal yang harus dimanfaatkan oleh desainer selagi mampu. Skill ditunjang alat lah dan itu penting.	79	Subyek merasa desainer perlu memanfaatkan alat hasil kemajuan teknologi untuk mendukung skill dan eksekusi karya agar lebih memaksimalkan Kreativitas.	Desainer perlu memanfaatkan kemajuan alat guna mendukung Kreativitas dalam berkarya desain. (MG.W2:79)	Cara Kerja	Proses Kreativitas berkarya
	P	Unik sih jawabanmu, yasuda cukup ya giz untuk kali ini	80				
	S	Okey mut, semoga membantu jawaban dariku	81				
	P	Terima Kasih Giz	82				
	S	Sama-Sama					

Tabel Wawancara

Nama : Muhammad Nur Fauzan (MO)

Tanggal : 11 Desember 2021

Lokasi : Kediaman Subjek, Kasihan, Bantul.
 Waktu : 14:20 sampai 15:58 WIB
 Kode : Inisial/Wawancara 1/No Urut
 : MO.W1:No Urut

Refleksi	Personal	Verbatim	No	Analisis	Koding	Tema/Kategori	Sub-Kategori
14:25	P	Halo Ozan, udah selesai kerja?	1				
	S	Halo, iya wis bar kok	2				
	P	Aku mau wawancara tentang Kreativitas, kayak yang aku jelaskan di telpon Kreativitas desainer grafis.	3				
	S	Okee gapapa, langsung saja kalau keburu sih	4				
	P	Okee, jadi untuk awal ini, bisa ceritakan engga pekerjaan desainer grafis seperti apa yang kamu kerjakan?	5				
	S	Aku desainer grafis di Agency Sumur Creative Jogja. Sudah jadi desainer sebagai pekerjaan sudah mau dua tahun dan hampir setiap hari buat konten branding. Di instagram.	6				

	P	Latar belakangmu apa kalau boleh tahu di kampus?	7				
	S	Aku dikampus sih anak jurusan pendidikan mekatronika	8				
	P	Jurusan apa itu? Beda sama teknik informatika ta apa sama?	9				
	S	Mirip tapi beda, lebih ke teknik elektro sih.	10				
	P	Apa yang kamu ketahui dari desain dan bagaimana awalnya bisa terjun di bidang ini?	11				
	S	Awalnya aku tau desain grafis sebatas bikin gambar sama poster yang ada maknanya pas masih awal kuliah. Terus karena aku ngerasa tertarik jadi sering ngefollow akun-akun instragram desainer grafis.	12	Subjek berpendapat desain grafis hanya sebatas gambar dan poster saja.	Desain grafis itu sebatas gambar dan poster yang memiliki makna. (MO.W1:12)	Pemikiran	Makna Desain
	P	Jadi awalnya karena suka terus jadi penasaran?	13				
	S	Iya bisa dibilang karena penasaran aku jadi belajar dan tertarik mendalami desainer	14				

		grafis.					
	P	Terus menjadi pekerjaan?	15				
	S	Ya karena iseng-iseng sering buat desain, dan pas awal-awal pandemi gabut. Ada info juga lowongan pekerjaan agency yang aku ikuti sekarang dari kakak tingkat di kampus. Aku coba apply dan diterima.	16	Subyek mengawali dan mengenali desain grafis karena faktor lingkungan disekitarnya.	Menerjuni desain grafis karena untuk mengisi waktu dan mendapatkan informasi pekerjaan dari teman kuliah. (MO.W1:16)	Curiosity	Proses belajar dan mengenal desain grafis.
	P	Oke, setelah diterima kerja apa yang menjadi jobdeskmu pekerjaan di agency ?	17				
	S	Aku ngerjain desain feed Instagram dan kadang logo buat branding dan digital marketing dari klien yang aku tangani.					
	S	Ada juga bagian lain di agencyku, jadi semacam kayak organisasi ada divisi-divisinya dan aku bagian tim desain grafis dari devisi media namanya, ada fotografer sama video.	18	.			
	P	Tapi itu saling bantu?	19				

S	Iya jelas saling bantu, jadi ketiga tim tadi berkesinambungan. Sesuai kebutuhan klien produknya mau jadi seperti apa? Desain doang atau sampe animasi.	20				
P	Ada target engga sih buat tiap pegawai ? Biasa e kan kalau. Kantoran ada tuhh target..	21				
S	Adaa, sehari kalau aku sendiri bikin 12 desain.	22				
P	12 desain ?	23				
S	Iya 12 desain per hari berarti per klien 6 desain harus aku kerjain .	24				
P	Kalau klien ada berapa berarti?	25				
S	Klien sih ada lima orang dan aku bulan ini ngerjakan Project dari dua klien sebulan	26				
P	Terus lek kondisi kerjaan?	27				
S	Kondisi kerja pasti ada seh, dan pengaruh pisan ke suasana dan kondisi kerja di kantor. Tekanan kerja pasti ada tapi tinggal bagaimana kita menyikapi.	28				

	P	Kalau boleh tahu apa ?	29				
	S	Gini, salah satu minusnya di kantor yang mereka engga berani buat nolak klien terlebih dahulu, jadi menerima semua job dari klien tanpa lihat antrean dan deadline klien-klien lama kapan. Bikin tambah capek.	30	Subyek menjelaskan kondisi di lingkungan kerja yang mempengaruhi kinerja yang dikarenakan manajemen waktu yang tidak tertata.	Hal yang menjadi minus dikantorku adalah menerima semua pekerjaan tanpa melihat antrian deadline sehingga menambah beban kerja. (MO.M1:30)	Tekanan	Manajemen waktu yang kacau
	S	Koyok rasa e ndek kerjaanku iki kuantitas banget. Ngutamain banyaknya klien biar tahu nama agency kita. Padahal aslinya ya sudah punya nama apalagi di Jogja.	31				
	P	Semisal kondisinya ngutamain kualitas bagaimana?	32				
	S	Kalau kualitas jelas ya jumlah klien yang diterima sedikit dan lebih banyak waktu digunakan buat fokus ke klien macem gini. Bayaran juga lebih besar biasa e dan tentu lebih rumit proses pengerjaannya daripada klien yang biasane butuh cepat.	33				

	P	Kuantitas biasane cepat yo?	34				
	S	Iya, biasane butuh cepat dan terima jadi. Jadi ide konsep penjelasannya Cuma sedikit dan kadang bikin kita desainer mikir lebih arahnya mau bagaimana sih konsepnya? Tapi dengan waktu yang terbatas.	35				
	S	Beda lagi kalau kualitas, yang klien kualitas biasanya floor ide dan konsepnya lebih detail Ke tim kami. Jadi kami desainer tahu seperti apa yang sebenarnya diinginkan oleh klien dan waktu pengerjaan bisa sedikit lebih banyak dan presure lebih sedikit. Kita mengerjakan bisa lebih kreatif dan semaksimal mungkin meski kadang juga diakhir kita masih. merasa ada yang kurang.	36	Subyek merasa dengan pengerjaan dengan waktu lebih banyak, detail dan lebih bebas menjadikan proses pengerjaan dan kreatif lebih maksimal.	Penjelasan ide konsep dengan detail dan waktu pengerjaan lebih longgaar membantu dalam Kreativitas berkarya.(MO.W1 :36)	Cara Kerja	Kreativitas
	P	Jadi kalau kita ngerjakan klien yang kualitas kategorinya itu lebih bebas yo ?	37				
	S	Iya lebih bebas dan enggak banyak batasan-batasan yang buat kita tidak menunjukkan kreasi kita di karya. Ya tadi	38	Pengerjaan karya yang berpotensi mengeluarkan Kreativitas desainer grafis lebih mudah	Batasan-batasan yang mengurangi proses Kreativitas desainer	Tantangan	Manajemen waktu

		biasanya kita terbatas karena tuntutan klien minta cepat dan antrean pengerjaan menunggu. Kalau telat ya jelas kena omel klien dan atasan juga.		ditemui pada pekerjaan yang mengutamakan nilai kualitas dari karya karena tidak banyak batasan.	disebabkan sedikitnya waktu pengerjaan. (MO.W1:38)		
	P	Berarti kamu lebih suka ke klien yang kualitatif?	39				
	S	Kalau aku pribadi iya, selain waktu dan dana yang besar aku juga lebih menikmati dan tekanan e engga sebesar yang tipikal banyak-banyak klien yang ujung-ujungnya minta cepat semua. Stres e kerasa banget buat desainer meskipun buat agency duitnya ngalir terus deras. Buat desainer gapapa saja utama in klien tapi minimal ketata waktunya, engga tabrakan tumpuk-tumpuk kayak yang tak alami sekarang, belum revisiane juga kan kadang malah tambah bikin bete.	40	Narasumber merasa bahwa Kreativitas ya lebih keluar saat menerima pekerjaan dari klien tipikal kualitas karena waktu pengerjaan yang lebih lama, terfokus dan lebih tertata daripada mudah menerima tawaran project dari berbagai klien.	Manajemen waktu yang tidak tertata dan mudah menerima tawaran kerja menjadikan desainer grafis rentan stres dan tidak mengutamakan Kreativitas. (MO.W1:40a) Terlalu banyak revisi dan bertumpuknya pekerjaan menjadikan mood semakin jelek. (MO.W1:40b)	Tantangan Kontrol Diri	Manajemen waktu yang berpengaruh pada Kreativitas. Mood

	P	Yang bikin bete sek ada lagi?	41				
	S	Akeh sih sebenarnya untuk jawab pertanyaan ini, tapi yang terulang selain karakter dan tipikal klien, manajemen waktu yang juga belum tertata rapi. Terparah aku kayak ngerasa cuma ngerjakan tok	42				
	P	Maksudnya ngerjakan tok ?	43				
	S	Gini, kadang bosku terlalu memaksakan standarnya dia ke kita. Bener secara cara ngomong enak, tapi kadang kalau sudah revisi itu kalau gak sesuai standart yang diinginkan dia ya suruh revisi terus tapi gak dikasih tahu mana yang harus direvisi	44	Subyek merasa bahwa dalam beberapa waktu apabila sudah revisi dan hasil revisi kurang dari standart bosnya akan direvisi tanpa tahu mana bagian yang perlu direvisi.	Petunjuk dan standart yang dipaksakan membuat beban pekerjaan bertambah (MO.W1:44)	Tantangan	Tekanan Kerja
	P	Belum yang dari klien itu?	45				
	S	Iyaa belum dari klien lek ora cocok ya kerja lagiii	46				
	P	Gitu terus?	47				
	S	Iyaa	48				
	P.	Terus bagaimana kamu biar tetap maksimal ngerjakanne?	49				
	S	Kalau sudah kayak gitu dulu sih sampe bisa 4x, tapi kalau	50	Revisi membuat subjek merasa buntu dalam	Memanfaatkan website desain	Cara Kerja	Proses

		sekarang tak biarkan dulu 3 harian nenangin diri dulu sambil kadang buka dribble atau Behance buat nyari referensi. Baru tak kerjakan lagi mepet deadline atau agak molor biar engga terlalu ngulang-ngulang terus.		pengerjaan sehingga membutuhkan waktu untuk mencari referensi dan memanfaatkan waktu yang tersisa.	sebagai media referensi dan memanfaatkan waktu yang tersisa agar tidak terlalu terbang untuk revisi. (MO.W1:50)		Kreativitas
	S	Beban e setiap hari harus lebih apik sih. Misal dapet project besar dari colona, agak berat mau gak mau aku bikin karya, revisi ya aku buat alternatif lain tapi bosnya milih standart e. Ya agak jengke tapi aku harus tetap Profesional.	51				
	P	Berarti kayak misalnya gini, kalau ngomongin standart e kreatif beda-beda toh. Nah dari kamu sendiri kalau memaknai kreatif itu Yakpa?	52				
	S	Agak sulit sih pasti beda-beda, dan agak bingung jelasinnya. Karena di desain pakemnya itu gak tertulis tapi kesamaannya Cuma main space Sama perpaduan garis saja sih. Enak dilihat lah seng pasti.	52	Subyek berpendapat bahwa tidak ada pakem atau aturan tertulis dari kreatif itu seperti apa.	Karena di desain aturan standart kreatif tidak tertulis tetapi memiliki kesamaan. (MO.W1:52)	Pemikiran	Makna Kreatif

S	Bahkan lek aku pribadi sih yang gak ikut pakem dari seni desain, itu kreatif. Idenya agak nyeleneh dari umum dan pesan tersampaikan ya kreatif. Tapi bukan berarti yang ikut pakem engga kreatif juga. Balik lagi yang penting enak dilihat sih tapi yang nyeleneh ada nilai lebih.	53	Definisi kreatif desainer dalam karyanya menurut subjek adalah dengan ide berbeda dan pesan dalam karya masih tersampaikan.	Kreatif itu bisa dilihat dari ide konsep yang berbeda dan unik serta isi pesan masih dapat tersampaikan. (MO.W1:53)	Pemikiran	Makna Kreatif
P	Terus kalau untuk makna kreatif sendiri kamu yakpa?	54				
S	Kalau kreatif yang lebih ke arah beda dari yang lain saja sih tapi tetap enak dilihat. Kalau untuk desain grafis tetap mengutamakan estetika dan makna pesan yang tersirat pada gambar. Karena desain kan media komunikasi yang memainkan gambar sih. Dan tiap orang juga punya makna kreatif sendiri-sendiri sih itu yang bikin aku sekarang mikir agak bingung.	55	Subjek menekankan kembali bahwa faktor dapat menarik atensi sebagai daya tarik dari desain yang kegunaannya merupakan alat komunikasi visual.	Estetika dan nikmat untuk dipandang menjadi kriteria karya desain dan sudah termasuk kreatif. (MO.W1:55)	Pemikiran	Makna Kreatif
P	Beda dari yang lain tapi tetap mendapat atensi dari publik ya?	56				
S	Nah iyaa itu, terpenting desainnya dapat tersampaikan	57				

		ke masyarakat. Karena sebgus-bagus e bikin desain ya kalau mau kreatif harus butuh effort besar.					
	P	Ada engga desain yang menurutmu effort ya besar?	58				
	S	Sebentar,nah ini sih. Perpaduan karya desain tema vintage dan tak bikin Motion .	59	(Menunjukkan gambar)			
	S	Tapi ini tak anggap effort besar dan aku benar-benar kreatif dan penting di acc sama bos dan head design.	60				
	P	Effort besar e kayak bagaimana?	61				
	S	Perpaduan warna, garis sama komposisi kalau secara visual. Terus tentu untuk isi dan makna pesan perlu di Breakdown dan mind map konsep yang bener-bener banyak dan detail.	62				
	P	Kalau dibuat Motion apa termasuk standart e di agencymu?	63				
	S	Kalau mau dibuat Motion apa engga itu sebenarnya tergantung dari aku sendiri sih	64	Subjek membuat inisiatif karya desain diupgrade menjadi karya desain	Keputusan dijadikan motion graphic dari saya	Pemikiran	Kreativitas

		yang ngawali. Yang terpenting temanya kalau di agencyku vintage.		Motion graphic.	sendiri. (MO.W1:64)		
	P	Lebih dibebaskan berarti ya kalau buat gambarnya ?	65				
	S	Iyaa dibebaskan, tapi ada lagi yang bikin aku ngerasa terhambat buat ngeluarin kreatifku di karya.	66				
	P	Apa itu?	67				
	S	Ya kayak tadi tentang manajemen waktu yang jelek, selain belum berani nolak aku pernah ngalamin. Jadi sehari jatah kerjane harusnya kan 12 desain sehari. Pernah baru setengah hari kerja atau empat jam kerja sudah semua ngerjakan 12 desain. Karena bosku tahu aku nganggur tiba-tiba aku dikasih kerjaan 12 desain lagi desisan 4 jam kerjaku hari itu.	68				
	P	Yang bukan jobdeskmu?	69				
	S	Masih jobdeskku tapi kelayakan waktunya itu loh. Dan bosku ini ke desainer engga suka lihat terlalu slow	70	Subjek merasa tekanan kerja terasa karena mendapatkan tambahan pekerjaan hanya karena	Atasanku kurang menyukai melihat desainer terkesan santai dan	Tantangan	Tekanan Kerja

		gitu. Jadi 8 jam kerja yang harus 8 jam kerja. Beda sama devisi lain kayak foto misal yang kerja fotonya engga sampai 8 jam. Mungkin karena anak foto dianggap capek pasang sering alatnya.		sudah menyelesaikan pekerjaan di hari itu sebelum jam kerja usai.	memberikan tambahan pekerjaan sehingga kelayakan kerja kurang baik dan kurang adil. (MO.W1:70)		
	P	Beda ya sama ndek malang, lek ndek malang setahuku kalau jatahnya wes kelar ya kelar. Tapi engga enaknya di kliennya standart e tinggi.	71				
	S	Aku sih mending kayak begitu. Kelar ya kelar. Walaupun begadang berapa jam yang penting kerjaan kelar itu enak banget. Jadi tahu selownya kapan.	72				
	S	Misal dipaksa 8 jam kerja dan dilanjutkan hari berikutnya, kalau revisi lak maleh kehambat dan ke tumpuk-tumpuk. Kan menunda pekerjaan banget. Aku lebih baik menyelesaikan di hari itu. Mungkin juga karena aku tipe mending capek sekalian daripada nunda-nunda.	73	Jam dan ritme kerja yang teratur menjadikan subjek merasa tidak terbebani pada pekerjaan di hari berikutnya. Subjek merasa semakin terlalu revisi maka menumpuk dan menunda pekerjaan.	Lebih baik menyelesaikan pada hari yang sama daripada menunggu besok karena risiko yang disebabkan bertumpuknya pekerjaan. (MO.W1:73)	Cara Kerja	Manajemen waktu

	P	Itu belum waktu diskusi dalam 8jam?	74				
	S	Oh harusnya iya,tapi beberapa jeleknya juga yang bikin aku bingung waktu kerjakan ya kalau masalah diskusi ke klien Cuma bosku yang tahu. Kita desainer briefing sama diskusi e dari bos. Jadi aku agak bingung karakteristik e klien seperti apa, misal pingin warna e seperti apa begitu Cuma bisa meraba dari konsep kasar yang disampaikan bos dan cari referensi sendiri kalau mentok bingung.	75	Briefing dan diskusi dengan desainer yang kurang menjadikan subyek merasa sedikit bingung dalam proses pengerjaan desain sehingga berinisiatif sendiri.	Kurangnya briefing dan diskusi bersama menyebabkan desainer bingung sehingga hanya dapat meraba dan berinisiatif dari konsep kasar yang dimiliki. (MO.W1:75)	Cara Kerja	Kreativitas
	P	Masalahmu buat tetap kreatif agak ribet dan akeh yo?	76				
	S	Lumayan, manajemen waktu sdm e kurang bagus kasihan, imbas ya bikin bingung desainer e.	77				
	P	Dengan kondisi kerja kayak begitu, tapi kamu juga inisiatif cari ide sendiri, bisa dikatakan tekanan kerjamu cukup tinggi ?	78				

	S	Iyaa, sampai ada sebutan kalau kita itu buruh, buruh. Visual. Jadi kita harus pinter-pinter cari cara yang harus di selesaikan dulu.	79				
	S	Ada juga pas buat logo, memang bener meski diskusi konsep e dari bos dan kita Cuma ngerjakan saja. Ada sisi. Positif negatif e tapi aku sih lebih berharap dilibatkan saat diskusi biar kayak yang aku katakan tadi , tahu detail pingin e klien sama pitching e kayak apa. Agak repot kalau ikut agency beda sama freelance, mereka sendiri yang mengalirkan ritme pekerjaan.	80				
	P	Berarti kalau kasus e anak freelance, dari sudut pandangmu enak apa engga?	81				
	S	Mungkin kalau freelance iya lebih enak, lebih bebas dan banyak waktu buat ngerjakannya, kamu ngerjain sendiri dan selesai. Kalau ikut agency berbulan-bulan proses kerja Projectnya. Karena kalau agency kan lebih murah dari freelance karena	82	Perbedaan durasi waktu pembuatan karya desainer agency dan freelance menimbulkan pemikiran dan tekanan kerja tersendiri bagi desainer agency.	Menjadi desainer agency proses pengerjaannya berbulan-bulan berbeda dengan freelance yang memiliki waktu banyak untuk proses pengerjaan	Tekanan Kerja	Manajemen waktu yang berbeda antara desainer grafis agency dan freelance.

		freelance masih ikut idealisnya, kalau agency masih ikut range pasar. Dan minusnya jelas mereka freelance rawan kehilangan klien.			desain.(MO.W1:8 2)		
	P	Berarti kreatif itu, beda unik ?	83				
	S	Iyaa aku kasarnya nganggepnya begitu?	84				
	P	Kalau karya yang kamu pameran apa termasuk desain apa fotografi?	85				
	S	Aku bingung juga kalau secara benarnya yakpa, tapi kalau setauku sudah termasuk desain Karena menambahkan tulisan di foto. Kalau pure foto ya masuknya foto.	86				
	P	Terus karyamu dipamerkan?	87				
	S	Ya masuknya desain karena aku namabahin tulisan, gambar virus sama foto wajahku di karya.	88				
	P	Oke tak rasa segitu dulu buat wawancara e	89				
	S	Wis lengkap po?	90				

	P	Mungkin sekarang tak rasa cukup, terima kasih ya sudah meluangkan waktu e buat tak wawancara	91				
	S	Santai, aku ya suwun wes ditanyai gini jadi ngerasa ada tempat buat ngeluarin apa yang selama ini tak rasa dikerjaan.	92				