

PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL UNTUK MENGENALKAN KOMUNIKASI BISNIS UNTUK *PART TIMER* *FREELANCE* DESAINER GRAFIS

Teresa Stephani¹, Maria Nala Damajanti², Cindy Muljosumarto³

Desain Komunikasi Visual, Seni dan Desain,
Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia
Jl. Siwalankerto no. 121 – 131, Surabaya, Jawa Timur, 60236
E-mail : terasstephani19@gmail.com

Abstrak

Kemampuan komunikasi bisnis yang dimiliki oleh grafis desainer di Indonesia dapat dikatakan rendah. Sedangkan kemampuan ini sangat diperlukan terutama bagi *part timer* atau *freelancer* grafis desainer. Dengan mempelajari komunikasi bisnis desainer akan mendapatkan beberapa keuntungan seperti; mempermudah dalam berkomunikasi dengan klien, membuat prioritas pekerjaan, dapat membuat kontrak kerja. Oleh karena itu perancangan komunikasi visual ini dibuat untuk memperkenalkan kemampuan komunikasi bisnis dasar khususnya untuk *part timer* atau *freelancer* desainer grafis.

Kata kunci : Komunikasi Bisnis, Sosial Media, *Part Timer* atau *Freelancer* Desainer Grafis

Abstract

Title: *Visual Communication Media Design to Introduce Business Communication for Part-Time Freelance Graphic Designers*

Graphic designers in Indonesia didn't have much of business communication skills. Whereas this ability is very necessary especially for part time or graphic freelancer designers. By studying business communication designers will get several benefits such as; easier to communicate with clients, prioritize work, make work contracts. This media communication design is made to introduce basic business communication skills for part-timer freelance graphic designers.

Keywords: *Business Communicaton, Social Media , Part Timer or Freelancer Graphic Designers*

Pendahuluan

Desain Grafis (DKV) punya peran yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan bisnis pengusaha swasta, pemilik merek, dan bahkan kelancaran program-program pemerintah. Potensi pasar domestik sangat menjanjikan, terutama dengan semakin banyaknya praktisi DKV lokal yang lebih memahami situasi pasar, pengetahuan, dan nilai-nilai lokal. Triawan Munaf (Kepala Badan Ekonomi Kreatif Indonesia) dalam wawancaranya dengan Kompas.com mengatakan bahwa perlunya ada dorongan beberapa sektor ekonomi kreatif lain seperti desain produk, desain komunikasi visual, film, radio dan musik agar menjadi salah satu penggerak perekonomian nasional Indonesia (Perdana, 2018). Menurut Hanny Kardinata *founder* DGI (Desain Grafis Indonesia) dalam

wawancaranya bersama Whiteboard Journal mengenai Esensi Desain, dikatakan bahwa Desainer profesional seharusnya memiliki kemampuan untuk membantu organisasi atau masyarakatnya mengatasi ataupun memecahkan masalah-masalah sosial dan lingkungannya (Jenie, 2015) .

Seiring dengan semakin tingginya selera masyarakat, semakin pesat juga pertumbuhan desain grafis. Para desainer muda mulai diburu, website untuk para freelance designer juga mulai banyak di dunia online. Menurut GATRAnews, Intuit 2020 Report memprediksi bahwa "*traditional employment*" tidak akan lagi menjadi standar, digantikan oleh pekerja lepas seperti para *freelancer* atau pekerja paruh-waktu. Tren jangka panjang terhadap perekrutan pekerja lepas akan berlanjut dengan kenaikan lebih dari 80% dari keseluruhan rencana korporasi-korporasi besar dalam

meningkatkan secara substansial penggunaan akan tenaga kerja yang fleksibel (Naini, 2018).

Namun menurut Miles Burke, belum tentu semua desainer mampu menjadi *freelancer*, karena dibalik keuntungannya yang banyak seperti bisa mengatur sendiri upah, waktu dan tempat kerja, dan tidak diperintah atasan, tetapi banyak juga tantangannya. (The Principles of Successful Freelancing, 2008). Tantangan utama yang paling sering dialami oleh desainer ialah saat sedang komunikasi secara verbal dengan klien. Hal ini terjadi karena desainer merasa *skill* yang perlu diasah adalah *hard skill* seperti eksekusi desain, sedangkan mereka melupakan hal penting lainnya yaitu *soft skill*. Desainer sering mengalami kesusahan dalam berkomunikasi saat bernegosiasi mengenai keuangan, *timeline* pekerjaan, kontrak kerja, total revisi, menggagaskan suatu ide kepada klien, dan seterusnya. Desainer sering terkesan mengalah dengan klien karena menganggap 'klien adalah raja', hal tersebut merupakan tindakan yang salah, karena sebagai desainer harus juga memiliki asertivitas dan mengedukasi klien mengenai desain. Jika desainer selalu mengalah, klien tersebut akan melakukan hal yang sama dengan desainer lain dan akan membuat ekosistem desainer menjadi rusak karena klien mempunyai pandangan desainer hanyalah 'tukang' yang disuruh-suruh.

Adapun telah dilakukan wawancara dengan salah satu narasumber *freelancer* desainer grafis yang sudah menggeluti profesinya selama 3 tahun, ia menyesali saat masih kuliah/mahasiswa ia tidak mempelajari ilmu komunikasi dengan baik karena ia tidak tau jika ilmu komunikasi akan sepenting itu didunia kerja desain, ia mengalami kesusahan dalam berkomunikasi ataupun menghadapi klien (personal communication, Maret 5, 2019)

Itulah sebabnya mengapa komunikasi bisnis penting untuk dikenalkan kepada *freelancer* desainer grafis sejak dini, terutama saat sedang merintis karirnya. Tujuan utama dari belajar komunikasi bisnis agar desainer dapat berkomunikasi secara efektif dengan klien dan menjalani pekerjaan desain secara manusiawi. Permasalahan yang sering dialami *freelancer* adalah telat dibayar, kurangnya tidur, revisi tanpa batas, dan seterusnya. Hal tersebut dapat diantisipasi jika dikomunikasikan diawal dengan baik.

Perancangan ini ditujukan untuk *part time freelance* desainer grafis yang baru ingin merintis karirnya di dunia kerja desain agar mereka tidak hanya tereduksi mengenai *hard skill* tetapi juga *soft skill* terutama tentang komunikasi bisnis. Dengan adanya perancangan ini diharapkan desainer dapat mengenali tentang *skill* komunikasi bisnis dan siap menghadapi klien.

Metode Perancangan

Metode Pengumpulan Data

Data primer didapatkan dari wawancara dengan sisi desainer yang belum pernah berhadapan dengan klien untuk mendapatkan informasi mengenai keluhan yang dirasakan desainer dan juga para praktisi *freelance* yang sudah menggeluti di bidang ini sejak lama. Selain itu, melakukan observasi dan wawancara terhadap *target audience* untuk mengetahui *insight* mereka agar membantu dalam pembuatan ide media komunikasi. Data sekunder didapatkan dari studi pustaka, dokumentasi, referensi dari internet

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode kualitatif. Menurut Bogdan dan Biglen dalam 'Moleong', Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Metode analisa kualitatif yang akan digunakan adalah metode analisa 5W+1H. Melalui analisis 5W+1H, akan diketahui potensi-potensi dalam permasalahan yang dialami *part timer freelancer* desainer grafis saat berhadapan dengan klien, yang dapat digunakan sebagai dasar perancangan media komunikasi visual untuk membantu mengenalkan kemampuan komunikasi bisnis kepada *part timer freelancer* desainer grafis.

Pembahasan

Desain Grafis

Istilah 'desainer grafis' pertama kali digunakan oleh tipografer, kaligrafer, dan desainer buku asal Amerika, William Addison Dwiggins (1880-1956), pada 1922 untuk menggambarkan aktifitas profesi yang ditekuninya di bidang komunikasi tercetak : desain buku, ilustrasi, tipografi, *lettering*, kaligrafi. Desain Grafis adalah 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 bisa dibunyikan. Desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan *fine art*. Seperti jenis desain lainnya, desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metoda merancang, produk yang dihasilkan (rancangan), atau pun disiplin ilmu yang digunakan (desain) (Desain Grafis, Pengertian, Sejarah, Jenis, Unsur Serta Prinsip Yang Ada Di Dalamnya, 2018)

Peluang kerja desainer grafis di era reformasi ini sangatlah dibutuhkan oleh masyarakat. Desainer grafis memiliki 3 pilihan dalam dunia kerjanya yaitu menjadi karyawan *fulltime* dalam suatu ahensi atau *production house*, *Part time* yaitu desainer yang

bekerja di sebuah kantor ahensi atau production house ataupun yang masih berstatus mahasiswa/siswa tetapi juga menerima pekerjaan lepas (*freelancing*) atau desainer dapat bekerja sendiri atau yang sering disebut dengan *freelance* (Rustan, 2017).

Freelance Desainer Grafis

Freelancer atau pekerja lepas adalah pekerja yang tidak terikat dengan perusahaan manapun dalam waktu yang panjang. Dalam bekerja, seorang *freelancer* menggunakan sistem proyek, di mana perusahaan yang menggunakan jasanya akan membuat proses kesepakatan tentang proyek apa yang ingin di buat dan tenggang waktu maksimal proses pengerjaan proyek tersebut. Biasanya para *freelance* banyak bergerak di bidang *web development*, desain grafis, *Content marketing* dll. Seorang *freelance* dapat bekerja kapan saja dan dimana saja, yang terpenting mampu mengerjakan tugas proyek tepat pada waktunya. Setelah proyek selesai, maka tidak ada lagi keterikatan antara sang *freelance* dengan perusahaan (Bedanya Karyawan Fulltime, Parttime dan Freelancer yang Harus Kamu Tau, 2017) :

Bekerja sebagai *freelance* juga memiliki keuntungan, diantaranya seperti :

- a. Bebas mengerjakan tugas di mana saja dan kapan saja
- b. Anda dapat mengerjakan apa yang anda inginkan saja
- c. Anda dapat menawarkan gaji sesuai keinginan anda sendiri
- d. Tidak terikat dengan peraturan perusahaan Dst

Walaupun terlihat menyenangkan, ternyata bekerja sebagai *freelance* juga memiliki kekurangan yaitu :

- a. Tidak memiliki jaminan penghasilan yang tetap
- b. Tidak ada kepastian akan mendapatkan project selanjutnya
- c. Harus mengerjakan segala tugas sendiri
- d. Walaupun waktu bekerja bebas, kenyataannya *freelance* bekerja lebih lama di bandingkan karyawan fulltime.

Sebagai desainer *freelance*, perlulah menguasai kemampuan kognitif dan keterampilan visual, termasuk di dalamnya tipografi, ilustrasi, fotografi, pengolahan gambar, dan tata letak. Menurut Suriyanto Rustan dalam menjawab pertanyaan di website www.suriantorustan.com mengenai keterampilan apa saja yang harus dimiliki seorang grafis desainer, tidak jauh berbeda dengan profesi lain, tentunya harus menguasai hard skill maupun soft skill (Desain Grafis di Indonesia dalam Revolusi Industri 4.0, 2016)

Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah aktivitas yang selalu kita lakukan. Setiap hari kita tidak bisa hisap tanpa melakukan aktivitas berkomunikasi seperti misalnya : untuk membeli makanan atau minuman, dalam berdoa

kita berkomunikasi dengan Tuhan, dan bahkan kitapun setiap kali berkomunikasi dengan diri sendiri. Kegiatan ini selalu kita lakukan maka pembicaraan mengenai komunikasi topic yang amat diperbincangkan, tidak hanya dikalangan ahli komunikasi tetapi juga di masyarakat awam (Mulyana, 2002). Secara umum Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Berbicara tentang definisi komunikasi tidak ada definisi yang benar ataupun salah. Seperti juga model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya Komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik, atau terlalu luas, misalnya, Komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih sehingga para peserta komunikasi ini mungkin termasuk hewan, tanaman bahkan jin atau makhluk halus.

Komunikasi didefinisikan secara luas sebagai “berbagai pengalaman”. Sampai batas tertentu, setiap makhluk dapat dikatakan melakukan komunikasi dalam pengertian berbagi pengalaman. (Mulyana, 2000, p. 42.). Dalam buku Ilmu Komunikasi : suatu pengantar komunikasi dibagi menjadi 2 jenis yaitu komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal adalah suatu komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan symbol atau pesan verbal. Pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata ataupun lebih (Deddy Mulyana, 2000, p. 237). Salah satu contoh sistem pesan verbal adalah bahasa. Sedangkan yang dimaksud dengan bahasa adalah seperangkat symbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan symbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami oleh suatu komunitas. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal). Dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima.

Komunikasi Bisnis

Secara garis besar, Komunikasi Bisnis dapat didefinisikan sebagai pertukaran gagasan dan informasi yang memiliki tujuan tertentu yang disajikan secara personal atau impersonal melalui simbol-simbol atau sinyal. Secara umum, ada tiga tujuan komunikasi bisnis yaitu; memberi informasi (Informing) persuasi (persuading) dan melakukan kolaborasi (collaborating) dengan *audience* (pelanggan) (Komunikasi Bisnis: Pengertian, Tujuan, Fungsi, Unsur, dan Bentuknya, 2015).

Sudah tidak dapat dipungkiri lagi bahwa berhubungan dengan seorang klien bagi freelancer desainer grafis terdapat kesusahannya sendiri seperti memahami kebutuhan mereka, feedback klien, dan berkomunikasi secara efektif dengan mereka dapat membuat perbedaan antara hubungan kerja yang positif. Dengan berkomunikasi dengan baik, desainer juga menjadi pendengar yang baik pula. Maka dari itu perlulah seorang freelance desainer grafis menguasai salah satu kemampuan berkomunikasi bisnis, adapun beberapa manfaatnya seperti menyamaratakan bahasa kien dengan desainer, menyampaikan dan menjual ide, persuasi klien dalam mengambil keputusan akhir, menyamakan ekspektasi klien dengan hasil diskusi, melakukan bidding harga dengan baik dan seterusnya.

Website

Website adalah suatu dokumen berupa kumpulan halaman web yang saling terhubung dan isinya terdiri dari berbagai informasi berbentuk teks, suara, gambar, video, dan lainnya, dimana semua data tersebut disimpan pada server hosting.

Dalam membuka sebuah website maka pengguna harus memiliki perangkat (komputer, smartpone) yang terkoneksi dengan internet atau intranet. Halaman website atau web umumnya berbentuk dokumen dalam format Hyper Text Markup Language (HTML), yang dapat diakses melalui HTTP atau HTTPS, suatu protokol yang menyampaikan berbagai informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para user atau pemakai melalui web browser.

Sebuah website memiliki alamat URL yang unik dan spesifik yang disebut dengan domain. Misalnya domain Maxmanroe.com, Google.com, Facebook.com, dan lain-lain. Website dapat diakses dengan menggunakan browser dan koneksi internet. Namun, ada beberapa website yang bisa diakses menggunakan jaringan lokal (LAN).

Manfaat website yang paling utama adalah penyebaran informasi yang lebih cepat kepada masyarakat luas. Internet dan website berperang penting dalam proses pertukaran informasi, baik secara lokal maupun internasional.

Berikut ini adalah beberapa manfaat website secara umum sebagai sarana informasi yang lebih mudah dan cepat untuk didapatkan, memberikan kemudahan dalam kegiatan pemasaran dan promosi bisnis karena dapat menjangkau banyak orang dalam waktu yang bersamaan, website menjadi sarana berkomunikasi bagi manusia di berbagai belahan dunia, sebagai sarana edukasi bagi masyarakat, sebagai sarana hiburan yang murah.

Media Sosial

Media Sosial adalah media online (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara

online di internet. Di media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, networking, dan berbagai kegiatan lainnya.

Media sosial menggunakan teknologi berbasis website atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif. Beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan adalah YouTube, Facebook, Blog, Twitter, dan lain-lain.

Tinjauan Permasalahan

Dalam profesi *freelance* desainer grafis tidak hanya dituntut fokus, kekreatifitasan, dan intelektualitas yang tinggi saja, tetapi juga harus komunikatif dan mampu menjembatani keinginan klien. Tidak jarang, banyak sekali *freelance* desainer grafis yang bermasalah ketika berhadapan dengan konsumen yang membutuhkan jasanya. Menurut salah satu desainer grafis di Amerika, "*Communicating effectively with clients is a critical component of being a great designer*" (Bonnell, 2014). Komunikasi menjadi sangat krusial dalam proses menjual ide, dengan komunikasi yang baik antara klien, desainer akan mendapatkan beberapa keuntungan seperti menghindari miskomunikasi dalam proyek, mendapatkan trust lebih dari klien karena dinilai mengerti brand mereka dan dianggap layak untuk mengerjakan brandnya, bisnis desain dapat berjalan dengan lancar, dan masih banyak lagi.

Analisis Masalah

Faktor penghambat dalam belajar skill komunikasi untuk para desainer muda adalah desainer sibuk dengan pekerjaan desain, jika belajar lagi malas, desainer anti mendengarkan kata 'bisnis' dalam komunikasi bisnis, karena langsung beranggapan dengan hitungan dan berpikir yang berat, merasa tidak merasa perlu belajar komunikasi, karena dirasa tidak penting, di Indonesia desainer lebih fokus diajarkan bagaimana *solving problem*, desain produk dsb. namun kurang ditekankan pada kemampuan berkomunikasi.

Faktor Pendukung dalam belajar skill komunikasi untuk para desainer muda adalah *load* pekerjaan seorang *freelance* desainer grafis sangat padat, saat mereka suntuk mereka membuka *social media*, desainer dapat menyerap ilmu dengan mudah melalui *social media*, terdapat beberapa website/youtube konten milik luar negeri yang sudah membagikan *tips* bagaimana cara komunikasi bisnis, terdapat para praktisi (lingkup pekerjaan) dan dosen (lingkup kuliah) yang dapat mengajarkan lebih mengenai komunikasi bisnis.

a. *Who*, Siapa yang mengalami masalah komunikasi bisnis pada *case* ini?

Permasalahan ini dialami oleh *part time freelancer* desainer grafis pemula yang bekerja sendiri (menjadi pemilik sekaligus pegawai). Hal ini terjadi karena kurangnya pengalaman dalam menghadapi klien bisnis. Mereka juga belum

trebekali dari awal, mereka menganggap *skill* yang diperlukan adalah *hard skill*.

- b. *What*, Komunikasi seperti apakah yang dialami oleh *freelance* desainer grafis saat berkomunikasi dengan klien?

Part timer freelance desainer grafis mengalami kesusahan dalam melakukan komunikasi verbal dengan klien.

Permasalahan apa sajakah yang dialami oleh *part timer freelance* desainer grafis saat berkomunikasi dengan klien?

Secara *general part timer freelance* desainer grafis mengalami kesusahan saat menjelaskan ide kepada klien, menjual ide agar disetujui oleh klien, menyamakan bahasa dengan klien, menyamakan ekspektasi kerja, persuasi klien, translate keinginan klien dan membicarakan kontrak kerja (seperti harga, jam bekerja, *brief* dan *deadline*,dst).

Tantangan apa saja yang dialami desainer dengan klien dapat bertemu langsung dan tidak?

Desainer yang bertemu langsung dengan klien

Desainer yang dapat bertemu langsung dengan klien memiliki beberapa tantangannya pula, seperti tidak dapat berpikir lama dalam menjawab pertanyaan dari klien, memiliki ketakutan dalam salah berkata saat berbicara ke klien karena rasa gugup, teknik presentasi yang baik sangat dibutuhkan, penampilan yang rapi dan sopan menentukan cara klien berinteraksi dengan desainer

Desainer yang tidak bertemu langsung dengan klien. Dengan alasan tertentu, seperti klien berada diluar kota atau luar negeri, desainer tidak dapat tatap muka langsung dengan klien. Komunikasi antara mereka melalui via chat seperti E-mai atau Line ataupun Whatsapp. Tantagan yang dialami berupa harus memiliki kemampuan merangkai kalimat dengan baik agar runtun, jika tidak dapat merangkai kata dengan baik maka akan meningkatnya kemungkinan untuk mis komunikasi, klien dapat hilang kapanpun jika tidak adanya kontrak kerja awal, menyamakan persepsi klien akan lebih susah karena tidak dapat menjelaskan secara langsung

Media apa sajakah yang sering digunakan oleh *part timer freelance* desainer garfis?

Part timer freelance desainer grafis sering menggunakan aplikasi Line untuk berhubungan dengan temannya dan WhatsApp dalam berhubungan dengan rekan kerja atau keluarga karena dianggap lebih formal. Media untuk melepaskan penat adalah Instagram dan Twitter, Instagram mereka biasanya mencari refrensi desain, update kehidupannya melalui story maupun post, ataupun melihat yang lucu seperti 'meme' yang berhubungan atau relate dengan

kehidupannya. Twitter digunakan untuk mengetahui apa yang sedang trending sekarang.

Apakah desainer suka bermain *mini quis*?

Freelance desainer grafis gemar mengikuti kuis kecil yang dimiliki oleh beberapa konten kreator dengan alasan untuk melepaskan penat mereka. Dengan mengikuti test ini mereka juga dapat lebih memahami tentang dirinya dan mengetahui potensi terdalam mereka.

- c. *When*, Kapan masalah ini terjadi?

Permasalahan ini dialami *part timer freelance* desainer grafis saat berkomunikasi dengan klien, saat bertemu langsung maupun melalui via chat (E-mail, Line ataupun Whatsapp)

- d. *Where*, Dimanakah masalah ini terjadi?

Permasalahan ini dialami *part timer freelance* desainer grafis yang berdomisili di Surabaya dan mereka tinggal sendiri, tidak bersama orang tua.

- e. *Why*, Mengapa bisa terjadi?

Skill untuk komunikasi memang sering diremehkan dan dipandang sebelah mata oleh desainer. Mereka masih beranggapan bahwa desain harus bagus dan bisa menjawab solusi. Hal tersebut memang benar adanya, namun ide yang baik akan lebih baik jika didukung oleh skill komunikasi yang sepadan agar dapat menyampaikan ide desain dengan baik. Komunikasi juga untuk menyamakan persepsi antara klien dan desainer.

- f. *How*, Bagaimana cara mengenalkan komunikasi bisnis bagi *part timer freelance* desainer grafis muda?

Mengenalkan komunikasi bisnis dapat melalui sosial media di Instagram, didalamnya terdapat hal general pengetahuan seputar komunikasi bisnis seperti pengertian, manfaat komunikasi bisnis. Terdapat juga tips dan trick dalam menghadapi klien, semua itu dilakukan menggunakan alat editorial plan agar feeds menjadi rapi tidak berantakan. Agar dapat meningkatkan awareness akan pentingnya komunikasi bisnis terdapat mini quis berada di website, mini kuis ini berisikan 'komunikator seperti apakah kamu?' yang bertujuan agar para desainer dapat memahami potensi yang ada dan mengolah potensi mereka dengan baik.

Simpulan Hasil Wawancara

- a. Sisi Desainer Muda

Wawancara dilakukan secara sampling, dilakukan dengan 8 desainer grafis muda yang telah dan belum bertemu dengan klien rill. Dari wawancara ini dapat disimpulkan bahwa *freelance* desainer grafis muda sudah cukup matang dalam teknis desain namun mereka belum memiliki pemahaman mengenai pentingnya skill komunikasi bisnis dalam dunia kerja desain. Rata-rata diantara mereka masih tidak tahu bagaimana menghadapi klien dan desainer terkesan sebagai 'tukang' (tidak seimbang antara kedudukan klien dan desainer). Mereka susah dalam

mengkomunikasikan apa yang mereka inginkan seperti menjelaskan ide, berkompromi, menagih fee mereka maupun dalam brainstorming.

b. Sisi Dosen dan Praktisi Desain

Wawancara dilakukan dengan Pak Surianto Rustan selaku dosen Desain Komunikasi Visual di beberapa Universitas seperti UNTAR, UPH, UMN dan juga beliau adalah seorang penulis buku desain. Wawancara juga dilakukan dengan Pak Edward Suhadi selaku pemilik usaha Ceritera, Storytelling Agency beliau merupakan praktisi desain yang sudah menggeluti karirnya kurang lebih 15 tahun lamanya. Dari hasil wawancara antara dosen dan praktisi, terdapat persamaan yaitu mereka mengatakan bahwa *soft skill* lebih penting daripada *hard skill* dalam dunia kerja, karena *hard skill* dapat diasah seiring berjalannya waktu, namun *soft skill* adalah kunci terpenting dalam suatu pekerjaan. Salah satu *soft skill* yang paling utama yang perlu dipelajari oleh freelance desainer grafis adalah berkomunikasi. Dengan adanya komunikasi yang lancar, hubungan antara klien dan desainer akan terjalin dengan baik yang akan membuat ekosistem desain menjadi baik. Komunikasi yang perlu dipahami oleh freelance desainer grafis adalah dalam presantasi didepan klien agar mendapatkan pekerjaan, saat bertukar pendapat (*brainstorming*), dalam *bidding* harga maupun persuasi klien.

Usulan Solusi

Dari analisis akar masalah diatas, dapat disimpulkan bahwa *part timer freelance* desainer grafis pemula belum memiliki kemampuan komunikasi bisnis dalam berhubungan dengan klien. Permasalahan ini tidak hanya terjadi saat desainer tatap muka dengan klien namun juga terjadi saat komunikasi *via* Line atau WhatsApp atau E-mail. Hal ini terjadi karena kurangnya pemahaman desainer akan pentingnya komunikasi bisnis dalam berhubungan dengan klien karena selama ini desainer hanya meningkatkan teknis desain mereka. Permasalahan ini dapat dipecahkan menggunakan media salah satunya berupa konten Instagram yang menjelaskan mengenai komunikasi bisnis dan juga melalui website yang berisikan *mini quis* agar desainer dapat mengetahui potensi dirinya.

Khalayak Sasaran

Target Audience dari media ini adalah *part timer freelance* desainer grafis (wanita dan lelaki) berumur sekitar 19-24 tahun, yang berdomisili di perkotaan. Profesi utama mereka adalah sebagai mahasiswa, tidak tertutup oleh mahasiswa desain tetapi mahasiswa fakultas lain. Mereka masih awam dalam dunia kerja desain dan belum pernah bertemu atau bertantangan dengan klien, oleh karena itu mereka tidak tahu langkah apa yang harus dilakukan dulu sebelum masuk ke perbincangan desain. Mereka adalah orang yang gemar membuka media sosial terutama *platform* instagram.

Konsep Perancangan

Demi mewujudkan perencanaan konten ini, maka diperlukan strategi maupun konsep kreatif yang dapat memenuhi segala aspek yang diinginkan dan mampu memberikan manfaat yang tepat.

Desainer sendiri mengungkapkan bahwa mereka tidak memiliki banyak waktu untuk mempelajari hal-hal baru lagi karena waktu tersebut sudah terisi oleh bekerja *part-timer freelancer* yang dimilikinya. Namun kenyataannya, pada waktu kosong atau saat desainer ingin istirahat mereka membuka media sosial sebagai sarana hiburan. Ini merupakan titik celah dimana agar dapat mengajarkan ilmu dasar komunikasi bisnis untuk desainer muda.

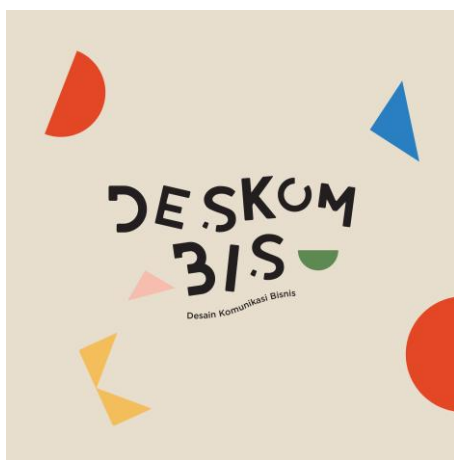
Instagram memiliki username deskombis alias Desain Komunikasi Bisnis dengan tagline “Kerjaan deskomvis, Harus paham deskombis juga dong!” yang berguna untuk menyentil ketertarikan target untuk melihat konten-konten yang dimiliki deskombis. Menurut hasil riset yang dilakukan, waktu kosong seorang desainer juga dilakukan dengan cara bermain terutama mainan yang tidak berbobot, salah satunya tes kepribadian. Kegunaan dari test kepribadian ini bagi desainer adalah untuk mengenali potensi yang dimilikinya. Tes kepribadian ini dikemas dengan visual yang menarik dan juga pertanyaan kebiasaan seorang desainer didalam website dengan host www.deskombis.com berjudul “Cari Tahu Karaktermu Sekarang!” Dengan tes kepribadian ini desainer dapat mengetahui potensi komunikasi bisnis mereka dan juga dapat mengetahui kelemahannya. Dari tes tersebut terdapat beberapa tips untuk meningkatkan kemampuan komunikasi bisnis mereka. Dengan cara-cara ini desainer secara tidak sadar mempelajari ilmu dasar komunikasi bisnis.

Hasil Perancangan

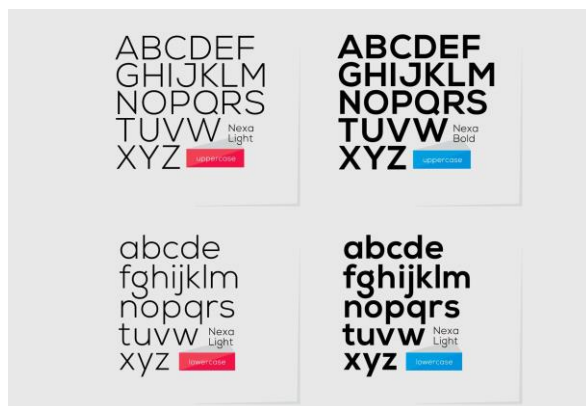
Media utama yang digunakan adalah media sosial, karena dalam media sosial dapat mencangkup beberapa informasi yang lengkap namun ringkas, informasi dapat berupa infografis agar pembaca dapat membaca secara runtut. Dengan media sosial, para *followers* dapat memantau terus setiap harinya terdapat unggahan terbaru mengenai bagaimana cara menghadapi klien desainer. Pada *platform* ini *part timer freelance* desainer grafis akan disadarkan bahwa pentingnya mempelajari komunikasi dalam berhubungan dengan klien. Tidak hanya itu, disini mereka akan diajarkan juga bagaimana berkomunikasi dengan klien yang baik dan benar, bagaimana menyamakan persepsi antara desainer dan klien, bagaimana persuasi klien pada saat mengambil keputusan dan bagaimana *mentransfer* ide dengan baik menjadi komunikasi bisnis.

Salah satu cara untuk merealisasikan pembuatan Instagram *editorial plan* (selanjutnya akan disingkat dengan EP) ini adalah dengan mencari konten-konten yang diminati oleh desainer. Tidak hanya yang

diminati, tetapi juga yang dibutuhkan oleh mereka. Sosial media yang akan digunakan adalah Instagram. Menggunakan pendekatan Instagram karena *Target Audience* yang disasar adalah pengguna aktif Instagram. Mereka menghabiskan waktu di Instagram selama 4-8 jam per harinya dan mereka *follow* akun-akun lucu untuk menghilangkan rasa penatnya seperti 9gag, komikfatap, tahilalat, dsb. Akun yang disebutkan diatas merupakan akun '*witty*', *witty* disini artinya lucu tapi pintar (terdapat *twist ending*). Instagram disini dapat meningkatkan *awareness* mengenai pentingnya *skill* komunikasi bisnis bagi para desainer muda. Pada konten instagram juga terdapat *fun fact* mengenai hubungan antara desainer dan klien. Dengan menggunakan sistem kalender EP, konten dan unggahan akan terorganisir.



Gambar 1. Logo "Deskombis"



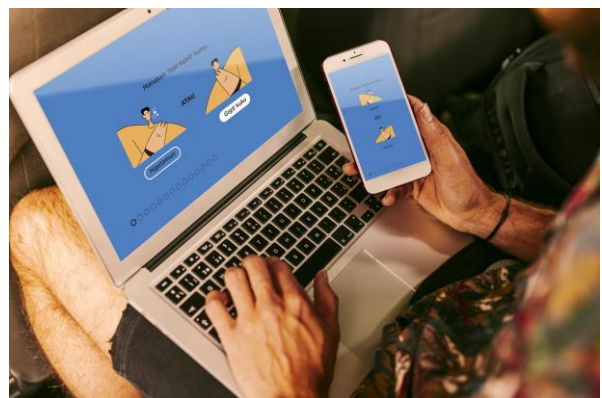
Gambar 2. Typeface Gotham

Kesan visual yang diharapkan dalam perpaduan warna kuning, pink, abu, biru, hijau dan merah dengan bentuk dasar seperti segitiga, lingkaran, persegi adalah *fun* dan *simple* seperti isi dari EP instagram deskombis. Tipografi yang akan digunakan adalah Gotham. Gotham adalah typeface sans serif yang akan memberikan kesan 'masa kini' dan futuristic. Gotham termasuk typeface dengan legibility yang tinggi.



Gambar 3. Editorial Plan Instagram Deskombis

Selain EP pada Instagram, juga terdapat *test* psikologi dalam website dengan tujuan untuk lebih mengenal diri seperti 'komunikator seperti apakah kamu?'. Tujuan dari adanya tes ini agar target juga mengerti potensi yang dimiliki selama ini dan juga untuk meningkatkan *awareness* mengenai pentingnya belajar *skill* komunikasi bisnis, meskipun profesinya sebagai desainer grafis. *Link* website akan tertera pada biodata Instagram. Melihat dari kegemaran desainer, mereka mengisi waktu kosong dengan bermain untuk menghilangkan rasa penat. Salah satu mainan yang sering dimainkan adalah psikologi test. Dengan adanya permainan psikologi test, desainer tidak hanya melepaskan penat, tetapi juga mengenal dirinya sendiri.



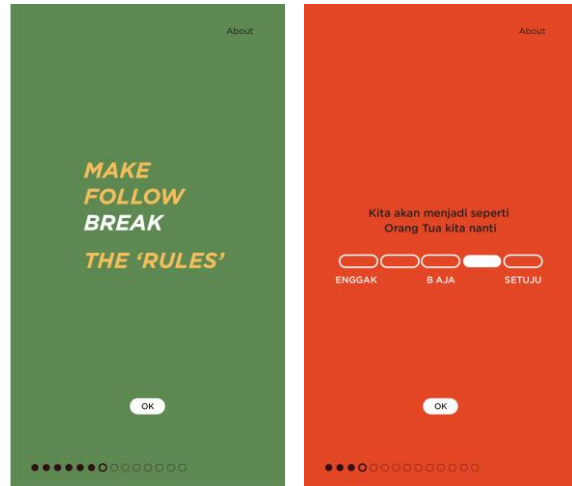
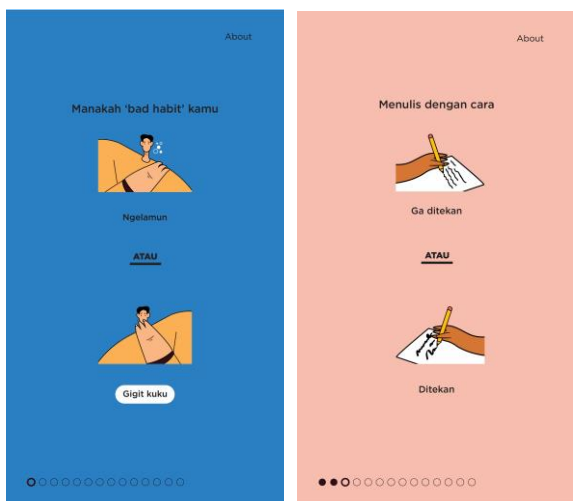
Gambar 4. Website Deskombis



Gambar 5. Ilustrasi Website

Ilustrasi digambarkan berdasarkan hasil riset terhadap *target audience*. Menghasilkan ilustrasi yang memiliki badan yang tidak proposional (kepala yang sangat kecil, badan besar dan memiliki 3 jari).

Pertanyaan dalam website merupakan pertanyaan kebiasaan sehari-hari yang dilakukan oleh desainer jadi gampang untuk dijawab.



Gambar 6. Pertanyaan dalam Website via Handphone

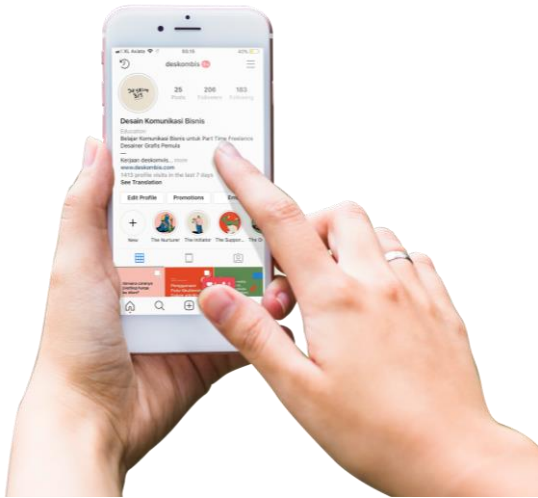


Gambar 7. Hasil Pertanyaan dalam Website

Hasil dari permainan ini akan ditampilkan setelah selesai menjawab 14 pertanyaan. Namun jika ingin mempelajari karakter lagi, dapat dilakukan dengan klik link yang berada dalam paragraph tersebut agar kembali ke akun instagram deskombis. Pendalaman karakter dapat dilihat di *highlight story* instagram deskombis.

Permainan *mini quiz* dalam website membuahkan hasil yang positif dengan total pemain 715+ orang dalam 1 minggu. Setelah adanya website, *followers* akun instagram deskombis mulai meningkat drastis, yang awalnya hanya memiliki 100 pengikut menjadi 206, setiap minggunya dihipnisi oleh 1000+ akun instagram. Terdapat 5 unggahan yang di simpan, sebanyak 20+ akun instagram. 1 unggahan dilihat oleh sekitar 200+ akun, 97% bukan *followers* dari Deskombis. *Impression* rata-rata yang diberikan adalah 3.000+ (*Impression* adalah berapa orang yang melihat akun deskombis dapat melalui home, hashtag, profile atau others). Total *engagement rate* 22,9%

(peningkatan sebanyak 3,7% dari sebelum *launching* website yaitu 19.2%).



Gambar 8. Peningkatan Pengikut Akun Instagram Deskombis



Gambar 9. Merchandise Deskombis

Merchandise berupa stiker pack dan juga notes pack yang dibagikan saat aktivasi *offline*. Aktivasi *offline* bertujuan untuk bertemu dengan beberapa *target* dan menanyakan mengenai keefektifitasan media deskombis. Kata Kania seorang *part timer freelance* grafis desainer berumur 20, “awalnya sih ga sebrapa minat *follow* soalnya ngomongin perbisnisan tapi pas kontennya muncul, iseng baca kok seru juga. Kontennya menarik dari segi visual dan bahasanya itu gampang dimengerti. Mainane juga hasile pas aku banget, jadine aku tau kekuranganku itu apa aja dan caranya *improve* gimana”.

Simpulan

Desainer Grafis lebih mementingkan untuk meningkatkan kemampuan teknis dan akademis atau yang sering disebut dengan *hard skill*, namun mereka tidak menyadari bahwa mereka telah melupakan untuk mempelajari kemampuan intra dan interpersonal atau yang sering disebut dengan *soft skill*, salah satunya adalah komunikasi bisnis. Desainer Grafis yang

bekerja lepas disebut dengan *freelancer*, jika desainer tersebut memiliki pekerjaan kontrak jangka panjang (seperti : kantor/sekolah) desainer tersebut disebut dengan *part time freelance*. Tentunya bagi seorang *part time freelance* yang baru saja terjun didunia kerja kreatif akan merasa bingung apa yang harus dilakukan. Masalah *hard skill* tidak perlu dipertanyakan lagi, yang perlu diprihatinkan adalah *soft skill* mereka, karena selama ini mereka tidak menyadari pentingnya *soft skill* didunia kerja dalam berhadapan dengan klien riil.

Oleh karena itu perancangan ini dibuat untuk mengenalkan kemampuan komunikasi bisnis dasar khususnya untuk *part timer freelance* desainer grafis. Dengan mempelajari komunikasi bisnis, seorang desainer akan lebih mudah dalam berkomunikasi dengan klien, meningkatkan hubungan kerja sama, persuasi, membuat prioritas pekerjaan, mempunyai kontrak kerja dan banyak keuntungan lainnya dalam berhubungan dengan klien. Semua ini dirangkum dengan konten-konten yang menarik disuguhkan melalui media sosial berupa Instagram dengan nama Deskombis (Desain Komunikasi Bisnis) yang memiliki tagline ‘Kalo mau kerja didunia deskomvis, harus belajar juga tentang deskombing dong!’”.

Feed back dari desainer muda positif, dapat dilihat dari *profile* Instagram Deskombis yang setiap minggunya dihampiri oleh 1000+ akun instagram. Terdapat 5 unggahan yang di simpan, sebanyak 20+ akun instagram. 1 unggahan dilihat oleh sekitar 200+ akun, 97% bukan followers dari Deskombis. Impression rata-rata yang diberikan adakag 3.000+.

Saran

Konten instagram Deskombis hanya mengajarkan *basic* dari komunikasi bisnis, yang bisa dibilang desainer muda yang belum pernah bertemu dengan klien terbantu dengan konten dari instagram ini. Tapi alangkah lebih baiknya lagi jika konten Instagram Deskombis dapat diperluas lagi, dapat melalui *podcast* maupun youtube tutorial atau bisa sebuah event yang secara offline dapat mengajarkan para *part time freelance* desainer grafis. Dengan adanya konten-konten yang menghibur dan mendidik ini, ekosistem desainer akan lebih baik.

Daftar Pustaka

- Jenie, Ken. (2015, July 1). Esensi Desain bersama Hanny Kardinata. Retrieved February 13, 2019, from <https://www.whiteboardjournal.com/interview/ideas/esensi-desain-bersama-hanny-kardinata/>
- Maxmanroe. Komunikasi Bisnis: Pengertian, Tujuan, Fungsi, Unsur, dan Bentuknya. Retrieved April 15, 2019, from <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/komunikasi-bisnis.html>

MPSSOFT. (2017, July 17). Bedanya Karyawan Fulltime, Parttime dan Freelancer yang Harus Kamu Tau. Retrieved February 2, 2019, from <http://www.mpssoft.co.id/blog/profesi/bedanya-karyawan-fulltime-parttime-dan-freelancer-yang-harus-kamu-tau/>

Mulyana, Deddy. (2000). *Ilmu Komunikasi : suatu pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Naini, Novia Nurist. (2018, January 7). Tren Freelance di Indonesia. Retrieved February 2, 2019, from <https://www.selasar.com/jurnal/41098/Tren-Freelance-di-Indonesia>

Perdana, Prima Putra. (2018, November 27). Bekraf Targetkan Ekonomi Kreatif Bisa Sumbang Rp 1.200 Triliun ke PDB. Retrieved February 18, 2019, from <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/11/27/173000326/bekraf-targetkan-ekonomi-kreatif-bisa-sumbang-rp-1.200-triliun-ke-pdb>

Rustan, Suriyanto. (2015). *Bisnis Desain*. Jakarta: PT Lintas Kreasi Imaji.