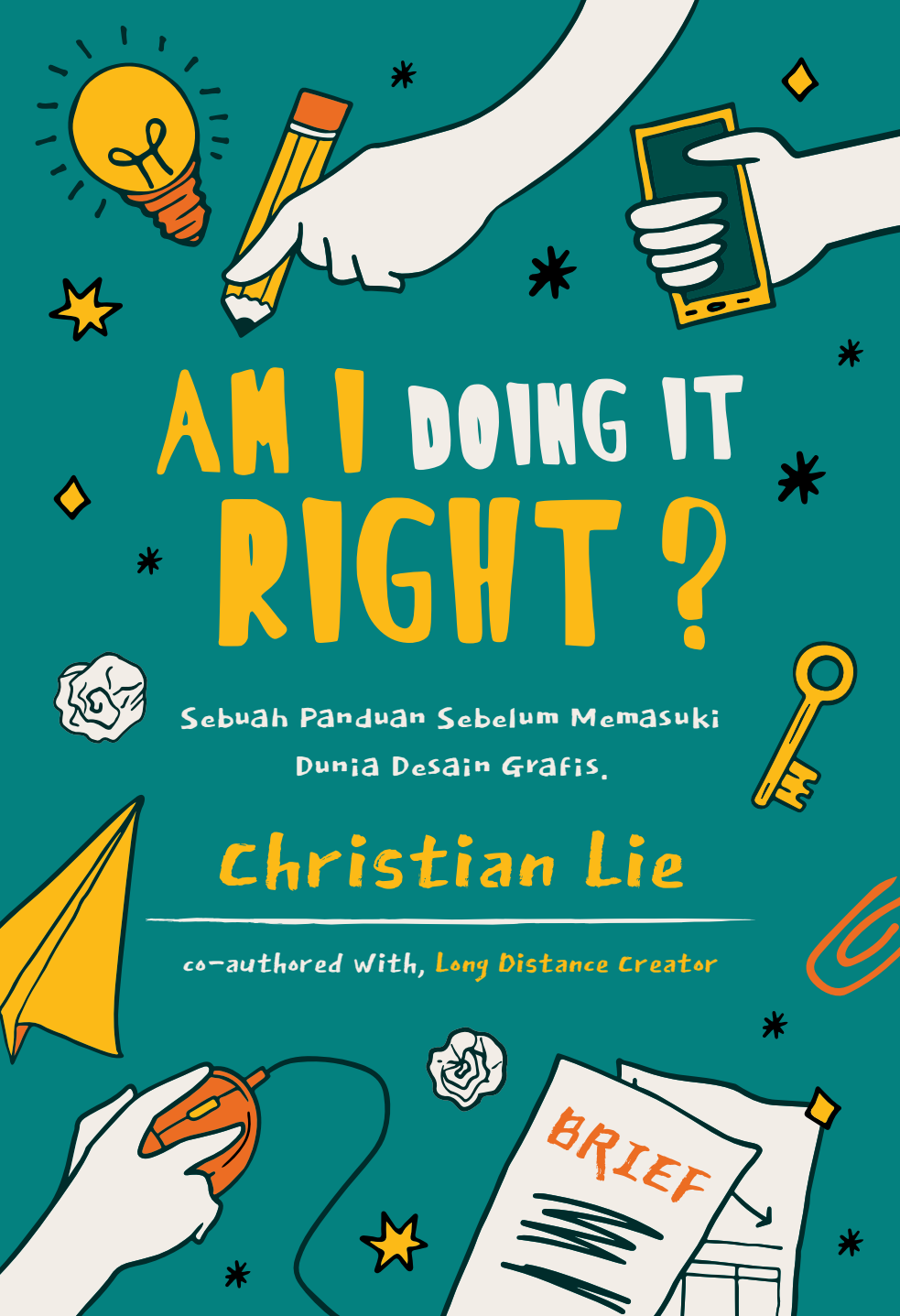

AM I DOING IT RIGHT?
Sebuah Panduan Sebelum Memasuki Dunia Desain Grafis.
Christian Lie
co-authored With, Long Distance Creator
BRIEF

AM I DOING IT RIGHT ?

Sebuah Panduan Sebelum Memasuki

Dunia Desain Grafis.

Christian Lie

co-authored with, Long Distance Creator

AM I DOING IT RIGHT

Sebuah Penduan Sebelum Memasuki
Dunia Desain Grafis

ID: XXXXXXXXX
ISBN: XXXXXXXXXXXXX
Hak cipta dilindungi oleh undang-undang

Editor: Lie, Calvin Christian ; Penata isi: Lie, Calvin Christian
Illustrator: Lie, Calvin Christian ; Desain Cover: Lie, Calvin Christian

Diterbitkan oleh Penerbit Universitas Ciputra,
Ciputra Group, Surabaya 2022.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh buku ini
dalam bentuk apapun (seperti, cetakan, fotokopi, mikrofilm, VCD, CD-Rom,
dan Rekaman Suara) tanpa izin dari penulis dan penerbit

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-undang Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

(1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).

(2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

(3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

(4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Dicetak oleh Percetakan Universitas Ciputra, Surabaya
Isi di luar tanggung jawab Percetakan

KATA PENGANTAR

Enam tahun sudah berlalu semenjak kami memulai karir sebagai seorang desainer grafis. Meski tidak sebanyak asam garam yang dirasakan oleh desainer grafis profesional yang sudah bergelut selama lebih lama dari kami, mungkin sembilan atau bahkan sampai hampir setengah masa hidupnya. Kami yakin bahwa apa yang sudah kami alami dan dapatkan sudah cukup untuk setidaknya membantu teman-teman sesama desainer grafis muda untuk melangkah.

Berawal dari keresahan yang kami alami saat melihat sesama rekan desainer kami dalam melalui berbagai kesulitan atau bahkan sampai keliru menanggapi karirnya sebagai calon desainer grafis. Sudah cukup banyak kami temui rekan-rekan sesama pelajar dan pekerja desainer grafis yang frustasi dalam menjalani karirnya.

Banyak yang belum tahu apa yang harus dipersiapkan sebelum terjun sebagai desainer grafis. Beberapa sudah mempersiapkan

apapun yang dibutuhkan tapi tidak tahu arah kemana profesi ini harus dibawa. Ada juga yang sudah terjun tapi tidak tahu tujuan dan apa sebenarnya profesi desainer sehingga ujung-ujungnya apa yang dikerjakan hanya itu-itu saja tanpa adanya perkembangan.

Melalui buku ini kami berkomitmen untuk membantu para desainer muda untuk berjalan menjunjung karir sebagai desainer, selain itu kami juga berkomitmen untuk dapat membentuk desainer-desainer muda berkualitas dan tentunya siap untuk menghadapi revolusi industri yang akan datang.

Buku ini disusun melalui berbagai referensi bacaan dan ajaran yang telah kami dapatkan. Kami sudah memilah-milah materi apa yang sekiranya dapat digunakan serta diaplikasikan dalam hidup berkarir sebagai desainer grafis.

With great power comes great responsibility! Itu yang kami percayai selama berkarya. Meski tidak seperti yang kelihatannya, sebuah karya memiliki nilai dan kekuatan dalam mengubah dunia dan begitu pula seorang desainer. Melalui ide dan karya, kita bisa melakukan hal yang lebih dengan dampak yang besar.

Maka dari itu melalui buku ini, kami percaya bahwa kami bisa mengubahmu menjadi versi terbaik dari dirimu.

-Hola Grafika-

THE FUTURE OF US

oleh, Long Distance Creator

Pandemi telah merubah sudut pandang orang, dunia bisnis juga mengalami banyak kejutan. Percepatan teknologi yang luar biasa akibat pandemi bisa dianggap sebagai anugerah, namun juga bisa menjadi tantangan bagi mereka yang idealis dan tak mau berkembang.

Tidak bisa dipungkiri, saat ini banyak sekali muncul para 'instant designer' karena kemudahan mengakses informasi. Semua orang bisa belajar secara otodidak dari internet untuk mengoperasikan software design. Banyak desainer senior yang sharing cara mereka melakukan proses kreatif yang bisa menjadi inspirasi siapapun.

Namun, di balik segala kemudahannya, bagi kami menjadi desainer bukan sekedar bisa membuat desain visual yang menarik. Title desainer adalah sebuah komitmen kepada klien Anda, pada user Anda, dan pada siapapun penikmat karya Anda. Yang terpenting dari

seorang desainer adalah attitude, bagaimana Anda bisa menjembatani kebutuhan industri dengan target market-nya dengan mengedepankan etika.

Dalam buku ini membahas hal-hal esensial menjadi desainer yang beretika dan ber-attitude berdasarkan pengalaman nyata. Hola Grafika mengumpulkan raw comment dari desainer muda dan mahasiswa desain, serta menggabungkan insight dari pengalaman dari para pelaku industri kreatif yang sudah established.

Beberapa bagian yang kami tulis dalam buku ini juga kami dapatkan dari pengalaman ketika berkarir di industri kreatif selama lebih dari 10 tahun. Pengalaman dan pengetahuan inilah yang menjadi dasar bagi kami untuk berani membangun perusahaan digital kreatif yang kami sebut sebagai Long Distance Creator.

Melalui buku ini, diharapkan bisa inspirasi bagi desainer muda ketika memulai karir mereka di bidang kreatif. Selain itu, buku ini juga bisa menjadi kilas balik dan refleksi bagi para desainer senior untuk mengevaluasi kembali value yang menjadi pegangan mereka selama ini.

"Our attitudes and personal values create outcomes. The consequence of any venture shapes our evolving ethical precepts, and the product of a sundry of worldly experiences in turn establishes our personality."

-Kilroy J. Oldster-

DAFTAR ISI

Bagian 1 :

Untuk kamu yang belum tahu siapakah seorang desainer (pembuka)

- Siapakah itu desainer? 2
- Bagaimana mereka tercipta? 8
- Apa yang membedakan kami dengan seniman? 18
- Tanggung jawab dan kewajiban sebagai seorang desainer 28

Bagian 2 :

6 Skill Inti seorang desainer

- Prinsip desain 44
- Keahlian Software Desain 46
- Time management 48
- Komunikasi 54
- Creative Thinking 62
- Problem Solving 70
- Opportunity Creation 74

Bagian 3 :

Bagaimana cara menjadi seorang graphic desainer sukses?

- Cara menjual diri sendiri dan karya 86
- Bagaimana cara memberi harga jasa desain grafis? 115
- Career Path 128

Bagian 4 :

Hal lain yang perlu kamu ketahui sebagai desainer grafis

- Inspirasi vs Plagiarism 140
- How to be MORE CREATIVE 148
- Key to Design Thinking 160
- Creative Exercise 178

Bagian 5 :

Penutup

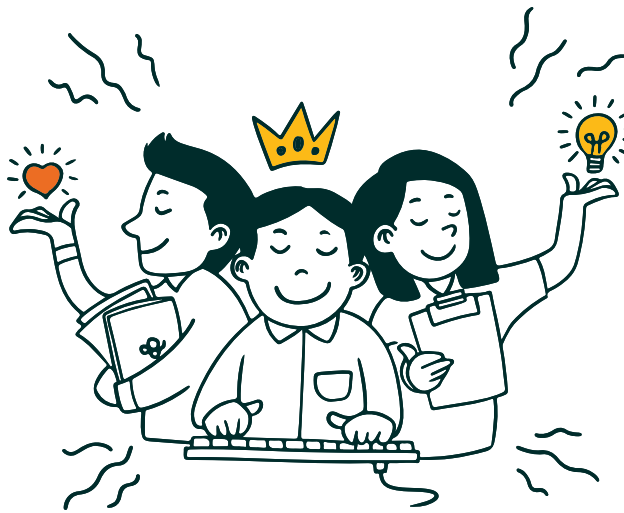
BAGIAN 1

Untuk kamu yang belum tahu
siapakah seorang desainer grafis

with. Christian Lie

Lets Begin!

WHAT IS DESIGNER



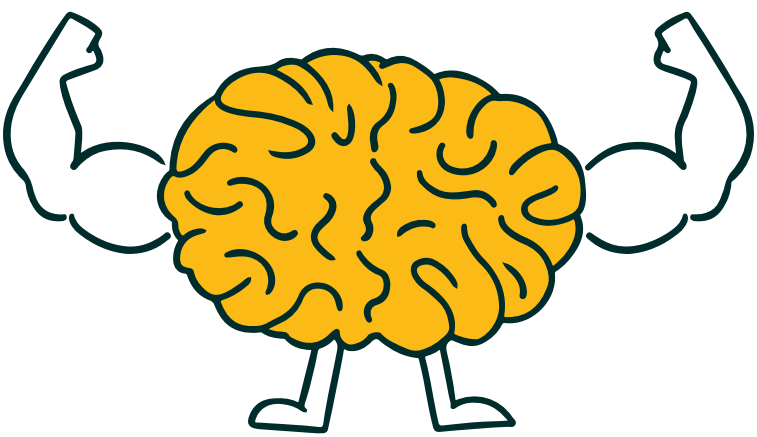
Kemajuan teknologi dewasa ini membuat kebutuhan masyarakat dalam hal-hal tertentu menjadi meningkat. Salah satunya dalam kebutuhan visual untuk perkembangan media informasi dan digital. Hal ini tentu tidak terlepas dari peranan profesi desainer grafis dalam merancang hingga menciptakan sebuah bentuk visual sesuai dengan permasalahan tertentu.

Istilah 'desainer' memang sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat, namun apakah masyarakat sudah memahami secara pasti mengenai makna dari profesi ini? Pada dasarnya, seorang desainer merupakan sosok yang mampu merancang, menciptakan, dan mewujudkan suatu visual berdasarkan cerminan kepribadian serta imajinasi yang dimiliki. Dalam setiap kreasi yang dihasilkan selalu tersimpan sebuah pesan khusus yang disisipkan dan bertujuan untuk disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.

CREATIVE SENSITIVITY

Biasanya para desainer memiliki tingkat kepekaan yang tinggi terhadap suatu hal yang akan memacu kreativitas mereka untuk memvisualisasikan gagasan-gagasan baru. Kemampuan seorang desainer grafis terletak pada dua hal utama, yakni konsep dan visual. Kedua aspek tersebut harus dibuat secara seimbang melalui pendekatan dari berbagai sisi agar karya yang dihasilkan bisa lebih optimal.

Desainer memiliki ruang eksplorasi yang sangat luas dan tidak terukur. Bagi seorang desainer, suatu hal dapat diwujudkan melalui proses penciptaan sesuatu yang riil dengan melibatkan kekuatan pikiran, terutama pada saat memperhatikan satu perubahan hingga munculnya sebuah inovasi. Ide untuk menghasilkan karya desain biasanya muncul melalui tantangan dan rintangan yang dialami oleh desainer itu sendiri.



Setiap desainer pasti memiliki ciri khasnya masing-masing dan selalu mengutamakan fungsi serta manfaat dari desain yang dirancang. Pekerjaan desainer tidaklah semudah membalikkan telapak tangan dan tidak bisa disamakan secara universal maupun berpola. Sangat penting bagi seorang desainer untuk memastikan apakah sistem kinerja dari ciptaannya berjalan dengan baik atau justru sebaliknya.

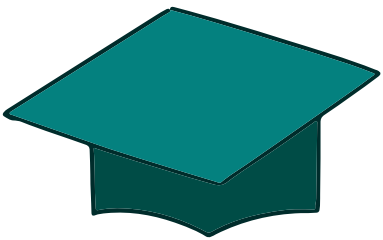
Desainer grafis juga harus memiliki kemampuan untuk mengolah elemen-elemen desain seperti warna, garis, bentuk, dan tekstur. Selain pembuatan elemen, desainer juga harus menguasai penerapan prinsip-prinsip desain, seperti memperhatikan kesatuan dan juga irama dari setiap bagiannya.

DESIGNER ARE CREATED NOT BORN

Terbentuknya seorang desainer pasti melalui proses pencarian dan perjalanan yang cukup panjang bagi mereka yang berkecimpung di dalamnya. Tidak ada desainer yang tumbuh dan berkembang secara instan dalam waktu yang singkat dan terbatas. Tentunya, setiap individu yang ingin memiliki keahlian dalam bidang desain harus banyak menempa diri dalam mempelajari wawasan seputar desain.

Seorang desainer dapat tercipta melalui dorongan untuk merealisasikan ide dan kreativitas yang digunakan untuk menyatukan elemen visual, seperti garis, gambar, warna, bentuk, tipografi, dan ruang dalam proses komunikasi untuk menciptakan persepsi akan suatu pesan yang ingin disampaikan. Siapapun dapat berprofesi sebagai seorang desainer, kuncinya ada pada usaha dan ketekunan untuk mempelajari bidang tersebut. Terciptanya seorang desainer tidak hanya datang dari motivasi di dalam diri mereka sendiri, melainkan juga dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan hidup masyarakat dalam hal desain.

Penciptaan seorang desainer dapat dilakukan melalui dua cara, yakni dengan...



Pendidikan

atau

Otodidak

Seseorang yang telah mendapatkan pendidikan desain sudah bisa dikatakan sebagai seorang desainer. Hal ini disebabkan karena setiap orang yang berpendidikan desain akan dibekali oleh ilmu pengetahuan selama mereka menjalankan pendidikan tersebut.

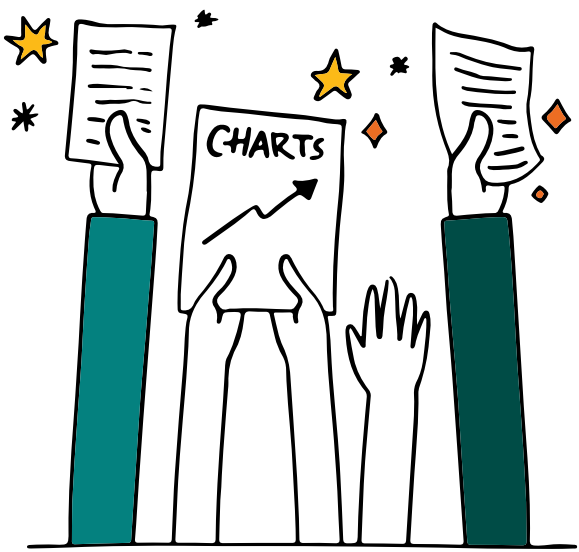
Ketika pendidikan yang dijalani telah selesai, maka individu tersebut dianggap sudah ahli dan cukup matang dalam berprofesi pada bidang yang ditekuni. Dalam dunia pendidikan, calon desainer akan terus dilatih dan diasah kemampuannya dari perancangan konsep hingga merealisasikan desain.

Cara kedua melalui otodidak, cara ini dapat menjadi alternatif bagi mereka yang baru pemula dan tidak ingin belajar desain dengan waktu yang terikat. Mayoritas dari para desainer otodidak memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada sebagai sarana mereka untuk belajar dan berlatih. Seperti memanfaatkan media youtube berupa video tutorial dan diselingi dengan informasi tips dan trik dari media internet.

Akan tetapi, ada kekurangan dari mempelajari desain secara otodidak,

salah satunya desainer menjadi tidak memiliki sertifikasi yang jelas dan profesional. Jika desainer tersebut masih sangat pemula, maka hal yang harus dilakukan adalah menambah pengalaman dalam bentuk portofolio dan jam terbang dalam membuat desain. Bagi desainer pemula, mencari pengalaman bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan klien terhadap kinerja dan hasil karya dari seorang desainer.

Selain itu, terbentuknya seorang desainer juga didorong oleh adanya peningkatan kebutuhan dari masyarakat terhadap desain. Banyak pebisnis yang saat ini terus berlomba-lomba untuk mendapatkan perhatian dari konsumennya dan berinovasi untuk meningkatkan penjualan produk mereka dengan menggabungkan desain dan juga pemasaran. Dengan terjadinya hal tersebut, desainer menjadi mempunyai peluang besar untuk mendapatkan keuntungan melalui kemampuan dan potensi yang telah dimiliki.



SEMUA ORANG BISA JADI DESAINER

Tapi untuk jadi yang paling OKE, harus selalu belajar dengan penuh tekad & dedikasi

WHAT MAKES US DIFFERENT FROM ARTIST

DESAINER

SENIMAN

Memang apa sih
bedanya? Kan sama-sama
bikin karya visual

Kaum awam sering kali mengalami kesulitan untuk membedakan profesi desainer dengan seniman dalam kehidupan sehari-hari. Seniman dan desainer memang memiliki kemiripan dan kesamaan yakni sama-sama menghasilkan suatu karya visual dengan memanfaatkan ilmu dan pengetahuan yang serupa. Akan tetapi, kedua profesi tersebut memiliki alasan dan tujuan yang berbeda dalam merancang seni maupun desain.

Jika ditelaah secara lebih mendalam, ada beberapa poin yang dapat membedakan antara seniman dan juga desainer.

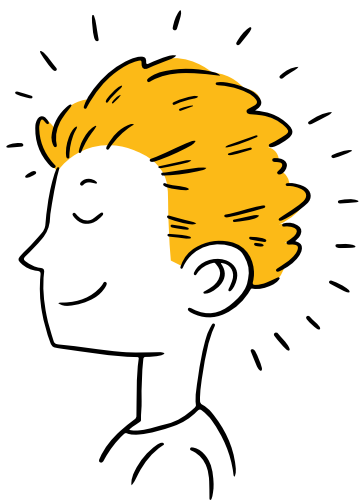
#1 PURPOSE

Poin pertama, seorang seniman menciptakan sebuah seni dengan tujuan untuk menggambarkan dan membagikan perasaan emosional yang sedang dirasakan oleh dirinya saat membuat sebuah seni. Dari hal tersebut, seniman dapat membuat sebuah ikatan dengan para pecinta seni untuk dapat menikmati makna dan mempelajari karya seni yang dihasilkan.

Lain halnya dengan desainer, ketika menciptakan suatu karya desainer tidak bisa hanya mengandalkan intuisinya saja, tetapi juga harus melewati serangkaian proses yang cukup panjang. Setiap tahapan harus dilaksanakan dengan sebaik mungkin dengan tujuan agar desain yang dihasilkan bisa mempersuasi dan mampu mengkomunikasikan informasi secara efektif kepada pihak tertentu. Karya desain tidak hanya diartikan sebagai sebuah tujuan, melainkan juga dijadikan sebagai sarana untuk dapat mencapai tujuan yang sudah ditentukan sejak awal.

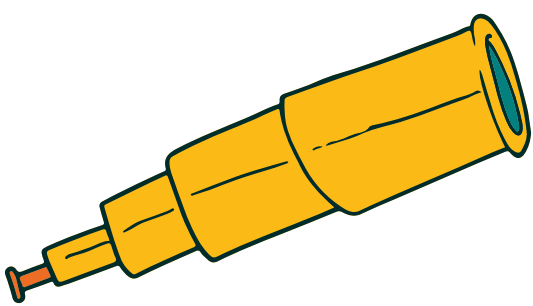
#2 ABILITY

Selanjutnya, poin kedua dari segi kemampuan yang dimiliki oleh seniman dan juga desainer. Selama ini kemampuan yang dimiliki seniman diukur dari kepandaiannya secara alami dalam melukis, memahat patung/kayu, menggambar, serta mengekspresikan diri. Sedangkan, kemampuan seorang desainer dinilai dari berhasil atau tidaknya cara mereka untuk dapat memecahkan sebuah akar permasalah.



#3 POV

Terakhir, dari segi perbedaan sudut pandang, profesi seniman lebih banyak menggunakan sudut pandang perasaannya sendiri dibandingkan melibatkan sudut pandang pihak lain. Sebaliknya, dalam proses pengerjaan, desainer sangat disarankan untuk mempertimbangkan serta memposisikan diri sebagai seorang pengguna dari desain yang sudah direncanakan. Hal ini dilatarbelakangi oleh tujuan utama dari sebuah desain yaitu untuk memotivasi hingga menginstruksi pihak lain untuk melakukan suatu perubahan ataupun tindakan.



Dari penjabaran poin-poin sebelumnya dapat disimpulkan bahwa...

perbedaan hingga persamaan profesi seniman dan desainer dapat ditentukan dari cara setiap individu melihat serta memaknai kedua pekerjaan tersebut. Di mana, seorang seniman biasanya selalu menghasilkan seni yang bersifat pribadi dan penuh dengan perasaan untuk dijadikan sebagai media pengekspresian diri. Lalu, seorang desainer cenderung lebih mengutamakan aspek kegunaan/fungsi serta lebih memperhatikan setiap tahapan proses dalam pembuatan sebuah desain.

Tak bisa dipungkiri, pekerjaan seorang seniman dan desainer sudah memiliki peranan dan fungsinya masing-masing. Tidak ada yang lebih unggul ataupun lebih buruk, semuanya mempunyai porsi dan kaidah-kaidah tersendiri dalam bekerja untuk menghasilkan karya berupa seni dan juga desain. Ada yang berperan dalam menciptakan aspek estetika dan ada pula yang bertugas untuk memenuhi kebutuhan komersial.

WITH GREAT POWER COMES GREAT RESPONSIBILITY

Setiap profesi pasti memiliki tanggung jawab dan kewajiban yang harus ditaati dan diterapkan dalam ruang lingkup pekerjaan. Sama halnya dengan seorang desainer, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam proses visualisasi suatu desain. Bagi desainer, tentu sangatlah penting untuk bisa menghasilkan karya terbaik berupa solusi visual yang bisa menjawab permasalahan-permasalahan dari kliennya.

Secara umum, tugas dari seorang desainer adalah berperan sebagai komunikator dalam membuat sebuah konsep perancangan yang selanjutnya diubah ke dalam bentuk digital berupa grafis maupun teks. Desainer juga harus memastikan bahwa desain yang dihasilkan bisa membantu secara akurat dengan melampirkan data-data kajian dari tahapan riset. Pekerjaan ini bisa dikatakan cukup kompleks karena desainer tidak hanya harus cerdas dalam visual, tetapi juga harus memiliki kecerdasan intelektual.

Membicarakan perihal kewajiban, ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh seseorang yang berprofesi sebagai seorang desainer.

Pertama, desainer berkewajiban penuh untuk melaksanakan semua pekerjaan yang telah diterima sesuai dengan perjanjian kerja dengan klien. Dalam hal tersebut, desainer diharapkan dapat menyampaikan informasi yang jelas untuk nantinya disampaikan kepada audiens dalam bentuk desain.

Kedua, desainer memiliki kewajiban untuk menciptakan desain visual yang komunikatif dan persuasif agar dapat menarik perhatian audiens untuk membaca pesan yang ingin disampaikan. Desain yang baik dapat dirancang dengan memadukan unsur visual, teks, dan juga seni. Selain itu, teknik pendekatan terhadap audiens juga harus mempunyai ciri khas yang unik serta kreatif.

Ketiga, desainer berkewajiban memposisikan dirinya berperan sebagai pemecah masalah (problem solver) sekaligus menjadi audiens dari desain tersebut. Lalu, pekerja desain juga dituntut untuk terus mencari terobosan baru dalam menghasilkan ide-ide kreatif dan inovatif yang sesuai dengan kebutuhan perkembangan zaman.

Setelah membahas mengenai kewajiban, desainer juga mempunyai tanggung jawab yang harus dilaksanakan selama menjalankan profesinya. Tanggung jawab tersebut, antara lain menjelaskan kepada klien mengenai strategi desain yang digunakan untuk menjangkau target audiens, menentukan pesan yang ingin disampaikan melalui desain,memperkirakan waktu yang dibutuhkan untuk mengerjakan desain, serta merealisasikan desain berdasarkan perjanjian tenggat waktu dan juga penawaran biaya. Tidak hanya itu, desainer juga harus mempertanggungjawabkan kesalahan-kesalahan yang terjadi selama proses pengerjaan dengan memberikan kompensasi berupa revisi terbatas yang didasarkan pada rekomendasi dari klien.

Seluruh kewajiban dan tanggung jawab yang dimiliki desainer memang harus dilakukan secara seimbang dan perlu memperhatikan kode etik profesi. Selain mengutamakan fungsi dari desain, desainer juga harus membuat desain yang nyaman dilihat dan mempertanggungjawabkan bahwa karya desain yang dihasilkan murni dari hasil jerih payahnya sendiri.

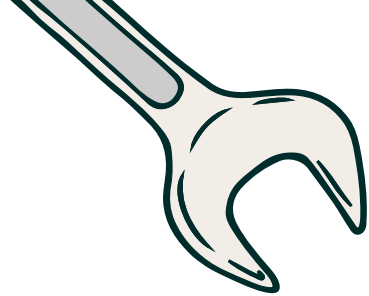
Dalam dunia industri kreatif, sangat tidak diperbolehkan jika seseorang menggunakan karya orang lain tanpa izin dan harus membeli lisensi untuk penggunaan karya tersebut. Oleh karena itu, saling menghargai kekayaan intelektual antar pekerja kreatif merupakan hal yang sangat penting dan bersifat wajib. Desainer yang baik pasti akan bekerja dengan penuh tanggung jawab dan mengutamakan kejujuran.

BAGIAN 2

Skill-skill Inti yang dibutuhkan seorang desainer grafis

With, Lisa Indriati

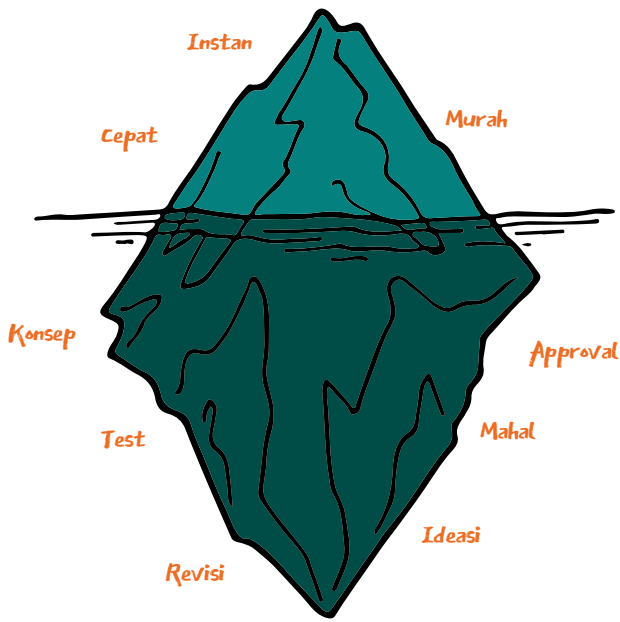
Lets Begin!



7 SKILL OF GRAPHIC DESIGNER

Perkembangan industri kreatif di Indonesia saat ini luar biasa meningkat. Kalau dulunya pekerjaan paling bergengsi yang selalu jadi cita-cita anak dan orang tuanya adalah menjadi dokter, pilot, dan insinyur; saat ini banyak orang yang ingin berkarir di dunia kreatif. Dengan meledaknya kebutuhan teknologi yang terjadi akibat pandemi, tuntutan inovasi dan pertumbuhan ekonomi kreatif menjadikan desain dan kreativitas hal utama.

EKSPEKTASI



REALITA

Bertentangan dengan hal diatas, pekerjaan kreatif seringkali dianggap “mudah” dan “cocok” di zaman baru ini, sehingga masih cukup banyak miskonsepsi terjadi bahwa menjadi desain itu seharusnya MURAH dan CEPAT. Yang banyak orang tidak sadari adalah proses berpikir kreatif itu MAHAL dan perlu proses yang CERMAT. Seorang desainer harus melakukan riset, observasi dan validasi berulang hingga sebuah desain siap untuk di-launching ke publik.

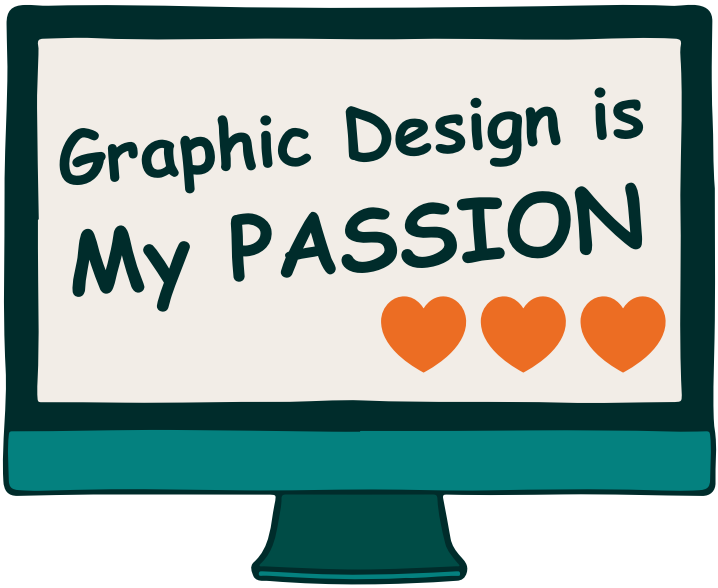
Penyebab utama desain menjadi tidak terlalu berharga di mata klien sebenarnya adalah karena para desainer itu sendiri. Dengan persaingan yang begitu kompetitif, ratusan bahkan ribuan lulusan DKV baru setiap tahunnya, mereka perlu melakukan strategi untuk dapat bertahan di dunia kerja. Kemudahan teknologi juga menghasilkan para “instant designer” yang mematok fee sangat rendah sehingga menghancurkan harga desain karena kebanyakan belajar otodidak sehingga tidak perlu modal pendidikan yang mahal, tidak memiliki skill design yang mumpuni dan menggunakan tools gratisan.

Lalu bagaimana agar para desainer dapat bersaing sehat dan kreativitas dapat dihargai dengan sepantasnya?

Kita merangkum setidaknya ada 7 skill inti yang harus dimiliki seorang desainer, antara lain:

SKILL #1

Design Principle



Satu hal kunci yang membedakan designer dengan instant designer adalah pada pemahaman prinsip-prinsip dasar desain. Prinsip desain digunakan untuk membuat desain yang tidak hanya visually appealing tetapi juga make sense bagi pengguna. Desainer profesional paham bagaimana prinsip-prinsip ini bisa mendukung, memperkuat atau bahkan kontras satu sama lain untuk menciptakan efek yang diinginkan.

Setidaknya ada 12 prinsip dasar desain yang seringkali dibahas, yaitu: contrast, balance, emphasis, proportion, hierarchy, repetition, rhythm, pattern, white space, movement, variety, dan unity.

Prinsip desain mempengaruhi bagaimana user berinteraksi dengan sebuah desain. Ketika diterapkan dengan tepat, desain dapat digunakan untuk menciptakan dampak emosional ke user serta meningkatkan user experience secara keseluruhan.

SKILL #2

Design Software

Perkembangan teknologi memudahkan kita untuk mengeksekusi konsep desain dengan beragam pilihan software dan apps. Menggunakan tools yang tepat juga dapat memudahkan kerja desainer, efisiensi waktu dan hasil yang lebih maksimal.

Bisa dibilang software desain paling populer dan digunakan oleh jutaan desainer di seluruh dunia adalah Adobe seperti Photoshop, Illustrator, Indesign, Premiere dan lain sebagainya. Walaupun software Adobe paling umum digunakan, namun downside dari penggunaan software ini adalah karena harga lisensinya yang cukup mahal (700-800 USD/tahun) sehingga desainer profesional mulai beralih menggunakan alternatif software lain yang lebih murah bahkan gratis.

Namun, apapun software-nya, desainer harus mampu menemukan software apa yang paling cocok dan dapat mendukung kinerjanya masing-masing. Cara terbaik untuk mengetahui software mana yang paling cocok untuk kamu adalah dengan langsung mencoba dan bereksperimen. Setiap software biasanya memiliki fitur khusus yang perlu dieksplorasi penggunaan apakah sesuai dengan pekerjaanmu saat ini. Jangan ragu untuk mencoba dulu, manfaatkan free trial dan gunakan waktu tersebut untuk memahami lebih baik sebelum memutuskan untuk berlangganan.

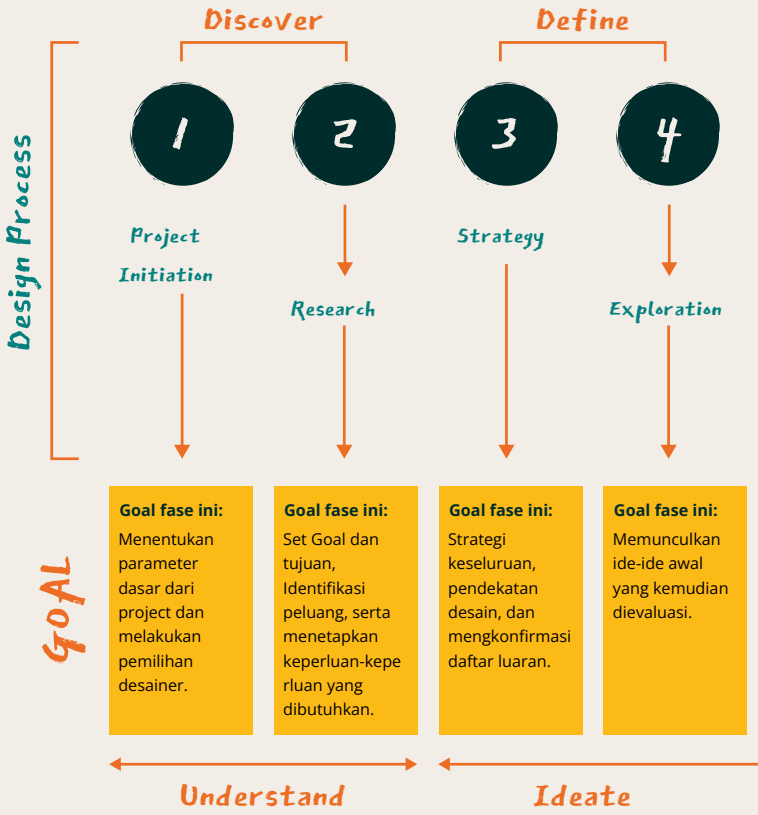
SKILL #3

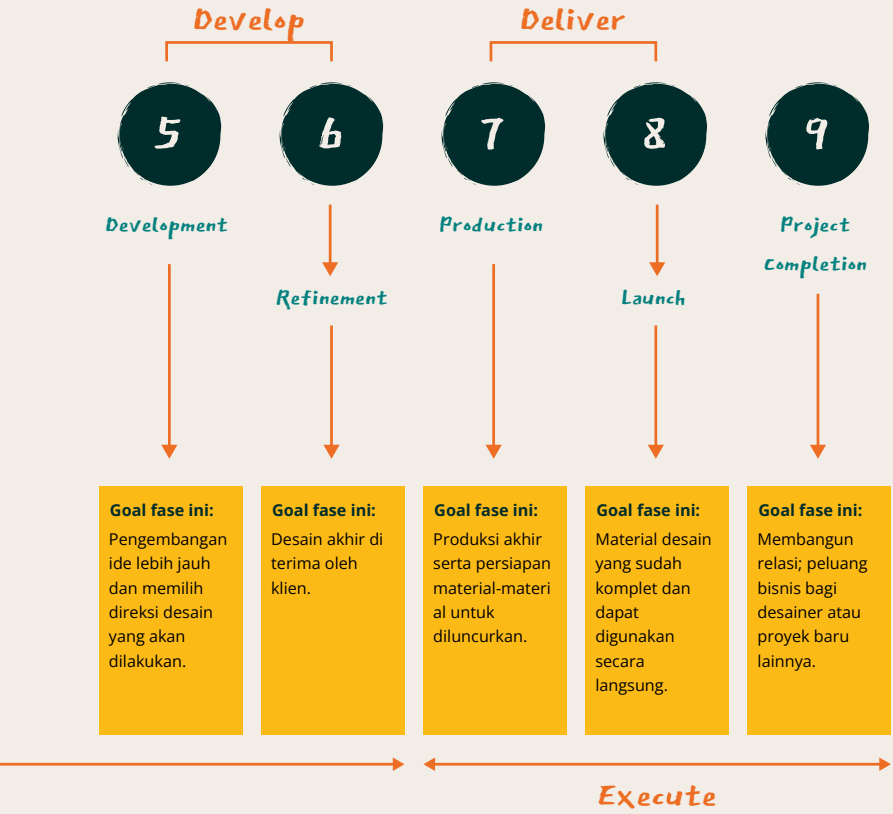
Project Management

Banyak desainer mendapatkan proyek desain dari klien besar dengan budget yang cukup tinggi tetapi tetap saja tidak mendapatkan profit yang sesuai. Banyak desainer masih struggle untuk menjaga bisnisnya stabil, kadangkala bahkan mengalami kerugian materi dan non materi.

Hal ini terjadi karena tidak banyak desainer tidak menguasai cara mengelola proyek, mereka hanya fokus pada technical skill. Tidak jarang, para desainer mengalah pada idealisme mereka. Bagaimana delivery project yang ideal menurut pandangan mereka, sehingga overused resource dan waktu mereka untuk mengerjakan sebuah proyek.

Untuk menghindari hal-hal tersebut, desainer perlu untuk menerapkan manajemen proyek desain. Sebelum mampu menerapkan manajemen proyek, maka perlu untuk mengetahui terlebih dulu bagaimana tahapan-tahapan dalam mendesain.


Discover
Define
Design Process
1
2
3
4
Project Initiation
Research
Strategy
Exploration
GOAL
Goal fase ini:
Menentukan parameter dasar dari project dan melakukan pemilihan desainer.
Goal fase ini:
Set Goal dan tujuan, Identifikasi peluang, serta menetapkan keperluan-keperluan yang dibutuhkan.
Goal fase ini:
Strategi keseluruan, pendekatan desain, dan mengkonfirmasi daftar luaran.
Goal fase ini:
Memunculkan ide-ide awal yang kemudian dievaluasi.
Understand
Ideate


Develop
Deliver
5
6
7
8
9
Development
Refinement
Production
Launch
Project Completion
Goal fase ini:
Pengembangan ide lebih jauh dan memilih direksi desain yang akan dilakukan.
Goal fase ini:
Desain akhir di terima oleh klien.
Goal fase ini:
Produksi akhir serta persiapan material-material untuk diluncurkan.
Goal fase ini:
Material desain yang sudah komplet dan dapat digunakan secara langsung.
Goal fase ini:
Membangun relasi; peluang bisnis bagi desainer atau proyek baru lainnya.
Execute

Ada beberapa hal yang paling mempengaruhi kelancaran implementasi sebuah proyek, antara lain:

1. Communication:

Hal paling penting dan paling sering diremehkan. Kita akan bahas lebih dalam pada skill inti selanjutnya. Komunikasi dua arah yang efektif, sharing informasi tentang proses dan progress desain dengan pihak klien menjadikan proses desain menjadi lebih baik.

2. Scope of Work:

Project yang besar perlu mengulang-ulang beberapa fase kegiatan, sebaliknya project kecil biasanya harus meringkas proses untuk menghemat waktu dan biaya. Hal ini yang akhirnya berpengaruh pada timeline kerja sebuah proyek.

3. Timing:

Jadwal yang mepet berarti harus mengorbankan beberapa detail sehingga delivery proyek bisa kurang dari standar. Sebaliknya waktu yang panjang memberikan kita waktu untuk lebih detail dalam melakukan proses kerja.

4. Budget:

Less money equals less work. Budget besar memungkinkan kita untuk melakukan pekerjaan dengan lebih leluasa dan prosedur yang panjang.

5. Delivery Media::

Pilihan delivery media juga berpengaruh pada tahapan kerja. Misalnya pada media cetak, mengharuskan kita untuk berkolaborasi dengan pihak percetakan; sedangkan pada media digital, mungkin diperlukan SEO writer.

SKILL #4

Communication

Untuk menghasilkan desain yang hebat perlu kolaborasi antara desainer dan klien. Banyak hal yang perlu di-manage supaya hasilnya maksimal sehingga komunikasi dua arah antara desainer dan pengguna (klien) menjadi sangat penting.

Salah satu critical point yang harus dipahami desainer adalah memahami ekspektasi klien; baik dari segi visual, konten maupun eksekusi akhir. Kadangkala ekspektasi klien tidak tersampaikan dari awal sampai hasil akhirnya tidak sesuai harapan. Hal ini bukan karena klien sengaja, perlu dimengerti bahwa ada kalanya klien tidak menyampaikan apa yang diharapkan karena kesulitan memvisualisasikan apa yang ada di benak mereka.

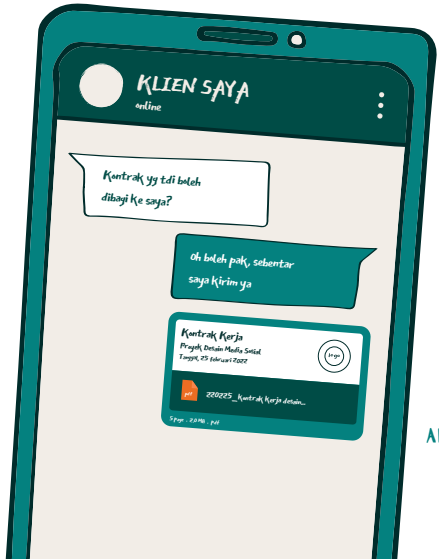
Pekerjaan desain bukan transaksional layaknya ketika berdagang, beli A dapat A. Perlu seni untuk memenuhi permintaan klien kita, karena dengan memenuhi ekspektasi klien, baik yang tersirat maupun tersurat, menjadi kunci utama kepuasan mereka. Dalam hal ini, skill komunikasi memegang peranan penting bagi desainer untuk berinteraksi dan menyampaikan informasi agar ekspektasi klien dapat terus terpenuhi.

Berdasarkan pengalaman pribadi, ketika saya masih awal berkarir menjadi desainer muda dengan penuh idealisme, hal paling menyebalkan adalah memberikan update progress ke klien. Dengan segala kenaifan dan embel-embel introvert, menginformasikan proses kerja serta segala perubahan yang diperlukan menjadi beban. Namun sejujurnya, bukan idealisme saya yang bekerja tetapi ketakutan untuk tidak diterima dan harus melakukan revisi berulang-ulang.

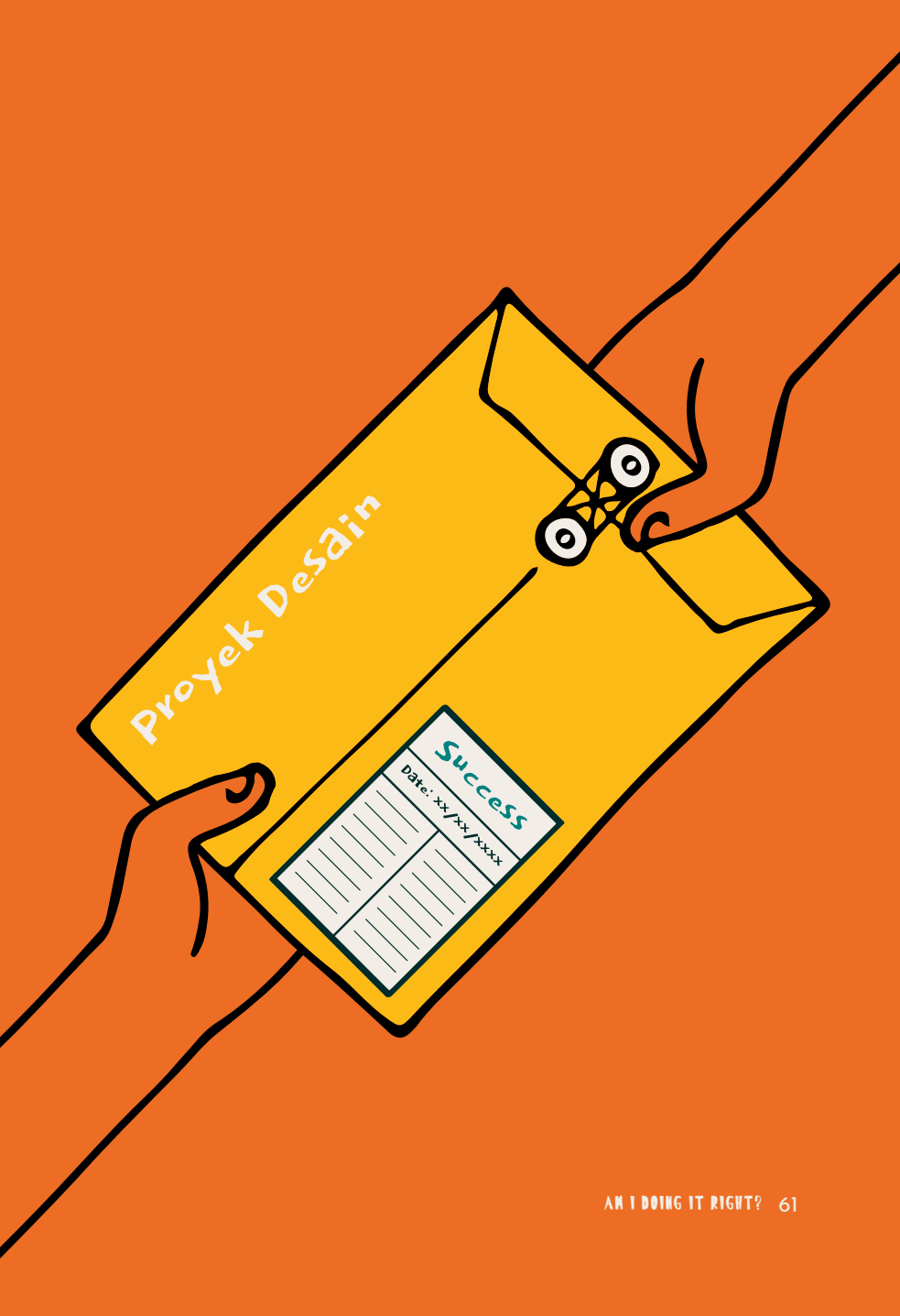
Hal yang saya rasakan saat itu tentu saja muncul karena lemahnya skill komunikasi yang saya miliki. Namun, ketika saya mencoba untuk menjalin komunikasi yang intens, se-simple membalas chat dari atasan dan klien dengan segera, banyak hal-hal yang bisa dikompromikan dan pekerjaan menjadi jauh lebih menyenangkan.

Komunikasi yang baik dalam proses desain juga berarti memiliki hal-hal berikut:

- Kontrak kerja yang jelas sesuai dengan penawaran yang disepakati
- Informasi tentang progress kerja, perubahan dan catatan meeting tertulis melalui email atau chat
- creative brief dan dokumen spesifikasi proyek
- Proper billing seperti invoice dan kwitansi pembayaran

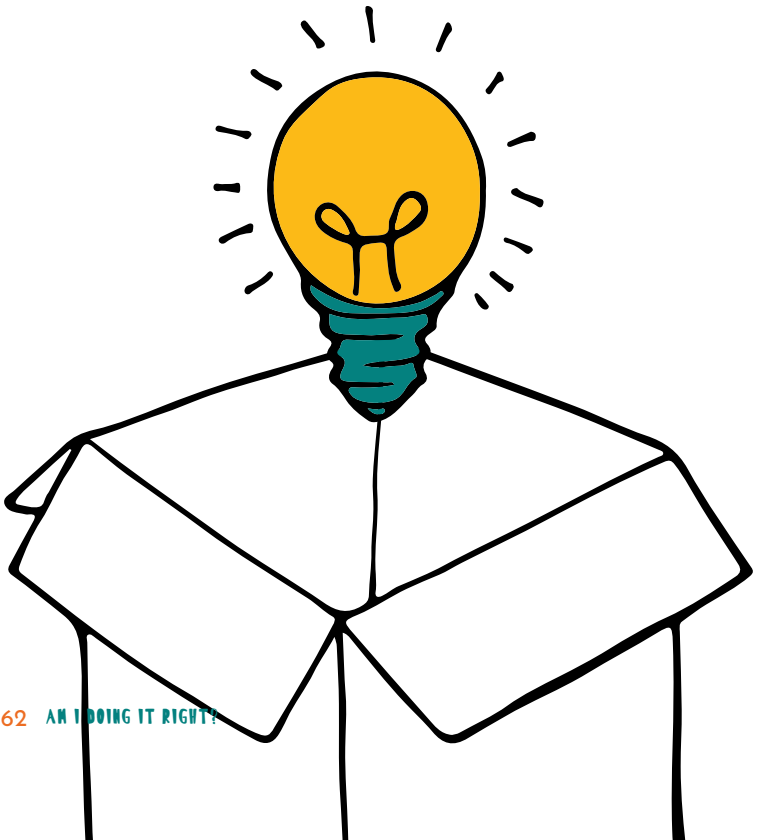


Dengan menjalin komunikasi yang baik dengan klien, bisa dipastikan delivery proyek dengan hasil yang memuaskan sehingga klien tidak ragu untuk mengontrak kembali atau merekomendasikan desainer pada orang lain.

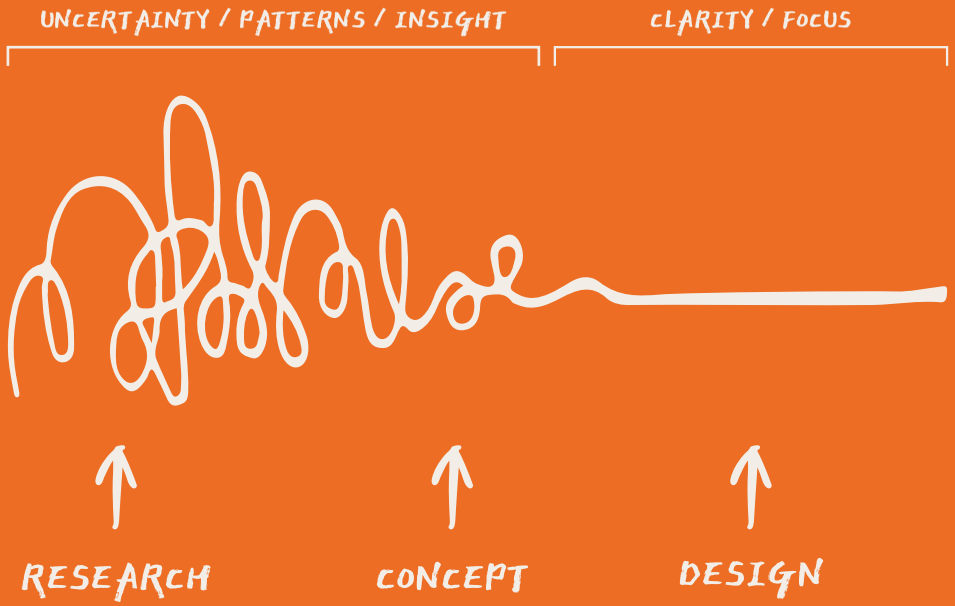

Proyek Desain
Success
Date: xx/xx/xxxx

SKILL #5

Creative Thinking



Kreativitas adalah sebuah proses, bukan muncul begitu saja. Seringkali orang meremehkan pekerjaan desainer karena proses berpikir kreatif ini tidak nampak. Banyak orang menganggap kreativitas muncul secara natural, tiba-tiba muncul *'click moment'* dan *'that's it!'*. Padahal perlu waktu dan banyak percobaan serta kegagalan agar desainer terlatih untuk berfikir kreatif dan bisa keluar dari comfort zone mereka.


UNCERTAINTY / PATTERNS / INSIGHT
CLARITY / FOCUS
RESEARCH
CONCEPT
DESIGN

Seperti yang dapat kita lihat pada ilustrasi di samping, proses kreatif tidak berjalan linear. Desainer perlu untuk menggunakan kemampuannya untuk berfikir kreatif dan kritis secara bersamaan. Contohnya, ketika memulai riset sebuah proyek, desainer harus mengumpulkan banyak data dari hasil interview dan observasi untuk kemudian dilakukan identifikasi pola terkait dengan permasalahan yang mereka hadapi. Tentu saja proses ini memerlukan kemampuan critical thinking, namun jika tidak didukung oleh creative thinking yang kuat maka hasil temuan bisa jadi terbatas.

Creative thinking adalah proses dimana kita bisa menemukan ide-ide baru dan konsep inovatif. Dengan memiliki kemampuan ini, memungkinkan kita untuk bisa melihat lebih banyak kemungkinan pola dan ekspektasi klien yang seringkali tersembunyi. Dengan selalu mengasah creative thinking, kita dapat menemukan insight yang menarik yang mungkin tidak pernah terpikirkan sebelumnya.

Lalu, apakah kemampuan critical thinking dapat diajarkan? Yang pasti, kemampuan ini dapat dilatih dan semakin tajam ketika melalui lebih banyak tantangan dan menghadapi berbagai macam permasalahan.

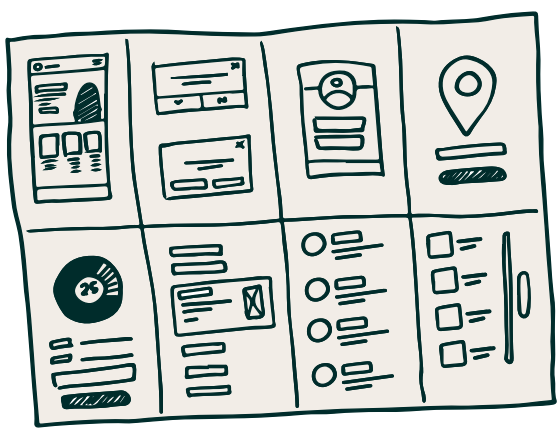
Beberapa tips untuk mempertajam kemampuan kreatif thinking para desainer antara lain:

"Practice improves performance, but stay foolish can be valuable."

Ketika mengerjakan sebuah proyek baru, seringkali diperlukan perspektif baru sehingga ketidaktahuan kita sebagai pihak luar bisa menjadi berguna ketika membuat konsep. Karena belum ada ide-ide bawaan atau ketakutan akan gagal, maka ide-ide yang dihasilkan bisa sangat luas dan seringkali justru menghasilkan hasil yang luar biasa bermanfaat.

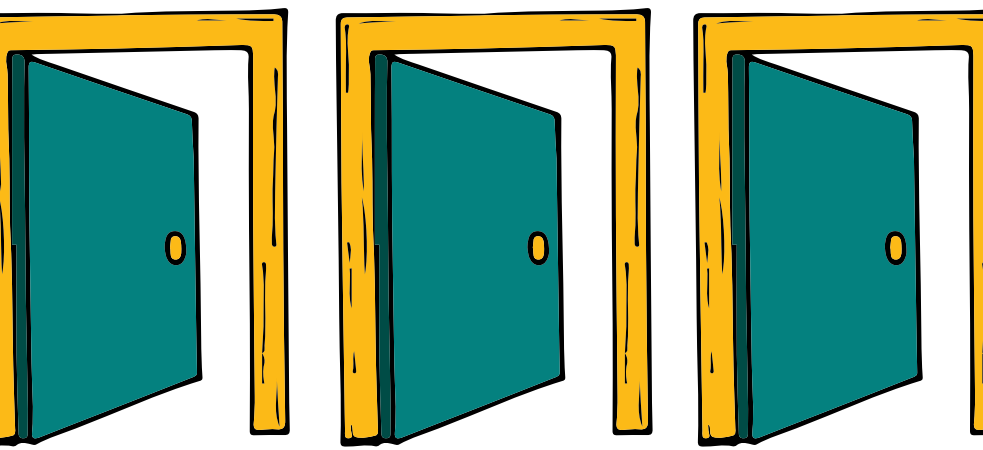
"Don't compare your idea, just go ahead and create!"

Banyak tools atau framework berfikir yang dapat membantu desainer melalui proses kreatif, beberapa dari tools tersebut juga menyarankan untuk melakukan eksplorasi ide dengan menambahkan constraint misalnya waktu. Pada Design Sprint misalnya, kita hanya punya waktu 8 menit untuk membuat sketsa 8 ide. Setiap orang diharapkan bisa menghasilkan ide yang unik terkait user dan problem.



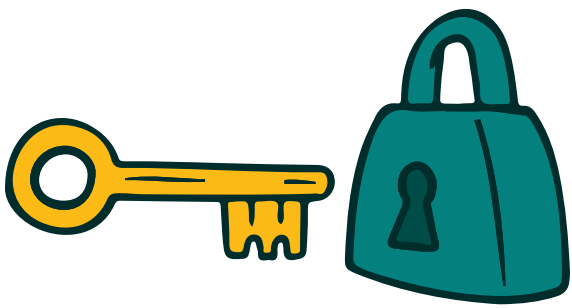
"Doubt questions everything and opens new doors for improvement."

Meragukan hal-hal bisa sangat bermanfaat untuk melatih kreatifitas karena akan mendorong kita untuk terus melakukan perbaikan dan berinovasi. Tidak cukup puas dengan temuan pertama, selalu mencari cara dan ide-ide baru agar terwujud ide baru yang lebih baik dan lebih baik lagi.



SKILL #6

Problem Solving

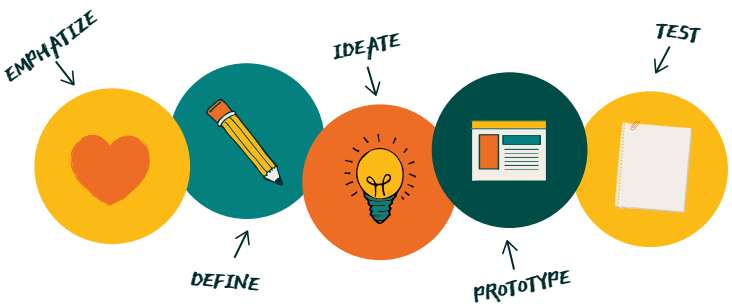


Designers are problem-solvers. Setiap proyek design adalah masalah atau tantangan yang melibatkan desainer untuk membantu orang lain memahami sesuatu. Desainer harus melihat semua ketidakpastian dan kekacauan untuk menciptakan solusi. Menjadikan sesuatu yang gamang menjadi pasti atau mudah dipahami.

Dalam lingkungan yang sangat dinamis dan tidak dapat diprediksi, solusi terbaik saat ini dari sebuah permasalahan bisa tidak berguna dalam waktu singkat. Terlebih pada masa pandemi saat ini, banyak regulasi berubah sewaktu-waktu, semua solusi menjadi tidak permanen dan kita harus siap terhadap perubahan.

Agar solusi dapat menjawab permasalahan dengan tepat, desainer harus mempertimbangkan user atau audience pada seluruh tahapan ketika memulai sebuah proyek desain. Salah satu framework dan tools yang paling umum digunakan oleh banyak desainer dunia dalam menciptakan solusi adalah Design Thinking.

Design Thinking berfokus pada penyelesaian permasalahan melalui design. Solusi yang dihasilkan dalam proses ini sangat inovatif dan menjawab permasalahan sesuai dengan kebutuhan user. Design thinking adalah sebuah proses menyelesaikan masalah hingga mendapatkan solusi melalui tahapan-tahapan yang pasti.



Teori ini awalnya dikembangkan dari riset psikologi tentang kreativitas pada tahun 1940-an, yang kemudian mulai populer saat IDEO, perusahaan konsultan design, mendemokan proses desain mereka dengan menggunakan metode Design Thinking pada tahun 1990-an.

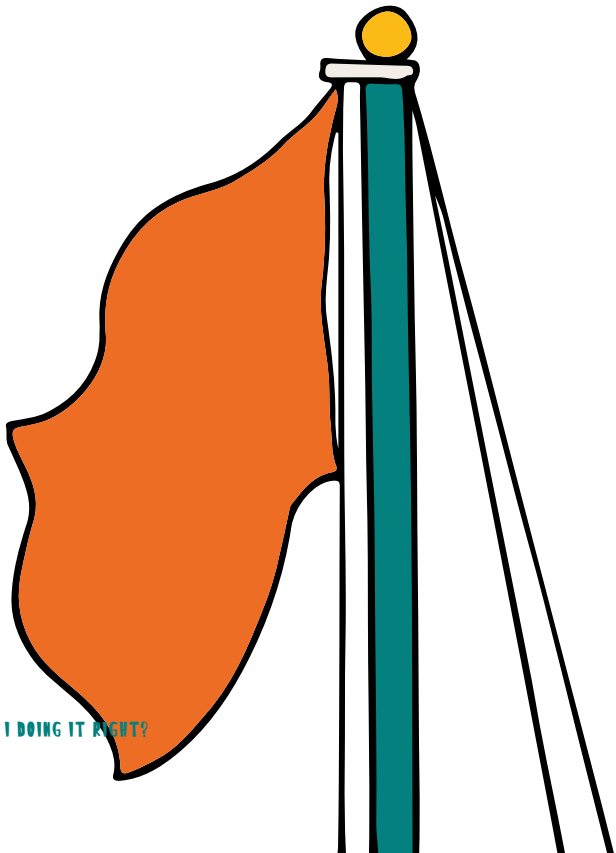
Design Thinking membagi proses pencipataan solusi menjadi 5 fase:

Emphatize, Define, Ideate, Prototype dan Test.

Lebih detail tentang bagaimana memanfaatkan metode ini ada pada bagian 4 dalam buku ini.

SKILL #7

Opportunity Creation



Baik problem solving maupun opportunity creation sama-sama fokus untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi saat ini. Satu hal yang mencolok bagi seorang opportunity creators adalah mencari celah untuk perbaikan, sedangkan problem solver melihat kesempurnaan.

Mungkin sering mendengar atau bahkan menyebut orang sebagai oportunis dikarenakan orang tersebut memanfaatkan segala kondisi demi keuntungan pribadi tanpa memperhatikan etika dan estetika. Bagi opportunity creators, kualitas memang bukan menjadi hal utama, yang penting bagaimana produk bisa bekerja dengan baik dan berbeda sehingga dapat dipasarkan.

Sebagai desainer kita harus bisa bertindak sebagai problem solver sekaligus opportunity creators. Harus disadari bahwa solusi yang kita buat sesempurna apapun, jika tidak ada peluang untuk bisa digunakan atau terlalu mahal untuk diproduksi maka menjadi hal yang sia-sia.

Menurut Sarasvathy (2001), opportunity creation adalah proses mengembangkan dan menciptakan peluang kewirausahaan. Inti dari ide ini adalah bahwa entrepreneur mampu mengembangkan bisnis berdasarkan proses kreatif dan tidak dibatasi oleh ketentuan organisasi dan lingkungan sebelumnya.

Sarasvathy juga memiliki teori Effectuation dimana dia menguraikan sebuah pendekatan untuk membuat keputusan entrepreneurial dengan mengidentifikasi langkah terbaik berikutnya dengan mempertimbangkan sumber daya yang sudah dimiliki. Dengan cara ini tidak ada waste of resource sehingga proses penciptaan peluang dapat terjadi dengan maksimal.

Mindset dasar dari teori effectuation disebut dengan **Pilot-in-the-plane,** yang menggambarkan masa depan sebagai sesuatu yang dapat dipengaruhi oleh tindakan kita, misalnya kita dapat menciptakan peluang itu sendiri. Sehingga perlu untuk fokus pada hal-hal yang dapat kita kontrol bukan berdasarkan prediksi.

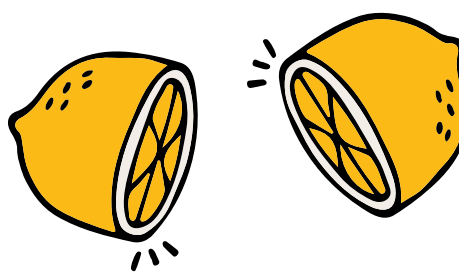
4 PRINSIP EFFECTUATION

BIRD IN HAND

Kita dapat menciptakan solusi dengan memanfaatkan solusi yang telah dimiliki. Sehingga tidak perlu menunggu waktu yang tepat, mulai dengan apa yang ada.

LEMONADE PRINCIPLE

Kesalahan dan kejutan tidak terelakkan dan dapat digunakan untuk melihat peluang baru. Bagaimana kita menyikapinya menentukan keberhasilan selanjutnya.



CRAZY QUILT

berpartner dengan orang lain dengan latar belakang bidang yang berbeda-beda bisa menghasilkan pendanaan atau arahan baru bagi proyek yang sedang dikerjakan. Jalankan sebuah peluang dengan prinsip co-create bersama orang-orang ini dengan membuat kesempatan awal yang jelas di awal, sebelum mulai bekerjasama.

AFFORDABLE LOSS

investasi hanya sebatas seberapa besar kita rela merugi. Perhitungkan seberapa besar yang rela kita korbankan untuk memulai suatu usaha atau inisiatif.

READERS TAKEAWAY

7 skill inti ini juga akan lebih efektif jika bisa dimanfaatkan bersamaan dan saling mendukung. Design is non linear process, perlu bagi desainer untuk bisa beradaptasi dengan kondisi dan situasi di lapangan.

Ketujuh prinsip yang tertulis pada bagian ini tentu saja bukan hal yang saklek harus dilakukan, tapi dengan menerapkan prinsip-prinsip ini membawa kami bisa bertahan dengan berbagai tantangan di dunia industri kreatif yang sangat kompetitif hingga saat ini.

"Design is not just what it looks like and feels like. Design is how it works." -Steve Jobs-

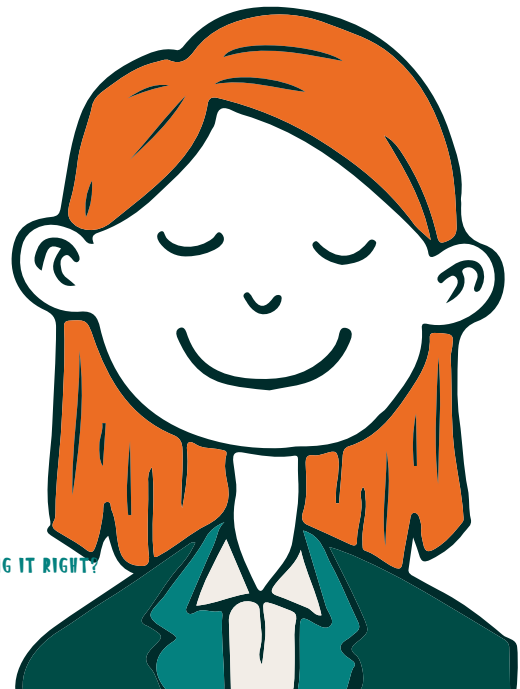
BAGIAN 3

Panduan Karir singkat untuk para desainer grafis

with. Selly Fatmawati

Lets Begin!

THE ART OF SELLING YOURSELF



Salah satu hal yang sebenarnya penting, tapi jarang menjadi pusat perhatian adalah bagaimana kita sebagai seorang designer menjual karya dan bukan hanya itu kita juga harus tau bagaimana 'menjual diri'.

KNOW ME!

Menjual diri juga sebuah seni, sama hal-nya dengan para seniman, menggambar, men design, berekspresi.

Bukan hal mudah ketika kita harus menjelaskan “Apa yang menjadi kelebihanmu?” kalimat basic yang selalu ditanyakan orang dalam interview. Namun pertanyaan itu pula yang bisa menjadi boomerang nantinya.

BRAGGING

adalah salah satu teknik untuk menjadi sombong dengan cara yang benar. Pepatah yang bilang, jadilah seperti ilmu padi semakin tua semakin merunduk sudah tidak berlaku di masa ini, masa dimana kita tidak tahu pekerjaan sepupu kita, tante kita tidak tau kita kuliah di kampus mana atau jurusan yang diambil teman SMP kita.

Masa ini adalah masa kita harus memperkenalkan diri sendiri kepada dunia, siapa kita, apa kehebatan kita dan apa yang biasa kita lakukan. Bukan tanpa alasan, semua ini dilakukan untuk membuat orang tahu tentang kita yang pada akhirnya menjadikan peluang dimasa depan.

Oke yuk belajar bagaimana kita bisa mempromosikan diri dengan cara dan di waktu yang tepat. Cara yang akan di share ini ada dalam buku BRAG Better karya Meredith Fineman.

HELLO!

Sebelumnya perkenalkan saya selly co- Founder dari Long Distance Creator. Saya dan partner saya lisa sebagai digital strategic partner untuk beberapa perusahaan dan membantu meng-aktivasi produk / layanan dalam dunia digital.

*foto ini diambil sekitar 2016, kami berdua hampir setiap hari berkomunikasi, bahkan pernah 2 tahun tinggal bersama, namun ternyata hal yang jarang kami lakukan adalah foto bersama

me & my best partner

Selain itu Kami beberapa kali memberikan sharing dalam format seminar / training mengenai digital marketing. Diatas adalah salah satu acara yang Kami lakukan bersama.

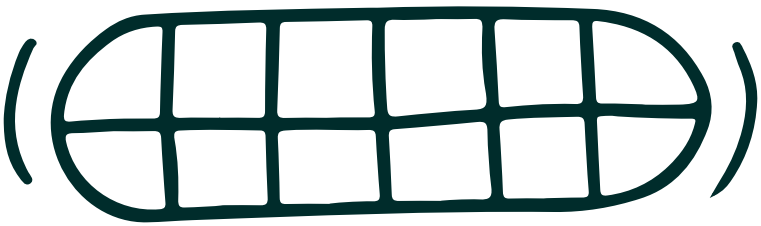
Rasanya ada yang kurang bila saya tidak mempromosikan diri dalam bab Seni promosi ini. Terkadang promosi diri tidak harus sesuatu yang besar dan bombastis. Mulai dari sesuatu yang dekat dengan kita dan sedang kita jalani saja.

Bab ini akan memberi beberapa tips untuk menyadarkan kalian yang masih takut untuk mempromosikan diri.

Enjoy!!!

LETS START

BRAG BITES



Kita harus mempersiapkan informasi dari sisi terbaik diri kita yang singkat dan dapat diceritakan kepada orang di berbagai kesempatan. Mulai dari Nama, Jabatan, Tanggung jawab yang sedang dijalani sampai kepada pencapaian yang sudah di dapatkan.

Brag Bites ini kamu boleh punya lebih dari satu hal, bila kamu masih bingung, berikut adalah 12 Pertanyaan kunci yang bisa menjadi jawaban dari Brag bites yang bisa kamu siapkan:

1. Menurut Anda dan orang-orang sekitar Anda, apa lima kelebihan Anda?

2. Sebutkan tiga hal paling menarik yang telah Anda lakukan atau alami?

3. Ceritakan bagaimana Anda mendapatkan pekerjaan saat ini?

4. Apa yang Anda sukai dari pekerjaan Anda?

5. Proyek apa yang sedang Anda kerjakan saat ini, apa saja yang menarik ?

6. Apa kesuksesan yang paling Anda banggakan?

7. Keterampilan baru apa yang telah Anda pelajari dalam setahun terakhir?

8. Tantangan apa yang telah Anda atasi untuk mencapai posisi Anda saat ini, baik secara profesional maupun personal, dan pelajaran penting apa yang telah Anda dapatkan ?

9. Kepahitan apa yang pernah Anda alami, dan bagaimana mengatasinya ?

10. Sebutkan organisasi yang Anda ikuti dan apa posisi Anda?

11. Bagaimana Anda menghabiskan waktu Anda di luar pekerjaan, seperti hobi, minat, olahraga, keluarga, dan kegiatan sosial?

12. Dengan cara apa Anda telah membuat perbedaan dalam kehidupan orang lain?

Nah, dengan menjawab pertanyaan di atas kamu bisa mempersiapkan beberapa hal untuk lebih bisa mempromosikan diri sendiri kepada om, tante, saudara, teman, kolega, atasan ataupun calon partner kamu.

Memang banyak pro kontra yang terjadi, "*lho sombong itu tidak baik*" ; "*nanti juga orang akan tau kalau itu karya kita*" ; "*ya seharusnya mereka tahu itu aku yang mengerjakan*". Menariknya, prestasi atau pencapaian kita itu harus di promosikan kepada orang yang terkait, agar orang itu tahu dengan yang telah kita lakukan.

Terkadang atasan kita saja tidak tahu seberapa hebat kita dan poin ini penting, akan banyak kesempatan terbuka ketika orang lain mengetahui talenta kita. Misal dipercayakan sebuah tanggung jawab besar, mungkin saudara kita bisa bantu mempromosikan hasil karya atau bisnis kita. Dan semua itu mungkin hanya jika orang tahu apa kelebihan kita.

Memang hal paling sulit untuk dilakukan adalah mengetahui kelebihan / potensi kita, apalagi kita sudah terbiasa dari kecil untuk selalu mencari & memperbaiki kelemahan. Contoh sederhana, nilai matematika kita 6 dan bahasa inggris kita 9. Kebiasaan banyak orang kita akan les matematika, bukan les bahasa inggris.

"There is nothing wrong with being aware of our weaknesses and managing them, but our greatest opportunity for success lies in building on our natural talents.
Let's start now to identify and maximize each person's talents and strengths."

-Gallup Company-

"Tidak ada yang salah dengan menyadari kelemahan-kelemahan kita dan mengelolanya, tetapi kesempatan terbesar untuk sukses adalah bergantung pada talenta-talenta alami kita.
Mari mulai sekarang untuk mengidentifikasi dan memaksimalkan talenta dan kekuatan masing-masing."

-Gallup Company-

Banyak potensi ketika kita tahu apa yang menjadi kelebihan kita, dan dapat mengelolanya dengan baik. Selain menjawab 12 pertanyaan diatas, ada cara lain yang bisa dicoba untuk mengetahui kelebihan.

LETS DO SOME ACTIVITY!

Mengetahui Kelebihan
Dan Meningkatkan Kepercayaan Diri

1. Minta 3 Orang yang mengenal Anda & Anda Hormati untuk mengirimkan WA / Email berisi daftar hal – hal yang menurut mereka Anda kuasai dengan baik!
2. Catat ulang daftar dan letakkan di tempat yang mudah dan sering terlihat!
3. Bacalah daftar tersebut ketika Anda mulai memikirkan hal – hal yang tidak anda kuasai!

Mulailah untuk mempromosikan diri sendiri, dan dapatkan banyak peluang yang tidak terduga.

THE MYTH:

Jadilah ilmu, padi semakin berisi semakin merunduk

Pekerjaan hebat akan diketahui sendiri oleh semua orang

Orang rendah hati akan dikenal orang

Saya mempromosikan teman – teman saya maka mereka akan mempromosikan saya

Sombong itu tidak baik

Semua pernyataan diatas saya sangat setuju. Di zaman percepatan informasi ini, semua orang berlomba - lomba untuk menjadi terlihat, kenapa? Karena kesempatan akan datang pada yang terlihat, entah dengan cara mengikuti lomba, memperbesar koneksi, atau berani untuk bersuara.

READERS TAKEAWAY

Sombong vs Percaya Diri. Ada perbedaan yang cukup signifikan antara sombong dan percaya diri.

Orang percaya diri menganggap dirinya mampu melakukan sesuatu dengan baik, sedangkan orang sombong menganggap dirinya yang terbaik. Orang percaya diri mereka yakin terhadap kemampuannya tanpa merendahkan orang lain, sedangkan orang sombong mencari pembanding untuk memperlihatkan dia yang terbaik. Jadi selama menunjukkan kelebihan tanpa merendahkan orang lai, itu namanya percaya diri. Jangan takut menjadi percaya diri.

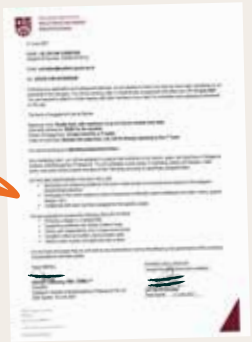
CREATING PORTFOLIO

Portfolio adalah ekspresi citra diri Anda; sebagai desainer, seorang kreatif, pegawai atau sebagai manusia. Portfolio digunakan untuk menunjukkan perspective Anda kepada klien atau pemberi kerja bahwa Anda orang yang tepat bagi mereka.

Tujuan utama membuat portfolio adalah untuk di rekrut, sehingga perlu untuk tahu siapa target audience dari portfolio kita. Beda orang atau perusahaan dan bidang usaha, maka portofolio yang dibuat juga berbeda

Studi kasus adalah bagian penting dari portofolio karena bisa menunjukkan contoh nyata tentang bagaimana Anda dapat memenuhi permintaan pelanggan Anda dan membantu mereka memenuhi tujuan mereka.

PORTFOLIO IS THE PROVE OF YOUR WORK



Ini adalah salah satu portfolio dari si pembuat buku, Christian Lie. Di Dalam portfolio nya, calvin menggunakan story untuk mempromosikan diri. Memberi highlight pada portfolio menjadi nilai lebih dari sekedar memberi tahu orang bahwa kamu jago photoshop, bagaimana bila diubah hasil apa yang sudah kamu lakukan.

Lembar di kanan adalah sepucuk "surat cinta" yang di dapat oleh Calvin dan menjadi sebuah pencapaian yang patut untuk di ceritakan daripada hanya sekedar ijasah yang dimiliki.

Portfolio dapat dilihat dalam barcode berikut:

Joko Anwar dalam sosial medianya membagikan postingan diatas, beliau memposting dengan caption "*18 tahun bekerja di film, menyumbang 15 film sebagai sutradara atau penulis ke pustaka film lokal*"

Apakah ini termasuk bagian dari sombong? Tidak, ini adalah seni promosi diri. Terbukti bahwa promosi diri adalah hal penting untuk dilakukan, bahkan oleh orang yang juga terkenal dan dikenal.

Lalu bagaimana dengan kita? Bukankah kita harus lebih berusaha untuk mempromosikan diri? Karena kita bukan Joko Anwar

*sumber: Instagram @jokoanwar

Contoh terakhir, dari dunia internasional. Ya siapa dari kita yang tidak tahu tentang bill gates. Dalam postingan instagram tersebut bill gates berkata 25 tahun lalu, beliau menerbitkan buku pertamanya. Ini juga adalah salah satu cara mempromosikan diri.

Jadilah ilmu padi semakin berisi semakin merunduk, untuk masa ini sudah tidak begitu relevan. Bill gates sampai saat ini juga masih melakukan promosi diri. Disaat seluruh dunia mengetahui pencapaian yang telah dapatkan.

*sumber: Instagram @thisisbillgates

Cobalah menghitung, dalam 1 kelas di angkatan kalian, ada berapa orang lulusan design? Dalam 1 fakultas dari berapa? Dalam 1 kota ada berapa lulusan design, dan dalam 1 pulau, 1 indonesia? Bila kita tidak mempromosikan diri di antara ribuan atau bahkan jutaan orang dengan background pendidikan yang sama dengan kita, lalu bagaimana kesempatan dapat memilih kita?

"Apa yang anda lakukan sekarang adalah cerminan siapa anda 5 tahun mendatang"

-Selly Fatmawati-

psst...

HERE A TIPS

1. Tunjukkan kepribadian (personality) Anda dalam portfolio
2. Berceritalah dalam studi kasus yang Anda buat (storytelling)
3. Tambahkan visual yang menarik dan sesuai
4. Buat sederhana dan mudah dipahami, daripada membuat teks panjang breakdown dalam bullet points
5. Highlight data yang relevan dan informasi yang harus diingat oleh penonton portfolio Anda.

Calon Klien
online
Halo bang! Bisa bikin desain nggak?
Bisa, mau dibikinin desain apa nih?
Desain logo buat bisnis bang...
Tapi gw nggak ada duit nih, GRATIS ya?
NGGAAAAAKK!!!
Calon Klien has left the chat
Ketik pesan...

HOW TO PRICING?

Sudah bukan rahasia umum lagi kalau terkadang sebagai seorang desainer grafis, apalagi kalau masih pemula banyak orang yang meminta pembuatan desain ini itu tapi dengan pembayaran yang tidak jelas. Beberapa teman desainer sempat kecewa dan kesal karena beberapa kali selalu diminta untuk dibuatkan desain dengan harga terlampau 'miring' atau bahkan minta digratiskan,dengan alasan desain yang diminta "gampang" dan biasa selalu ditambahi dengan embel-embel "kan cuma begitu saja..." atau mungkin karena yang minta di desainkan adalah kerabat atau teman sehingga beberapa kata yang sifatnya memojokkan harus dikeluarkan demi mendapatkan pelayanan "spesial".

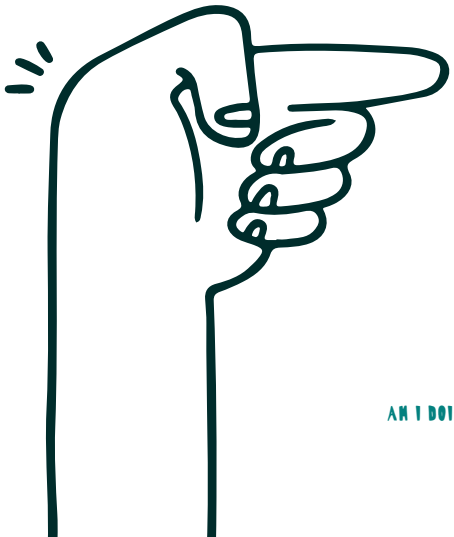
Saking seringnya hal ini terjadi dan tidak hanya di Indonesia, AIGA (American Institute of Graphic Arts) sebuah asosiasi desain internasional di Amerika sempat membahasnya dan langsung memberikan ultimatum bahwa,

> "Desainer profesional harus dikompensasi sesuai dengan nilai dari pekerjaan mereka dan harus melakukan negosiasi dengan kliennya terkait dengan penggunaan hak intelektual dan nilai kreatif mereka."

Selain AIGA, Ico-D (International Council of Design) juga tidak membenarkan praktik kerja desain yang dilakukan secara gratis. Hal ini disebabkan, bukan hanya mempengaruhi faktor ekonomi pekerja desain namun akan berpengaruh terhadap nilai profesi itu sendiri. Bayangkan jika banyak desainer yang secara ikhlas meng-gratiskan semua pekerjaan mereka, maka secara tidak langsung dan tidak sadar mereka tengah mendegradasi profesi desain. Sama halnya jika kamu berada di posisi klien, melalui permintaan 'gratis' secara tidak langsung juga kamu telah menyinggung pekerjaan desain sebagai pekerjaan yang tidak bernilai.

Kemenparekraf bersama dengan asosiasi desain Indonesia telah membuat panduan bagi para desainer Indonesia untuk bekerja dan berprofesi sebagai desainer yang profesional. Salah satu panduan terkait profesi desain yang akan kita bahas kali ini adalah strategi penentuan harga. Melalui panduan tersebut diharapkan para desainer dapat sadar akan nilai profesi serta bagaimana caranya untuk dapat menentukannya dengan tepat.

Perlu menjadi catatan, setiap pelaku bisnis kreatif memiliki proyeksi yang berbeda-beda yang kemudian dapat menjadi penentu penilaian harga mereka masing-masing, berikut beberapa strategi yang disarankan dan dapat kamu gunakan dalam bisnis desainmu.



STRATEGI PENENTUAN HARGA DESAIN

1. Cost to Price

Penghitungan harga dibuat berdasarkan biaya produksi yang sudah diperkirakan serta waktu pengerjaan ditambahkan dengan keuntungan yang diharapkan oleh desainer

2. Going rate

Dalam strategi ini, perbandingan dengan harga pasar rata-rata terkait layanan dilakukan untuk menentukan harga. Biasanya strategi ini digunakan oleh pekerja lepas atau web designer.

3. Value Based Pricing

Penyusunan harga ini biasanya dibuat berdasarkan besaran value yang didapatkan oleh klien atas hasil layanan jasa yang telah diberikan oleh desainer contohnya peningkatan penjualan, brand exposure, dan lain-lain.

4. Bundle Price

Penentuan harga dilakukan berdasarkan paket layanan yang disediakan oleh desainer. Biasanya dalam strategi ini desainer memberikan harga khusus berdasarkan setiap paket yang ditawarkan.

5. Credibility Building Price

Strategi ini dijalankan berdasarkan kepercayaan antara desainer dan klien. Pembayaran dapat di potong, diperpanjang, atau ditiadakan tentunya dengan harapan keuntungan lain diluar finansial

6. Prestige Price

Bagi desainer yang sudah memiliki jam terbang dan portfolio yang baik biasanya menawarkan harga yang premium untuk kliennya. Hal ini disebabkan harga mencerminkan kualitas yang ditawarkan.

7. Extra Feature Price

Strategi penentuan harga ini biasanya dipengaruhi oleh fitur-fitur layanan yang disediakan, meski tampak sama, perbedaan materi dan bahan dapat mempengaruhi harga yang harus dibayarkan.

8. Psychology Price

Strategi pemberian harga ini biasa dilakukan oleh para designer maker yang melakukan desain sekaligus memproduksi dalam jumlah terbatas atau eksklusif seperti hampers/gift, wedding invitation, merchandise, dsb.

9. Discounted Price

Biasanya strategi ini dilakukan semata-mata untuk menjaga cash flow tetap sehat melalui potongan harga beberapa layanan atau untuk memberi ruang untuk produk atau layanan baru.

10. Loss Leader Price

Untuk menjalin koneksi kerjasama dengan jangka panjang melalui jasa kreatif (seperti konsultasi), biasanya desainer menawarkan harga yang lebih murah didepan untuk menarik perhatian klien-klien potensial.

11. Emergency Price

Jika tiba-tiba terdapat tekanan dalam proses desain (tiba-tiba desainer harus lembur) maka penyesuaian harga dapat dilakukan dengan meningkatkan harga jasa. Blasanya kemungkinan ini harus diberitahukan kepada klien sebelum melakukan tanda tangan kontrak kerja.

12. International Price

Sama seperti dengan istilahnya, penentuan harga jasa dilakukan berdasarkan perbandingan dengan harga rata-rata pasar internasional. Tentunya hal yang menentukan adalah tata letak geografis, ekonomi, sosial, budaya, teknologi.

13. Fixed Budget

Pada bagian ini, harga sebuah jasa sudah ditentukan oleh klien sehingga penyedia jasa desain harus berlomba-lomba untuk memberikan penawaran harga yang terendah (tapi tidak boleh merugikan pihak sendiri).

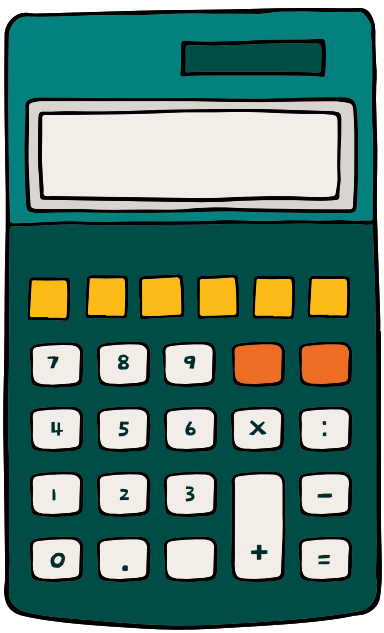
14. Retainer Price

Penentuan harga dilakukan berdasarkan kontrak lama waktu dengan besaran harga tertentu. Biasanya dalam pembayarannya dilakukan di muka atau dilakukan sesuai dengan capaian kerja.

15. Given Price

Dalam kondisi ini biasanya harga sudah ditentukan oleh klien sebagai tarif pas atau standar bagi pekerja lepas, penghitungan biaya bisa berdasarkan per-jam atau per-hari kerja.

Setelah kita sudah melihat-strategi-strategi penentuan harga, sekarang kami akan membantumu memahami bagaimana cara menghitung biaya pengerjaan proyek desain. Secara umum perhitungan jasa desain grafis dapat dihitung dengan 3 cara yaitu dengan persentase harga total yang disepakati, biaya layanan per-jam, dan royalti.



Cara 1. Persentase

Melalui cara ini biasanya desainer sudah menetapkan harga dari setiap layanan melalui hasil penghitungan rencana biaya pelaksanaan (materi, fasilitas, dan investasi) yang diperlukan dikalikan dengan persentase keuntungan yang diharapkan.

Contoh Hitungan:

Proyeksi Harga Layout Company Identity (35% profit)

Listrik + Konsumsi	Rp500.000
Kuota Internet	Rp250.000
Aset Berbayar	Rp800.000
Riset	Rp1.500.000
Test Print	Rp500.000 +
Jumlah total =	Rp3.550.000

Rumus Hitungan Harga:

Harga Jasa = Jumlah total + (%Keuntungan x total)

= 3.550.000 + (35% x 3.550.000)

= 3.550.000 + 1.242.500

Harga Jasa = **Rp4.792.500**

Cara 2. Per Jam

Dalam menjalani suatu proyek, seorang desainer grafis juga bisa menentukan harganya melalui hitungan berapa waktu efektif bekerja yang diperlukan oleh seorang desainer untuk mengerjakan satu proyek.

Contoh Hitungan:

Proyeksi Harga Desain Logo (Rp45.000/jam)

Riset + ideasi	6 Jam
Sketsa alternatif	4 Jam
Revisi/penyesuaian	8 Jam
Pembuatan Mockup	4 Jam +
Jumlah jam kerja =	24 Jam

Rumus Hitungan Harga:

Harga Jasa = Total jam kerja x biaya/jam

= 24 x 45.000

Harga Jasa = **Rp1.080.000**

Cara 3. Royalti

Cara ini biasa digunakan oleh desainer berdasarkan persentase yang disepakati dari penjualan suatu produk hasil desain seorang desainer. Sebenarnya model ini cukup baru di Indonesia tapi penggunaannya kian populer bagi desainer produk komersial.

Contoh Hitungan:

Proyeksi Harga Desain Hampers (20% Royalti)

Diketahui:

Harga Produk	Rp500.000
Produk Terjual	50 kotak
Royalti yang disepakati	20%

Rumus Hitungan harga:

Harga Jasa = (Royalti x Harga Produk) Produk Terjual

= (20% x 500.000) 50

= 100.000 x 50

Harga Jasa = **Rp5.000.000**

Kira-kira demikian strategi dan bagaimana cara melakukan perhitungan biaya desain. Perlu diingat bahwa apa yang kami sarankan tadi tidak harus kamu terapkan semuanya sekaligus. Gunakan strategi atau cara yang tepat dan sesuai dengan kondisi tepat pula. Selain itu, untuk mengetahui harga yang tepat juga harus berdasarkan riset dan pengamatan yang tepat agar tidak ada terjadi rugi atau under-charge.

Setelah kamu mengetahui tentang cara memberi nilai pekerjaan desainmu serta hal-hal apa yang perlu diingat, kami punya sedikit catatan yang bisa kamu simpan selama berkarir sebagai seorang desainer.

> "Seberapa besar atau kecil pekerjaanmu, pekerjaan adalah sebuah pekerjaan. Kerja tanpa nilai dan upah adalah suatu kesia-siaan. Jadi selama kamu berkarir jangan segan-segan untuk meminta timbal balik atas pekerjaanmu, karena apa yang sudah kamu buat adalah hasil dari jerih payah serta waktumu."

WORKING AS A GRAPHIC DESIGNER

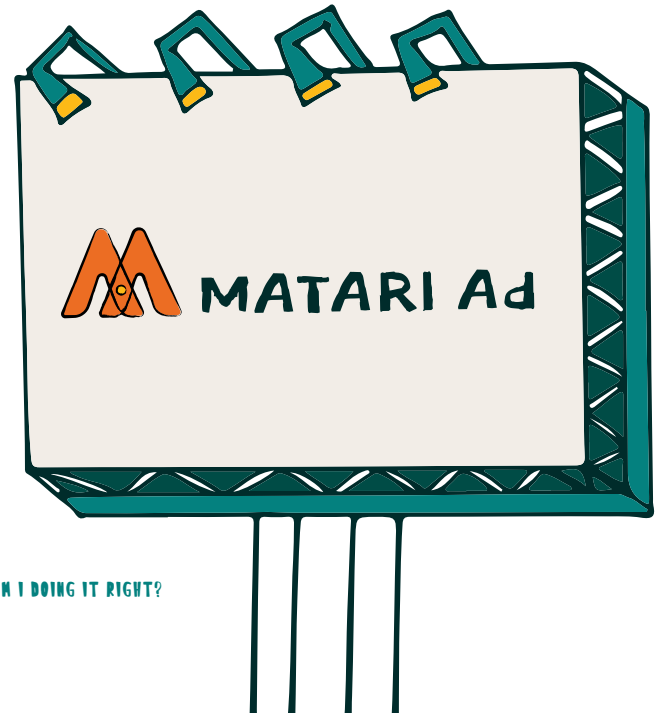
BORDERLESS ERA

Berkaca dari industri 4.0, seluruh kegiatan promosi, bisnis, dan jasa kini mulai berpindah ke ranah dunia daring. Fenomena munculnya Gojek di tahun 2010 menjadi sebuah disrupsi digital besar-besaran di Indonesia. Hingga saat ini di tahun 2020 yang menjadi puncak perkembangan teknologi serta layanan digital yang semakin membengkak.

Disamping efek negatif dari pecahnya wabah covid-19 di tahun-tahun sebelumnya, pandemi memaksa seluruh sistem kehidupan manusia untuk berkembang lebih jauh. Pemanfaatan teknologi yang semakin digalakkan untuk menjaga jumlah penyebaran menjadi suatu momen penting dalam evolusi manusia.

Teknologi dan dunia digital kini seperti alam kedua dalam kehidupan manusia. Proses jual beli tidak lagi harus ditempuh melalui jarak yang jauh, hanya cukup dengan satu sentuhan jari saja maka barang akan diantarkan ke depan pintu rumah. Waktu kerja yang makin fleksibel karena batasan antara tim hanyalah sekeping layar ponsel atau komputer menjadi sebuah perubahan gaya hidup serta perubahan dalam definisi bekerja.

Perkembangan sebuah profesi desain grafis juga selalu terkait erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Awal munculnya pekerjaan seni grafis di Indonesia dipelopori oleh agensi periklanan InterVista dan Matari , desain grafis di Indonesia dimulai dengan praktik kerja manual yang kemudian efek perubahan zaman di tahun-90 an menjadi sebuah momen penggusuran besar-besaran terhadap para desainer grafis manual. Perkembangan teknologi digital menjadi sebuah peluang serta menjadi motor perubahan sistematika bekerja profesi desainer grafis.



Di era abad ke-21 ini, untuk menjadi desainer grafis, kini kamu sebenarnya tidak perlu harus susah-susah menjalani sekolah desain yang berjalan selama 3.5 tahun. Cukup dengan berbekalkan akun google dan youtube saja semua orang dapat belajar hal-hal teknis terkait desain grafis. Ditambah lagi dengan aplikasi-aplikasi yang mempermudah proses desain seperti canva, proses desain hanya semudah memilih template dan mengganti beberapa kata-kata atau mungkin hanya menambahkan beberapa gambar saja ke dalam template yang sudah dipilih tersebut.

Sisi positif dari efek perkembangan teknologi tersebut adalah kemudahan serta aksesibilitas terhadap praktik kerja desain grafis. Namun di sisi negatifnya, desain grafis kini tidak dianggap sebagai proses untuk mencari solusi terhadap sebuah masalah, melainkan kini desain grafis mendapatkan cap sebagai profesi yang praktik utamanya adalah make-up/dekorasi.

Peristiwa atau momen-momen seperti ini terkadang menjadi sebuah keresahan tersendiri bagi kami, muncul pertanyaan “apakah profesi desainer grafis suatu saat akan terganti dengan tools digital serta kecerdasan buatan?”, mengingat kini semua orang bisa menjadi seorang desainer grafis dengan mudah dengan hanya bermodalkan gadget yang mereka punya dan koneksi internet.

Melalui artikelnya, Surianto Rustan menyampaikan bahwa profesi desain grafis akan tetap ada namun intisari dari sebuah profesi desain dan pelakunya akan berubah seiring berjalannya waktu. Beberapa perkiraan yang telah beliau kaji dengan sedemikian rupa dapat disimpulkan bahwa,

1. Hanya berbekalkan sambungan internet dan kecerdasan buatan, semua peralatan kerja serta tools digital akan memberi suatu kemudahan yang luar biasa kepada penggunanya.

2. Pekerja desain di masa depan dapat diduduki oleh semua orang dan tidak hanya akan didominasi oleh orang-orang yang berlatarkan desain.

3. Variasi profesi desainer akan semakin banyak seiring dengan perkembangan teknologi dan waktu, sehingga di masa-masa yang akan datang seorang desainer grafis tidak hanya akan dibekali dengan ilmu grafis saja namun dengan ilmu terapan lainnya.

Terlepas dari perancangan Brand Identity, desain grafis sudah tidak lagi menjadi profesi yang independen atau yang disebut sub-dominan oleh Surianto Rustan dalam artikelnya yang berjudul 'Survive and Sustain sebagai Desainer'. Profesi desain saat ini erat didefinisikan sebagai support bisnis, teknologi, dan disiplin bisnis lainnya.

Lantas, setelah kita mengetahui tentang kondisi profesi dan pandangan masyarakat terhadap profesi desain. Peluang bekerja apa yang kira-kira dapat kita temui di kemudian hari? Seperti yang sudah dikatakan sebelumnya, di era yang serba bisa ini seorang desainer dituntut untuk memiliki skill lebih (tidak sekedar grafis saja). Sehingga dari sana kita bisa memahami bahwa profesi seorang desainer kini semakin luas.

THE OPPORTUNITY

Pekerjaan seperti desain tata letak, ilustrasi, dan desain antarmuka (baca: UI/UX designer) akan meningkat. Pekerjaan desain yang erat kaitannya dengan produk seperti desain packaging, branding, dan percetakan tidak akan berubah karena hasrat orang untuk keluar dan berinteraksi langsung dengan produk masih berlaku dan ada. Pekerjaan-pekerjaan desain juga kini dibuka oleh perusahaan yang basisnya non desain, biasanya tipe pekerjaan ini populer disebut sebagai in-house design.

Jika kamu ingin melihat pilihan yang lebih banyak terkait pekerjaan desainer grafis biro periklanan, agensi desain, atau konsultan branding merupakan tempat yang mungkin ingin kamu intip. Pekerjaan seperti art director, production assistant, lead designer, dan sebagainya ada, tinggal nanti kamu mau menduduki posisi yang mana dan apakah kemampuanmu sudah sesuai dengan apa yang dibutuhkan untuk menduduki posisi tersebut.

BAGIAN 4

Hal lain yang perlu kamu Ketahui sebagai desainer

With, Christian Lie

Lets Begin!

INSPIRASI VS PLAGIARISM

Inspirasi dan plagiarisme sudah menjadi satu pembicaraan yang panjang dalam dunia akademis maupun kreatif. Di zaman digital ini, makin sulit untuk membedakan antara inspirasi dan plagiarisme. Bisa saja yang dikira plagiarisme ternyata adalah satu buah inspirasi, dan bisa saja sebaliknya, yang dikira inspirasi ternyata tindak plagiarisme yang tidak terlihat.

Itu yang dikatakan oleh Pablo Picasso, perspektif seperti ini membuat semua hal terkait plagiarisme di halalkan. Banyak pebisnis, seniman, atau bahkan desainer melakukan tindak plagiarisme demi mendapatkan satu hasil yang instan dan bagus. Tahukah kamu, tindak plagiarisme itu tidak hanya merugikan orang yang kamu plagiat namun klien juga dapat terkena imbasnya. Salah satu tindakan plagiarisme yang paling memorable karena efeknya yang luar biasa merugikan adalah tindak plagiarisme desainer dari **logo men's republic.**

Pada tahun 2020 media dikejutkan dengan terekseposnya desain logo men's republic yang ternyata sama persis dengan desain logo yang dibuat oleh seorang desainer Irlandia itu tersandung masalah HAKI. CEO men's republic, Yasa Singgih menyampaikan penyesalannya atas keterlambatannya melalui sosial media men's republic, ia baru mengetahui bahwa logo yang disandang selama 3 tahun itu ternyata hasil dari plagiat. Ditahun berikutnya hak merek dagang atas logo dan nama men's republic harus dicabut dan sepenuhnya diganti agar dapat beroperasi kembali.

Melalui bukunya yang berjudul Steal Like an Artist, Austin kleon memperbaiki persepsi tentang seorang seniman yang baik 'mencuri'. Mencuri bukan berarti mengambil dengan begitu saja, namun mencuri yang benar adalah mengambil ide sebanyak-banyaknya dari karya-karya yang ditemui yang kemudian diaplikasikan ke dalam karyamu sendiri.

Dari sini kita bisa memahami kalau tindakan 'mencuri' yang baik atau hakikat terinspirasi adalah untuk mengambil esensi dari sesuatu yang kita temui tidak hanya satu namun banyak, dan kemudian mengubah sesuatu yang baru itu menjadi sesuatu sepenuhnya yang baru dan unik. Kebaruan yang diciptakan itu adalah apa yang dapat diklaim sebagai ciptaan yang orisinil.

Setelah kita mengetahui apa yang disebut sebagai inspirasi dan apa yang disebut sebagai plagiarisme, pertanyaan berikutnya adalah, bagaimana caranya untuk tetap terinspirasi namun terhindar dari plagiarisme? Adam Higelin memberikan tips tentang bagaimana caranya untuk tetap terinspirasi tanpa mencuri yang mungkin bisa kalian aplikasikan dalam pekerjaanmu:

1. **Temukan apa yang membuatmu terinspirasi** dari sebuah karya, apakah bentuknya, komposisinya, warnanya, atau bahkan rasio perancangannya.
2. **Pelajari dan mengerti** tentang bagaimana teknis atau prinsip penciptaannya
3. **Terapkan** mekanisme yang telah kamu bedah ke dalam karyamu sendiri, ciptakan karya unik dan baru.

Setelah mengetahui cara untuk stay inspired without plagiarized. Tidak ada jaminan bahwa orang lain juga akan memahami hal ini. Ada baiknya jika kita berjaga-jaga untuk melindungi karya kita dari plagiarisme. JIka kamu mencari cara untuk menjaga karyamu dari plagiarisme atau pembajakan, maka kamu boleh coba 3 cara ini yang telah diterapkan berbagai seniman dan desainer dalam karyanya.

HOW TO PREVENT PLAGIARISM

#1 Set-up gaya visual yang unik dan orisinil agar audiens dapat mengenali karyamu dimanapun dan kapan pun.

#2 Sisipkan watermark atau tanda khusus yang mengisyaratkan bahwa suatu karya merupakan hasil ciptaanmu

#3 Jika kamu ingin mengunggah karya visual-mu ke media sosial atau platform kreatif lainnya, unggahlah karyamu dalam resolusi yang rendah.

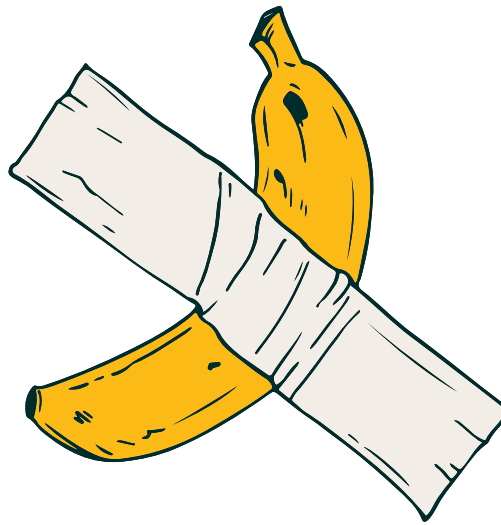
Kamu bisa menambahkan satu hal lagi untuk menghindari pembajakan atau plagiasi dengan mendaftarkan karyamu dalam hak cipta jika karya yang kamu buat memiliki nilai ekonomi atau komersil. Kalau kamu sudah melakukan hal-hal tersebut dan ternyata karyamu masih diplagiasi atau bahkan dibajak maka jangan berkecil hati atau putus asa. Stay positive and keep up the awesome work, anggap saja itu pertanda bahwa karyamu disukai dan diakui (meski dengan cara yang salah)

READERS TAKEAWAY

Apapun alasan yang kamu miliki, plagiarisme adalah tindakan yang sangat kurang terpuji dan tentunya nanti dapat mempengaruhi persepsi orang terhadap dirimu sendiri. Meski terkadang konsekuensi yang didapatkan tidak sepadan perlu diingat bahwa imbas yang diciptakan sangat besar terutama pada pihak pencipta.

Plagiarisme tidak akan memberi kebaruan apapun, namun yang ada hanya akan memunculkan sesuatu yang sama dan berulang-ulang. Sebaliknya, inspirasi adalah hal yang memberikan nafas bagi inovasi dan menciptakan satu kebaruan yang kemudian akan kembali memberikan percikan inspirasi bagi sesama.

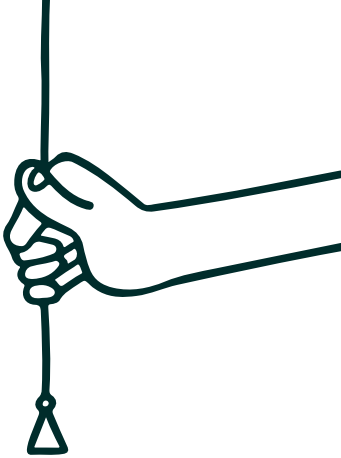
BE ORIGINAL



DON'T PLAGIARIZE

and also, have you seen this illustration before?

HOW TO MORE CREATIVE



Terkadang dalam berkreasi kita sebagai desainer sering menemukan kebuntuan-kebuntuan yang kemudian hal tersebut menjadi hambatan dan frustasi dalam berkarya. Kebuntuan tersebut akrab dikenal sebagai creative block yang bisa saja terjadi karena sudah kehabisan ide atau mungkin karena kejenuhan dalam berkarya.

Kejenuhan yang dimaksud disini adalah sebuah momen dimana seorang desainer sudah stagnant karena telah menganggap pekerjaan yang dilakukan begitu-begitu saja. Kejenuhan tersebut juga kerap membuat pekerjaan sebagai seorang pekerja kreatif menjadi tidak menyenangkan lagi.

Melalui bukunya yang berjudul Creative Trespassing: How to Put the Spark and Joy Back into Your Work and Life, Tania Katan meninggalkan 21 tips (atau aturan) kepada pekerja-pekerja kreatif tak terkecuali bidangnya terkait bagaimana cara untuk memberi energi ke dalam kreativitas serta hidupnya. Dalam bab ini kami akan membagikan ke-21 tips (atau aturan) tersebut untuk bisa kamu terapkan dalam kehidupan atau bahkan pekerjaanmu sebagai seorang desainer grafis.

21 RULES

of Creative Trespassing With Tania Katan

lift me

21 Rules of Creative Trespassing with Tania Katan:

1. Fear is So Last Year

Dorong dirimu keluar dari zona nyamanmu untuk dapat menciptakan sesuatu yang unik, baru, dan luar biasa. Kejutkanlah dirimu sendiri!

2. Transform the Norm

Cobalah mengubah sesuatu yang normal dan mengkang menjadi sesuatu yang lebih menyenangkan dan bebas, bahkan dalam setiap pekerjaanmu.

3. Take Permission

Janganlah menunggu untuk diberi izin untuk melepaskan kreativitasmu baik dalam mimpi atau pekerjaanmu. Selama kebebasan itu memiliki nilai dan produktif maka lakukanlah tanpa ragu!

4. Let Your Freak Flag Fly

Bebaskan dirimu dari segala hal yang mengekangmu. Terimalah kekurangan dan segala keanehan dalam dirimu untuk dapat bebas, kreatif, dan tentunya menikmati hidup.

5. Suspend Disbelief

Tinggalkan logika dan batasan. Selidiki peluang apa yang ada dan tantang dirimu dengan rasa penasaran. Biarkan pikiranmu terbang bebas!

6. Ditch School

Ketahuilah peraturan apa yang ada, kemudian pertanyakanlah. Untuk melarikan diri dengan apa yang membatasimu dan terjun ke dalam dunia akan dapat membantumu menemukan pecikanmu.

7. Think Inside the Box

Masukan kreativitasmu ke dalam ruangan sempit, ketahuilah batasan yang ada kemudian buatlah ruang baru agar kreativitasmu dapat bergerak dan memberikan hal-hal baru yang sebelumnya tidak ada.

8. Lose the Map, Find Your Sense of Direction

Berani untuk tersesat dan temukan jalan keluarmu sendiri. Biarkan keyakinanmu memandu jalan-jalan yang jarang dilalui oleh orang lain untuk sampai ke tujuanmu.

9. Unleash Your Inner Rebel

Tantang gagasan-gagasan dan ide-ide yang kaku dengan rasa ingin tahu. Patahkan kebiasaan, munculkan sesuatu yang baru dan ciptakan sesuatu yang tidak biasa. *Creativity is the act of defiance!*

10. Kick Imposter Syndrome in the Arse!

Percayalah pada dirimu sendiri. Percaya bahwa kamu sudah melakukan apapun yang kamu bisa, bersyukur dan jauhkan dirimu dari bayang-bayang orang lain.

11. Outgrow Adulting

Gunakan imajinasimu untuk menelusuri apa yang mungkin dan kemudian bayangkanlah kembali. Percayalah pada kekuatan khayalan dan manfaatkan kreativitasmu bak anak-anak.

12. Turn Into the Skid

Berani untuk menatap gangguan, tantangan, dan ekspektasi sehari-hari secara langsung dengan keberanian, rasa ingin tahu, dan kreativitas.

13. Crash the Company Picnic

Temukan metode yang tidak biasa untuk mengembangkan skill yang kamu simpan dan gunakanlah itu dalam melakukan pekerjaanmu.

14. Level Up Your Listening

Dengarkan pikiranmu, buat koneksi, dan biarkan imajinasimu berlari bebas. Berikan ruang untuk yang tidak terlihat menjadi terlihat.

15. Resuscitate Your Work Culture

Ubahlah ruang kerjamu dari tempat yang monoton menjadi ruang kerja yang menyenangkan dan kreatif, sehingga nanti dapat mengubah pemikiran yang membosankan menjadi sesuatu yang meledak-ledak.

16. Fire Hierarchy

Untuk terinspirasi, berubah, berkasi, dan berkolaborasi, kenalilah kemampuan unik dari orang lain dan beri kesempatan untuk semua orang berbicara.

17. Reframe the Blame

Jangan diam dalam rasa menyesal, lepas segala alasan dan rasa takut untuk membebaskan sumber kreativitas terdalammu.

18. Turn Your Vocation into a Vacation

Liburan adalah saat-saat dimana kita benar-benar merefleksi, belajar, dan bereksplorasi. Ini saatnya untuk membawa rasa ingin tahu tersebut serta kehausan untuk berpetualang ke dalam pekerjaanmu.

19. If All Else Fails··· Keep Rehearsing

Ambil risiko, kumpulkan feedback, berlatih, beraksi, dan ulangi. Kesuksesan adalah aksi untuk terus mencoba di depan wajah kegagalan.

20. Pay Attention

Ketika kamu mulai memperhatikan tugas-tugas yang tampak seperti pekerjaan yang memekakan, kamu dapat menemukan peluang emas untuk belajar.

21. Show Up and bring your magic & good humor with you!

Gunakan suaramu unikmu untuk menginspirasi sesama manusia. Biarkan rasa ingin tahu tanpa henti menjadi panduanmu saat kamu menempa jalan kehidupan yang hebat!

READERS TAKEAWAY

Untuk terus menjadi kreatif terkadang memang bukanlah hal yang mudah, namun tidak ada salahnya mencoba dan terus semangat dalam berkarya. Dalam dunia kerja terkadang alasan apapun yang menghambat pekerjaanmu akan ditolak karena klien atau mungkin atasan hanya ingin kamu bekerja dengan sebagaimana mestinya kamu dibayar. Ketika beban kreatif melanda dan pikiranmu sudah penuh dengan berbagai macam hal yang menghambat kreativitas, ada baiknya untuk diam sejenak dan menenangkan pikiranmu. Bak mobil yang sudah berkendara selama berjam-jam, pikiran harus beristirahat untuk bisa terbuka kembali dan mendapatkan ide-ide gila yang kamu cari selama ini.

CREATIVE EFFORT CAN BE AN ANTIDOTE FOR WORRY

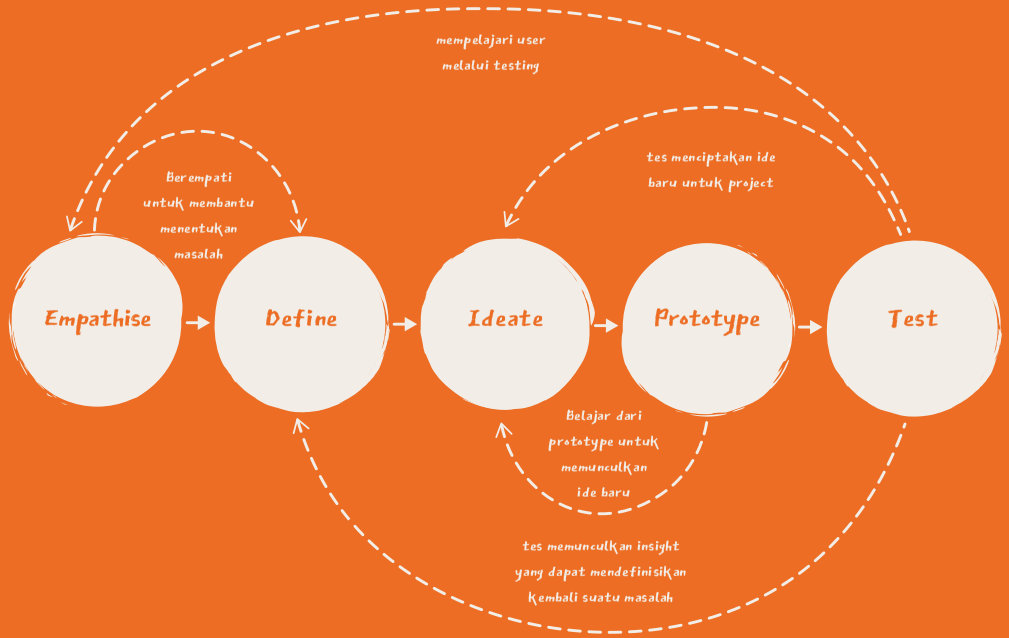
Pada bab sebelumnya, kita sudah mempelajari tentang skill-skill yang dibutuhkan seorang desainer grafis untuk survive dalam karirnya. Dalam bab ini, topik terkait creative thinking dan problem solving akan kita singgung lagi sebagai dasar pembicaraan kita.

Sebagai seorang desainer, perlu adanya kemampuan untuk dapat melakukan satu proses problem solving dengan menggunakan cara berpikir kreatif (baca: creative thinking). Untuk membantu kamu memahami mekanisme penggunaan creative thinking untuk melakukan problem solving, kami akan membantumu mengerti melalui framework design thinking.

Design Thinking adalah sebuah proses berulang di mana kita sebagai desainer berusaha untuk memahami pengguna, menantang asumsi, dan mendefinisikan kembali masalah dalam upaya mengidentifikasi strategi dan solusi alternatif yang mungkin secara tidak langsung terlihat dengan tingkat pemahaman awal kita. Pada momen yang sama, Design Thinking juga menyediakan pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah.

DESIGN → THINKING

Apa yang istimewa dari Design Thinking? Design thinking memiliki kata design di dalamnya sehingga metode tersebut populer dengan pengertian sebagai proses kerja desainer dalam berpikir untuk memunculkan suatu ide atau solusi atas sebuah atau banyak masalah. Metode ini dapat membantu kita secara sistematis untuk mengekstrak, mengajar, mempelajari, dan menerapkan teknik yang bersifat human-centered tersebut untuk memecahkan masalah dengan cara yang kreatif dan inovatif.


mempelajari user
melalui testing
Berempati
untuk membantu
menentukan
masalah
tes menciptakan ide
baru untuk project
Empathise
Define
Ideate
Prototype
Test
Belajar dari
prototype untuk
memunculkan
ide baru
tes memunculkan insight
yang dapat mendefinisikan
kembali suatu masalah

1. **Empathize,** Dalam tahap ini sangat penting untuk melakukan pendekatan yang bersifat non-judgemental dan menerima semua input, masukan, dan insight yang ada dari target

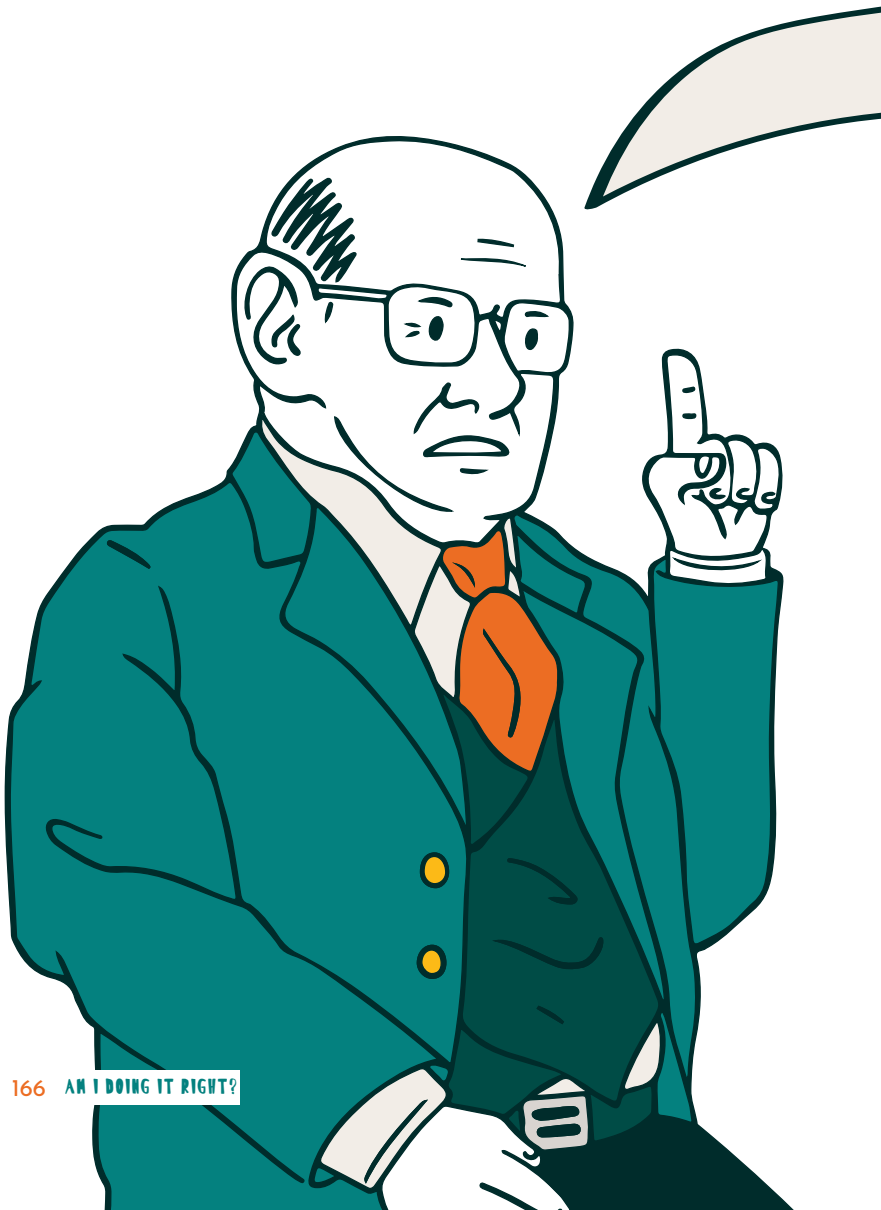
2. **Define,** setelah kita memahami dan menerima insight dari target kita, mulailah pada tahap ini kita berusaha untuk mengerti apa kebutuhan mereka dan apa solusi yang kira-kira mereka bisa gunakan untuk menyelesaikan masalah yang tengah dihadapi (sesuai dengan fakta & data).

3. **Ideate,** dalam tahap ini desainer akan diminta untuk memunculkan ide sebanyak-banyaknya berdasarkan solusi yang telah diputuskan. Khusus dalam tahap ini juga, hal yang lebih diutamakan adalah jumlah ide yang ada yang dapat berupa sebuah sketsa, tulisan, atau media tiga dimensi.

4. **Prototype,** berdasarkan ideasi yang sudah dibuat pada tahap sebelumnya tahap berikutnya adalah prototyping, yang mana dalam tahap ini desainer akan diminta untuk merealisasikan ide yang sudah ia buat atau kumpulkan menjadi suatu produk visual yang tangible atau dapat dirasakan secara langsung.

5. **Test,** Dalam tahap ini seorang desainer dapat mempelajari dan mengevaluasi solusi desain terhadap target mereka.

Setelah melalui perjalanan yang begitu panjang melalui penjelasan tahap-tahap design thinking, apa kesimpulan yang bisa kita ambil dari definisi dan penjelasan tersebut? Satu kesimpulan yang bisa kami ambil dari semua itu adalah design thinking adalah sebuah proses brainstorming yang dilakukan oleh kebanyakan desainer baik secara sadar ataupun tidak sadar. Kemampuan atau cara berpikir seperti ini tidak muncul dengan sendirinya, tapi harus dilatih dengan tekun agar melalui proses ini dapat tercipta seorang desainer yang tidak hanya memiliki kemampuan untuk membuat suatu produk yang ber-estetika namun juga dapat menyelesaikan masalah (baca: desainer sebagai problem solver).



Alex F. Osborn, seorang penemu agensi periklanan yang bernama BBDO memiliki peraturan terkait brainstorming yang diaplikasikan kepada timnya serta pekerjaan mereka dan yang tentunya bisa kita aplikasikan juga ke dalam pekerjaan kita sebagai seorang desainer grafis. peraturan tersebut juga bisa menjadi sarana untuk berlatih (baca creative exercise) kita pada bab ini.

Brainstorming Rules by Alex F. Osborn:

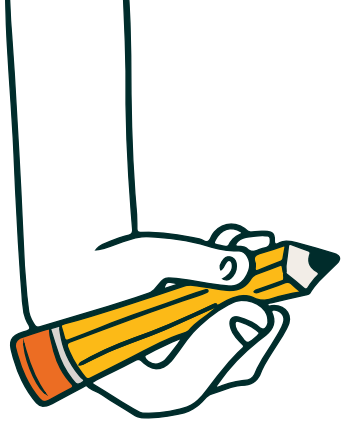
1. Defer Judgement
2. Go for Quantity & Get Radical
3. Leapfrog

#1 DEFER JUDGEMENT

berikut adalah beberapa kata-kata yang dapat mematikan kreativitas. tambahkan kalimat apa yang membuatmu ragu untuk memunculkan sebuah ide

1. Kita sudah pernah mencoba itu sebelumnya
2. Ini bukan saat yang tepat untuk itu
3. Tenaga kerja yang kita punya belum cukup untuk!
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

Dalam melakukan brainstorming, kreativitas adalah hal yang dibutuhkan dan kata-kata yang membentuk keraguan harus dibuang jauh-jauh karena dapat mematikan suatu ide. Ketika sebuah ide sudah mati maka hasil yang didapatkan adalah sesuatu yang biasa dan monoton dan bahkan mungkin menyatakan apa yang telah ditakuti selama proses mengolah ide.



#2 GO FOR QUANTITY & GET RADICAL

di halaman ini kami menyediakan 20 garis abstrak dan tugasmu adalah untuk mengubah tiap garis menjadi sesuatu yang unik dan aneh dan tentunya dapat dipahami. *Goal dari kegiatan ini adalah mengubah tiap garis dalam 2 menit.*

#3 LEAPFROG

Dalam bagian dari creative exercise ini kami menyediakan tiga gambar dasar dari sebuah mobil, tas, dan sepatu. Tugasmu adalah untuk menambahkan ide-ide gilamu ke dalam gambar tersebut untuk memunculkan suatu produk visual yang baru dan unik.

Ketika kamu bekerja dalam sebuah tim atau kelompok, dalam membentuk suatu ide tidak ada salahnya untuk membentuk suatu ide baru dari ide orang lain sehingga lebih banyak variasi dan membiarkan kolaborasi antar dua ide melahirkan sesuatu yang baru dan menarik. Selain berasal dari buah pemikiran sendiri, faktanya kreativitas juga dapat muncul dari orang lain atau kondisi di sekitar kita. Jadi seperti apa yang dikatakan oleh Tania Katan pada bab sebelumnya, terbukalah terhadap semua peluang dan ide.

THE DESIGNERS EXERCISE

Sebagai seorang desainer kita bekerja dalam sebuah sistem yang bernama brief. Melalui brief kita dapat melihat, mengecek, atau bahkan mempelajari kembali apa yang telah ditugaskan kepada kita oleh klien atau atasan kita. Ada kalanya brief diberikan dalam bentuk yang sudah jelas dan kita tinggal mengikuti apa yang sudah tertulis di dalamnya.

Namun tidak jarang juga design brief yang kita dapatkan tidak sesuai dengan harapan yang kemudian menuntun kita pada pertanyaan-pertanyaan seperti, siapakah sebenarnya klien kita? Kenapa mereka membutuhkan kita dalam proyek ini? Apa yang lagi yang harus dikerjakan? Dan banyak pertanyaan lain yang mungkin akan muncul dalam benak kita.

Pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat kita minimalisir melalui riset dan tentunya wawancara lebih lanjut terhadap klien atau target mereka. Kunci dari pemahaman design brief adalah menanyakan pertanyaan yang tepat. Tapi bagaimana kita tahu pertanyaan apa yang tepat untuk ditanyakan supaya kita dapat memahami apa yang harus dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya? Caranya adalah untuk membuat sebuah brief yang dapat kita gunakan sendiri dalam mengerjakan proyek yang riil atau yang bersifat imaginary.

Kembali lagi ke pertanyaan sebelumnya, pertanyaan apakah yang harus ditanyakan dalam setiap proyek desain yang akan didapatkan? Pertama-tama kita harus memahami dimana sebuah produk atau brand memposisikan diri mereka, kemudian dari sana kita dapat membayangkan value atau nilai dari produk atau brand yang mereka jual dalam pasar. Tentunya setelah kita memahami nilai apa yang mereka jual dan posisi mereka, tanyakanlah terkait produk mereka, jenis produk dan kelebihan dari satu atau lebih produk yang mereka miliki dan jual kepada masyarakat.

Ketiga, target audiens, kepada siapakah produk atau brand tersebut ditujukan? Apakah untuk orang dewasa? Atau remaja? Atau mungkin lebih spesifik lagi, seperti produk atau brand tersebut hanya melayani orang-orang vegetarian? Hal tersebut perlu diketahui karena dengan memahami target audiens yang akan kita hadapi, kita sudah memiliki ekspektasi serta gambaran terhadap kelakuan (baca: behaviour) dan kebiasaan dari target yang ingin kita tuju' kemudian dari sana kita dapat membuat suatu desain komunikasi yang cocok atau in-line.

Hal terakhir yang perlu ditanyakan dan yang akan menentukan hasil akhir dari sebuah desain komunikasi visual adalah persona, atau gaya, atau yang lebih familiar dikenal dalam kalangan desainer sebagai tone of voice. Melalui tone of voice seorang desainer dapat menentukan gaya visual yang menarik dan tentunya dapat mengkomunikasikan persona dari suatu brand.

Sebagai contoh untuk mempermudah kamu membayangkan bagaimana keempat elemen ini dapat membentuk desain komunikasi visual. Ketika kita membayangkan sebuah brand yang menjual produk sepatu, kemudian dalam pasar sepatu mereka memposisikan diri mereka sebagai brand atletis dengan target para olahragawan dan atlet, dan dengan tone of voice yang mereka koar-koarkan adalah sebagai brand yang inspirasional mana kita dapat langsung membayangkan brand tersebut akan seperti Nike atau Adidas. Creative brief dapat dibayangkan juga sebagai puzzle, yang kemudian dari potongan-potongan puzzle tersebut kita dapat menemukan hal-hal baru dan bayangan akan seperti apa brand yang kita bawa nanti sehingga dari sana juga kita dapat menemukan inspirasi-inspirasi kreatif yang tentunya dapat diaplikasikan ke dalam karya desain komunikasi visual kita.

EXERCISE TIME

choose your problem

Buatlah produk desain komunikasi visual berdasarkan sambungan kata yang dibuat dari lima kategori kata-kata acak di bawah ini. Mulailah memilih dari tiap kategori: Output, positioning, produk, target audiens, dan persona/tone of voice.

Tuliskan lima kata-kata yang sudah kamu pilih ke dalam brief kreatif yang terdapat di halaman sebelah dan kemudian di bagian bawah dari halaman dapat kamu gunakan untuk membuat sketsa dari apa yang akan kamu buat.

1. Output

- Logo
- Poster Iklan
- Brosur
- Packaging
- Ilustrasi

2. Positioning

- Eksklusif
- Murah
- Easy to Use
- Mainstream
- Mahal

3. Product

- Food and Beverage
- Outfit
- Footwear
- Tech and Gadget
- Office needs

4. Target

- Remaja
- Pria
- Orang tua
- Anak-anak
- Wanita

5. Tone of Voice

- Futuristik
- Retro/Old Fashioned
- Eco-friendly
- Expresif/Fun
- Minimalis

CREATIVE BRIEF

Buatlah (1) _____ untuk (3) _____

(2) _____ dengan target (4) _____

yang (5) _____

sketsa:

Latihan ini mengadaptasi dari Creative Thinker's Exercise Book oleh, Dorte Nielsen and Katrine Granholm

BAGIAN 5

Penutup

See You Later

TIME TO CHANGE!

Knowledge was meant to be shared, itulah yang selama ini kami percayai. Melalui berbagai ilmu, informasi, serta wejangan-wejangan yang telah diterima, kami rasa akan sangat disayangkan jika ilmu ini hanya kami simpan untuk diri kami sendiri.

Di zaman yang telah didominasi oleh digitalisasi dan teknologi ini, perlu dipahami bahwa peran desain sudah semakin esensial di setiap kehidupan manusia. Desain memiliki kekuatan dalam membangun budaya, trend, dan bahkan dunia. Dalam sektor ekonomi desain juga telah menjadi suatu bagian yang penting dalam pertumbuhannya. Maka sebagai seorang desainer muda, sudah selayaknya kita giat untuk mengembangkan diri dan selalu bersiap akan tantangan yang akan datang.

Melalui buku ini kami tidak bermaksud untuk menggurui dan menasehati, namun buku ini hanya sebagai sebuah referensi untukmu yang akan atau dalam menjalani karir. Terlepas dari segala kekurangan yang ada, kami berharap buku ini hadir disampingmu bukan hanya sekedar untuk bacaan semata, namun sebagai alat yang bisa memandumu untuk terus melangkah dan berkembang sebagai seorang desainer muda. Kami juga berharap melalui buku ini setidaknya kamu dapat mengambil langkah lebih awal untuk mengetahui seperti apakah dunia desain itu dan apa yang perlu kamu persiapkan sebelum terjun ke dalam medan perang.

SELAMAT!

Kamu sudah sampai di bagian ini. Jika kamu ingin tahu lebih lagi hal-hal terkait desain jangan segan-segan untuk hubungi kami di @holagrafika. Kalau ada saran dan permintaan untuk buku kami selanjutnya silahkan scan barcode di bawah ini.

READING & REFERENCES

Elimeliah, Craig A. (2006). Art vs Design.

Brady, Michael. (1998). Art and Design: What's the Big Difference?. Critique Magazine.

Caldwell, C. (2019). Graphic design for everyone. Dorling Kindersley Limited.
Cordeiro, M. (2001). The History of Graphic Designer. March.

Desain Grafis Indonesia. Desain Grafis Indonesia Etika Desain Comments. (n.d.). Retrieved March 14, 2022, from http://dgi.or.id/read/perspective/etika-desain.html

Oeuvre, K. (2014, June 22). Etika & Profesi Desainer Grafis. Academia.edu. Retrieved March 14, 2022, from https://www.academia.edu/7424479/Etika_and_Profesi_Desainer_Grafis

—. (2020). Proyek Desain (2nd ed.). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Deputi Bidang Kebijakan Strategis.

Rustan, S. (2020a, July 29). Desain Grafis di Indonesia dalam Revolusi Industri 4.0. Desain Grafis Indonesia. Retrieved February 4, 2022, from https://dgi.or.id/read/desain-grafis-di-indonesia-dalam-revolusi-industri-4-0.html

Rustan, S. (2020b, July 29). Survive & Sustain sebagai Desainer. Desain Grafis Indonesia. Retrieved February 4, 2022, from https://dgi.or.id/read/survive-dan-sustain-sebagai-desainer.html

Saad, R. W. (2020, June 3). Kemungkinan Sejarah Baru Desain Grafis di Normal Baru. Desain Grafis Indonesia. Retrieved February 4, 2022, from https://dgi.or.id/read/perspective/kemungkinan-sejarah-baru-desain-grafis-di-normal-baru.html

Yuliastanti, A. (2011). Bekerja Sebagai Desainer Grafis (7th ed., Vol. 8). Jakarta Esensi.

Higelin, A. (2022, January 4). How To Take Without Stealing. Roaming Sapiens. Retrieved January 28, 2022, from https://www.rsdigitalmarketing.com/blog/how-to-take-without-stealing/

P. (2021, July 7). Osborn: Creative Problem-Solving Process. Idea Sandbox. Retrieved January 31, 2022, from https://idea-sandbox.com/blog/osborn-creative-problem-solving-process/

Osborn, A. (2009). Unlocking Your Creative Power: How to Use Your Imagination to Brighten Life, to Get Ahead (Abridged ed.). Hamilton Books.

Katan, T. (2019). Creative Trespassing: How to Put the Spark and Joy Back into Your Work and Life. Currency.

Fineman, M. (2020). Brag Better: Master the Art of Fearless Self-Promotion. Portfolio.

AM I DOING IT RIGHT ?

Sebuah Panduan Sebelum Memasuki Dunia Desain Grafis.

Profesi desainer grafis kerap kali dipandang sebelah mata oleh sebagian besar pihak. Padahal, desainer grafis memiliki peran yang sangat signifikan dalam berbagai hal baik dalam dunia industri kreatif hingga bisnis. Kemudahan dalam mengakses informasi secara digital telah mendorong lahirnya generasi-generasi desainer muda di Indonesia hingga seluruh dunia. Sayangnya, kemudahan yang didapatkan tidak membuat para pemula menjadi sadar mengenai bagaimana perjalanan sejati untuk menjadi seorang desainer grafis.

Memulai karir sebagai desainer grafis tidaklah semudah membalikan telapak tangan. Oleh karena itu, kehadiran buku ini didedikasikan untuk para desainer pemula yang ingin menekuni dan mencari sumber literasi yang mengkaji profesi desainer grafis secara lebih mendalam.

Apa dan siapa sebenarnya desainer grafis itu? Bagaimana mereka bisa tercipta? Dasar pengetahuan apa saja yang harus dimiliki oleh desainer grafis?

Melalui tuangan gagasan-gagasan dari beberapa kolaborator yang berpengalaman dalam bidang desain grafis seperti Calvin Christian Lie, Geralda Carnelian Tantra, Lisa Indriati, dan Selly Fatmawati, buku Am I Doing It Right? merangkum sejumlah informasi dan pengetahuan yang harus dipahami oleh setiap desainer grafis, baik untuk kalangan pemula maupun profesional.