



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan



Gambar 1.1. Logo Desain Grafis Indonesia
(Sumber: Dokumen Desain Grafis Indonesia)

Profil organisasi dan situs resmi Desain Grafis Indonesia ("Profile", 2015) menjelaskan bahwa DGI merupakan sebuah lembaga kolaborasi yang meneliti, menyimpan, merawat, menjaga dan melestarikan sejarah desain grafis di Indonesia sehingga bidang ini memiliki landasan untuk berkembang dan berdaya. Terdapat banyak hal yang dikerjakan Desain Grafis Indonesia diantaranya pengarsipan digital (*website*), penerbitan, pameran, pengadaan seminar dan lokakarya, acara penghargaan desain grafis, hingga kampanye-kampanye sosial seputar desain grafis.

1. Program-program DGI



Gambar 2.2. Logo program-program DGI
(Sumber: Dokumen Desain Grafis Indonesia)

Desain Grafis Indonesia memiliki wadah utama berupa situs dgi.or.id yang berisi arsip-arsip desain grafis baik visual maupun teks mengenai kegiatan-kegiatan seputar desain grafis hingga catatan pemikiran desainer-desainer. DGI memiliki beberapa program diantaranya DGI Press, DGI Talk, DGI Store, Arts Initiative Movement, dan Indonesian Graphic Design Award.



Gambar 3.3. Buku terbitan DGI Press dan logo DGI Press
(Sumber: Dokumen Desain Grafis Indonesia)

Desain Grafis Indonesia memiliki divisi penerbitan bernama DGI Press. DGI Press telah menerbitkan enam buku yaitu 19 Perspektif Desainer Muda Indonesia, Serumpun Tulisan Pri S., Kamus Tipografi, Antologi Desain Grafis Indonesia (vol. 1), Desain Grafis Indonesia dalam Pusaran Desain Grafis Dunia, dan Collected. Buku-buku DGI Press merupakan hasil kolaborasi DGI dengan berbagai pihak diantaranya mahasiswa, akademisi, dan praktisi desain grafis. Sebagai contoh buku Kamus Tipografi dan 19 Perspektif Desainer Muda Indonesia merupakan hasil tugas akhir dan Kamus Tipografi juga menang dalam TUIAI 2009 (ajang penghargaan bagi tugas akhir mahasiswa pada IGDA 2009). Juga terdapat buku-buku berisi pemikiran desainer Indonesia seperti Antologi Desain Grafis Indonesia yang merangkum pemikiran dari situs DGI dan Serumpun Tulisan yang adalaah hasil pemikiran Pri S.

DGI Press didukung situs daring untuk berjualan melalui DGI Store. DGI Store memiliki situs yaitu store.dgi.or.id serta akun-akun pada situs *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee. DGI Store secara aktif menjual berbagai buku terkait desain grafis baik dari DGI Press maupun penerbit lain. DGI Store juga menjual majalah-majalah desain dari kampus-kampus di Indonesia. Setiap akhir bulan juga terdapat promo.

DGI Talk merupakan program seminar dan diskusi oleh DGI. Program ini menghadirkan desainer-desainer maupun narasumber-narasumber terkait topik pembicaraan diskusi yang mendalam. Beberapa diskusi yang telah dilakukan adalah "Decenta: Infrastruktur Seni dan

Identitas Keindonesiaan", "Desain Grafis Indonesia dalam Persimpangan", dan "Etika dan Hak Cipta".

Lalu ada AIM atau Arts Initiative Movement yang diinisiasi oleh Adri Tirtoarazaq sebagai wadah kolaborasi yang mengarah ke kesenian. AIM saat ini telah menjalankan tiga pameran yaitu "Warm up Show, The Exhibition. MINUS ONE" oleh Wataboku, "Homewares Art Exhibition" oleh Cayenne dan DGI, serta "The Lazy Dog Jumps Over The Quick Brown Fox - Part II" oleh 30 seniman.



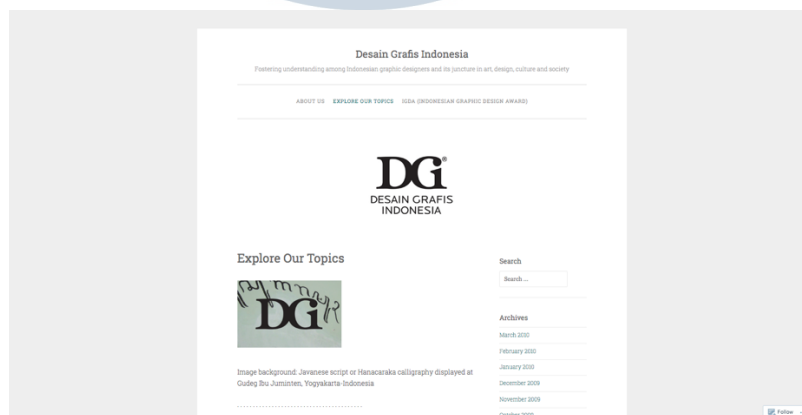
Gambar 4.4. Poster IGDA 2009
(Sumber: Dokumen Desain Grafis Indonesia)

DGI juga memiliki program penghargaan terhadap desainer grafis yaitu IGDA (Indonesian Graphic Design Award). IGDA sudah berjalan dua kali pada 2009 dan 2015. Kegiatan ini merupakan ajang desainer bertemu dan beradu karya. Pada 2009 juga terdapat TUAI, ajang penghargaan untuk

Tugas Akhir mahasiswa. Diinisiasi oleh Caroline F. Sunarko, kegiatan ini diharapkan dapat berjalan dua tahun sekali.

DGI menjalin kerjasama dengan pihak-pihak luar seperti Astragraphia, Paperina, Surya Palacejaya, Bintang Sempurna, Aqua hingga pemerintah Sulawesi Selatan. Beberapa luaran yang dihasilkan adalah produk-produk DGI press yang bekerjasama dengan percetakan dan *supplier* kertas hingga kegiatan seperti Rerancang Identitas Aqua Lestari dan Lokarancang Identitas Pariwisata Sulawesi Selatan.

2. Sejarah



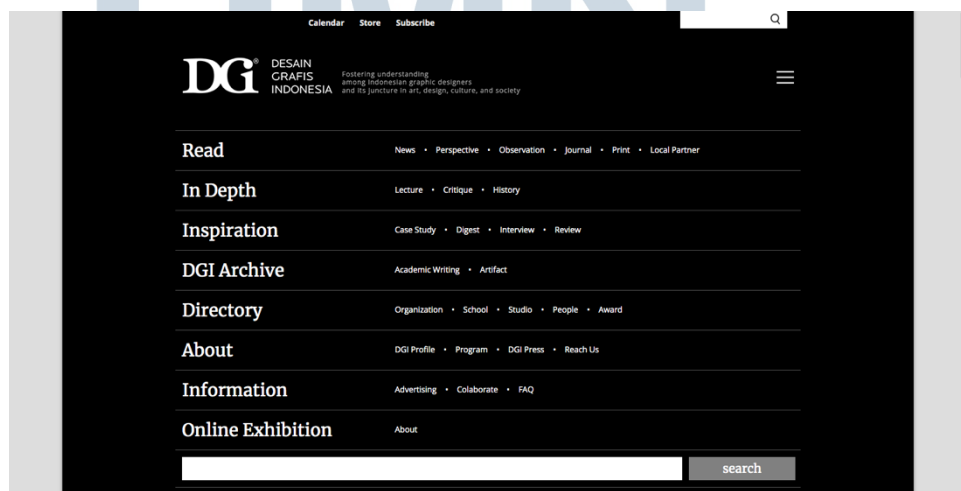
Gambar 5.5. Situs pertama Desain Grafis Indonesia
(Sumber: Blog Desain Grafis Indonesia)

Menyadur dari situs awal Desain Grafis Indonesia ("Situs Desain Grafis Indonesia (DGI) – Catatan Perjalanannya", 2008), Kardinata menjelaskan perjalanan DGI diawali dari milis sejarah desain grafis di Indonesia pada

tahun 2000-an oleh Hanny Kardinata, Priyanto Sunarto dan Henricus Kusbiantoro. Milis tersebut berisi arsip-arsip sejarah yang dimiliki ketiga desainer tersebut yang dibagikan diantara ketiganya.

Lalu pada 2007 hasil arsip-arsip milis tersebut diluncurkan Hanny Kardinata pada situs DGI. Situs tersebut masih berupa blog Wordpress. Situs desaingrafisindonesia.wordpress.com secara aktif dipergunakan oleh para desainer grafis di Indonesia sebagai wadah diskusi serta wadah arsip-arsip desain grafis di Indonesia.

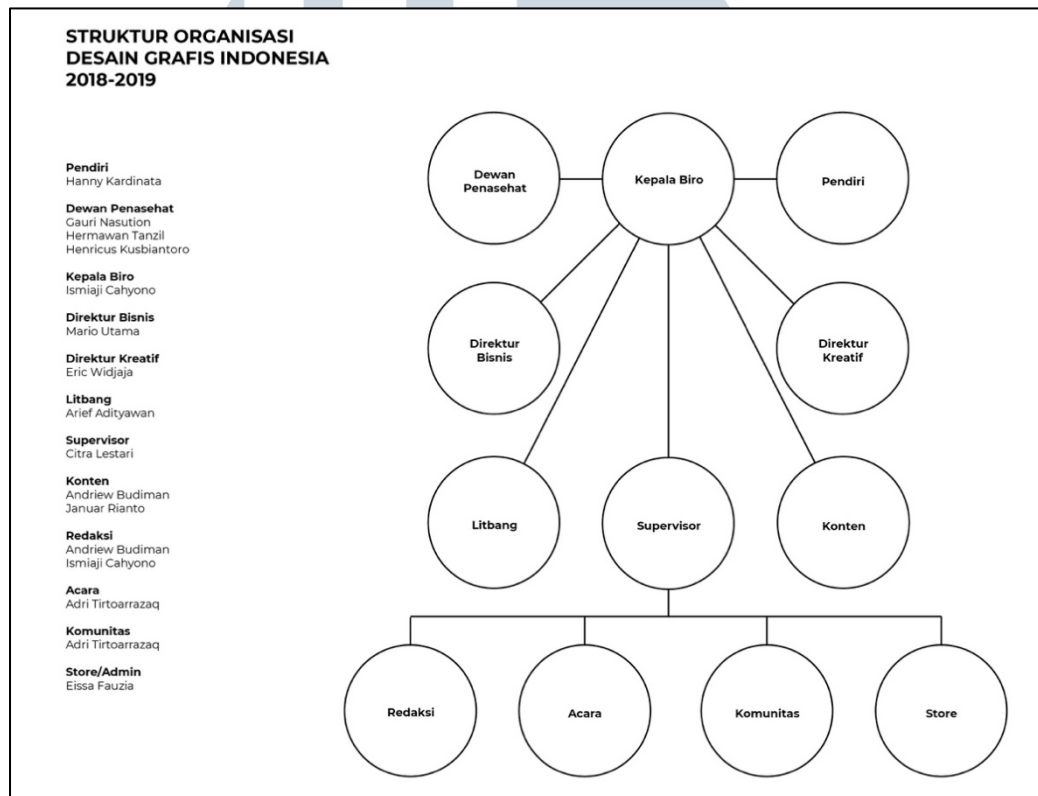
Pada 2010 dilakukan perbaruan situs resmi pertama Desain Grafis Indonesia pada dgi-indonesia.com. Situs tersebut mengalami secara aktif perbaruan baik secara *backbone* maupun kontennya. Situs DGI Indonesia mengalami perbaruan besar pada tahun 2015 menjadi dgi.or.id. Pengkategorian konten juga semakin kompleks.



Gambar 6.6. Situs terakhir Desain Grafis Indonesia
(Sumber: Situs dgi.or.id)

Saat ini DGI telah berusia 12 tahun. Cita-cita Kardinata kedepan adalah membangun Museum Desain Grafis Indonesia tidak hanya secara digital namun juga fisik.

2.2. Struktur Organisasi Desain Grafis Indonesia



Gambar 7.7. Struktur organisasi Desain Grafis Indonesia 2018/19
(Sumber: dokumen Desain Grafis Indonesia)

Struktur organisasi Desain Grafis Indonesia dikepalai oleh Kepala Biro, Ismiaji Cahyono. Kepala Biro berfungsi mengatur jalannya organisasi baik dari visi misi organisasi hingga program-program yang dijalankan. Sejalan dengan kepala biro, dewan penasehat (Gauri Nasution, Hermawan Tanzil, Henricus Kusbiantoro) dan

pendiri (Hanny Kardinata) berfungsi sebagai penasehat atas organisasi namun tidak berperan langsung dalam operasional organisasi.

Di bawah kepala biro terdapat Direktur Bisnis (Mario Utama) dan Direktur Kreatif (Eric Widjaja) yang berfungsi sebagai konseptor bisnis dan kreatif DGI. Setara dengan itu terdapat kepala litbang (Arief Adityawan) dan kepala konten (Andriew Budiman, Januar Rianto) yang berfungsi menjaga konten baik dari segi penelitian maupun penyajian konten itu sendiri. Dibawah kepala biro lain yang sejajar dengan direktur bisnis, direktur kreatif, litbang, dan konten terdapat supervisor (Citra Lestari) yang berfungsi sebagai supervisi langsung pada jalannya organisasi secara lebih teknis.

Dibawah supervisor terdapat empat bagian yaitu redaksi, acara, komunitas, dan *store*. Redaksi diisi oleh Ismiaji Cahyono dan Andriew Budiman yang berfungsi sebagai redaksi untuk konten baik artikel hingga buku-buku DGI press. Acara (Adri Tirtoarrazaq) berfungsi mengatur acara-acara DGI seperti DGI Talks dan seminar. Komunitas (Adri Tirtoarrazaq) berfungsi mengatur komunitas dibawah DGI. *Store* (Eissa Fauzia) berfungsi mengatur alur barang keluar masuk, promo, hingga jualan dan pengiriman.