

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ilustrasi seringkali dijadikan media untuk mengekspresikan diri pembuatnya, baik secara digital maupun tradisional. Banyak ilustrator yang hanya menjadikan ilustrasi sebagai hobi, hingga menjadi mata pencaharian dengan menjual jasa ilustrasi. Dalam komunitas ilustrasi, jasa ilustrasi ini sering disebut sebagai *art commission*. *Commission* sudah lama dilakukan sejak bertahun-tahun lalu. Banyak pedagang dan pejabat yang membeli *commission* dari para pelukis pada zamannya untuk memamerkan kekayaannya. Namun masa pada masa kini, *commission* seringkali dilakukan untuk mendapatkan karya baru sesuai dengan keinginan dari klien. Tak hanya klien perorangan, perusahaan dan bisnis juga bisa membeli *commission* untuk keperluan konten atau desain tertentu. (Burger, 2022). *Commission* selain menjadi mata pencaharian seniman, juga menjadi cara bagi seniman untuk mengembangkan teknik dan kemampuannya. Sudah banyak *platform* yang membantu para ilustrator untuk menjadi lapak *commission*, seperti Fiverr, Artstation, VGen, Upwork, atau bahkan dari media sosial pribadi sebagai media promosi seperti Instagram, X, Tiktok, dan Facebook. *Commission* meliputi berbagai bidang seni lainnya seperti *vector art*, *graphic design*, *3D art*, dan sebagainya. Dari hasil observasi berbagai *platform* media sosial dan grup *commission*, ilustrasi adalah *commission* yang lebih sering dibuka dan dicari oleh klien.

Banyak ilustrator yang tidak siap akan rumitnya *art commission* (Rozean, n.d.). Hal yang menjadi masalah dalam *commission* adalah profesionalitas, seperti kurang profesional dalam tenggat waktu, ketentuan-ketentuan dalam *Terms of service* yang terlewatkan, serta underpricing. *Art commission* tidak hanya sekedar membuat karya saja, namun ada berbagai hal seperti penentuan harga, kontrak, pembayaran, dan lain-lainnya. Apabila tidak dipersiapkan dengan baik, akan ada

resiko miskomunikasi dan menurunnya efisiensi dalam mengerjakan *art commission* (Combrinck, 2023). *Art commission* juga berbasis kepercayaan, sehingga tidak luput dari oknum-oknum yang mengambil kesempatan untuk melakukan penipuan, baik dari pihak klien maupun seniman itu sendiri. *Commission* terutama di *platform* media sosial tergolong rawan karena pihak artist dan pembeli bertanggung jawab atas transaksi masing-masing. Karena membuka *art commission* menarik berbagai klien lokal bahkan dari luar negeri, ilustrator dapat menjadi target *scammer* lokal ataupun internasional yang lebih merugikan secara finansial. Salah satu contoh yang marak terjadi adalah penipuan menggunakan Paypal sebagai pembayaran menggunakan mata uang asing. Penipu akan membayar sejumlah uang yang nominalnya terlalu banyak dari kesepakatan, dan ilustrator harus membayar balik kelebihan uang tersebut (Visual Artists Ireland, n.d.). Penipuan ini dapat melibatkan *phising link* atau spam email yang dapat menjadi berbahaya bagi rekening pribadi (Knutsson, 2023). Ada pula *scam* berupa *hit and run* yang banyak terjadi, yaitu menghilang sebelum membayar atau mendapat bayaran atas *commission* yang dibeli.

Dari hasil *Focus Group Discussion* dengan berbagai ilustrator, informasi tentang *art commission* sendiri terpencar di berbagai *platform*. Informasinya pun lebih condong kepada *scam* dibanding informasi bagaimana membuka *art commission*, dan apa saja yang perlu dipersiapkan. Walaupun informasi mudah diakses berkat teknologi dan media sosial, tidak semua orang mengetahui karena tidak semuanya muncul pada beranda media sosial. Hal ini diperkuat dengan hasil kuesioner yang dilakukan penulis, mayoritas responden sebanyak 70.3% (26 orang) mengatakan informasi tentang *commission scam* masih sedikit. Sebanyak 48.6% responden (18 orang) mengatakan bahwa informasi mengenai *scam commission* jarang muncul di beranda media sosial. Informasi yang didapatkan juga kebanyakan berasal dari media sosial dan unggahan dari korban *scam* itu sendiri sehingga terbatas pada *platform* tertentu.

Berdasarkan observasi penulis, hasil pencarian mengenai *art commission* cukup terpencar di berbagai media sosial, dan kerumitan dari *art commission* tidak

dibahas, lebih berfokus pada tips dan trik. Kasus *scam art commission* pun hampir tidak diliput dalam media berita Indonesia. Informasi mengenai *art commission* lebih banyak pada komunitas dan media sosial, serta dari mulut ke mulut. Berdasarkan hasil wawancara dengan Artha (2024), orang-orang yang tidak masuk dalam *circle* atau komunitas akan lebih sulit untuk mendapatkan informasi mengenai *art commission* serta *scam* yang sedang terjadi.

Media informasi dapat membantu terutama penyampaian kepada ilustrator yang baru saja memulai membuka *commission*, juga ilustrator lainnya yang tidak mengetahui apa saja yang bisa terjadi saat melakukan *art commission*. Dengan menempatkan beragam informasi dalam satu tempat, ilustrator dapat mempersiapkan diri untuk *art commission* dengan mudah. Berdasarkan informasi di atas, masalah desain pada topik ini adalah media informasi yang terpecah dan kurang lengkap mengenai *art commission*. Maka dari itu penulis mengajukan perancangan UI/UX *website* mengenai *art commission* bagi remaja akhir usia 17-25 tahun.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan:

1. Media informasi yang terpecah-pecah dan kurang lengkap mengenai *art commission*
2. Kurangnya persiapan sebelum melakukan *art commission*.
3. Kurangnya jangkauan informasi mengenai *art commission scam* karena terbatas pada *platform* tertentu.

Berdasarkan rumusan masalah, berikut adalah penelitian desain yang penulis ajukan:

Bagaimana perancangan media informasi mengenai *art commission* untuk remaja akhir usia 17-25 tahun?

1.3 Batasan Masalah

Berikut adalah batasan masalah untuk perancangan media informasi mengenai *art commission scam* bagi remaja akhir 17-25 tahun:

1.3.1 Demografis

- 1) Usia : 17—25 tahun

Kelompok usia 20-24 tahun dan 25-29 tahun adalah kelompok usia yang mendominasi industri kreatif di Indonesia, (SINDIKASI, 2021). Karakteristik umur responden dalam riset SINDIKASI sebagian besar berada di bawah 26 tahun. Hasil kuesioner yang dilakukan penulis memperlihatkan bahwa 29 dari 37 responden masuk ke dalam rentang usia 20-25 tahun sebagai kelompok umur mayoritas, dan terbanyak kedua adalah rentang umur 17-19 tahun sebanyak 5 responden. Umur 17-19 juga termasuk dalam rentang umur demografis karena mempertimbangkan batasan pendidikan yang sedang menempuh D3/ S1.

- 2) Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
- 3) Pendidikan : Sedang menempuh D3/ S1
- 4) Kelas ekonomi : SES A—B

Pemilihan SES A—B karena target remaja akhir yang mampu menempuh pendidikan D3/ S1. Di umur tersebut juga ada yang mungkin sambil bekerja, sehingga memerlukan uang tambahan. Seni sendiri merupakan kebutuhan tersier, ditambah dengan harga *commission* yang pada umumnya tidak terlalu tinggi, daya beli konsumen tidak terlalu besar. Karena harga yang kurang tinggi, target audiens juga tidak mendapatkan pendapatan yang banyak sehingga pengeluarannya pun tidak besar. Didukung dengan hasil survey Ilustrasee (2021) yang mendapatkan rata-rata harga *art commission* portrait per-karakternya adalah 233.612,46 rupiah, dengan modus harga 150.000 rupiah.

1.3.2 Geografis

- 1) Negara : Indonesia
- 2) Wilayah : DKI Jakarta (primer), Jawa Barat
(Sekunder)

Berdasarkan pendataan pemerintah pada saat pandemi COVID-19, pekerja seni paling banyak terdaftar di daerah Jawa Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Yogyakarta. (Muhammad, 2020). Riset SINDIKASI (2021) juga memperlihatkan pekerja kreatif terbanyak berada di DKI Jakarta, dan kedua terbanyak adalah Jawa Barat.

1.3.3 Psikografis

- 1) Ilustrator yang baru memulai *art commission*
- 2) Ilustrator dan klien yang belum atau sedikit terpapar informasi tentang *art commission*
- 3) Ilustrator yang pernah membuka *commission*
- 4) Rasa ingin tahu yang tinggi
- 5) Kurang teliti
- 6) Menyukai budaya populer
- 7) Mengikuti trend dalam media sosial

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Dari rumusan masalah dan batasan masalah yang telah ditentukan, tujuan tugas akhir adalah merancang UI/UX *website* mengenai *art commission* untuk remaja akhir usia 17-25 tahun.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dibagi menjadi tiga bagian: manfaat bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas.

1.5.1 Bagi Penulis

Pada perancangan tugas akhir menjadi penerapan ilmu-ilmu yang telah dipelajari penulis selama menjalani pendidikan dalam program studi Desain Komunikasi Visual. Karena penulis juga merupakan ilustrator yang

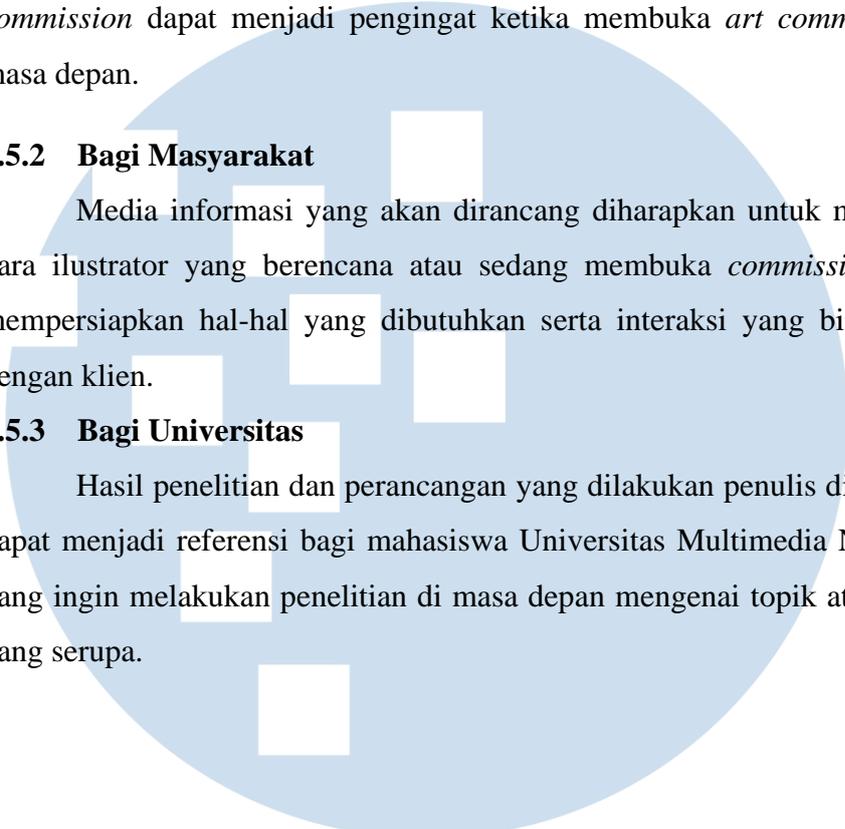
pernah membuka *art commission*, perancangan UI/UX *website* mengenai *art commission* dapat menjadi pengingat ketika membuka *art commission* di masa depan.

1.5.2 Bagi Masyarakat

Media informasi yang akan dirancang diharapkan untuk membantu para ilustrator yang berencana atau sedang membuka *commission* untuk mempersiapkan hal-hal yang dibutuhkan serta interaksi yang bisa terjadi dengan klien.

1.5.3 Bagi Universitas

Hasil penelitian dan perancangan yang dilakukan penulis diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang ingin melakukan penelitian di masa depan mengenai topik atau media yang serupa.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA