

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Creswell dan Creswell (2018) menjelaskan bahwa menggunakan dua metode campuran dalam sebuah penelitian dapat menghasilkan data yang lebih akurat dan valid karena saling menutupi kelemahan masing-masing metode. Maka, penulis melakukan metode penelitian campuran (*mixed method*), yaitu metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan sedalam-dalamnya dari berbagai sumber. Model penelitian kualitatif yang digunakan adalah wawancara, studi eksisting, dan studi referensi. Sementara untuk pengumpulan data kuantitatif dilakukan metode penyebaran kuesioner.

3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif adalah metode penelitian yang dipakai untuk mengumpulkan data dengan melakukan wawancara atau diskusi, sehingga dapat lebih memahami suatu permasalahan dan kebenaran dari suatu data (Creswell dan Creswell, 2018). Data kualitatif digunakan untuk mencari informasi supaya dapat menerangkan suatu gagasan dengan jelas dan sedalam mungkin.

3.1.1.1 Wawancara

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa metode wawancara merupakan bentuk pengumpulan data yang dilakukan antara narasumber dan peneliti untuk membahas suatu topik. Wawancara dilakukan terhadap Caroline F. Sunarko, S.Sn., Nucky Artha, S.Ds., dan Nadya Anindhita, S.Ds. untuk mendapatkan data mengenai pasar ilustrasi di Indonesia dan cara memulai persiapan karir sebagai *freelance illustrator*. Wawancara untuk perancangan media informasi juga dilakukan dengan Marleen Phangestu, S.Ds.

1) **Wawancara kepada Caroline F. Sunarko, S.Sn.**

Wawancara dilakukan dengan Caroline F. Sunarko, S.Sn., yang merupakan salah satu *founder* platform kreatif Kreavi pada tahun 2012 dan sudah bekerja dalam bidang *partnership* selama bertahun-tahun. Wawancara dilakukan secara *onsite* pada tanggal 21 September 2023.



Gambar 3.1 Wawancara dengan Caroline F. Sunarko, S.Sn.

Dalam wawancara, Caroline menyebutkan bahwa Indonesia belum memiliki platform kreatif untuk portofolio, padahal masih terdapat peluang untuk pasar ilustrasi di Indonesia. Namun, terdapat tantangan dalam mengelola platform tersebut dimulai dari monetisasi, struktur internal, penyesuaian visi misi, dan *marketing* terhadap target pengguna. Untuk mempertahankan loyalitas pengguna terhadap platform, maka perlu untuk memperhatikan *User Experience* sehingga pengguna merasa nyaman untuk terus menggunakan produk tersebut setelah melihat promosi produk.

Masih terdapat banyak peluang dalam pasar ilustrasi karena adanya minat terhadap penggunaan ilustrasi, meskipun terdapat teknologi berupa AI (*Artificial Intelligence*) yang mampu menghasilkan gambar melalui *prompt*. Hal ini disebabkan oleh produk AI yang masih dapat terbilang kurang sempurna dan tidak memiliki faktor *alive*, apalagi jika ingin membuat karya dari

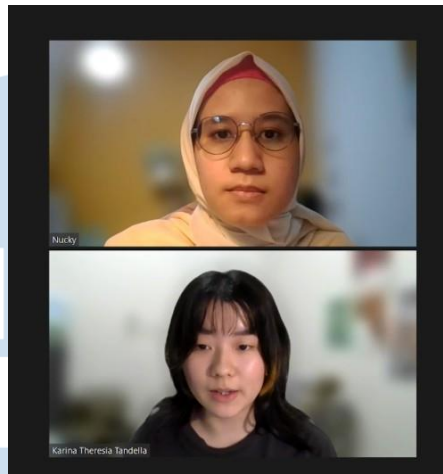
prompt yang terlalu spesifik dan rumit. Sayangnya, standar *pricing* dalam pasar ilustrasi masih belum tersebar atau aksesibel terhadap seluruh kalangan sehingga banyak ilustrator muda maupun senior yang menjual karya jauh di bawah harga pasar. Hal ini dapat diatasi apabila ilustrator-ilustrator di Indonesia dapat membentuk aliansi sehingga menciptakan standar harga yang sewajarnya untuk berbagai jenis ilustrasi.

Caroline juga menjelaskan bahwa jika ingin menjadikan pekerjaan *freelance illustrator* sebagai pendapatan utama, seseorang perlu melakukan eksplorasi terhadap berbagai industri ilustrasi. Penting juga untuk melakukan ekspansi terhadap portofolio sehingga klien potensial tidak hanya terbatas pada satu industri saja. Setelah melakukan eksplorasi, seorang *freelance illustrator* dapat membuat IP miliknya sendiri sehingga memiliki acuan gaya gambar atau *genre* sendiri dan mampu mengembangkan IP tersebut untuk dikenalkan kepada banyak orang.

Untuk media informasi yang dibutuhkan, tidak dapat dipilih salah satu saja karena memiliki kegunaannya masing-masing. Ketika ingin melakukan promosi, dibutuhkan media sosial tempat kebanyakan orang mengakses internet. Sementara itu, *website* juga diperlukan untuk menyediakan informasi yang lebih mendalam.

2) Wawancara kepada Nucky Artha, S.Ds.

Wawancara dilakukan dengan Nucky Artha, S.Ds. yang merupakan seorang *freelance illustrator* dan sudah bekerja dalam bidang ilustrasi secara profesional selama kurang lebih tujuh tahun. Wawancara dilakukan pada Zoom Meeting tanggal 10 September 2023.



Gambar 3.2 Wawancara dengan Nucky Artha, S.Ds.

Nucky menjelaskan bahwa *freelance illustrator* merupakan individu yang bekerja di bidang ilustrasi, namun tidak terikat dengan kontrak *full-time* perusahaan. Selama bekerja sebagai *freelance illustrator*, Nucky menyebutkan bahwa menjadi *freelance illustrator* memiliki rasa kepuasan tersendiri ketika karya yang dibuat dipakai oleh suatu *brand* dan diolah menjadi berbagai media seperti *merchandise*, video klip, dan media lain yang dapat dilihat khalayak banyak. Selain itu, pekerjaan *freelance illustrator* memungkinkan seseorang untuk menentukan *timeline* pekerjaannya secara independen, sehingga seorang *freelance illustrator* dapat memiliki waktu tambahan untuk melihat referensi, melakukan *research*, dan melakukan hobi lainnya.

Terdapat pula *struggle* yang ditemui selama meniti karir sebagai *freelance illustrator*, yaitu menghadapi klien yang belum mengetahui cara kerja pembuatan ilustrasi dan belum tahu apa yang diinginkan. Hal ini dapat menyebabkan banyak revisi, dan bisa saja membuat seorang *freelance illustrator* mengulang proyeknya dari awal karena adanya *pergantian* keinginan oleh klien. Untuk mengantisipasi hal tersebut, *freelance illustrator* tersebut harus menanyakan terlebih dahulu mengenai proyek yang

sedang dirancang secara mendetail, seperti garis besar proyek, *style* yang diharapkan, jumlah yang dibutuhkan, dan *timeline* pengerjaan proyek.

Kemudian mengenai parameter kesuksesan, *freelance illustrator* disebutkan sukses apabila dapat menghidupi diri sendiri dengan baik melalui *freelancing* tersebut. Namun sayangnya, masih terdapat banyak *freelance illustrator* yang belum tahu cara menentukan dan mengembangkan nilai karyanya, sehingga penghasilan yang didapatkan belum dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari.

Seorang *freelance illustrator* perlu memahami bahwa market ilustrasi di Indonesia memiliki *beragam* cabang, seperti ilustrasi iklan, buku anak, kemasan, dan sebagainya. Penentuan *value* sebagai ilustrator harus ditentukan melalui target market seperti apa yang ingin diincar. Namun perlu diingat, *demand* dengan harga yang lebih tinggi berjumlah lebih sedikit dibandingkan *demand* dengan harga rendah, sehingga membangun portofolio sangat penting untuk bersaing dalam market ilustrasi. Kedua, seorang *freelance illustrator* memerlukan referensi untuk menentukan harga dari jasa yang disediakan.

Selain melakukan jasa pembuatan ilustrasi (*commission*), seorang *illustrator* juga dapat memiliki *penghasilan* dari mengajar *online*, membuat materi platform tersedia seperti *gumroad*, dan membuat konten eksklusif pada platform khusus seperti *trakteer.id* atau *patreon.com*.

Terakhir, *freelance illustrator* perlu menentukan fokus karir yang diinginkan, karena berguna sebagai latihan *self-branding* dan *networking* dengan individu yang bergerak di bidang ilustrasi. Melakukan fokus target market juga dapat mempercepat seorang *freelance illustrator* berkembang dan dilirik oleh klien yang potensial.

3) Wawancara kepada Nadya Anindhita, S.Ds.

Wawancara dilakukan dengan Nadya Anindhita, S.Ds. yang merupakan seorang *freelance illustrator* dan sudah bekerja secara profesional dalam bidang ilustrasi selama kurang lebih dua tahun. Wawancara dilakukan secara *onsite* pada tanggal 14 September 2023.



Gambar 3.3 Wawancara dengan Nadya Anindhita, S.Ds.

Nadya mendefinisikan *freelance illustrator* sebagai profesi yang tidak terikat dengan suatu perusahaan. *Freelance illustrator* memiliki berbagai pekerjaan yang dapat dilakukan, seperti melakukan proyek dengan jangka waktu tertentu dengan suatu perusahaan, membuat konten mengenai ilustrasi di berbagai platform, membuat *merchandise* untuk dijual, dan lain sebagainya.

Selama melakukan pekerjaan *sebagai freelance illustrator*, Nadya menjelaskan bahwa terdapat kebebasan menentukan jam kerja menjadi sesuatu yang disenangi. Hal ini dikarenakan oleh ide kreatif yang belum tentu datang setiap waktu sehingga tidak dapat dipaksakan untuk dikerjakan saat itu juga. Apabila dipaksakan, akan berimbas pada kualitas hasil karya yang dibuat nantinya.

Selain itu, menjadi *freelance illustrator* memungkinkan seseorang untuk mempelajari hal-hal baru saat mengerjakan berbagai proyek yang berbeda-beda. Namun, terdapat kesulitan ketika menjadi *freelance illustrator*, yaitu pendapatan yang tidak stabil dan

mencari klien potensial. Sebagai penyelesaian, Nadya menyebutkan bahwa sebaiknya seorang *freelance illustrator* pemula aktif melakukan promosi diri melalui berbagai platform untuk terus mengembangkan portofolio dan melakukan pengembangan relasi.

Nadya juga menjelaskan bahwa kadar apresiasi seni yang terdapat di Indonesia masih relatif kecil, sehingga baik ilustrator maupun klien cenderung memiliki *rate* yang jauh lebih kecil dari harga pasar, terutama para pemula yang baru terjun pada pasar ilustrasi. Karena itu, disarankan untuk para ilustrator Indonesia mencoba pencarian klien luar negeri sebagai salah satu opsi pendapatan. Terdapat juga beberapa cara untuk menambah pemasukan lainnya, seperti *personal commission*, royalti, dan menjual *merchandise* buatan pribadi pada toko *consignment*.

4) **Wawancara kepada Marleen Phangestu, S.Ds.**

Wawancara dilakukan dengan Marleen Phangestu, S.Ds. yang merupakan seorang desainer UI/UX dan sudah bekerja secara profesional dalam bidang desain UI/UX selama kurang lebih satu tahun. Wawancara dilakukan secara *online* melalui Zoom Meeting pada tanggal 20 September 2023.



Gambar 3.4 Wawancara dengan Marleen Phangestu, S.Ds.

Marleen mengartikan *website* sebagai media digital untuk mengenalkan berbagai produk secara informatif atau persuasif. *Website* memiliki fungsi untuk memberikan informasi dan *awareness* kepada masyarakat dengan adanya internet dan *gadget*. Penggunaan *website* sebagai media informasi memiliki keunggulannya, yaitu masyarakat yang kini memakai serba digital karena hampir semua orang memiliki *handphone* yang selalu dibawa kemana-mana. Oleh karena itu, *website* cukup aksesibel untuk semua orang, dimana saja, dan kapan saja. Namun, penggunaan *website* juga memiliki kekurangannya karena perlu dicari terlebih dahulu melalui internet dan tidak semua lokasi memiliki sinyal yang bagus.

Dalam perancangan UI UX sebuah *website*, fungsionalitas perlu diperhatikan secara mendalam untuk membuat pengguna merasa nyaman ketika membuka halaman *web*. Tergantung bagaimana konsep yang ingin dibawakan, *website* dapat melakukan pendekatan secara *storytelling* maupun *direct* ketika pengguna baru saja membuka halaman *web*. Hal yang terpenting adalah pengguna perlu merasa bahwa fitur-fitur dalam *website* dapat digunakan, *flow* jelas, dan tampilan *website* nyaman untuk dilihat. Disebutkan juga bahwa *font serif* maupun *sans serif* dapat digunakan dalam *website*, dengan catatan bahwa *body text* perlu memiliki keterbacaan yang baik.

Metode yang digunakan dalam merancang *website* adalah metode Design Thinking, yang meliputi tahap riset, analisa solusi, sketsa *wireframing*, pembuatan *prototype*, *alpha test*, hingga *beta test*. *Feedback* yang didapatkan dari *test* tersebut digunakan untuk memperbaiki *website* hingga benar-benar selesai. Untuk saat ini, *software* terbaik yang digunakan untuk merancang *website* adalah Figma karena bersifat *collaborative* dan kompatibel untuk berbagai *device*.

Berdasarkan wawancara dengan Caroline F. Sunarko, S.Sn., Nucky Artha, S.Ds., dan Nadya Anindhita, S.Ds., disimpulkan bahwa *freelance illustrator* merupakan seseorang yang bekerja di bidang ilustrasi tanpa terikat secara *full-time* dengan perusahaan. Terdapat beberapa bidang dalam industri ilustrasi yang dapat dilakukan oleh seorang *freelance illustrator*, dimulai dari bekerja secara kontrak dengan klien, menjual *resources*, menjual *merchandise*, hingga mengajar.

Jika ingin bekerja sebagai *freelance illustrator* secara *full-time*, seseorang perlu melakukan eksplorasi terhadap berbagai bidang. *Update* portofolio penting untuk dilakukan supaya memiliki cakupan klien yang cukup luas. Disamping itu, penting juga untuk melakukan pengembangan IP supaya karya-karya yang dibuat seorang *freelance illustrator* memiliki ciri khas yang dapat dipromosikan dan dikenal oleh banyak orang. Selanjutnya, bagi ilustrator yang baru terjun ke dalam pasar ilustrasi, diperlukan referensi harga mengenai pasar ilustrasi supaya memiliki gambaran mengenai harga yang cocok untuk jasa dan karya yang ingin dijual.

Narasumber mengatakan bahwa media informasi tentang persiapan karir sebagai *freelance illustrator* masih sangat sedikit, terutama dengan hal-hal yang berkaitan dengan referensi harga dan persiapan sebelum memulai karir. Dibutuhkan media utama berupa *website* untuk menampung berbagai informasi serta komunitas, juga media pendukung berupa sosial media sebagai promosi akan produk *website* tersebut.

Dalam menyusun perancangan media, penulis melakukan wawancara dengan Marleen Phangestu, S.Ds., seorang UI UX *Designer*. Menurut Marleen, media *website* merupakan media yang dapat digunakan secara efektif sebagai sarana informasi karena sudah lebih mudah untuk diakses siapapun dan dimanapun, dengan syarat memiliki *device* dan internet.

3.1.1.2 *Focused Group Discussion (FGD)*

Focused Group Discussion (FGD) dilaksanakan hari Jumat, 27 Oktober 2023 pukul 13.00 melalui Discord dengan Cornelia, Lian, Jessica, Nadindra, dan Marta. FGD dilakukan untuk memperoleh data mengenai pandangan remaja usia dewasa muda mengenai kesulitan yang seringkali ditemui dalam memulai karir sebagai *freelance illustrator* dan apa yang mereka harapkan dalam perancangan media informasi.



Gambar 3.5 *Focused Group Discussion (FGD)* dengan Target Audiens

Menurut pemahaman mereka, *freelance illustrator* merupakan seseorang yang menciptakan ilustrasi untuk klien atau sekelompok orang dalam suatu jangka waktu, namun tidak terikat secara *full-time* dengan suatu perusahaan. Ketika ingin masuk ke dalam ranah ilustrasi, partisipan FGD mengaku bahwa mereka masih kesulitan untuk membangun *personal branding*, menemukan komunitas, dan mencari klien. Selain itu, mereka juga merasa kesulitan untuk mulai mematok harga jasa ilustrasi karena masih belum ada referensi harga yang jelas di Indonesia. Beberapa kesulitan personal juga ditemukan seperti masih mencari *art style* yang cocok, kurang percaya diri, dan faktor *introvert*.

Para narasumber yang terlibat FGD setuju bahwa mereka perlu untuk mempersiapkan *personal branding* dan portofolio yang

bagus supaya mampu memperkenalkan diri mereka ke komunitas publik, hanya saja mereka masih belum tahu caranya. Partisipan FGD juga menyebutkan bahwa mereka perlu untuk memperluas koneksi dengan cara aktif dalam komunitas. Faktor terakhir yang disebutkan adalah diperlukan rasa percaya diri supaya seorang calon *freelance illustrator* berani untuk memulai memasang harga untuk jasa ataupun produk ilustrasinya.

Meskipun hal-hal seperti cara untuk membangun *personal branding* hingga referensi harga dibutuhkan, para partisipan FGD masih belum menemukan media informasi tentang persiapan karir di Indonesia. Kebanyakan berpendapat bahwa mereka hanya melakukan observasi melalui media sosial seperti Facebook atau Twitter kepada ilustrator-ilustrator yang berpengalaman. Mereka menyebutkan bahwa *website* untuk persiapan karir sebagai ilustrator diperlukan supaya dapat menampung berbagai jenis informasi yang juga aksesibel di berbagai tempat.

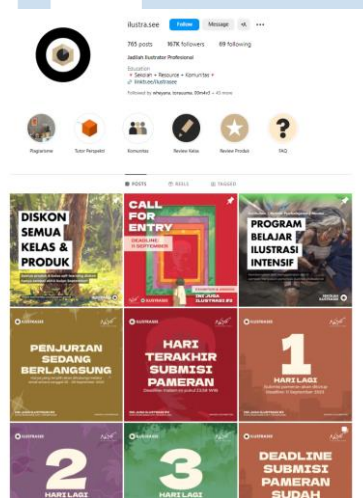
Melalui FGD ini, didapatkan kesimpulan bahwa konten mengenai persiapan karir sebagai *freelance illustrator* yang perlu dibahas adalah cara untuk melakukan *branding*, merancang portofolio, menemukan dan membangun komunitas, dan referensi harga ilustrasi di Indonesia. Konten-konten tersebut perlu dimuat ke dalam suatu *website* dengan media pendukung sosial media sebagai promosi.

3.1.1.3 Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan untuk melakukan analisa terhadap media yang serupa, Pada studi eksisting, penulis melakukan analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) yang akan dijadikan sebagai evaluasi dan pertimbangan akan perancangan *website* yang akan dibuat.

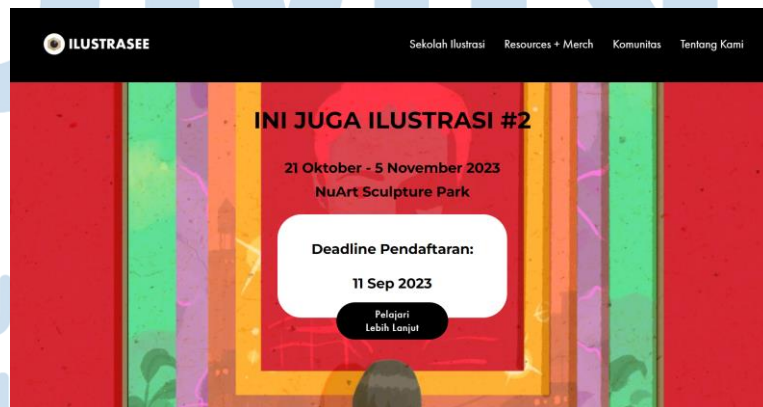
1) Ilustrasee

Studi eksisting dilakukan pada platform Ilustrasee. Ilustrasee adalah salah satu media informasi dan komunitas ilustrasi yang tersedia di Indonesia saat ini. Ilustrasee memiliki media utama sosial media (Instagram) dan *website*. Konten yang terdapat dalam Ilustrasee biasanya berupa kelas gambar, *resources*, juga komunitas ilustrasi di Indonesia.



Gambar 3.6 Tampilan Instagram Ilustrasee

Website Ilustrasee menyediakan akses terhadap kelas-kelas ilustrasi serta *resources* yang bisa didapatkan oleh audiens. Terdapat juga navigasi menuju komunitas dan beberapa pengenalan dan penjelasan mengenai Ilustrasee.



Gambar 3.7 Tampilan *Website* Ilustrasee

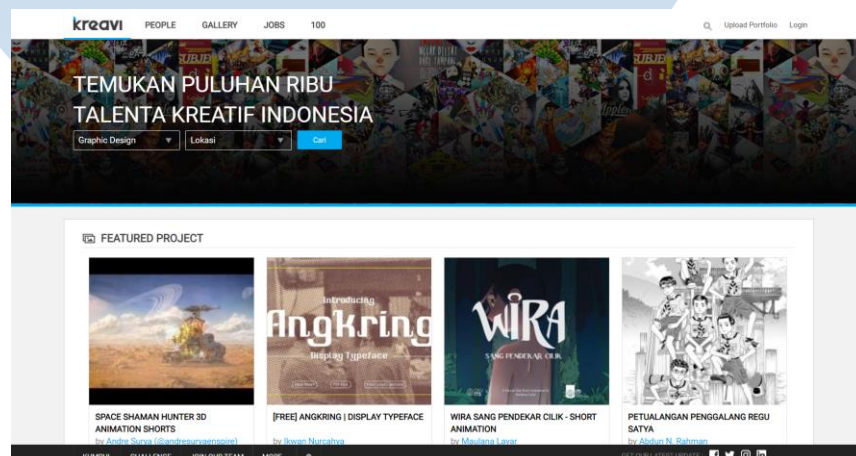
Tabel 3.1 Analisis SWOT Ilustrasee

<p>Strength</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> menampilkan <i>highlight event</i> yang sedang berlangsung pada saat itu, sehingga target audiens dapat mengikuti informasi terbaru dari <i>website</i>. • Memiliki <i>presence</i> yang kuat karena aktif promosi pada media sosial yang digunakan oleh khalayak masyarakat. • Desain yang digunakan dalam media sosial dan website modern, konsisten, dan <i>to-the-point</i> sehingga informasi mudah dicerna. • Konten dalam media sosial Ilustrasee memiliki <i>headline</i> yang menarik ketika dibuka di <i>feeds</i>.
<p>Weakness</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> Ilustrasee tidak memberikan informasi selengkap media sosial Instagram, padahal informasi yang dicantumkan ke dalam <i>website</i> lebih mudah ditemukan dibandingkan unggahan media sosial yang mudah tertimbun. • Konten Ilustrasee lebih berfokus pada teknik membuat ilustrasi, bukan persiapan karir sebagai <i>freelance illustrator</i>.
<p>Opportunity</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Saat ini, karir sebagai <i>freelance illustrator</i> diminati oleh banyak orang, sehingga cukup banyak yang mencari informasi terpercaya untuk memulai karir sebagai ilustrator. • Media informasi tentang karir <i>freelance illustrator</i> di Indonesia masih sangat sedikit.
<p>Threats</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Konten-konten yang terdapat dalam Ilustrasee cenderung berbayar, sehingga

	tidak semua orang ingin mengeluarkan uang untuk mengikuti kelas ilustrasi dan membeli <i>resources</i> .
--	--

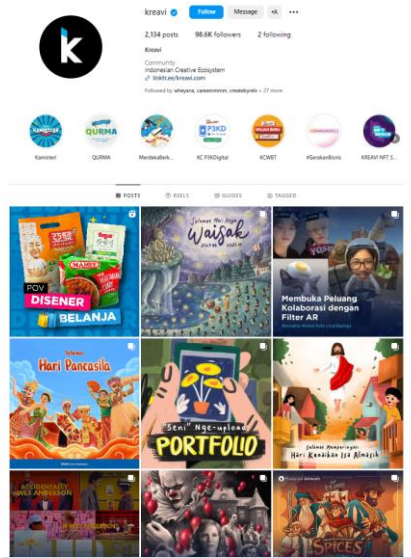
2) Kreavi

Kreavi merupakan platform yang menjembatani antar tenaga kreatif dan juga klien-klien yang potensial. Kreavi memiliki media utama *website* untuk memajang portofolio, dan media promosi dalam Instagram yang sekaligus berperan sebagai media informasi, Media *website* kreavi berfokus pada *showcase* karya yang memungkinkan klien untuk menemukan tenaga kreatif sesuai dengan portofolio yang diunggah.



Gambar 3.8 Tampilan *Website* Kreavi

Sementara itu, media sosial Kreavi berisikan konten berupa pengguna-pengguna *website* Kreavi yang di-*feature*, tren terbaru, dan edukasi seputar bidang seni modern di Indonesia. Konten biasanya didampingi dengan elemen seputar seni visual, baik desain, ilustrasi, hingga 3D sebagai fokus utama topik yang ingin dibahas.



Gambar 3.9 Tampilan Instagram Kreavi

Tabel 3.2 Analisis SWOT Kreavi

<p>Strength</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> sederhana dan arah navigasi mudah dipahami. Hal ini juga membuat <i>website</i> ringan untuk dibuka karena tidak banyak fitur yang menumpuk. • Konten dalam sosial media menarik banyak ilustrator baru karena ilustrasi yang digunakan merupakan submisi dari pengguna <i>website</i> Kreavi. • <i>Layout</i> sosial media konsisten dan tidak mendominasi, sehingga membuat karya pengguna menjadi lebih menonjol. • Bersifat <i>user-centered</i> sehingga cukup banyak ilustrator baru yang ingin mencari platform tertarik untuk menggunakan fitur-fitur di Kreavi.
<p>Weakness</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak melakukan promosi terus menerus, media sosial kurang konsisten untuk di-

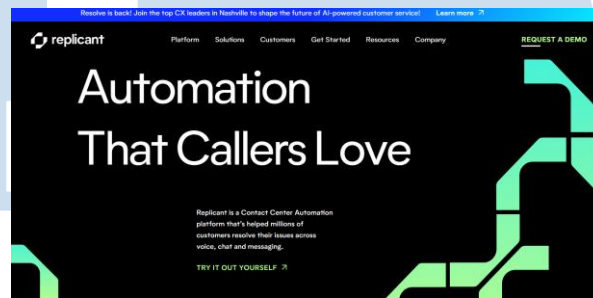
	<p><i>update</i> sehingga belum ada arus pengguna baru.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pemberian informasi dan edukasi hanya berada di media sosial yang cenderung tenggelam ketika memiliki unggahan baru. • <i>Website</i> hanya berfokus pada portofolio pengguna, meskipun masih memiliki cukup ruang untuk menaruh konten.
Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> • Saat ini, karir sebagai <i>freelance illustrator</i> diminati oleh banyak orang, sehingga cukup banyak yang mencari platform terpercaya untuk memulai karir sebagai ilustrator. • Media informasi tentang karir <i>freelance illustrator</i> di Indonesia masih sangat sedikit. • Belum ada platform portofolio bidang kreatif yang berfokus di Indonesia.
Threats	<ul style="list-style-type: none"> • Beberapa ilustrator baru masih enggan untuk menggunakan platform Kreavi berdasarkan beberapa faktor: belum <i>aware</i> dengan adanya platform, menunda-nunda penggunaan platform, hingga cenderung bersikap pasif.

3.1.1.4 Studi Referensi

Studi referensi berguna untuk memperoleh referensi dari media-media yang memiliki kelebihan tertentu, namun tidak harus membahas topik yang sama. Oleh karena itu, studi referensi dilakukan dalam segi visual, *copywriting*, hingga navigasi media yang ingin digunakan.

1) Replicant Website

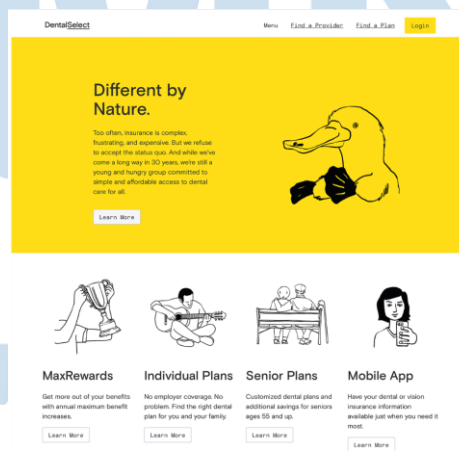
Replicant adalah situs web *contact center* otomotif dengan *hero section* yang dapat ditelusuri melalui *scrolling* dan menekan *navigation bar*. Website Replicant memiliki desain sederhana, peletakan visual yang cukup, dan *micro-interactions* yang relevan sehingga membuat pengguna merasa nyaman untuk menggunakan *website*.



Gambar 3.10 Website Replicant
Sumber: <https://www.replicant.com/>, (2023)

2) Dental Select

Dental Select merupakan *website* untuk pemesanan layanan dokter gigi yang bersifat *user centered*. User mampu menerima informasi yang singkat, jelas, dan padat, disertai dengan pendukung berupa ilustrasi yang mendukung. Website juga ringan untuk dibuka karena tidak banyak konten yang dimasukkan ke dalam halaman *web*.



Gambar 3.11 Website Dental Select
Sumber: <https://www.dentalselect.com/>, (2023)

3.1.2 Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif adalah pengumpulan data yang diberikan kepada target pengguna dalam jumlah banyak, namun bersifat tertutup sehingga seluruh data yang terkumpul masih kurang mendalam (Cresswell dan Cresswell, 2018). Dalam pelaksanaan metode kuantitatif, digunakan platform Google Forms untuk menyebarkan kuesioner kepada target audiens. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data berupa pengisian pertanyaan-pertanyaan oleh responden (Sugiyono, 2019). Pengumpulan kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi mengenai karakteristik, persepsi, perilaku, dan perasaan target audiens secara tertulis.

Kuesioner dibagikan menggunakan teknik *random sampling* melalui Google Forms dan ditujukan kepada ilustrator berusia 15 hingga 34 tahun. Tujuan dari pengumpulan data adalah untuk mengetahui minat terhadap profesi *freelance illustrator* dan pemahaman ilustrator pemula mengenai cara menentukan serta mengembangkan nilai karya ketika bekerja sebagai *freelance illustrator*. Penentuan jumlah data valid dari sampel yang terkumpul menggunakan rumus Slovin. Firdaus (2021) menjelaskan bahwa sedikitnya angka kesalahan yang digunakan dapat menghasilkan penelitian yang akurat. Oleh karena itu, digunakan perhitungan *margin error* sebesar 5%.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Derajat ketelitian

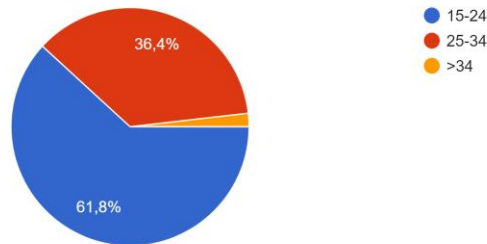
$$n = \frac{110}{1 + 110(0,05)^2}$$

$$n = \frac{110}{1,275}$$

$$n = 86,27 \approx 86$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin, dari total 110 data responden terdapat 86 data valid. Survei yang disebarakan memiliki total 12 pertanyaan.

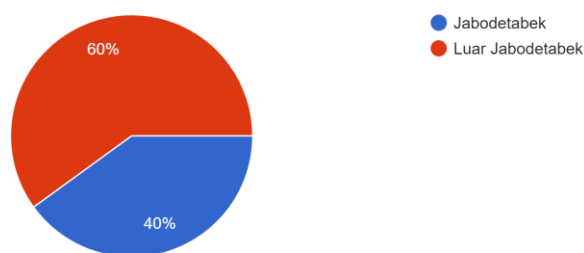
Berapakah usia anda?
110 jawaban



Gambar 3.12 Pertanyaan Mengenai Usia

Melalui penyebaran kuesioner, didapatkan responden sebanyak 110 orang. Dilakukan klasifikasi demografis untuk mengetahui rentang usia responden yang mengisi kuesioner. Usia responden terbanyak adalah 15-24 tahun sebesar 61,8%, diikuti dengan usia 25-34 tahun sebesar 36,4%, dan diatas 34 tahun sebesar 1,8%.

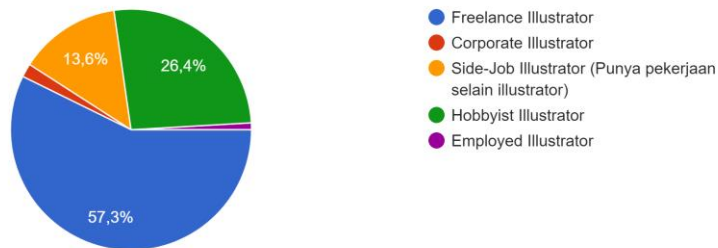
Domisili
110 jawaban



Gambar 3.13 Pertanyaan Mengenai Domisili

Saat menanyakan domisili responden, sebanyak 60% responden menjawab Jabodetabek. Angka ini diikuti dengan 40% responden yang menjawab luar Jabodetabek.

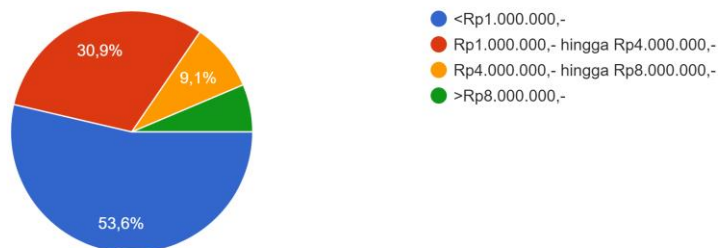
Jenis ilustrator apakah anda?
110 jawaban



Gambar 3.14 Pertanyaan Mengenai Jenis Ilustrator

Survei dilanjutkan dengan pertanyaan mengenai jenis ilustrator, 57,3% responden menjawab bahwa mereka adalah *freelance illustrator*. Angka ini diikuti dengan 26,4% berupa *hobbyist illustrator*, 13,6% berupa *side-job illustrator*, dan 2,7% berupa *full-time employed illustrator*.

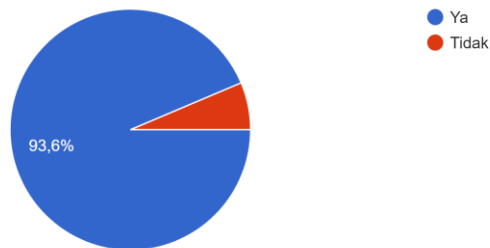
Berapakah penghasilan bulanan anda sebagai freelance illustrator?
110 jawaban



Gambar 3.15 Pertanyaan Mengenai Penghasilan Bulanan sebagai *Freelance Illustrator*

Dalam menjawab berapa banyak penghasilan bulanan jika bekerja sebagai *freelance illustrator*, sebanyak 53,6% responden menjawab dibawah Rp1.000.000, lalu diikuti dengan 30,9% responden menjawab Rp1.000.000 hingga Rp4.000.000, 9,1% responden menjawab Rp4.000.000 hingga Rp8.000.000, dan 6,4% responden menjawab diatas Rp8.000.000.

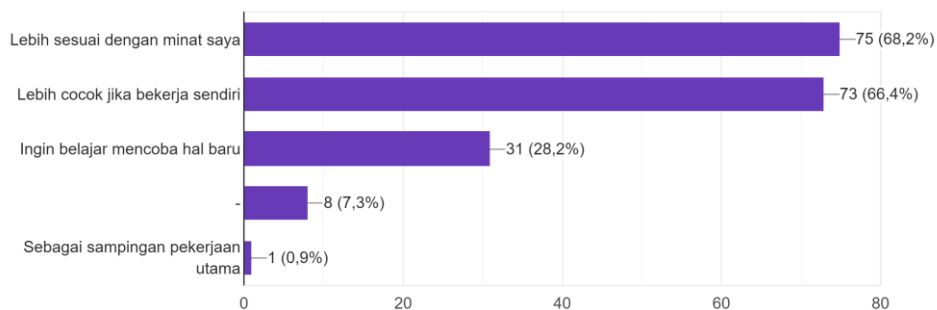
Apakah anda berminat untuk menjadi freelance illustrator?
110 jawaban



Gambar 3.16 Pertanyaan Mengenai Minat Menjadi *Freelance Illustrator*

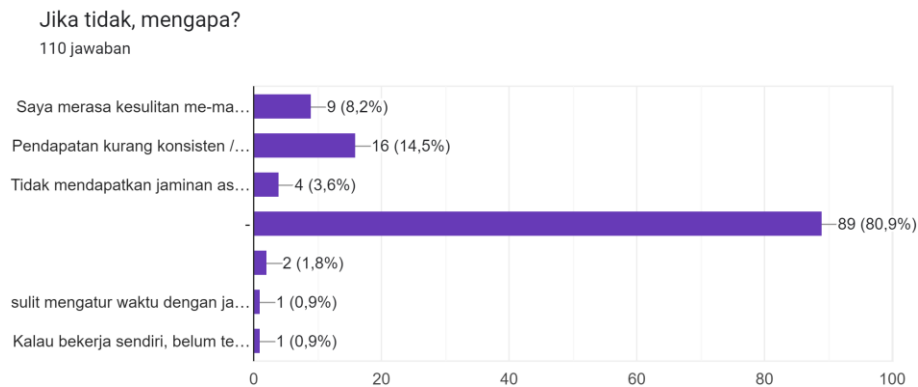
Untuk mengetahui besar minat profesi sebagai *freelance illustrator* di Indonesia dalam menjadi *freelance illustrator*, ditanyakan apakah responden berminat untuk menjadi *freelance illustrator*. Sebanyak 93,6% menjawab berminat, dan 6,4% menjawab tidak berminat.

Jika ya, mengapa?
110 jawaban



Gambar 3.17 Pertanyaan Mengenai Jawaban Ya

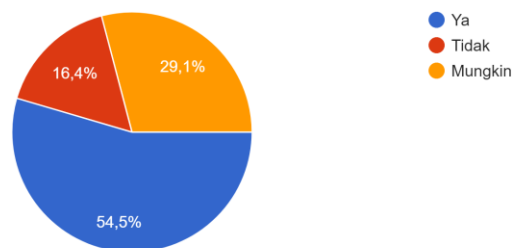
Dalam mencari tahu alasan kenapa ilustrator berminat untuk menjadi *freelance illustrator*, ditanyakan alasannya kepada audiens menggunakan fitur *checkbox*. Sebanyak 68,2% responden menjawab lebih sesuai dengan *passion*-nya, 66,5% responden menjawab lebih cocok bekerja sendiri, 28,2% menjawab ingin mencoba hal baru, dan 0,9% menjawab sebagai sampingan pekerjaan utama. Sisa 7,3% responden memilih untuk tidak menjawab.



Gambar 3.18 Pertanyaan Mengenai Jawaban Tidak

Alasan kenapa ilustrator tidak berminat untuk menjadi *freelance illustrator* juga ditanyakan kepada responden. Didapatkan 14,5% responden menjawab bahwa pendapatan seorang *freelance illustrator* tidak stabil, 9,1% responden menjawab merasa kesulitan mengatur pekerjaan *freelance*, 3,6% responden menjawab tidak mendapat jaminan asuransi, 0,9% responden menjawab pekerjaan *freelance illustrator* sulit untuk menambah *skill* secepat bekerja di kantor, dan 82,7% sisanya memilih untuk tidak menjawab.

Sebagai seorang freelance illustrator di Indonesia, apakah anda sering merasa kesulitan untuk menjual karya?
110 jawaban

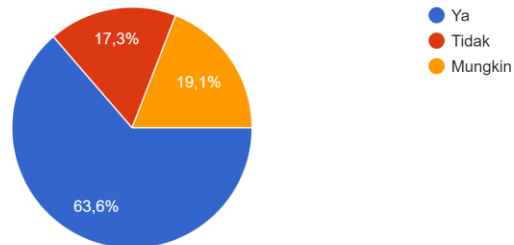


Gambar 3.19 Pertanyaan Mengenai Kesulitan Menjual Karya

Kemudian ditanyakan juga apakah responden merasa kesulitan untuk menjual jasa maupun hasil karyanya. Jawaban didominasi oleh pernyataan “Ya” dengan total 54,5% responden, diikuti dengan 29,1% menjawab “Mungkin”, dan 16,4% menjawab “Tidak”.

Sebagai seorang freelance illustrator di Indonesia, apakah anda sering merasa kesulitan untuk menentukan value atas karyamu sendiri?

110 jawaban

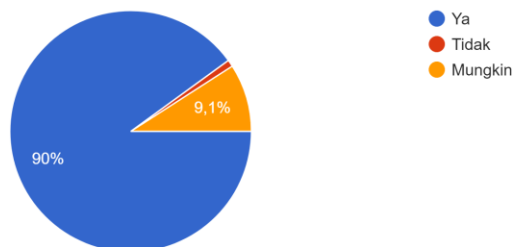


Gambar 3.20 Pertanyaan Mengenai Menentukan *Value* Karya

Lalu, penulis menanyakan apakah responden merasa kesulitan untuk menentukan nilai karyanya ketika ingin mendapatkan penghasilan dari *freelancing* ilustrasi. Sebanyak 63,6% responden merasa kesulitan dalam menentukan nilai karyanya, diikuti dengan 19,1% responden menjawab tidak yakin, dan 17,3% responden menjawab tidak bingung dalam menentukan nilai karyanya.

Menurut anda, apakah ilustrator muda perlu diberikan edukasi mengenai cara mengembangkan diri sebagai freelance illustrator di Indonesia?

110 jawaban

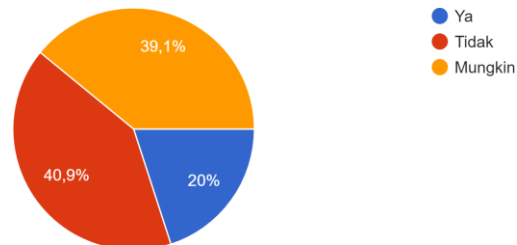


Gambar 3.21 Pertanyaan Mengenai Edukasi terhadap Ilustrator Pemula

Selanjutnya, sebanyak 90% responden menjawab ilustrator muda perlu diberikan edukasi mengenai cara mengembangkan diri sebagai *freelance illustrator* di Indonesia, 9,1% responden menjawab mungkin, dan 0,9% menjawab tidak perlu diberikan edukasi.

Menurut anda, apakah media informasi untuk freelance illustrator sudah cukup banyak dan membantu di Indonesia?

110 jawaban

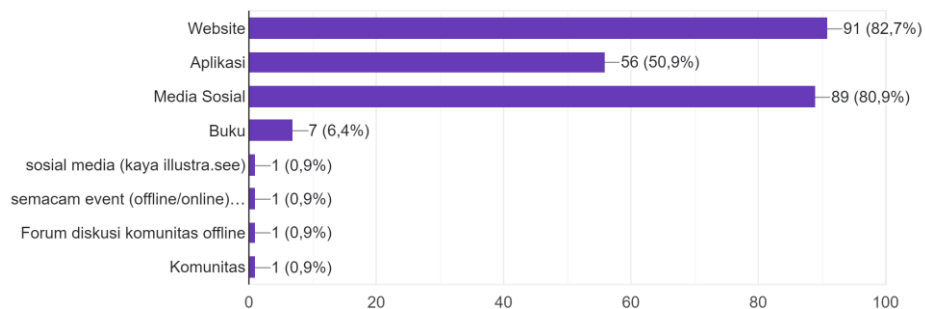


Gambar 3.22 Pertanyaan Mengenai Media Informasi untuk *Freelance Illustrator*

Saat ditanyakan apakah media informasi untuk *freelance illustrator* sudah cukup banyak dan membantu di Indonesia, sebanyak 40,9% menjawab tidak cukup, 39,1% masih ragu-ragu, dan 20% menjawab sudah cukup.

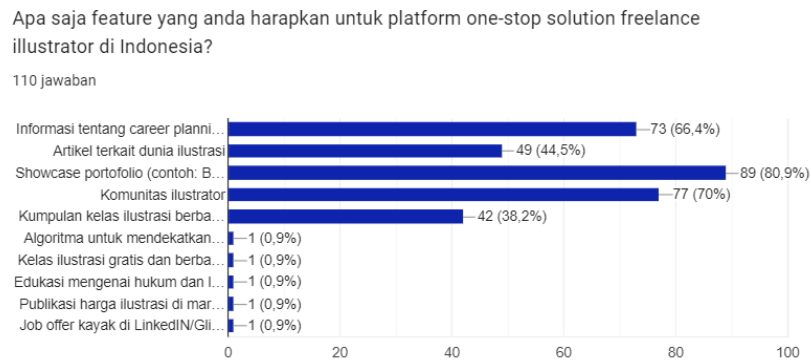
Menurut anda, media informasi apa yang anda harapkan untuk mewadahi freelance illustrator baru?

110 jawaban



Gambar 3.23 Pertanyaan Mengenai Media Informasi yang Diharapkan

Untuk mengetahui media informasi yang dibutuhkan oleh para *freelance illustrator* pemula, ditanyakan media informasi jenis apa yang diharapkan untuk mewadahi *freelance illustrator* pemula. Sebanyak 82,7% responden menjawab *website*, 81,8% responden menjawab media sosial, 50,9% menjawab aplikasi, 6,4% menjawab buku, 1,8% menjawab komunitas atau forum diskusi, dan 0,9% menjawab *event* untuk mempromosikan ilustrator secara *online* maupun *offline*.



Gambar 3.24 Pertanyaan Mengenai Fitur yang Diharapkan

Selanjutnya, ditanyakan apa saja fitur yang diharapkan untuk platform media informasi *freelance illustrator* di Indonesia. Didapatkan 89% menjawab *showcase portofolio*, 70% menjawab komunitas ilustrator, 68,2% menjawab informasi tentang *career planning* sebagai *freelance illustrator*, 44,5% menjawab artikel terkait dunia ilustrasi, 39,1% menjawab kumpulan kelas seputar ilustrasi yang berbayar, dan 1,8% menjawab *job offer* yang menjembatani klien dan ilustrator.

Melalui survei tersebut, disimpulkan bahwa meskipun banyak ilustrator yang berminat untuk menjadi *freelance illustrator*, edukasi mengenai cara mempersiapkan karir masih kurang banyak sehingga terdapat banyak ilustrator yang kesulitan untuk menjual karyanya. Hal ini berakibat pada pendapatan bulanan *freelance illustrator* yang cenderung berada di bawah rata-rata UMR Jabodetabek. Kebanyakan responden juga menjawab bahwa media informasi tentang *freelance illustrator* di Indonesia masih kurang banyak meskipun diperlukan edukasi kepada *freelance illustrator* pemula mengenai persiapan karirnya. Media informasi yang diharapkan para ilustrator pemula adalah *website* dengan fitur berupa merancang *branding*, portofolio, komunitas, dan informasi berupa *career planning*.

3.2 Metodologi Perancangan

Dalam merancang *website*, penulis menggunakan metode *Design Thinking* dalam buku *The Basics of User Experience Design* oleh Interaction Design

Foundation (2018) yang melalui 5 fase, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

1) *Empathize*

Fase *empathize* dibutuhkan untuk lebih memahami lebih dalam tentang masalah yang ingin diselesaikan. Pada fase ini, penulis melakukan pengumpulan data berupa wawancara, studi eksisting, studi referensi, dan kuesioner untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam melalui narasumber dan target audiens.

2) *Define*

Dalam fase *define*, penulis mengumpulkan dan melakukan korelasi antara keseluruhan data yang telah dikumpulkan pada tahapan *empathize*. Dengan adanya fase *define*, batasan target dapat dibuat sehingga cakupan masalah menjadi lebih jelas. Dilakukan penentuan *persona*, *moodboard*, *color palette*, dan *style* sehingga perancangan *website* menjadi lebih konsisten dan efisien.

3) *Ideate*

Setelah melalui fase *define*, penulis mulai melakukan pengembangan berbagai ide dan solusi yang memungkinkan untuk menyelesaikan suatu masalah. Tahap *ideate* membutuhkan proses *brainstorming* untuk menentukan gambaran dari keseluruhan perancangan. Dilakukan pula perancangan logo dan aset visual lainnya yang dikembangkan dari fase *ideate* menjadi berbagai alternatif.

4) *Prototype*

Fase *prototype* melanjutkan proses dari fase *ideate* menjadi suatu produk nyata yang dapat dicoba oleh pengguna. *Prototyping* diperlukan untuk mempraktikkan teori yang sudah dikumpulkan dan diproses kembali supaya dapat memastikan bahwa produk bisa dipakai.

5) *Test*

Setelah membuat *prototype*, produk perlu dilakukan uji coba kepada *target user* supaya dapat melakukan evaluasi dan mendapatkan *feedback* mengenai produk tersebut. Dengan melakukan *test*, perancang dapat menyesuaikan produk supaya sesuai dengan tujuan akhir yang ingin dicapai.

