



sarana

DESAIN - 2024



**sarana**  
DESAIN - 2024

sarana

DESAIN - 2024



## SARANA DESAIN: 2024

Kontributor: Ismiaji Cahyono, Rouzell Waworuntu Saad, R.A. Dita Saraswati

Penyusunan konten oleh Candra Dwi Syaputra

Koreksi penulisan oleh R.A. Dita Saraswati

Desain tata letak oleh Candra Dwi Syaputra

Penerbit

Penerbit Buku Kompas

Jakarta, Indonesia

*buku.kompas.id*

Partner Penerbit

Desain Komunikasi Visual UMN (DKV UMN)

Tangerang, Indonesia

*dkv.umn.ac.id*

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian

atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Typeface yang digunakan:

Helvetica Neue, Acumin Pro Condensed, Sentient

ISBN: 978-602-481-2168





# Daftar Isi

Chapter 1	
<b>Realitas Industri Desain Komunikasi Visual di Indonesia</b>	<b>23</b>
 Menegenai Aturan & Kebijakan, Serta Kebutuhan Industri	 25
 Menegenai Keberagaman Industri dan Desainer	 35
 Menegenai Hubungan Industri dengan Pendidikan Desain	 39
 Ekspektasi Industri dengan Pendidikan Desain	 42
 Pemetaan Relasi dalam Industri Desain	 45

Chapter 2	
<b>Profesi Industri Desain Komunikasi Visual di Indonesia</b>	<b>53</b>
 Menegenai Pengetahuan Profesi Desain Komunikasi Visual oleh Mahasiswa	 55
 Menegenai Pemetaan Profesi dan Industri Desain Komunikasi Visual	 57
 Menegenai Etika Profesi Desain Komunikasi Visual	 63
 The Ugly Truth of Graphic Designer as a Professional	 67
 Chapter 3	
<b>Adaptasi Menuju Industri Desain Komunikasi Visual di Indonesia</b>	<b>75</b>
 Menegenai Kebimbangan Terhadap Masa Depan di Industri	 77
 Menegenai Sikap Mahasiswa Sebelum Memasuki Dunia Kerja	 79
 Menegenai Prospek Kerja dan Saran untuk Mahasiswa	 82

Design creates culture.  
Culture shapes values.  
Values determine the future.

Robert L. Peters

## Prolog

Proyek ini berangkat dari kebimbangan dan keabu-abuan mahasiswa desain terhadap industri desain di Indonesia. Ketidaktahuan akan industri desain membuat mahasiswa bertanya-tanya tentang masa depannya.

Sangat disayangkan bila kurangnya pengetahuan dapat menghambat proses belajar mahasiswa desain saat ini. Tanpa bekal yang cukup dan tidak memiliki arah tujuan, yang pada akhirnya membuat perkuliahan hanya sebatas formalitas pencapaian gelar.

Sesuai dengan namanya, proyek ini diharapkan dapat menjadi sarana penghubung, pengetahuan, dan pengenalan antara mahasiswa desain dengan industri desain di Indonesia.

Besar harapan jika proyek ini dapat mengurangi keabu-abuan dan menambah pengetahuan mahasiswa terkait masa depannya di industri. Serta yang tidak kalah penting, semoga mahasiswa dapat memahami desain dengan lebih jauh dan dapat menentukan pilihannya di masa depan kelak.

Selamat membaca,  
semoga dapat berdampak baik.

Tangerang, 7 Desember 2024  
Candra Dwi S

## Kontributor Utama

A black and white portrait of Ismiaji Cahyono, a man with short dark hair and glasses, smiling. The background is a textured, halftone pattern.

### Ismiaji Cahyono

Ismiaji Cahyono yang biasa disapa Mas Ismiaji — telah aktif menjadi praktisi desain Indonesia selama lebih dari dua puluh tahun. Perjalanan panjang di industri kreatif selama lebih dari 20 tahun membuat Ismiaji Cahyono memiliki perspektif yang luas dalam melihat pertumbuhan industri desain dan ekosistemnya.

Pendidikan desain yang diampu pada Institut Teknologi Bandung dan The School of the Art Institute of Chicago pun turut mempertajam cara berpikirnya melihat dunia desain.

Berbekal dari pengalaman sebagai CEO SUNVisual dan Bureau Chief pada Desain Grafis Indonesia (DGI), Ismiaji Cahyono bercerita tentang realitas industri desain dari sisi aturan dan kebijakan, asosiasi, pemerintah, serta kebutuhan industri desain di Indonesia saat ini.





## Rouzell Waworuntu S

Rouzell Waworuntu Saad merupakan *Creative Group Head* dari *Dentsu Creative Indonesia*. Rouzell yang akrab disapa Rojel sudah cukup lama berkecimpung dalam industri desain khususnya bidang *advertising*.

Rouzell juga kritis dalam pembahasan mengenai masa depan serta pendidikan desain di Indonesia. Bukan tanpa alasan, menurutnya hal ini memang perlu dikritisi — mengingat sumber daya desainer yang ada di industri adalah hasil dari pendidikan desain di Indonesia. Pemikiran kritisnya tersebut pernah dituangkan ke dalam artikel dengan judul "*Nilai yang Harus Diperjuangkan Mahasiswa Desain Grafis*".

Dalam diskursus ini, Rouzell menjelaskan bagaimana kondisi aktual industri saat ini dari perspektifnya sebagai *team leader*. Lebih dari itu, Rouzell juga membagikan pengalaman tentang apa yang perlu dipersiapkan mahasiswa desain sebelum memasuki industri.



## R.A. Dita Saraswati

R.A. Dita Saraswati merupakan Direktur Bidang Edukasi dan Riset di Asosiasi Desainer Grafis Indonesia (ADGI). Dita juga merupakan dosen tetap Desain Komunikasi Visual di Universitas Kristen Maranatha, Bandung - Indonesia, sejak 2012. Sebagai lulusan S1 DKV ITB pada tahun 2004, kini ia juga merupakan kandidat Doktor di ITB dengan fokus riset pada budaya visual, desain interaktif, dan pendidikan desain grafis.

Sebagai Certified International Qualitative Researcher (CIQaR) pada tahun 2021, ia juga tergabung pada kelompok keahlian Studi Manusia di FSRD UK. Maranatha, menjadi salah satu Pengawas pada Yayasan Bandung Desain Kolektif, dan juga anggota dari The International Academic Forum (IAFOR) sebuah organisasi penelitian berbasis di Jepang.

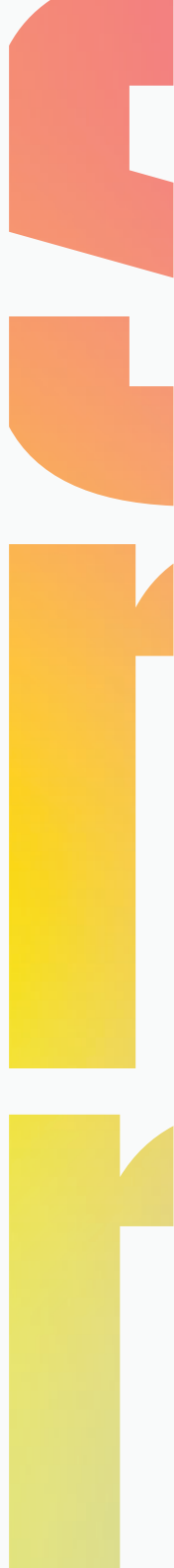
Dengan pengalaman panjang dalam bidang akademis, Dita turut berkontribusi dalam pengisian materi pada proyek ini, khususnya mengenai edukasi serta mahasiswa desain.





sarana

DESAIN - 2024



# 01

## Realitas Industri Desain Komunikasi Visual di Indonesia

# 01

## Realitas Industri Desain Komunikasi Visual di Indonesia

Sebagai mahasiswa desain kita sering kali dihadapkan dengan pemikiran tentang masa depan di industri. Kebimbangan tentang bagaimana cara kerja industri hingga apa yang dibutuhkan industri menjadi bahan seru untuk *overthinking*.

Faktanya hal tersebut tidak hanya dirasakan oleh kita saat ini. Praktisi-praktisi dan akademisi yang sudah menjadi profesional dalam bidang desain pun pernah merasakannya.

Pada akhirnya, yang menentukan adalah bagaimana cara kita melihat dan memahami desain bukan sebagai objek — melainkan sebuah pemikiran yang dibutuhkan setiap manusia untuk memecahkan masalah dan membangun solusi.

Tanpa pemahaman yang mendalam, kita mahasiswa akan terus tertinggal oleh percepatan industri.



# Mengenai Aturan & Kebijakan, Serta Kebutuhan Industri

Ismiaji Cahyono

CD: Sebagai praktisi yang juga pernah menjadi akademisi, bagaimana kondisi industri desain di Indonesia saat ini?

Industri desain merupakan satu ekosistem yang saling berkaitan dan menunjang satu sama lain agar dapat tetap berjalan. Ekosistem tersebut harus didukung oleh beberapa faktor agar industri dapat tetap berjalan.

## Aturan & Kebijakan

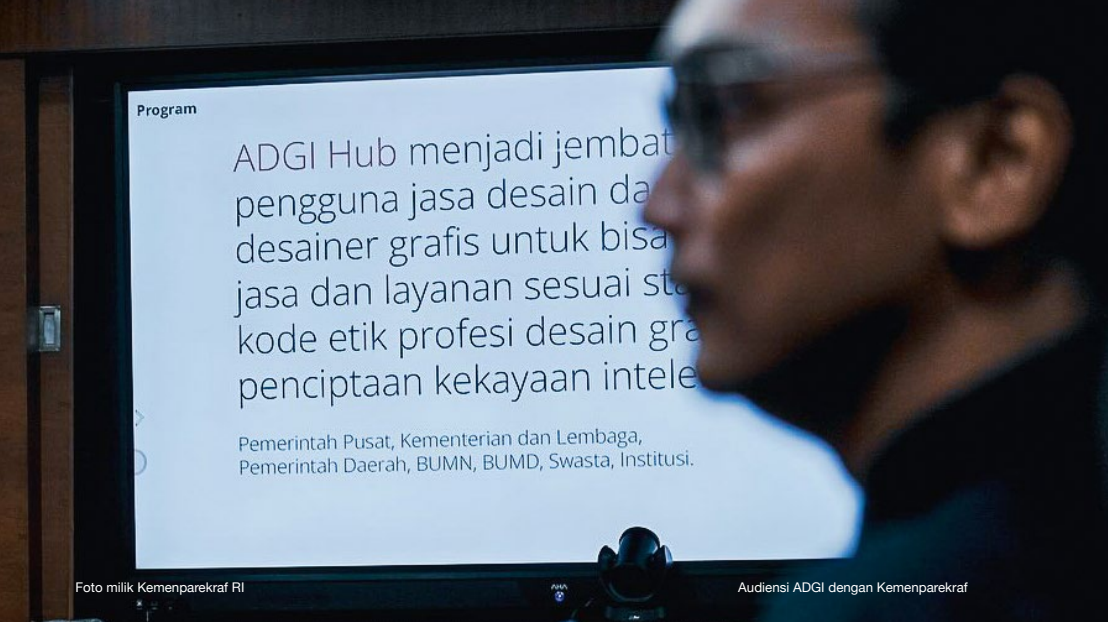
Faktor pertama adalah harus adanya aturan dan kebijakan yang menjadi acuan bagi perkembangan industri sendiri. Contohnya adalah bagaimana dari sebuah aturan atau kebijakan bisa mengatur sistem kerja sama juga yang sebagai perlindungan pekerja desain di studio atau agensi.

Sayangnya sejak awal perkembangannya komponen kebijakan tersebut belum hadir untuk menaungi industri desain di Indonesia. Kebijakan dapat berasal dari pemerintah maupun asosiasi dari profesi desain itu sendiri.

## Kerjasama dengan Pemerintah

Faktor selanjutnya yang mendukung berjalannya industri desain di Indonesia adalah adanya kerjasama dengan pemerintah. Di mana saat ini bidang desain komunikasi visual belum memiliki undang-undang yang mengatur keberlangsungan dan sistem dalam industrinya.





Bersamaan dengan hal itu, asosiasi profesi DKV juga belum memiliki posisi yang kuat untuk mengatur pelaku industrinya. Tentu hal tersebut terjadi bukan tanpa alasan — berbeda dengan bidang keilmuan lain,

bidang DKV merupakan satu bidang yang sangat luas dan tidak memiliki tolak ukur tertentu (*intangible*), khususnya dalam hal keberhasilan dan diterimanya sebuah desain oleh masyarakat.

CD: Apakah luasnya cakupan industri desain menjadi penyebab belum atau tidak hadirnya elemen kebijakan dari pemerintah terkait industri desain saat ini?

Sejak awal kemunculannya — sesuai dengan namanya, istilah DKV dikenal sebagai bidang yang sangat luas. Istilah desain komunikasi visual dicetus oleh alm. A.D. Pirous yang menambahkan "desain" di depan "komunikasi visual". Tujuan awalnya adalah untuk membatasi dan mempersempit kategorisasi dari industri desain.

Seiring berjalannya waktu, bidang ini ternyata semakin luas akibat adanya perkembangan teknologi yang membawa perkembangan berbagai jenis media baru. Perkembangan ini juga memberi peluang besar pada pelaku desain di Indonesia. Di mana adanya cakupan (bidang) yang luas dalam industri justru dapat menguatkan industri itu sendiri.

Sehingga jika dikatakan penyebab sulitnya hal tersebut dikarenakan cakupannya terlalu luas, jawabannya bisa saja adalah ya. Namun...

Di sisi lain, luasnya lingkup dari industri desain justru memberikan peluang tumbuhnya bidang dan spesialisasi profesi desain komunikasi visual yang baru.



Foto milik Kemenparekraf via Grafis Masa Kini

Pengurus ADGI Pusat





Foto milik Candra Dwi Syaputra

CD: Jika nantinya akan dibuat undang-undangnya, bukankah sulit untuk memberi batasan pada setiap bidang spesialisasi dari industri desain atau DKV ini?

Diketahui bahwa semakin luas (cakupan) sebuah industri maka semakin kompleks juga peraturan akan dibuat.

Untuk itu sebenarnya dibutuhkan perkumpulan atau asosiasi dari setiap spesialisasi bidang industri DKV itu sendiri. Akan terasa berat jika hanya mengandalkan satu asosiasi yang dituntut untuk dapat memayungi semua bidang DKV.

Tetapi hal ini sudah mulai disadari oleh para pelaku desain di Indonesia. Saat ini beberapa bidang seperti ilustrasi, animasi, dan fotografi sudah memiliki asosiasinya masing-masing. Jika hal ini terus berkembang, maka bukan tidak mungkin bahwa undang-undang yang mengatur keberlangsungan industri DKV akan terwujud.

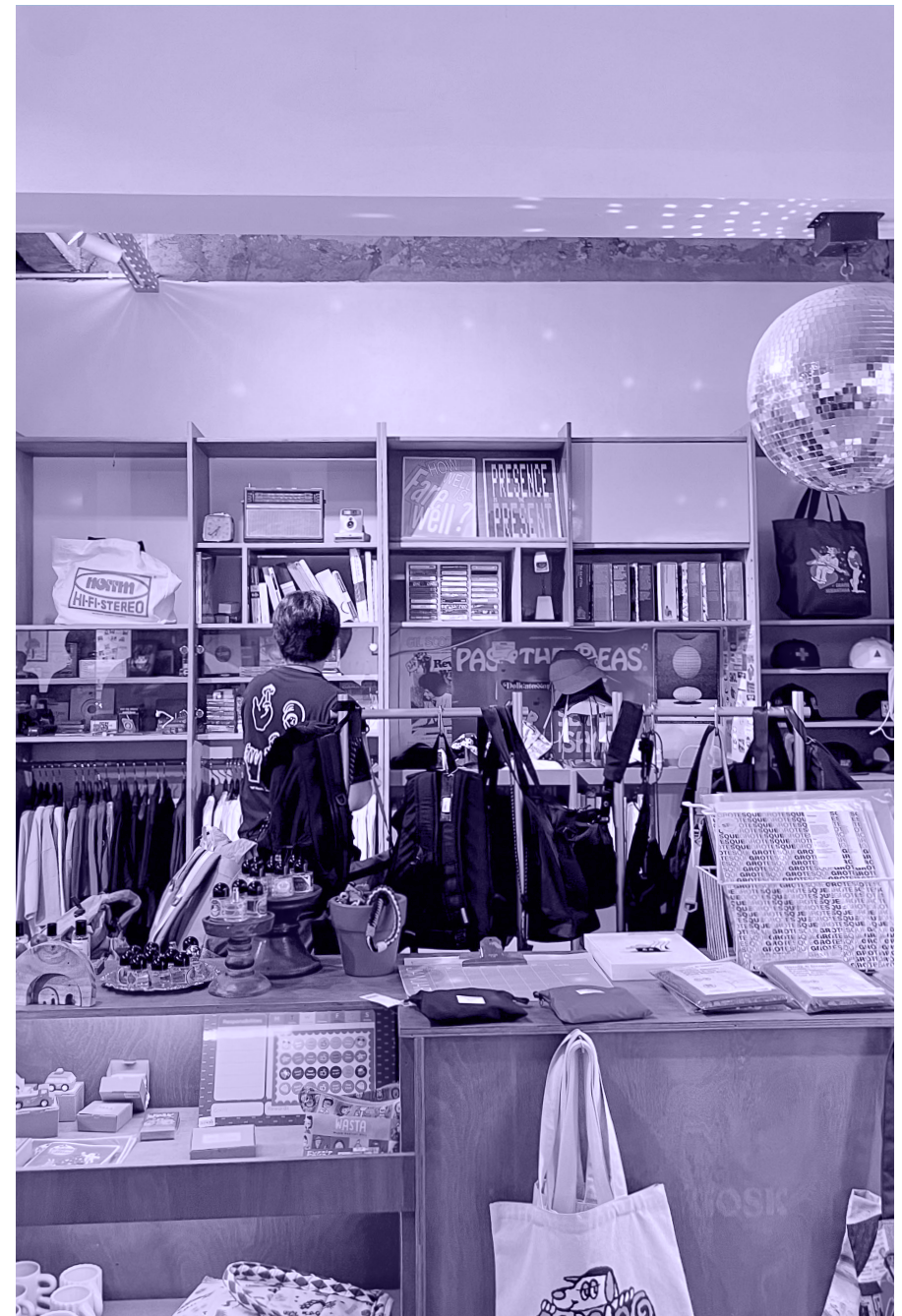


Foto milik Candra Dwi Syaputra

Gift Shop Grammars, Bandung



... sebagai mahasiswa dan calon desainer, seharusnya kita dapat memahami DKV lebih jauh dan lebih dalam, bukan hanya sekadar meningkatkan keterampilan *hard skill*, namun juga dalam berpikir kritis, strategis, serta *problem solving*.



Foto milik Candra Dwi Syaputra

CD: Sebenarnya desainer seperti apa yang dibutuhkan oleh industri saat ini?

Sebenarnya untuk terjun ke dalam industri desain tidak diperlukan adanya gelar sarjana atau S1 — karena kebanyakan kebutuhan industri masih sebatas memerlukan keterampilan (*hard skills*).

Namun, jika industri yang bekerja sama dengan profesi (Desain Komunikasi Visual) tersebut membutuhkan sebuah pemikiran strategis dan konsep, maka baru dibutuhkan lulusan sarjana. Oleh sebab itu pendidikan DKV di Indonesia difokuskan pada pemikiran, konsep, dan pemecahan masalah.

Tidak dapat dipungkiri bahwa keterampilan akan tetap dibutuhkan, namun tidak secara mendalam. Lagi pula keterampilan merupakan sesuatu yang dapat dilatih seiring berjalannya waktu.

Atas dasar hal tersebut; sebagai mahasiswa dan calon desainer, seharusnya kita dapat memahami DKV lebih jauh dan lebih dalam, bukan sekadar hanya meningkatkan keterampilan *hard skill*, namun juga dalam berpikir kritis, strategis, dan *problem solving*.





Foto milik Candra Dwi Syaputra

CD: Bagaimana perbedaan desainer saat ini dengan desainer 10 sampai 15 tahun ke belakang?

Terdapat *shifting* yang sangat besar pada industri desain juga pelakunya sejak 15 tahun ke belakang. Aspek yang paling terlihat adalah bagaimana cara desainer menyajikan portofolionya.

Dahulu desainer mem-*present* portofolionya dengan media cetak dan saling berlomba-lomba dalam eksekusi kreatifnya, namun pada saat ini desainer menyajikan portofolio dalam bentuk digital yang dapat diakses dengan mudah.

Hal ini seakan mengubah kultur yang ada dalam industri, dahulu desainer yang harus mengejar dan berjuang untuk mempresentasikan karyanya, justru sekarang desainer memaksa kantor, studio, atau agensi untuk melihat karyanya secara *online*.

Sedangkan saat ini desainer sangat dimanjakan dengan adanya teknologi, sehingga *effort* yang dikeluarkan untuk membuat portofolio tidak lagi sama seperti desainer pada generasi sebelumnya.



Foto milik Jennifer Abigail

Hal ini seakan mengubah kultur yang ada dalam industri, dahulu desainer yang harus mengejar dan berjuang untuk mempresentasikan karyanya, justru sekarang desainer memaksa kantor, studio, atau agensi untuk melihat karyanya secara *online*.

Sedangkan saat ini desainer sangat dimanjakan dengan adanya teknologi, sehingga *effort* yang dikeluarkan untuk membuat portofolio tidak lagi sama seperti desainer pada generasi sebelumnya.

*Effort* dinilai bukan dari seberapa bagus sebuah karya, namun seberapa peduli desainer terhadap karyanya.



# Mengenai Keberagaman Industri dan Desainer

**Rouzell Waworuntu Saad**

CD: Dari pandangan kak Rouzell, bagaimana kondisi industri desain di Indonesia saat ini?

Kalau bicara industri desain sekarang ini, rasanya banyak sekali cabangnya (bidang spesialisasi). Setiap cabang dari industri desain punya kebutuhan yang pasti berbeda-beda.

Apa yang dirasa kurang bagus di suatu cabang, bisa jadi malah itu yang dicari oleh cabang yang lain.

## **Keberagaman Industri**

Keresahan yang dialami oleh mahasiswa DKV saat ini, yakni kurangnya pemahaman dan pengetahuan tentang industri maupun bidang spesialisasi juga pernah dialami olehnya sebagai generasi terdahulu.

Berdasarkan pengamatan, penyebab terjadinya hal ini adalah akibat perkembangan industri itu sendiri — di mana industri kreatif yang memiliki banyak sub sektor, butuh sumber daya manusia yang spesifik dan pasti berbeda dengan lainnya.

Contohnya pada *advertising agency*, kebutuhan desainer dan kualifikasinya pasti berbeda dengan studio yang bergerak pada sektor branding, begitu pun sebaliknya, spesialisasi yang dibutuhkan pasti berbeda.

Portofolio, keahlian, serta *skillset* dari desainer juga dinilai berbeda, tergantung dari bidangnya masing-masing.

Untuk menghadapi hal tersebut, dibutuhkan pemahaman yang lebih dalam dan spesifik dari mahasiswa saat ingin memasuki dunia industri.

Mahasiswa harus tahu apa yang ingin didapatkan, dicari, dan juga diperjuangkan di dunia pekerjaan nanti. Pengetahuan tersebut dapat diartikan sebagai orientasi desainer dalam bekerja. Contohnya ada desainer yang berorientasi pada gaji, adapun yang berorientasi pada portofolio, serta ada pula yang berorientasi pada jenjang karier yang baik di masa depan.

Tiga aspek tersebutlah yang seharusnya menjadi pertimbangan awal seorang calon desainer sebelum terjun langsung ke industri.



Foto milik Candra Dwi Syaputra

... karakter dari masing-masing desainer adalah hal utama yang harus dikembangkan oleh desainer muda. Dengan kata lain, karya-karya yang dibuat sebaiknya bisa merepresentasikan karakter dari desainer itu sendiri.

#### Industri Desain & Desainer

Dengan kebutuhan dan kualifikasi yang berbeda-beda pada setiap sub-sektornya, industri desain saat ini membuka peluang yang teramat besar bagi desainer muda.

Artinya, desainer muda tidak perlu khawatir akan masa depannya dan tidak perlu memaksakan diri untuk harus bisa menjadi *expert* dalam satu hal; karena kembali lagi, setiap bidang atau sub sektor industri desain memiliki kebutuhannya masing-masing.

Keterampilan atau skill dapat terus dikembangkan pada saat bekerja, namun untuk saat ini desainer muda harus dapat menunjukkan semangat dan keseriusannya (profesionalisme) untuk bekerja.

Selain itu karakter dari masing-masing desainer adalah hal utama yang harus dikembangkan oleh desainer muda. Dengan kata lain, karya-karya yang dibuat sebaiknya bisa merepresentasikan karakter dari desainer itu sendiri.



# Mengenai Hubungan Industri dengan Pendidikan Desain

R.A. Dita Saraswati

CD: Menurut pandangan bu Dita sebagai akademisi dan periset desain, bagaimana keadaan industri desain di Indonesia saat ini?

Industri desain dengan pendidikan desain merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Industri membutuhkan individu yang diterbitkan oleh pendidikan — pun begitu dengan pendidikan memiliki tanggung jawab dalam mencetak individu berkualitas untuk industri.

Bicara mengenai dua pihak ini; sejak dulu hubungan antara pendidikan DKV dengan industrinya seakan memiliki jurang di tengahnya. Pendidikan tidak akan bisa selalu mengimbangi perkembangan industri, dan pasti ada jarak antara keduanya.

Ditambah dengan era digital saat ini, di mana perkembangan teknologi yang masif sangat berpengaruh pada percepatan pertumbuhan industri itu sendiri.

Dalam pendidikan dibutuhkan waktu untuk merumuskan, mengkaji, serta simulasi kurikulum yang berorientasi terhadap industri. Namun untuk melihat hasilnya, setidaknya membutuhkan waktu 4 tahun atau waktu satu angkatan kuliah dari awal masuk hingga mereka lulus.



... dunia pendidikan akan selalu mengejar percepatan dari industri; karena bagaimanapun juga instansi pendidikan bertanggung jawab untuk mencetak lulusan yang dibutuhkan oleh industri.



Foto milik Candra Dwi Syaputra

Diskusi desain bersama Aulia Akbar

Tidak dapat dipungkiri bahwa memang akan selalu ada *gap* antara industri dengan dunia pendidikan. Tetapi ada hal yang paling ideal yang dapat dilakukan untuk menjawab permasalahan ini, yakni dunia akademik harus bisa melibatkan praktisi dan profesional untuk memberikan wawasan bagi mahasiswa.

Dengan adanya hal tersebut, mahasiswa dapat memperoleh wawasan yang seimbang antara akademik dan teoritisnya dengan praktik serta kondisi aktual yang ada pada industri desain saat ini. Implementasi yang bisa dilakukan adalah menjadikan pemberian wawasan oleh praktisi tersebut, dimasukkan ke dalam kurikulum perkuliahan yang ada.

Meski selalu ada *gap*, namun dunia pendidikan akan selalu mengejar percepatan dari industri; karena bagaimanapun juga instansi pendidikan bertanggung jawab untuk mencetak lulusan yang dibutuhkan oleh industri.

# Ekspektasi Industri dengan Pendidikan Desain

**Kinan Kawuryan**

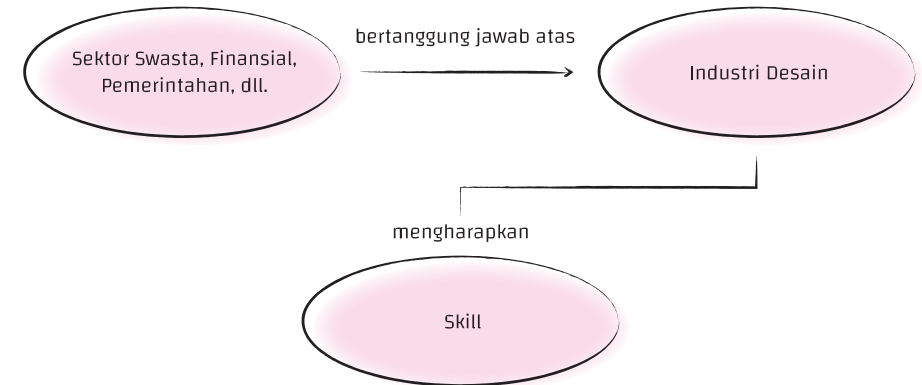
Pemaparan materi ini ditemukan dalam sebuah diskursus desain yang berjudul "*Should You Go To Design School To Be A Designer?*" pada rangkaian seri diskusi *Terra Incognita - The "Undiscovered" Territory of Design: Establishing Critical Design Discourse* — yang dilakukan di *Fragment Project*, Bandung; pada Januari 2024 lalu.

Kinan berpendapat bahwa *gap* antara industri desain dengan pendidikan desain salah satunya diakibatkan oleh perbedaan ekspektasi antara kedua pihak tersebut.

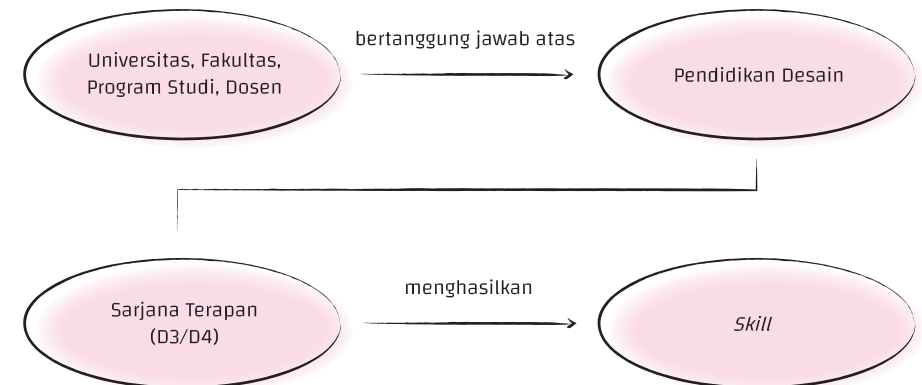
Di mana industri berekspektasi terhadap *skill* para individu lulusan studi desain. Sedangkan nyatanya pendidikan desain melahirkan individu yang berfokus pada *knowledge*.

Akan lebih baik jika ekspektasi industri terhadap *skill* pada individu atau desainer lebih mengarah ke lulusan sarjana terapan.

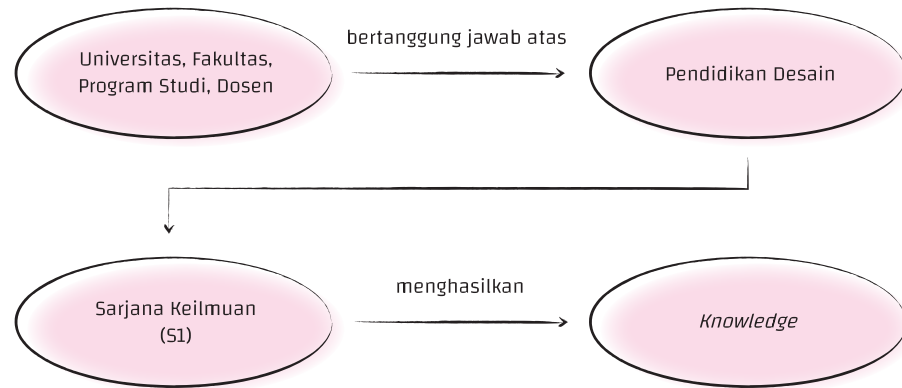
## Peta Ekspektasi Industri



## Peta Pendidikan Desain - Sarjana Keilmuan



## Peta Pendidikan Desain - Sarjana Terapan

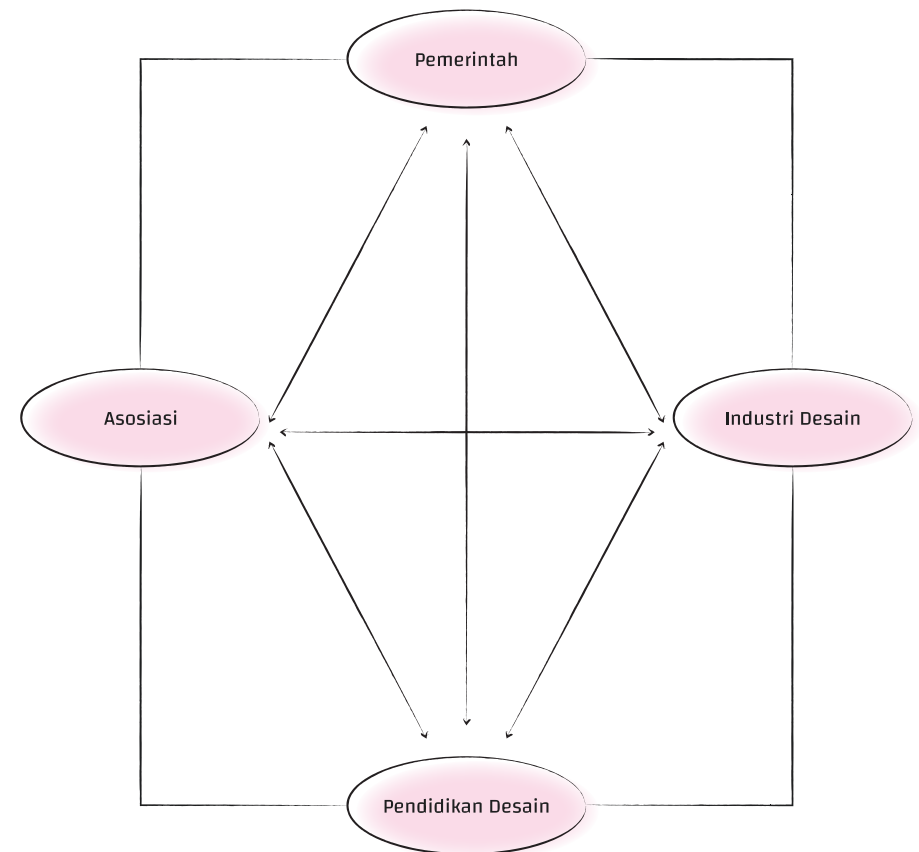


Lulusan sarjana keilmuan akan memiliki *knowledge* untuk membuat konsep dan *direction* dalam desain namun dengan atribut *skill* eksekusi yang minimum.

Sebaliknya, lulusan sarjana terapan akan memiliki *skill* yang kuat untuk mengeksekusi desain, dan diharapkan dapat menguasai *skill* serta *tools* terbaru.

## Pemetaan Relasi dalam Industri Desain

Dalam industri desain di Indonesia, terdapat empat pihak yang saling berkaitan satu sama lain — yakni pemerintah, pendidikan, asosiasi, dan industri desain itu sendiri.



Dalam industri desain di Indonesia, terdapat empat pihak yang saling berkaitan satu sama lain — yakni pemerintah, pendidikan, asosiasi, dan industri desain itu sendiri.

**Pemerintah:** Berperan sebagai pembuat aturan dan kebijakan yang akan diterapkan dalam industri

**Industri Desain:** Ekosistem pekerjaan desain yang didukung oleh sektor industri lainnya di luar desain. Dijalankan dengan aturan dan kebijakan dari pemerintah yang berlaku, dan sumber daya manusianya dihasilkan oleh pendidikan desain.

**Pendidikan:** Bertanggung jawab untuk melahirkan individu yang dibutuhkan oleh industri dengan membentuk karakter dan membangun etika profesi yang baik.

**Asosiasi:** Sebagai jembatan antara industri (agensi, studio, desainer) dengan pemerintah. Bertugas melindungi dan melayani setiap anggotanya, serta memajukan industri maupun profesi desain grafis di Indonesia.

Keempat pihak ini akan selalu bersinggungan dalam dunia desain di Indonesia. Masing-masing memiliki peran serta fungsinya sendiri.

Chapter 1

# sarana

DESAIN - 2024

# 02

## Profesi Industri Desain Komunikasi Visual di Indonesia





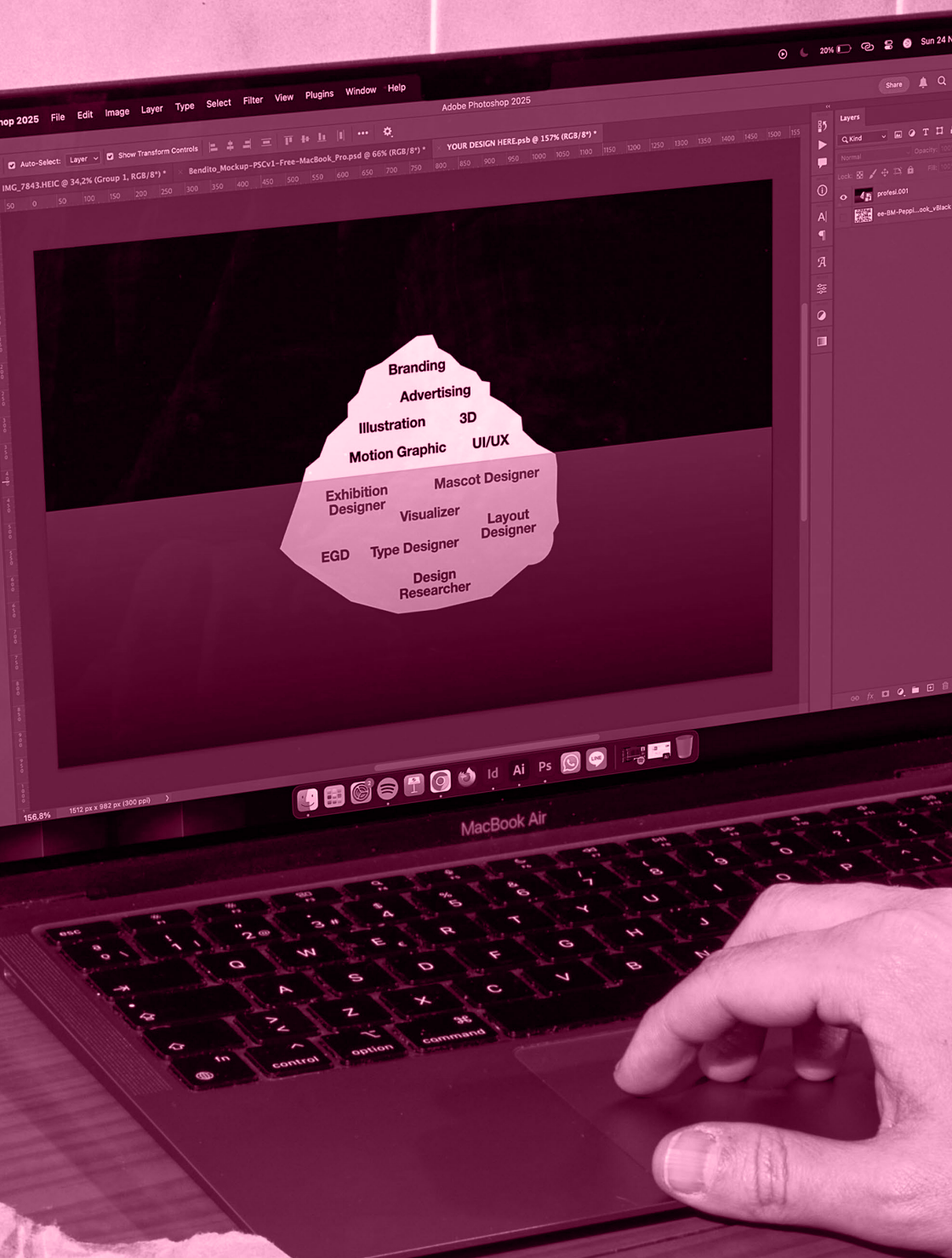


Foto milik Candra Dwi Syaputra

# Mengenai Pengetahuan Profesi Desain Komunikasi Visual oleh Mahasiswa

Cukup memprihatinkan bila disebutkan fakta bahwa pengetahuan tentang profesi desain komunikasi visual oleh mahasiswa hanya terbatas pada spesialisasi *branding*, *advertising*, ilustrasi, dan *UI/UX* yang memang paling populer di antara profesi lainnya.

Berdasarkan riset mandiri, didapatkan bahwa keempat spesialisasi tersebut merupakan profesi yang paling menarik minat mahasiswa desain komunikasi visual saat ini.

Akan baik apabila mahasiswa dapat memahami bidang-bidang tersebut lebih dalam, namun perlu disadari juga bahwa profesi dari desain komunikasi visual jauh lebih luas dari itu.

Pemerintah dan asosiasi telah bekerja sama dengan instansi pendidikan dalam merumuskan peta profesi, industri, dan okupasi terkait keilmuan ini. Dengan adanya pemetaan tersebut, diharapkan mahasiswa dapat lebih eksploratif dan jangan terlebih dulu menetapkan bidang spesialisasi tertentu pada dirinya.

Merupakan sebuah *advantage* apabila mahasiswa sudah lebih dulu tahu bidang spesialisasi mana yang akan dituju pada masa depan. Namun lagi-lagi.. jangan terlalu 'mengotak-ngotakkan' bidang tertentu, karena hal ini dapat mendorong mahasiswa untuk tidak eksploratif dalam dunia desain.

... jangan terlalu 'mengotak-ngotakkan' bidang tertentu, karena hal ini dapat mendorong mahasiswa untuk tidak eksploratif dalam dunia desain.

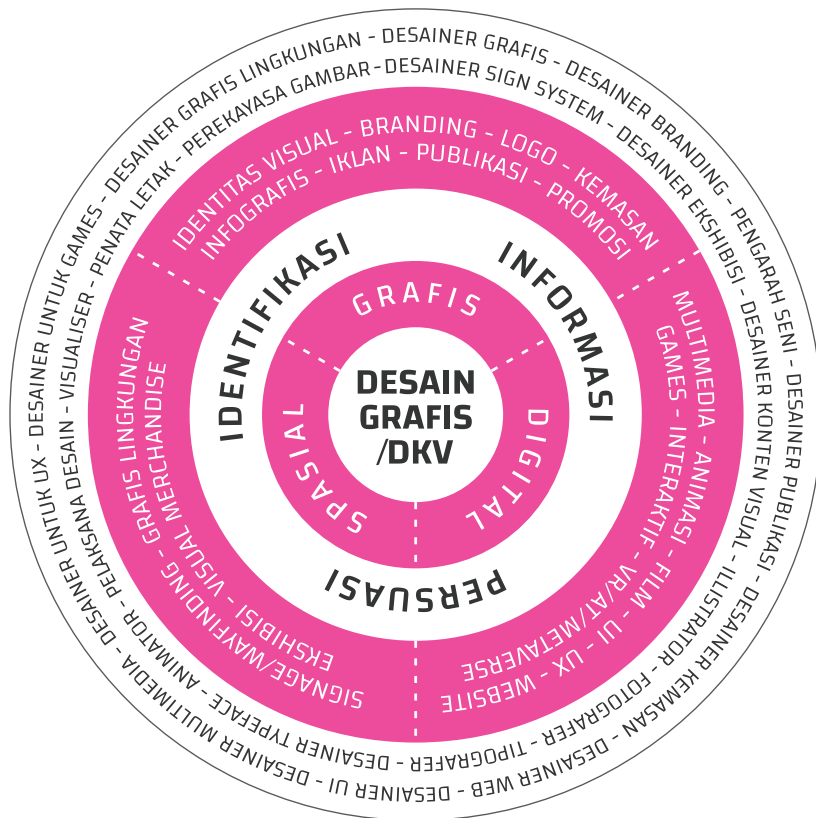
# Mengenai Pemetaan Profesi dan Industri Desain Komunikasi Visual

## Profesi Desain Komunikasi Visual

Berdasarkan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Nomor 126 Tahun 2023, Desain Grafis/Desain Komunikasi Visual mencakup tiga fungsi pentingnya yaitu studi informasi, persuasi, dan identifikasi yang dapat hadir dalam setiap penggunaan medianya, yaitu media grafis (awalnya berbasis cetak), digital, dan spasial (lingkungan).

Pada lingkup profesinya, DKV terbagi menjadi profesi yang lebih umum, yaitu biasanya disebut desainer grafis/desainer komunikasi visual. Ada pula profesi yang lebih spesialis seperti, desainer branding, desainer kemasan, desainer *website*, desainer multimedia, ilustrator, fotografer, penata letak, visualiser, dan lain sebagainya.

Gambaran tersebut menunjukkan adanya perkembangan yang terus menerus pada profesi desain komunikasi visual seiring dengan kemajuan zaman.



Pada media grafis, bidang desain komunikasi visual dapat mengarah pada: identitas visual, branding, logo, desain kemasan, infografis, iklan, publikasi, serta promosi.

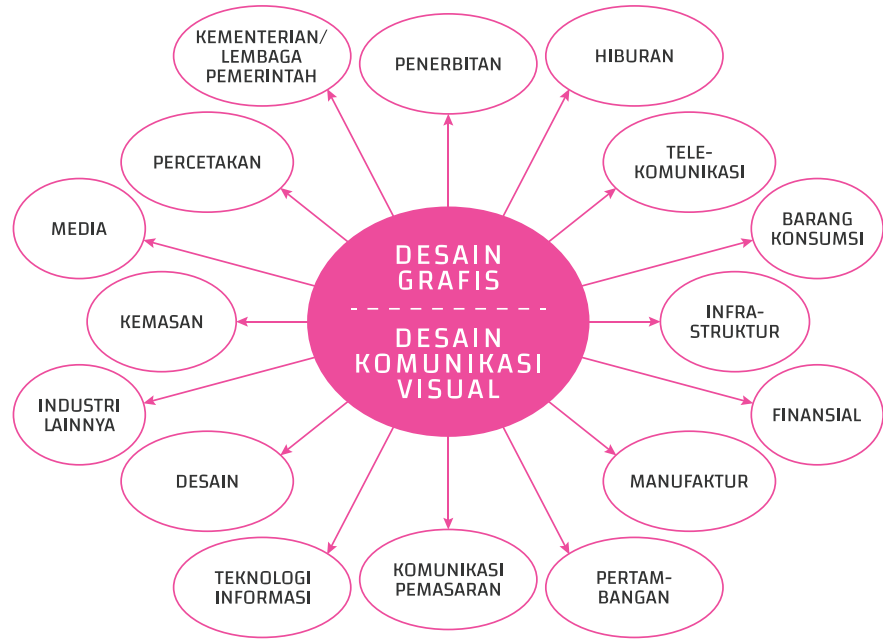
Pada media digital, bidang desain komunikasi visual dapat mengarah pada: multimedia, animasi, film, UI/UX, website, games, interaktif, dan bahkan yang terbaru yakni VR, AR, serta metaverse.

Pada media spasial, bidang desain komunikasi visual dapat mengarah pada: Signage & wayfinding, grafis lingkungan, ekshibisi (pameran), dan visual merchandise.

### Industri Desain Komunikasi Visual

Bidang profesi desain grafis/desain komunikasi visual dapat mencakup semua aspek kehidupan, mulai dari bidang politik, ekonomi, sosial, dan budaya.

Dalam lingkup industri tersebut, desainer grafis/komunikasi visual dapat berperan sebagai desainer pekerja, pemilik studio atau agensi, pekerja lepas (*freelancer*), maupun desainer yang bekerja pada divisi di perusahaan umum (*in house*).

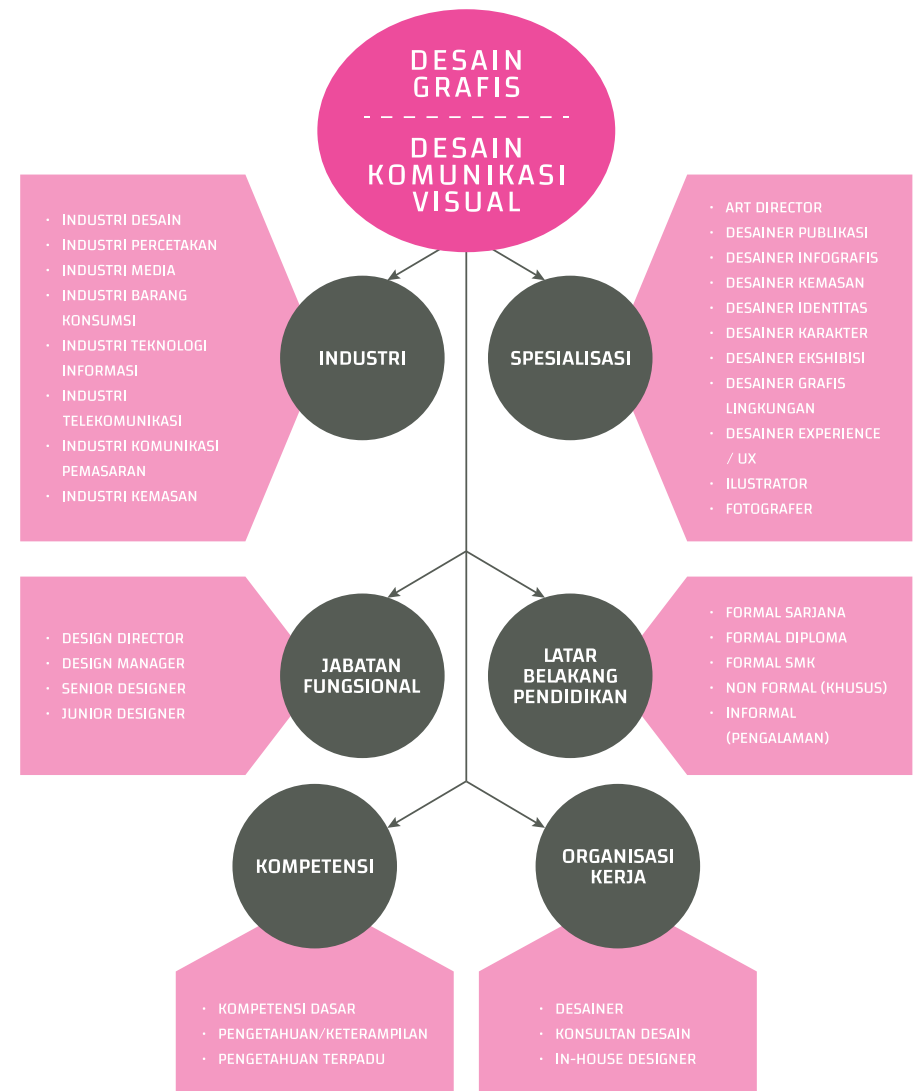


Desain komunikasi visual merupakan sebuah keilmuan dan keahlian yang sangat *versatile*. Basisnya yang merupakan *problem solver* membuat posisinya dapat masuk ke dalam sektor industri manapun. Meski bukan dalam industri desain, keilmuan DKV pasti akan selalu dibutuhkan.

Maka dari itu sebagai mahasiswa, kita seharusnya dapat lebih fokus dalam memahami dan memperkuat fundamental dari keilmuan DKV — karena fundamental yang kuat merupakan bekal masa depan mahasiswa, terlepas dari apapun industri pekerjaannya nanti.

#### Peta Okupasi Profesi Desain Komunikasi Visual

Selain pemetaan profesi dan industri desain komunikasi visual, terdapat juga peta okupasi profesi desain grafis/desain komunikasi visual yang mencakup organisasi kerja, spesialisasi, latar belakang pendidikan, kompetensi, jabatan, serta jenis industrinya; yang dikemukakan dalam buku Dasar Pengadaan dan Pengelolaan Jasa Desain terbitan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bersama kumpulan asosiasi profesi desain di Indonesia.





Bagus atau tidaknya lulusan, dan ‘terpakai’ atau tidaknya seorang lulusan di industri tergantung dari etika berprofesi yang dimiliki lulusan itu sendiri.

# Mengenai Etika Profesi Desain Komunikasi Visual

**R.A. Dita Saraswati**

Bagus atau tidaknya lulusan, dan ‘terpakai’ atau tidaknya seorang lulusan di industri tergantung dari etika berprofesi yang dimiliki lulusan itu sendiri.

Etika berprofesi menjadi hal yang sangat vital bagi seorang desainer saat ini. Sayangnya, atribut ini masih jarang dipahami oleh para praktisi atau desainer di Indonesia. Keberhasilan seorang desainer dapat dipengaruhi oleh adanya praktik etika berprofesi.

Desainer yang memahami dan mempraktikkan etika berprofesi dengan baik, dapat dipastikan akan memiliki karir yang panjang dalam industri.

Secara etika, seseorang tidak bisa menamakan dirinya sebagai desainer hanya karena ia memahami dan menguasai berbagai software grafis atau memiliki skill mendesain yang beragam. Mendesain dan menguasai *software* hanya sebagian kecil dari syarat seseorang untuk menjadi desainer.

Etika berprofesi seorang desainer bukan hanya sekadar tentang perilaku dan profesionalitas dalam bekerja, namun juga bagaimana seseorang bisa memposisikan dirinya sebagai desainer.

... desainer harus memiliki perilaku dan etos kerja yang baik sebagai cerminan individu beretika profesi.

Pendidikan juga merupakan salah satu syarat seseorang dapat disebut 'desainer'. Sehingga secara etika, seseorang tidak dapat menyebut dirinya sebagai desainer sebelum lulus dari pendidikan desain.

Apabila seseorang tidak menjalankan pendidikan desain, seseorang dapat disebut sebagai desainer dengan cara melihat kiprahnya di industri. Dilihat dari berapa lama orang tersebut sudah bekerja di industri, dan bagaimana portofolio yang ia miliki.

Hal lainnya terkait dengan etika profesi desain adalah tentang perilaku dan profesionalitas. Artinya desainer harus memiliki perilaku dan etos kerja yang baik sebagai cerminan individu beretika profesi.

## Yongky Safanayong

Tulisan ini dikutip secara langsung dari arsip yang ditulis oleh Yongky Safanayong pada buku *Antologi Desain Grafis Indonesia 1*.

Dalam arsip tersebut, Yongky menjelaskan bahwa saat ini etika profesi berkaitan erat dengan perspektif baru dalam komunikasi dan kebudayaan. Hal ini juga menimbulkan banyak tantangan, antara lain:

1. Bahwa kebudayaan adalah karya manusia yang mampu mengembangkan kemampuan, bakat sampai menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang bernilai.
2. Melalui kebudayaan, manusia mampu menciptakan lingkungan hidup yang lebih baik: lebih aman, lebih nyaman, lebih indah, lebih mudah, lebih seimbang, serasi, dan selaras.
3. Bahwa kebudayaan sebagai bentuk spiritual dari suatu masyarakat karena kebudayaan sebagai struktur dasarnya manusia, ia mampu memberi ciri khas dalam adat kebiasaan, bahasa, teknik, serta tata nilai.
4. Bahwa seorang ahli dalam profesi juga sebagai komunikator. Untuk menjadi komunikator yang efektif masa kini, perlu memenuhi meting komunikasi interkultur. Komunikasi interkultur adalah komunikasi antar manusia dengan persepsi kultural dan sistem simbol.
5. Tampilnya teknologi baru dan lebih baik, pertumbuhan penduduk dunia dan pergeseran area ekonomi global telah mendukung pertumbuhan internasional. Setiap orang di seluruh dunia akan terpengaruh oleh pertumbuhan ini dan perlu komunikasi tentang sumber daya alam yang terbatas dan semakin rusaknya lingkungan hidup dan perlu pula peran serta kita semua untuk membantu mengurangi dan menghindari.



Senantiasa mau belajar dari kesalahan, mau menerima perbedaan pendapat, memiliki inisiatif, cenderung berusaha untuk mencari nilai beda ketimbang harus bersaing atau berkompetisi, serta berpikir terpadu.

6. Bahwa komunikasi mampu menyelesaikan banyak kebutuhan interpersonal, membantu menentukan identitas personal dan mempengaruhi manusia. Secara global bahwa komunikasi kontekstual dengan politik, teknik, kultural, dan ekonomi. Sedangkan kebudayaan kontekstual dengan keyakinan » nilai » sikap » perilaku.
7. Bahwa banyak pembenaran-pembenaran di dunia pendidikan yang sebenarnya tidak selalu atau mutlak benar dalam dunia praktis
8. Berpikir dan bersikap positif dan konstruktif kepada: Tuhan Yang Maha Esa, Diri sendiri, Rekan kerja/orang lain, Profesi, Organisasi/institusi, dan Sumber daya: waktu, air

Sebagai penutup, bahwa etika profesi desain grafis pada masa depan tidak cukup memiliki kecerdasan intelektual, tapi juga wajib memiliki kearifan spiritual yang senantiasa takut kepada Tuhan-pencipta seisi alam semesta-dan memiliki kemampuan komunikasi interkultural.

Senantiasa mau belajar dari kesalahan, mau menerima perbedaan pendapat, memiliki inisiatif, cenderung berusaha untuk mencari nilai beda ketimbang harus bersaing atau berkompetisi, serta berpikir terpadu.

Sebagai *cognitariat* seperti profesi lainnya perlu memiliki etika profesi baru yang selaras dengan tuntutan dan tantangan baru, tantangan yang sebenarnya suatu tanda pertumbuhan bagi kita bersama.

## The Ugly Truth of Graphic Designer as a Professional

### Rouzell Waworuntu Saad

Berdasarkan *point of view* Rouzell sebagai *Creative Group Head*, saat ini cukup sulit untuk menemukan *resource* dalam artian desainer yang memiliki kualitas yang sesuai dengan kebutuhan industri.

Tidak banyak desainer yang 'lulus kualifikasi' industri, setidaknya untuk kebutuhan timnya. Rouzell menuturkan penyebab terjadinya hal tersebut bisa bermacam-macam — namun berdasarkan pengamatannya, hal ini dapat disebabkan oleh adanya *generation gap*.

Berkaca kembali pada tahun 2000-an, saat itu pekerjaan desainer sebagai profesional bukanlah hal yang populer dan banyak dilirik masyarakat. Ditambah perkembangan teknologi yang ada belum semasif saat ini, sehingga desainer pada saat itu harus mencari caranya sendiri untuk dapat mencapai titel seorang *graphic designer*.

Saat itu desainer memiliki motivasi besar yang didorong oleh *passion*. Sehingga dapat dikatakan, pada saat itu pekerjaan sebagai seorang desainer hanya dapat diperoleh dengan perjuangan dan pembuktian yang kuat dalam berkarya.

Sementara itu, untuk generasi selanjutnya yang berada pada masa transisi perkembangan teknologi, desainer masih mendapatkan dorongan berupa *passion*; ditambah dengan akses informasi yang lebih luas akibat perkembangan teknologi.

Sehingga pada saat pembuatan keputusan untuk berkuliah pada jurusan DKV generasi tersebut sudah memiliki bekal dari informasi yang didapat, maupun *passion* itu sendiri.

... semangat passion dan kemauan untuk belajar tidak lagi menjadi motivasi utama untuk menjadi seorang desainer.

Akibatnya banyak desainer saat ini yang tidak tahu arah dan jenjang karirnya di masa depan.

Berbeda dengan hal tersebut pada masa saat ini, mahasiswa DKV yang juga sebagai calon desainer biasanya hanya didorong oleh informasi-informasi positif terkait profesi desainer, bahkan mereka menilai hal tersebut merupakan *lifestyle*.

Akhirnya semangat passion dan kemauan untuk belajar tidak lagi menjadi motivasi utama untuk menjadi seorang desainer. Akibatnya banyak desainer saat ini yang tidak tahu arah dan jenjang karirnya di masa depan.

Rouzell menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan motivasi atau jenis perjuangan antara desainer pada tahun 2000-an dengan desainer saat ini, yakni desainer saat itu berjuang untuk mendapatkan titel sebagai profesional, sedangkan saat ini desainer berjuang untuk *survive* sebagai seorang profesional.



Chapter 2

sarana

DESAIN - 2024

# 03

## Adaptasi Menuju Industri Desain Komunikasi Visual di Indonesia

# 03

## Adaptasi Menuju Industri Desain Komunikasi Visual di Indonesia

Dunia desain komunikasi visual terus bertransformasi dengan pesat. Disrupsi teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan persaingan yang semakin ketat menuntut para desainer untuk terus beradaptasi.

Tantangan ini tentu muncul sejak awal perkuliahan, bersamaan dengan keterampilan atau *hardskills* yang bukan lagi menjadi senjata utama untuk menuju industri.

Dengan kesempatan yang terbuka lebar, mahasiswa sebagai calon desainer diharapkan untuk dapat mempersiapkan dirinya sebelum memasuki industri atau dunia kerja kelak.





# Mengenai Kebimbangan Terhadap Masa Depan di Industri

Ismiaji Cahyono

Wajar adanya bila mahasiswa masih ‘galau’ dalam memikirkan masa depannya di industri. Kegagalan terkait bidang spesialisasi dan profesi itu wajar dan kerap terjadi.

Justru mungkin kebimbangan itu perlu adanya. Maka dari itu mahasiswa tidak perlu takut jika belum memiliki spesialisasi tertentu, karena sebenarnya spesialisasi memang diraih dengan pengalaman di industri.

“Kalau mau galau, mendingan galau aja sekalian.  
Baru setelah lulus kita tentuin mau fokus jadi apa.”

Memang betul di era digital ini banyak shift dan instabilitas yang terjadi. Meski begitu, sebagai mahasiswa desain sebaiknya kita jangan terlalu takut dan jangan berlebihan dalam memandang masa depan.

Di satu sisi hal itu adalah sesuatu yang menakutkan dan tidak pasti; di saat yang sama kalau kita punya pandangan yang lebih luas, hal ini justru sesuatu yang seru, karena akan ada banyak ‘tempat bermain’ yang kita bisa eksplor di era saat ini.

Yang menjadi problem adalah ketika kita tidak punya pondasi dan fundamental kuat di bidang kita masing-masing (dalam hal ini DKV); yang pada akhirnya membuat kita galau dan takut.

Maka dari itu prinsip dasar dari desain itu sangat perlu dikuasai oleh mahasiswa atau calon desainer.

Seperti misalnya prinsip tipografi, *layout*, dan komunikasi visual harus dikuasai; setelah itu baru bisa ditentukan bidang mana yang mau dipilih sebagai spesialisasi masing-masing.

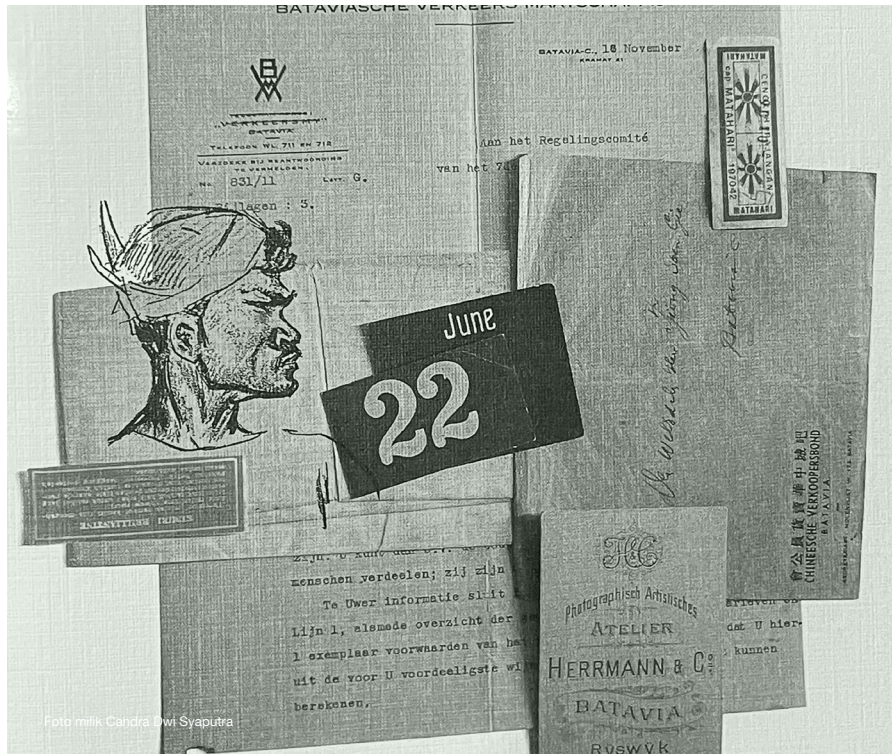


Foto milik Candra Dwi Syaputra

## Mengenai Sikap Mahasiswa Sebelum Memasuki Dunia Kerja

Ismiaji Cahyono

CD: Bagaimana seharusnya mahasiswa menanggapi fakta tentang adanya 14 ribu lulusan DKV setiap tahunnya?

Kalau bicara statistik, sebenarnya tidak semuanya tepat atau bisa diterima mentah-mentah. Memang benar tidak semua lulusan bisa diserap langsung oleh studio maupun agensi desain, jikalau setelah lulus dapat diterima oleh studio atau agensi, itu hal yang bagus.

Tetapi apabila belum berkesempatan bekerja di studio, itu juga bukan suatu masalah. Apapun industri dan pekerjaannya nanti, jadikan itu sebagai batu loncatan dan jangan menjadi *pressure* untuk diri sendiri.

Perlu diingat, jadikan itu sebagai batu loncatan. Jangan terlalu lama dan jangan terjebak di zona nyaman. Satu sampai dua tahun itu sudah cukup, setelah itu coba bekerja di studio.



### Saran untuk Mahasiswa

Singkatnya, studio itu tempat kita (sebagai desainer) bisa belajar banyak hal. Studio juga menjadi tempat belajar dari apa yang kita tidak dapatkan selama kuliah.

Terkadang saat kuliah kita belum punya banyak kesempatan untuk bereksperimen dan bereksplorasi, dengan bekerja di studio kesempatan tersebut justru terbuka lebar. Kita bisa push pengetahuan dan skill yang kita miliki sampai limit maksimal.

Intinya jangan pernah takut untuk bekerja, poin plus kalau bisa masuk studio. Kalau belum, jangan takut, karena kita masih bisa kembali lagi dan mulai dari awal.

Yang kedua, selama kuliah atau bahkan saat bekerja, jangan pernah untuk tidak freelance. Sebagai desainer, usahakan untuk tetap mengambil side job freelance.

Karena sebagai desainer kita tetap harus melatih diri kita dalam berkomunikasi dengan klien secara langsung. Selain untuk melatih kemampuan komunikasi serta diskusi, freelance juga dapat digunakan sebagai sumber portofolio desainer.

Berkaitan dengan hal ini, mahasiswa calon desainer juga harus pandai-pandai dalam memilih studio atau tempat kerja.

Tempat kerja yang ideal sebagai desainer adalah tempat yang memberi kesempatan kita sebagai desainer untuk bisa berdiskusi dan menuangkan ide bersama-sama. Tidak hanya menjalankan perintah, namun juga ikut dalam ideasi sebuah proyek.



Foto milik Candra Dwi Syaputra

### Tentang Agensi dan Studio Desain

'Kue' dari DKV itu sangat besar dan kalau dipotong juga menghasilkan banyak sekali potongan kuenya.

Namun perlu diketahui bahwa 'pemainnya' juga banyak. Ada pemain besar seperti agensi (40 sampai 100 karyawan), ada juga yang kecil seperti micro studio (6 sampai 10 karyawan), serta ada pun yang menengah (10 sampai 40 karyawan).

Karakteristiknya pasti berbeda, ada yang mengejar kuantitas, ada pun yang mengejar kualitas. Begitu juga dengan *load* pekerjaan dan kompensasi yang diterima.

Maka dari itu mahasiswa harus dapat mendefinisikan sejak awal, tentang apa yang ingin dicari dalam dunia kerja. Apakah ingin berorientasi pada gaji, atau ingin mencari portofolio terlebih dahulu.



# Mengenai Prospek Kerja dan Saran Untuk Mahasiswa

## R.A. Dita Saraswati

Jika dilihat secara luas, saat ini Indonesia mendukung atau menempatkan adanya ekonomi industri kreatif, dan salah satu sub sektornya adalah desain komunikasi visual.

Memang DKV hanya menjadi salah satu sub sektor kecil dari 17 sub sektor yang ada. Kendati demikian, 16 sub sektor lainnya juga membutuhkan desain komunikasi visual di dalamnya.

Jadi dapat dikatakan bahwa DKV itu turut mendukung serta dibutuhkan oleh semua sektor industri di Indonesia.

## Rouzell Waworuntu Saad

Sebagai mahasiswa atau mungkin *fresh graduate* sebaiknya jangan cepat mendefinisikan atau mengkotakkan salah satu spesialisasi tertentu pada dirinya.

Hal ini bisa membatasi kreativitas dan kemauan desainer untuk mengeksplor industri lebih dalam. Karena sebenarnya *versatility* atau kemampuan desainer muda dalam menangani berbagai proyek desain sangat dibutuhkan pada awal karirnya sebagai proses pembelajaran.

Memang tidak mesti ahli atau 'jago' dalam semua bidang, namun setidaknya desainer muda memiliki *basic* dan fundamental yang baik. Sejalan dengan hal ini, spesialisasi dalam bidang desain tertentu adalah kemampuan yang didapat atas adanya pengalaman dalam industri; yang bukan serta-merta didapatkan secara instan.

Chapter 3

sarana

DESAIN - 2024





# Whatever We Design, Will Design Us Back

Ontological Design

## Glosarium

### Sarana

Merujuk pada fasilitas atau segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud tujuan tertentu.

### Industri

Kumpulan kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah menjadi produk jadi, atau menyediakan jasa.

### Industri Desain

Sektor industri yang fokus pada bidang desain grafis atau desain komunikasi visual.

### Industri Kreatif

Sektor ekonomi yang memanfaatkan kreativitas dan keterampilan. Menurut kemenparekraf, terdiri atas 17 sub-sektor.

### Studio

Badan usaha atau perusahaan yang bergerak pada bidang desain. Biasanya dikelola oleh sekelompok desainer.

### Spesialisasi

Fokus khusus yang dimiliki seorang desainer pada bidang desain tertentu.

### Periset Desain

Salah satu profesi dalam bidang desain yang berfokus pada kegiatan riset dan penelitian.

### SKKNI

Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia. Sebuah dokumen yang berisi deskripsi kompetensi kerja yang dibutuhkan untuk suatu pekerjaan tertentu.

### Okupasi

Pekerjaan atau jabatan yang dijalankan oleh seseorang

### Freelance

Bekerja secara mandiri dan tidak terikat pada satu perusahaan.

### Instabilitas

Kondisi yang tidak stabil atau mudah berubah.

# Glosarium

## **Agensi**

Badan usaha atau perusahaan yang bergerak pada bidang kreatif dengan skala yang lebih besar dari studio.

## **Asosiasi**

Organisasi yang dibentuk oleh sekumpulan profesional yang bertujuan untuk memfasilitasi kolaborasi, pengembangan, dan membentuk kebijakan.

## ***Intangible***

Merujuk pada sesuatu yang tidak memiliki wujud fisik, namun memiliki nilai atau manfaat.

## **Desainer**

Profesional dalam bidang desain komunikasi visual.

## **Portofolio**

Koleksi karya desain yang dimiliki oleh seorang desainer.

## ***In-house***

Seorang desainer yang bekerja secara langsung di dalam suatu perusahaan dan bertanggung jawab atas berbagai kebutuhan desain perusahaan.

## **Fundamental**

Dasar-dasar atau prinsip-prinsip utama, merujuk pada konsep-konsep dasar yang perlu dipahami oleh seorang desainer.

## **Interkultural**

Berkaitan dengan interaksi antara berbagai budaya.

## ***Cognitariat***

Kelas sosial baru yang didominasi oleh pekerja pengetahuan, termasuk desainer, insinyur, dan ilmuwan.

## **Disrupsi**

Perubahan mendadak dan radikal, biasanya dipicu oleh inovasi teknologi.

# Epilog

Proyek ini adalah sebuah perjalanan belajar yang dirancang untuk menggali lebih dalam esensi desain, menelusuri nilai-nilai fundamental yang terkadang terlewatkan dalam rutinitas belajar sehari-hari. Harapannya, pemahaman ini tidak hanya memperkaya wawasan mahasiswa, tetapi juga menjadi bekal kuat untuk menghadapi tantangan nyata di dunia desain.

Keabu-abuan yang kerap menyelimuti bayangan masa depan semoga perlahan memudar, digantikan oleh kepercayaan diri dan pemahaman yang lebih matang tentang peran mereka sebagai desainer di masa mendatang.

Proyek ini menjadi jembatan yang menghubungkan dunia akademik dengan industri desain sesungguhnya. Semoga, dengan semua persiapan ini, mahasiswa tidak hanya siap secara teknis tetapi juga memiliki sikap dan mentalitas yang dibutuhkan untuk tumbuh dan berkontribusi di dunia profesional.

Setiap langkah yang diambil dalam proyek ini adalah investasi untuk masa depan, sebuah upaya untuk menciptakan desainer-desainer yang tidak hanya kreatif, tetapi juga berintegritas, adaptif, dan siap menghadapi tantangan zaman. Semoga perjalanan ini menjadi awal yang bermakna bagi karier dan impian yang telah dirajut selama ini.

Pahami dan renungkan,  
Sampai bertemu di lain kesempatan.

Candra Dwi S





