

PERANAN *E-MARKETPLACE* DESAIN SEBAGAI PENUNJANG UTAMA PADA EKOSISTEM DESAIN GRAFIS *ONLINE*

Panji Firman Rahadi¹ | Agus Triyadi²

Universitas BSI Bandung

Jl. Sekolah International No. 1, Kota Bandung

e-mail: panjifirman@gmail.com¹ | atriyadi2001@gmail.com²

ABSTRACT

The wave of the digital economy is present as a reformer as well as an evaluation of the era of multinational corporate capitalism as its predecessor. This new era brings an open and inclusive change that offers equal opportunities and opportunities for everyone to be involved in the global business ecosystem. He penetrated into almost all fields including the world of design, especially visual communication design. In the era of the digital economy, a new design ecosystem was formed replacing the traditional design ecosystem with conventions that have survived for centuries. The new ecosystem encourages the birth of new entities involved in a reciprocal relationship. One of them is the presence of e-Marketplace design that is the main support of the new ecosystem. The presence of e-Marketplace design and its role as a major supporter of the online graphic design ecosystem is an interesting thing to study further in this study. The research method that will be used is a qualitative method with a case study approach. With this method this research is expected to produce an interesting and comprehensive conclusion.

Keywords: *e-Marketplace, Graphic Design, Digital Economy, e-Commerce*

ABSTRAK

Gelombang ekonomi digital hadir sebagai pembaharu sekaligus evaluasi dari era kapitalisme korporasi multinasional sebagai pendahulunya. Era baru ini hadir membawa perubahan yang terbuka dan inklusif yang menawarkan kesempatan serta peluang setara bagi semua orang untuk dapat terlibat dalam ekosistem bisnis global. Ia merambah ke hampir ke seluruh bidang termasuk pada dunia desain khususnya desain komunikasi visual. Di era ekonomi digital, ekosistem desain baru terbentuk menggantikan ekosistem desain tradisional dengan konvensi-konvensinya yang telah bertahan selama berabad-abad. Ekosistem baru tersebut mendorong lahirnya entitas-entitas baru yang terlibat dalam suatu hubungan timbal-balik. Salah satunya adalah hadirnya *e-Marketplace* desain yang menjadi penunjang utama dari ekosistem baru tersebut. Kehadiran *e-Marketplace* desain serta peranannya sebagai penunjang utama ekosistem desain grafis online menjadi hal yang menarik untuk dikaji lebih jauh dalam penelitian ini. Metode penelitian yang akan digunakan adalah Metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Dengan metode tersebut penelitian ini diharapkan akan menghasilkan suatu kesimpulan yang menarik dan komprehensif.

Kata Kunci: *e-Marketplace, Desain Grafis, Ekonomi Digital, e-Commerce*

PENDAHULUAN

Sekarang ini dunia sedang memasuki gelombang perubahan yang terus-menerus bergerak. Dilihat dari sisi sejarah, kita telah

melalui empat masa dalam peradaban manusia, yaitu; era masyarakat pertanian, era revolusi industri, masa perburuan minyak dan era kapitalisme korporasi multinasional. Setiap

era muncul sebagai pembaharuan sekaligus evaluasi dari era sebelumnya. Dewasa ini kita pun sedang memasuki pertumbuhan era baru. Masa kapitalisme korporasi yang dipandang cukup mengecewakan ternyata melahirkan suatu gelombang revolusi baru yang cukup menyegarkan. Gelombang itulah yang kemudian membawa kita sekarang pada masa yang kerap disebut sebagai era digital.

Karakteristik era digital cukup jauh berbeda dengan era sebelumnya. Era ini menawarkan kesempatan dan peluang yang sama untuk semua orang. Dengan teknologi sebagai motor penggerakannya, era ini terbuka bagi siapa saja tanpa memandang kelas sosial dan latar belakang budaya. Keterbukaan yang ditawarkan membawa kita untuk terlibat dalam satu jejaring sosial global tanpa batas. Gaya hidup digital yang perlahan menjadi 'perilaku baru' dalam masyarakat sekarang ini ternyata berimbas pada berbagai bidang, termasuk pada dunia desain grafis.

Di era digital, desain grafis mengalami perubahan yang sangat signifikan. Para desainer di wilayah tersebut dituntut untuk memperbaharui diri agar dapat mendukung perkembangan teknologi yang begitu pesat. Ketika tuntutan produk menjadi berubah, maka cara kerja, peralatan dan gaya desain pun akan mengikuti gelombang perubahan tersebut. Alhasil, di hari ini, desain dan teknologi menjadi satu hal yang tidak dapat dipisahkan.

Puluhan hingga ratusan produk teknologi bertumbuh setiap harinya. Hal tersebut berbanding lurus dengan pertumbuhan dan kemunculan para desainer-desainer baru. Tanpa

disadari, era digital ternyata telah menimbulkan pergeseran terhadap dunia desain. Ekosistem tradisional desain yang telah bertahan selama berabad-abad berevolusi menjadi suatu bentukan baru yang selanjutnya disebut sebagai ekosistem desain *online*. Di dalam ekosistem ini, hubungan antara klien dan desainer tidak lagi sederhana. Hubungan itu menjadi lebih kompleks namun terbuka dan inklusif. Banyak entitas baru yang tumbuh di dalam ekosistem ini, salah satunya adalah *e-Marketplace* yang menjadi penunjang utamanya.

E-Marketplace dalam ekosistem desain online memainkan peranan utama, karena platform ini menjadi jembatan antara klien dan desainer. Berdasarkan definisinya, *e-Marketplace* adalah sebuah alat dalam melakukan perantara informasi antar organisasi yang memungkinkan pembeli dan penjual dapat berpartisipasi untuk bertukar informasi tentang harga dan produk yang ditawarkan serta untuk bekerja sama dalam bursa komoditas (Zheng, 2006).

Hal yang menarik kemudian adalah bahwa platform *e-Marketplace* bukan hanya merupakan produk dari gelombang perubahan, tetapi juga membawa perubahan itu sendiri pada dunia desain grafis. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana *e-Marketplace* desain grafis *online* tersebut dapat memiliki peranan penting bukan hanya untuk ekosistem desain *online*, tetapi juga untuk dunia desain secara keseluruhan.

Gelombang ekonomi digital lahir sebagai reaksi perlawanan atas era kapitalisme korporasi multinasional yang eksklusif. Ekonomi digital lahir dengan karakteristik yang terbuka, inklusif

dan menawarkan peluang yang sama bagi semua orang untuk terlibat dalam ekosistem bisnis dunia. *E-Commerce* yang kemudian lahir sebagai salah satu ekosistem bisnis digital pun akhirnya mendorong lahirnya entitas-entitas baru, salah satunya adalah *e-Marketplace*.

Menurut Brunn, Jensen & Skovgaard (2002), *e-Marketplace* merupakan bagian dari *E-Commerce* yang berfungsi sebagai wadah komunitas bisnis interaktif secara elektronik. Komunitas bisnis ini menyediakan pasar, di mana berbagai perusahaan dapat turut serta dalam *B2B - Business to Business e-Marketplace* dan atau kegiatan *e-Business* yang lainnya.

Berdasarkan fungsi dan produk yang ditawarkan, Brunn, Jensen & Skovgaard (2002), membagi *e-Marketplace* menjadi dua jenis, yaitu:

1. *E-Marketplace* Horisontal

Jenis *e-Marketplace* ini dikategorikan sebagai pasar yang bersifat *B2C - Business to Consumers*. Produk-produk yang ditawarkan dan dijual dikhususkan untuk end-users, seperti misalnya, penjualan baju, alat-alat rumah tangga, smartphone, alat-alat elektronik termasuk juga untuk jasa desain. Biaya transaksi yang dihasilkan pada *e-Marketplace* umumnya lebih rendah dibanding transaksi konvensional.

2. *E-Marketplace* Vertikal

Jenis *e-Marketplace* ini dikategorikan sebagai pasar yang bersifat *B2B - Business to Business*. Pasar ini dikhususkan untuk memenuhi kebutuhan khusus pada berbagai industri. Nilai transaksi yang dihasilkan lebih besar dibanding tipe horisontal.

Berdasarkan pelakunya, Turban (2012) menuturkan bahwa *e-Marketplace* dibagi menjadi tiga jenis, yang *pertama* adalah *e-Marketplace Private*. Jenis pasar ini merupakan usaha atau bisnis yang dilakukan antara individu ke individu. *Kedua* adalah *e-Marketplace Public*, jenis ini melibatkan pemerintah, instansi atau perusahaan umum yang menawarkan pelayanan atau penjualan barang dan jasa. *Ketiga* adalah *e-Marketplace* Konsorsium, jenis ini merupakan gabungan beberapa perusahaan yang bekerjasama dalam menyelesaikan proyek.

Dalam aplikasinya, sebuah *e-Marketplace* harus memiliki fasilitas-fasilitas untuk mempermudah penggunaannya tentang produk yang ditawarkan (*offer to buy*), dicari (*offer to sell*) dan pelelangan produk. Beberapa unsur juga harus dipenuhi oleh sebuah *e-Marketplace* dalam melakukan transaksi *online*, seperti; tempat bagi pelanggan bisnis, penjual, pembeli, produk dan jasa, infrastruktur, perantara pihak ketiga, mitra bisnis dan dukungan-dukungan lainnya (Turban et., al, 2012).

Desain yang dikenal sekarang ini pada dasarnya merupakan cabang perkembangan dari *Artes* di zaman Yunani dan Romawi kuno yang kemudian terdiktomikan menjadi *Artes Liberales* dan *Artes Serviles*. Desain itu sendiri lahir dari *Artes Serviles* yang lebih menekankan pada aspek fungsi dibanding ekspresinya. Dalam perkembangannya desain kemudian lebih dekat dengan industri dibanding seni. Oleh karenanya, desain bersifat sangat lentur terhadap tuntutan perubahan zaman. Awalnya para desainer berasal dari kalangan seniman yang menerima *commission work* atau pekerjaan pesanan.

Namun seiring waktu, desainer menjadi profesi yang independen.

Desainer sebagai profesi sebenarnya baru diakui dan dikenal di pertengahan abad ke-20. Awalnya para klien yang merupakan agensi iklan menggunakan jasa para seniman untuk membuat pesanan mereka. Para seniman itu kemudian dikenal sebagai seniman komersial - *commercial artist*. Pada waktu itu, keahlian yang dibutuhkan adalah sebagai *visualizer - layout artist*, yang bertugas untuk menata perencanaan tipografi untuk *Headline* dan teks, *illustrator*, membuat diagram mekanis hingga sketsa fesyen. Keahlian lainnya adalah *retoucher*, pekerjaan untuk membuat huruf dan menyiapkan desain akhir reproduksi. Beberapa seniman komersial lainnya seperti desainer poster, menggabungkan berbagai keahlian tersebut dalam proses produksinya (P. Gogor Bangsa, 2016).

Seperti halnya para seniman, desainer pun awalnya bekerja secara individual. Kalaupun ada yang bersamaan bentuknya hanyalah kelompok-kelompok kecil. Baru pada akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20, para desainer terhubung dalam jaringan komunitas global yang dikenal dengan gerakan *Arts and Crafts*. Gerakan yang digagas oleh William Morris ini merupakan gerakan perlawanan budaya - *counter culture* terhadap dampak yang dihasilkan oleh revolusi industri di Inggris dan Eropa. Gerakan *Arts and Crafts* mengkritisi degradasi kualitas produk-produk desain yang dibuat oleh mesin-mesin pabrik karena kehilangan aspek humanis dan estetikanya. William Morris mengemukakan bahwa kualitas hidup manusia pada dasarnya berbanding lurus dengan kualitas produk yang

dikonsumsinya. Berdasar pada fakta itu, Morris melalui gerakan *Arts and Crafts*-nya bertujuan untuk memulihkan apresiasi dan konsumsi produk-produk buatan tangan yang berkualitas, humanis dan estetis demi peningkatan kualitas hidup masyarakat Inggris dan Eropa itu sendiri.

METODE

Penelitian ini akan dilakukan dengan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode dan pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menelusuri dan memahami proses yang melatarbelakangi bagaimana *e-Marketplace* desain dapat memiliki peranan penting dalam ekosistem desain *online*. Sasaran dari penelitian ini ditujukan hanya pada ekosistem desain *online*, sehingga pendekatan penelitian yang digunakan dalam hal ini adalah studi kasus. Dengan pendekatan ini diharapkan dapat memahami suatu peristiwa yang unik pada satu komunitas sosial. Hasil dari penelitian dengan pendekatan studi kasus tidak bersifat umum, tetapi lebih khusus pada sasaran atau obyek penelitian saja.

Penelitian ini hanya berfokus pada satu permasalahan saja. Oleh karena itu, jenis studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory study case*. Dengan jenis pendekatan ini, penelitian pada akhirnya bertujuan untuk memahami alasan hadirnya suatu fenomena dengan menelusuri sisi kesejarahan dari kemunculannya tersebut. Dalam penelitian ini, fenomena yang dimaksud adalah kehadiran *e-Marketplace* desain dalam ekosistem desain *online*.

Pada penelitian ini dilakukan beberapa tahapan dalam proses pengumpulan datanya. Tahapan *pertama* adalah persiapan. Pada tahap ini, peneliti mengunjungi beberapa situs *e-Marketplace* desain yang terbesar dari sisi pengunjung dan peringkat di *Google*. Kemudian peneliti juga mengunjungi beberapa desainer yang terlibat di dalam *e-Marketplace* tersebut. Pada tahap ini juga peneliti melakukan seleksi untuk menentukan sasaran penelitian sebagai sumber utama informasi untuk penelitian. Tahap *kedua* adalah tahapan pengumpulan data. Pada tahap ini, peneliti menelusuri dan mempelajari sistem serta cara kerja dari sasaran penelitian yang sudah diseleksi. Kemudian, peneliti juga melakukan wawancara terhadap desainer yang terlibat di dalam *e-Marketplace* tersebut. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan berbagai data yang dapat mendukung penelitian ini.

Untuk mendapatkan data yang lebih lengkap, penelitian ini akan menggunakan dua jenis observasi. *Pertama* adalah mengamati sasaran penelitian tanpa keterlibatan lebih lanjut dan intervensi dari peneliti. Observasi *kedua* yang akan dilakukan adalah peneliti akan terlibat secara langsung dalam sasaran penelitian. Dalam hal ini, terlibat dalam ekosistem desain grafis *online*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan pertama dalam bab pembahasan pada penelitian ini akan menampilkan tiga platform desain grafis *online* sebagai salah satu subyek yang diobservasi dalam penelitian ini. Ketiga *platform* digital ini dipilih berdasarkan;

peringkat di *Google*, besaran partisipasi desainer dan keuntungan yang diperoleh selama *platform* tersebut beroperasi.

Dengan standarisasi pemilihan tersebut, akan dapat dilihat bagaimana tingkat popularitas platform tersebut dapat berpengaruh terhadap tingkat partisipasi desainer dan keuntungan yang dihasilkan oleh *platform* tersebut. Berangkat dari hal tersebut, dipilihlah tiga *platform* digital desain grafis *online* sebagai berikut; *99designs*, *DesignCrowd* dan *DesignHill*.

99Designs merupakan salah satu *platform* digital desain grafis *online* yang bertujuan menghubungkan antara para desainer grafis dengan para calon klien yang potensial. Perusahaan digital yang berlokasi di Melbourne, Australia, dan San Fransisco, Amerika Serikat ini didirikan pada tahun 2008.

Awalnya, *99Designs* yang didirikan oleh Matt Mickiewicz dan Mark Harbottle ini merupakan sebuah forum khusus bagi para *web developer* dan desainer grafis. Salah satu kegiatan yang rutin di forum ini adalah mengorganisir brief-brief proyek dari klien yang bersifat fiktif. Tujuannya adalah sebagai bentuk latihan bagi para member forum untuk menghadapi proyek sebenarnya. Melihat antusiasme para anggota forum, para pendiri forum akhirnya memutuskan untuk menetapkan tarif pada setiap brief atau pesanan proyek tersebut. Kegiatan inilah yang kemudian melahirkan *99designs* sebagai *platform* digital terpisah yang mengkhususkan pada kontes desain grafis *online*.

Pada tahun 2008, perusahaan digital *99Designs* membuka kantor di kota San

Fransisco, Amerika Serikat, karena mayoritas para desainer dan klien berada di negara tersebut. Di tahun 2012, *platform* digital ini sudah mencatat memiliki kurang lebih 175.000 desainer yang tersebar di 192 negara. Dan empat tahun kemudian, di tahun 2016, *platform* ini mengklaim memiliki lebih dari sejuta desainer yang terdaftar secara resmi.

Tahun 2011, *99Designs* mendapat suntikan dana sekitar 35 juta USD dari *Accel Partners* dan berbagai investor lainnya, yang kemudian bertambah lagi sekitar 10 juta USD di tahun 2015. Di tahun 2017, perusahaan ini mulai mendapatkan untung dan di bulan februari 2018, *99Designs* tercatat mendapat keuntungan sekitar 60 juta USD.

Di situs *website* analitik, *99Designs*, menempati peringkat 9.127 para ranking global dan 6.791 para ranking lokal serta posisi 44 para peringkat kategori Bisnis dan Industri dengan sub-kategori Bisnis Jasa.

Platform digital yang diluncurkan pada tahun 2008 ini merupakan *marketplace* kreatif online yang membantu para *start-ups* dan entrepreneur untuk terhubung dengan jaringan komunitas desainer global. Di tahun 2011, *platform* digital ini tercatat menerima suntikan dana dari *Starfish Ventures* dengan angka yang cukup besar. *DesignCrowd* kemudian tercatat membeli *Brandstack*, sebuah perusahaan *marketplace stock logo template*, di mana para penggunanya dapat menjual dan membeli logo atau domain. Setelah proses akuisisi, *Brandstack* mengganti namanya menjadi *BrandCrowd*. Di tahun 2014, *DesignCrowd* mengumumkan telah mengakuisisi komunitas kontes desain yang

bernilai cukup besar ketika itu.

Pada tahun 2018, *DesignCrowd* tercatat memiliki lebih dari 667 ribu desainer yang terdaftar dengan kontes dan produk desain yang bernilai lebih dari 49 juta USD. Pada situs analitik *web*, *DesignCrowd* menempati peringkat 38.660 global, 25.402 pada peringkat lokal dan 191 para peringkat kategori Bisnis dan Industri, dengan sub-kategori *Marketing* dan *Advertising*.

DesignHill adalah *marketplace* yang mengkhususkan diri pada desain grafis, desain logo, desain kemasan, desain *merchandise*, desain *web* dan berbagai macam produk desain. *Platform* digital ini diluncurkan pada tahun 2014, oleh para pendirinya, Rahul Aggarwal dan Varun Aggarwal di New Delhi, India. *DesignHill* dirancang sebagai sebuah *platform marketplace* baru di dunia desain. *Platform DesignHill* ini mendapat perhatian lebih dari publik dunia karena layanannya yang baik dan cepat. Hal tersebut membuat *platform* ini tumbuh dengan cepat yang membawanya membuka kantor cabang di Delaware, Amerika Serikat.

Selain berbagai kontes desain yang disediakan, *platform* ini pun menyediakan forum bagi para desainer dalam bentuk media sosial. Dalam media sosial ini para desainer dapat menggunggah status dan berbagai hal lainnya, seperti halnya pada media sosial umum lainnya. Melalui fasilitas ini, para desainer dapat terhubung dalam komunitas yang lebih luas dan menembus batas berbagai latar belakang.

Para situs *web* analitik, *DesignHill* menempati posisi 59.330 para peringkat global, 40.178 para peringkat lokal dan posisi 330 para peringkat kategori Bisnis dan Industri dengan

sub-kategori *Marketing* dan *Advertising*.

Dari tahapan ini, kita dapat melihat bahwa tiga *platform* digital desain grafis *online* yang menjadi subyek penelitian di sini mengalami pertumbuhan dan perkembangan dari berbagai sektor sejak dari awal dibentuknya. Dari sisi keterlibatan desainer dapat kita lihat bahwa *platform 99designs* mencetak pertumbuhan desainer sekitar 17.7 % per tahun. Sementara itu, *platform 99designs* pun tercatat berhasil mencetak keuntungan rata-rata di angka 3.57 juta USD per tahun. Hal yang tidak jauh berbeda juga terjadi pada *platform DesignCrowd*. Pertumbuhan keterlibatan desainer pada situs ini mencapai angka rata-rata 66.700 desainer per tahun-nya dengan pertumbuhan nilai obyek desain dan kontes yang mencapai 4.9 juta USD per tahun. Bahkan *platform DesignHill* yang termasuk baru pun mencetak pertumbuhan yang cukup signifikan pada peringkat *Google* atau dalam hal ini sisi popularitasnya baik dari lingkup peringkat global, lokal dan per kategori.

Dari pertumbuhan dan perkembangan tiga *platform* tersebut dapat kita ketahui bahwa *platform* digital desain grafis *online* memiliki potensi yang cukup menjanjikan sebagai salah satu bentuk *e-marketplace* jenis baru yang tumbuh dalam satu dekade terakhir ini. Tingginya pertumbuhan keterlibatan desainer dalam berbagai *platform* digital jenis ini menjadi bukti bahwa ekosistem bisnis desain grafis dapat dibawa lebih jauh ke arah digital. Hal ini diperkuat pula dengan banyaknya investasi yang masuk ke dalam *platform* jenis ini. Pertumbuhan keuntungan dan nilai obyek desain serta kontes juga dapat menjadi parameter kongkrit dari

potensi yang menjanjikan dari *e-marketplace* jenis ini.

Sebagaimana *platform marketplace* yang lain, *platform* desain grafis *online* ini pun memiliki cara kerja dan sistem tersendiri. Umumnya, pada sebuah *platform marketplace*, cara kerja dan sistem yang berlaku dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama dikhususkan untuk pembeli, dan bagian kedua ditujukan untuk penjual. Pada *platform* desain grafis *online*, dasarnya sama saja, cara kerja dan sistem dibagi menjadi dua bagian, hanya saja bukan untuk penjual dan pembeli, melainkan untuk klien dan desainer. Klien berarti penyedia proyek yang membutuhkan obyek desain sesuai dengan spesifikasinya, dan Desainer adalah penyedia obyek desain yang dibuat berdasarkan spesifikasi yang diminta oleh Klien. Karena penelitian ini dikhususkan untuk melihat secara mendalam fenomena yang terjadi pada komunitas desainer, maka cara kerja dan sistem yang akan dibahas akan lebih spesifik pada cara kerja dan sistem yang berlaku bagi desainer saja.

Pada cara kerja dan sistem yang berlaku pada *platform* desain grafis *online* ini terbagi menjadi beberapa tahapan. Tahap pertama adalah pendaftaran. Pada tahapan ini seorang calon desainer harus membuat akun pribadi pada *platform* yang akan diikutinya. Di tahapan ini, calon desainer diharuskan untuk mengisi *form* digital yang berisi tentang identitas, alamat *e-mail*, alamat rumah, nomor telepon, nama pengguna dan kata kunci yang akan digunakan untuk keluar masuk situs serta rekening virtual yang akan digunakan untuk pembayaran atas jasa atau desain yang berhasil terjual. Setelah

form diisi semuanya, calon desainer akan menunggu verifikasi akun dari admin atau pengelola *platform*. Jika tidak bermasalah, biasanya proses verifikasi tahap pertama tidak akan memakan waktu lama.

Tahapan selanjutnya adalah verifikasi keterampilan. Tahapan ini dilakukan dengan tujuan agar *platform* dapat menjaga kualitas desain yang ditawarkan pada klien. Hal ini juga dapat berpengaruh pada kredibilitas *platform* di mata para klien dan calon klien potensial yang sedang dan akan bekerja sama dengan mereka. Dengan demikian, meskipun, tahapan pertama dapat dilalui oleh siapapun dengan berlatar belakang apapun, tetapi di tahapan kedua, mereka yang diverifikasi adalah orang-orang yang setidaknya memiliki kemampuan untuk membuat obyek desain dengan baik. Oleh karena itu, tahapan ini dapat dikatakan sebagai tahapan “ujian” bagi para calon desainer agar dapat diverifikasi penuh oleh sebuah *platform* desain grafis *online*. Setiap platform memiliki standarisasinya masing-masing.

Umumnya, pada tahapan ini, para calon desainer harus membuat obyek desain berdasarkan spesifikasi yang dilampirkan pada brief atau ikhtisar pesanan proyek dari Klien. Setelah obyek desain selesai, calon desainer harus mengunggahnya ke platform yang ia ikuti. Obyek desain itu nantinya akan dikurasi terlebih dahulu oleh pihak khusus dari *platform*. Setelah memenuhi standar desain yang baik, obyek desain itu akan dimuat pada laman akun calon desainer tersebut. Pada tahapan ini, meskipun obyek desainnya lolos kurasi atau bahkan disukai oleh Klien, namun, calon desainer belum berhak

mendapatkan pembayaran. Setiap *platform* memiliki standarisasi tersendiri untuk hal ini. Misalnya saja, *DesignCrowd* memberlakukan lima buah brief yang harus dibuat dan lolos tahapan kurasi. Jika calon desainer itu gagal secara tiga kali berturut-turut, maka ia harus mengajukan kembali pembuatan akun baru di *platform DesignCrowd*.

Setelah seorang calon desainer diverifikasi dan lolos pada tahapan “ujian,” maka selanjutnya ia berhak untuk mengikuti berbagai kontes yang tersedia di *platform* desain grafis *online* yang diikutinya. Pada tahapan ini, seorang desainer dapat memilih kategori mana yang akan ia ikuti, mulai dari kontes logo, ilustrasi, desain *web* hingga desain *t-shirt*. Meskipun demikian, tidak semua kontes dapat diikuti. *Platform 99Designs*, misalnya, situs ini mengelompokkan kontes berdasarkan tingkatan desainer. Sehingga, seorang desainer baru dengan status “*entry-level*,” tidak akan dapat mengikuti kontes pada level atau tingkatan yang lebih tinggi. Sementara, desainer dengan tingkatan lebih tinggi dapat mengikuti kontes manapun, meskipun ditujukan bagi level atau tingkatan yang lebih rendah.

Setelah memilih kontes yang akan diikuti, seorang desainer akan diberikan waktu mulai dari tiga hingga tujuh hari. Setiap platform memiliki kebijakan tersendiri tentang jangka waktu dan deadline untuk setiap kontes. Dalam tahapan kontes atau kompetisi ini, seorang desainer harus memenuhi apa yang diminta pada ikhtisar atau brief yang disertakan oleh Klien dan memenuhi berbagai kriteria yang diminta. Setelah selesai mengerjakan desain, desainer diminta untuk mengunggah karya

desainnya dengan format khusus yang diminta oleh platform yang diikutinya. Setelah itu, pada tahapan berikutnya adalah seleksi dari berbagai karya desain yang masuk pada kontes yang diikuti tadi. Proses ini biasanya memakan waktu beberapa hari, tergantung dari Klien yang membuat kontes tersebut. Jika tidak ada revisi atau perbaikan apa-apa, biasanya tahapan akan langsung masuk pada pemilihan pemenang. Tetapi jika ada perbaikan, biasanya waktu kontes akan diperpanjang dan hanya akan diikuti oleh para desainer yang karya-karyanya telah dipilih oleh Klien. Setelah proses pemilihan pemenang, biasanya diikuti dengan proses lanjutan termasuk perihal pengiriman karya desain dan proses pembayaran yang biasanya akan memakan waktu beberapa hari.

Harga dari satu karya desain sangat bervariasi, tergantung dari permohonan Klien. Umumnya kisaran harga dapat berkisar mulai dari puluhan hingga ribuan dollar Amerika. Semakin tinggi tingkatan desainer, maka akan semakin besar juga peluang desainer tersebut untuk mengikuti kontes-kontes dengan harga yang tinggi. Setiap kali memenangkan kontes, desainer mendapatkan poin untuk menambah peringkat pada *platform* yang diikuti.

Dari tahapan ini kita dapat melihat bahwa pada dasarnya berbagai *platform* digital desain grafis *online* memberikan segala kemudahan bagi siapa pun untuk terlibat di dalamnya. Syarat yang harus dimiliki oleh seseorang yang akan terlibat di dalam *platform* jenis ini adalah syarat-syarat yang pasti dimiliki oleh mereka yang terbiasa dengan dunia digital. Dan semua syarat itu pada dasarnya mudah

untuk dibuat atau dimiliki, seperti misalnya *e-mail*, nomor telepon atau pun rekening virtual. *Platform* digital jenis ini tidak meminta ijazah atau dokumen legal yang menyatakan bahwa seseorang yang akan terlibat itu harus berlatar belakang pendidikan desain grafis ataupun sertifikat yang menyatakan bahwa seseorang itu adalah seorang desainer grafis profesional. Dengan kata lain, *platform* digital ini membuka peluang sebesar-besarnya bagi siapa pun untuk terlibat di dalamnya.

Meskipun demikian, keterlibatan di dalam platform digital desain grafis *online* ini pun tidak terbuka atau bebas begitu saja. Meskipun di awal tahapan pendaftaran dan verifikasi data diri terbuka bagi siapa saja, namun tidak semua yang terdaftar dapat mengikuti tahapan selanjutnya atau masuk ke dalam tahapan kontes berbayar. Tahapan ini memiliki seleksi yang cukup ketat, pada akhirnya mereka yang memiliki standar kualitas dan pengetahuan desain yang baik-lah yang dapat maju ke tahapan selanjutnya hingga akhirnya dapat mengikuti berbagai kontes dan proyek yang berbayar. Hal ini tentu saja dilakukan berbagai platform tersebut untuk menjaga kualitas pelayanan dan jasa desain yang mereka tawarkan kepada para rekanan mereka dan tentu saja untuk menjaga kredibilitas mereka sebagai *platform* desain grafis *online* berkualitas.

Pada tahapan ini akan ditampilkan data hasil observasi dari para desainer yang terlibat di dalam *platform* digital desain grafis *online*. Adapun observasi yang dilakukan dalam tahap ini berbentuk wawancara terhadap beberapa desainer grafis yang terlibat dalam *platform*

digital desain grafis *online*. Para desainer grafis yang diobservasi dalam penelitian ini pun dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Hal tersebut dimaksudkan agar proses observasi mendapatkan hasil yang baik dan menyeluruh terkait fenomena yang sedang diteliti.

Para desainer grafis yang dipilih semuanya berasal dari Indonesia. Hal ini dimaksudkan agar penelitian ini dapat memahami secara menyeluruh fenomena baru yang sedang diteliti dengan berfokus pada satu daerah. Selain itu pun, kesamaan latar belakang dari para desainer akan dapat membantu memahami juga alasan-alasan keterlibatan mereka di dalam *platform* digital desain grafis *online* secara utuh.

Secara keseluruhan, desainer grafis yang terpilih untuk diobservasi berdasarkan kriteria yang ditetapkan berjumlah tiga orang. Ketiga orang desainer yang selanjutnya disebut sebagai informan ini memiliki latar belakang yang berbeda-beda. *Pertama* adalah informan yang tidak memiliki latar belakang keilmuan desain grafis, dan baru terlibat dalam *platform* digital desain grafis *online*. Informan kedua memiliki latar belakang keilmuan desain grafis dan baru terlibat dalam *platform* digital desain grafis *online*. Terakhir adalah informan yang tidak memiliki latar belakang keilmuan desain grafis dan sudah berkecimpung lama dalam *platform* digital desain grafis *online*. Dapat dikatakan informan ketiga ini sudah menjadi profesional di bidang desain grafis. Perbedaan latar belakang ini selanjutnya akan memberikan hasil yang signifikan pada penelitian yang dilakukan ini.

Dari hasil wawancara yang dilakukan, didapat informasi bahwa informan pertama

tidak memiliki latar belakang keilmuan desain grafis. Sebelumnya, ia merupakan sarjana lulusan jurusan sastra Indonesia. Keterlibatan informan pertama dalam *platform* digital desain grafis *online* dapat dikatakan masih baru. Kurang lebih sekitar tiga bulan ia bergabung terhitung dari wawancara untuk penelitian ini dilakukan. Sebelum bergabung dengan *platform* digital tersebut, informan pertama sudah pernah bekerja di dua bidang yang berbeda selama empat tahun, sejak kelulusannya. Bidang pertama yang pernah dijalaninya adalah bidang kuliner, sementara bidang yang kedua adalah bidang seni dan kerajinan. Pada bidang kedua inilah nantinya informan pertama bersentuhan dengan bidang desain grafis.

Pada bidang pekerjaan yang kedua, informan pertama bekerja sebagai artisan yang bekerja membantu seniman untuk membuat karya-karya seni dan kerajinan di studio di tempat ia bekerja. Dari sinilah awal mula persentuhan informan pertama dengan dunia seni dan desain. Menurutnya, ketertarikan terhadap dunia seni rupa dan desain sudah ada sejak ia masih sekolah. Karena tidak lolos ujian masuk, ia kemudian melanjutkan untuk kuliah di jurusan lain.

Tentang situs-situs *platform* digital desain grafis *online*, informan pertama mengetahuinya dari kawannya yang sudah berkecimpung cukup lama. Setelah mengetahui dan mempelajari cara kerjanya, informan pertama merasa langsung tertarik pada *platform* digital desain *online* tersebut. Terlebih karena harga yang ditawarkan untuk setiap desainnya sangat menarik. Dalam hal ini cukup besar. Sejak

pertama kali mendaftar dan mengikuti berbagai kontes desain digital, informan pertama belum pernah sekali pun memenangkan satu pun kontes. Meskipun demikian, informan pertama mengungkapkan bahwa ia masih tertarik dan ingin bekerja dalam dunia desain grafis online yang sedang dijalaninya tersebut.

Informan kedua memiliki latar belakang keilmuan desain grafis dan baru saja terlibat dalam *platform* digital desain grafis *online*. Dari hasil wawancara, didapat bahwa informan kedua sudah mengetahui *platform-platform* digital desain grafis tersebut sejak masih duduk di bangku kuliah. Sejak itu sebenarnya informan kedua sudah terlibat dalam kontes-kontes desain digital, namun belum terlalu intens dan serius menjalaninya. Menurutnya, meskipun berkuliah di jurusan desain grafis, tetapi belum satu pun kontes yang ia menangkan. Bagi informan kedua ini, untuk mengerjakan suatu proyek desain, membutuhkan keseriusan dan konsentrasi dalam pengerjaannya.

Dari hasil wawancara, informan kedua mengungkapkan bahwa meskipun ia terlibat dalam *platform* digital desain grafis *online*, namun ia tidak menggantungkan 100% penghasilannya dari pekerjaan *online* tersebut. Di luar itu, ia memiliki pekerjaan yang memberikannya penghasilan tetap. Baginya, meskipun setelah lulus kuliah dapat lebih berfokus dalam mengikuti kontes-kontes *online*, namun pekerjaan tersebut seharusnya hanya dijadikan sebagai pekerjaan sampingan untuk mendapat tambahan penghasilan saja, bukan dijadikan sebagai pekerjaan utama. Menurut informan kedua yang berlatar belakang

keilmuan desain grafis, menggantungkan penghasilan utama dari kontes-kontes desain *online* sangatlah riskan. Meskipun begitu, ia pun mengakui bahwa upah per desain yang ditawarkan dari kontes-kontes *online* tersebut sangatlah besar jika dibandingkan dengan upah yang ia terima dari pekerjaan tetapnya sebagai desainer grafis di suatu perusahaan.

Dari hasil wawancara ketiga, didapat informasi bahwa informan ketiga tidak memiliki latar belakang keilmuan desain grafis, dan sudah lama terlibat dalam berbagai platform digital desain grafis *online*. Dari pengalaman panjangnya di dunia desain grafis *online*, informan ketiga ini sudah dapat dikatakan sebagai seorang desainer grafis profesional. Informan ketiga ini sudah hampir tiga tahun menggantungkan penghasilannya dari berbagai platform digital desain grafis *online*. Ia mulai memenangkan kontes desain grafis *online* dari mulai yang berharga puluhan dollar Amerika hingga sekarang ini ia berada pada tingkatan kontes dengan harga per karya desainnya mencapai ribuan dollar Amerika.

Dari proses wawancara, diketahui bahwa informan tiga mendapat informasi tentang berbagai platform digital desain grafis *online* tersebut dari hasil penelusurannya sendiri. Setelah berhenti bekerja dan tidak mempunyai penghasilan, informan tiga kemudian mulai mencari-cari pekerjaan lain dan peluang bekerja melalui internet. Ia kemudian menemukan situs-situs kontes desain grafis *online* yang menyediakan bayaran yang cukup besar. Dari penelusuran itu, ia kemudian memutuskan untuk mendaftar dan terlibat dalam *platform* digital

desain grafis yang ia temukan sebelumnya.

Menurut informan tiga, ia sebenarnya sudah memiliki ketertarikan dalam dunia seni dan desain sejak dulu. Karena kondisinya yang buta warna, maka ia pun tidak pernah lolos untuk melanjutkan kuliah di bidang tersebut. Setelah mengetahui ada situs-situs yang menyediakan kontes-kontes desain grafis secara online dan tidak meminta syarat ijazah, maka ia pun langsung merasa tertarik untuk terlibat.

Menurut informan tiga, proses yang ia lalui cukup panjang hingga akhirnya dapat menjadikan pekerjaan desainer grafis di *platform* digital tersebut menjadi pekerjaan utamanya. Proses belajarnya cukup lama apalagi dengan kondisi buta warna yang ia miliki. Menurutnya, ia sudah banyak terlibat dalam berbagai jenis *platform* digital desain grafis hingga akhirnya ia kemudian menetap pada satu situs yang lebih banyak memberikannya peluang dan harga per desain yang lebih tinggi dari yang lainnya. Selain penghasilan, bagi informan tiga, *platform* digital yang ia ikuti memberikannya juga kesempatan untuk terhubung dengan jaringan komunitas desain grafis yang lebih luas. Melalui forum yang disediakan oleh *platform* digital yang diikutinya, ia mendapat kesempatan untuk bepergian ke kota-kota lain untuk bertemu dengan jaringan komunitas dalam forum tersebut.

Meskipun demikian, menurut informan tiga, pekerjaan yang ia jalani, bukan merupakan pekerjaan yang layak dikerjakan sampai tua. Perbedaan jarak dan waktu antara Indonesia dan Klien yang rata-rata berada di Amerika dan Eropa membuat waktu bekerja menjadi tidak efisien dan nyaman. Baginya, pekerjaan menjadi

desainer grafis *online* yang ia jalani sekarang ini akan ia gunakan untuk mengumpulkan modal untuk membuat usaha lain nantinya.

Dari tahapan ini kita mendapat informasi bahwa kehadiran platform digital desain grafis *online* ternyata dapat membuka peluang kerja bagi mereka yang ingin bekerja dan berkarir di dunia desain grafis. Besaran harga yang ditentukan per desain pada dasarnya menjadi daya tarik utama bagi para calon desainer untuk terlibat dalam *platform* digital tersebut. Peluang yang ditawarkan pun terbuka sangat luas bukan hanya bagi mereka yang berlatar belakang pendidikan desain grafis, tetapi juga bagi mereka yang tidak memiliki latar belakang keilmuan tersebut.

Dari proses wawancara dapat kita ketahui bahwa kemudian persaingan yang ada di dalam *platform* digital desain grafis tidak ditentukan oleh latar belakang pendidikan maupun status dari seseorang apakah ia desainer profesional atau bukan. Hal yang paling menentukan adalah konsistensi dan kualitas dari karya-karya desain yang dibuat dari setiap proyek yang telah dan akan dikerjakannya.

PENUTUP

Dari berbagai tahapan kajian yang sudah dilalui, didapat simpulan bahwa kehadiran *e-marketplace* yang berbentuk *platform* digital desain grafis *online* ini memang memberikan peluang baru bagi para pelaku industri kreatif secara umum khususnya yang berprofesi desain grafis secara khusus. Kehadiran *platform-platform* digital baru tersebut juga menjadi

suatu bukti bahwa seni dan desain itu bersifat fleksible dan adaptif terhadap perubahan dan pergeseran yang terjadi dalam siklus peradaban manusia. Seni dan desain tidak “habis” oleh teknologi yang menjadi primadona dalam peradaban manusia saat ini. Sebaliknya, ia justru beradaptasi dengan baik dan menjelma menjadi tulang punggung dari peradaban digital hari ini. Seperti halnya bagaimana seni dan desain dalam gerakan *Art and Crafts* berkompromi dengan revolusi industri dan gempuran mesin-mesin industri yang mendominasi pada abad ke-19 dan 20 Masehi.

Platform digital desain grafis *online* menjadi bukti berkembangnya ekosistem seni dan desain pada tahapan yang lebih lanjut. Sistem dan proses kerja serta transaksi yang semula dilakukan secara konvensional, telah bergeser ke arah digital dan *online*. Melalui cara yang baru ini, dunia desain grafis membuka peluang kerja yang sangat besar. Dengan sistem yang baru, siapapun dapat terlibat dan berkarir di dalamnya tanpa harus memiliki latar belakang keilmuan desain grafis sekalipun. Selain itu, kehadiran *platform* digital jenis ini juga secara tidak langsung ikut membantu perkembangan komunitas desain grafis menjadi lebih global dan mendunia. Pada sudut pandang yang lain, kita juga dapat melihat bahwa fenomena tersebut telah mendobrak batasan-batasan seni dan desain konvensional. Dengan kata lain, hari ini kita dapat melihat seni dan desain, khususnya desain grafis telah sampai pada tahapan baru.

* * *

Daftar Pustaka

- Bangsa, Gogor, P. (2016). *Desain Grafis: Sebuah Sejarah Singkat*. Yogyakarta: Institut Seni Yogyakarta.
- Dormer, P. (2018). *Makna Desain Modern Budaya Material, Konsumerisme, (Peng) Gaya(an)*. Jakarta: Jalasutra.
- Mills, Matther B. dan A. Michael Huberman. (2009). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Turban, E. (2012). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. Pearson: Prentice Hall.
- Wibowo, Boedi, Hastjarjo. (2013). *Desainer Grafis yang Menciptakan dan Menjual Produk Berupa Barang*. Jakarta: Visual Communication Design Departement, School of Design, Binus University. Jakarta.
- Zheng, W. (2006). *The Business Models of E-Marketplace*. Communications of the IIMA, Volume 6 Issue 4. Wisconsin: University of Winconsin-Parkside Kenosha, Wisconsin.
- www.en.wikipedia.org/wiki/99designs
www.en.wikipedia.org/wiki/designcrowd
www.en.wikipedia.org/wiki/designhill
www.visual-arts-cork.com
www.theartstory.org
www.britannica.com