

**SKRIPSI**

**STUDY KELAYAKAN BISNIS EKONOMI KREATIF ILUSTRASI  
DIGITAL DI KOMUNITAS SKETSA LAMPUNG KOTA METRO (Study  
Kasus Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia)**

Oleh :

**NADZIF FAJAR FUADI**

**NPM. 13103614**



**Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
METRO  
1442 H/ 2020 M**

**STUDY KELAYAKAN BISNIS EKONOMI KREATIF ILUSTRASI  
DIGITAL DI KOMUNITAS SKETSA LAMPUNG KOTA METRO (Study  
Kasus Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan  
Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

Nadzif Fajar Fuadi

NPM. 13103614

Pembimbing I : Nawa Angkasa, S.H, M.A

Pembimbing II : Dharma Setyawan, M.A

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Syariah

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1442 H/ 2020 M**

NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Hal : Pengajuan Untuk Dimunaqosyahkan  
Saudara Nadzif Fajar Fuadi

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di ...  
Tempat

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi saudara:

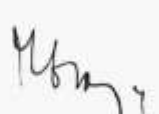
Nama : **NADZIF FAJAR FUADI**  
NPM : 13103614  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : **STUDY KELAYAKAN BISNIS EKONOMI KREATIF  
ILUSTRASI DIGITAL DI KOMUNITAS SKETSA  
LAMPUNG KOTA METRO (Study Kasus Grup Facebook  
Fiverr Seller Indonesia)**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.


*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I

  
**H. Nawa Angkasa, SH, MA**  
NIP. 19671025 200003 1 003

Metro, Juni 2020

Pembimbing II

  
**Dharma Setyawan, MA**  
NIP. 19880529 201503 1 005

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul: **STUDY KELAYAKAN BISNIS EKONOMI KREATIF  
ILUSTRASI DIGITAL DI KOMUNITAS SKETSA  
LAMPUNG KOTA METRO (Study Kasus Grup Facebook  
Fiverr Seller Indonesia)**

Nama : **NADZIF FAJAR FUADI**

NPM : **13103614**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Jurusan : **Ekonomi Syariah**

**MENYETUJUI**

Telah disetujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Juni 2020

Pembimbing I

Pembimbing II



**H. Nawa Angkasa, SH, MA**  
NIP. 19671025 200003 1 003

**Dharma Setyawan, MA**  
NIP. 19880529 201503 1 005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. : 2062/In.28.3/D/PP-00.9/07/2020

Skripsi dengan Judul: STUDY KELAYAKAN BISNIS EKONOMI KREATIF ILUSTRASI DIGITAL DI KOMUNITAS SKETSA LAMPUNG KOTA METRO (Study kasus Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia), disusun Oleh: NADZIF FAJAR FUADI, NPM: 13103614, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jum'at/26 Juni 2020.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : H. Nawa Angkasa, SH, MA

Penguji I : Hermanita, SE.MM.

Penguji II : Dharma Setyawan, MA

Sekretaris : Liana Dewi Susanti, M.E.Sy



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum**  
NIP. 19720923 200003 2 002

**ABSTRAK****STUDY KELAYAKAN BISNIS EKONOMI KREATIF ILUSTRASI  
DIGITAL DI KOMUNITAS SKETSA LAMPUNG KOTA METRO (Study  
Kasus Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia)****Oleh:****NADZIF FAJAR FUADI****NPM. 13103614**

Industri 4.0 membawa kita dalam kemutakhiran serta keterbukaan informasi. Munculnya profesi-profesi baru dan unik dalam sub sektor ekonomi kreatif menjadi penanda perubahan positif yang dibawa industri 4.0. Ilustrasi digital merupakan salah satu profesi baru tersebut. Memanfaatkan platform digital Fiverr, tak jarang ditemui ilustrator dapat mengembangkan bisnis disana. Seperti para anggota Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia. Study Kelayakan Bisnis Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital mereka patut diaplikasikan dalam komunitas lokal seperti Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro.

Penelitian ini bertujuan menjelaskan bagaimana Studi Kelayakan Bisnis Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital anggota Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia. Mengetahui proses, serta seluk beluk mereka dalam mengelola bisnis berbasis digital serta bagaimana aspek-aspek terkait studi kelayakan bisnis yang mereka jalani, khususnya perihal seberapa prospek bisnis tersebut. Nantinya hasil penelusuran tersebut akan coba diaplikasikan pada anggota Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro. Mulanya, peneliti mengumpulkan teori-teori terkait Study Kelayakan bisnis dan juga ekonomi kreatif khususnya ilustrasi digital. Kemudian peneliti akan menggali informasi dari sumber data yang dianggap representatif dan dapat memenuhi tujuan penelitian. Wawancara dilakukan kepada mereka yang terpilih dan bersedia serta terbukti telah menjalankan bisnis ilustrasi digital.

Berdasarkan analisis penelitian, banyak hal pendukung untuk menjadi Fiverr Seller yang tidak dimiliki oleh para anggota Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro. Baik pengetahuan umum maupun khusus tentang ekonomi kreatif, teknis pembuatan serta pemasaran ilustrasi digital.

**Kata Kunci:** *ekonomi kreatif, ilustrasi digital, fiverr, fiverr seller*

**ORISINALITAS PENELITIAN**

Yang bertamnda tangan dibawah ini:

Nama : Nadzif Fajar Fuadi

NPM : 13103614

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juni 2020

Yang Menyatakan,



**Nadzif Fajar Fuadi**

**NPM. 13103614**

**MOTTO**

وَتِلْكَ الْأَمْثَلُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ ۖ وَمَا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ ﴿٤٣﴾

*“Dan perumpamaan-perumpamaan ini Kami buat untuk manusia; dan tiada yang memahaminya kecuali orang-orang yang berilmu”*

Q.S. Al-An'kaabut 43



## PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak berkah dalam hidup peneliti. Saya persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih saya yang tulus kepada :

1. Ayah dan Ibuku tercinta, Budi Sunarko dan Suratilah yang telah mendidik, mendo'akan, mempercayai, juga menyemangati baik secara moril maupun materil, dan berkorban demi masa depan anak-anaknya.
2. Saudari-saudariku terkasih, Ratika Apriliana serta Hanin Nisa Rosdanina yang selalu memberikan inspirasi kepadaku.
3. Sahabat-sahabat terbaikku Ahmad Syariful Mubaroq, Nuril Anwar, Eko Ade Setiawan, Amir Mahmud, Dodik Hermawan, Ajad Sudrajad, serta teman-teman ESy angkatan 2013 yang telah lulus mendahului, terimakasih atas persahabatan, dan semangatnya yang kalian hembuskan. Tidak lupa untuk rekan kerja, Pavel dan Utunov yang selalu membantu dalam kesulitan.
4. Serta, Almamater tercinta IAIN Metro Lampung.

## KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur kepada Allah SWT, atas taufik dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam hanya tercurah kepada manusia mulia ialah Nabi Muhammad SAW, atas perjuangan beliau kita dapat saling mengenal dan menjalin tali Ukhuwah Islamiyah.

Skripsi yang berjudul “Study Kelayakan Bisnis Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital di Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro, Study Kasus Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia ”.

Upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Ibu Dr. Widya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dharma Setyawan, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Nawa Angkasa, S.H, M.A dan Bapak Dharma Setyawan, MA selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi.

5. Serta rekan-rekan seperjuangan dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini

Akhir kata, tiada manusia yang sempurna, demikian pula dengan skripsi ini yang masih ada kesalahan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun tetap peneliti nantikan demi kesempurnaan penelitian ini.

Metro, April 2020

Peneliti



**Nadzif Fajar Fuadi**

NPM.13103614

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>HAKAMAN ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>

### **BAB I    PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Penelitian Relevan .....	12

### **BAB II    LANDASAN TEORI**

A. Study Kelayakan Bisnis .....	14
1. Pengertian Study Kelayakan Bisnis .....	14
2. Tujuan Study Kelayakan Bisnis .....	15
3. Manfaat Study Kelayakan Bisnis.....	16
4. Aspek-aspek Study Kelayakan Bisnis.....	17
B. Ekonomi Kreatif.....	21
1. Definisi Ekonomi Kreatif.....	21
2. Ruang Lingkup Ekonomi Kreatif di Indonesia .....	24
C. Ilustrasi Digital.....	35
1. Definisi Ilustrasi .....	35
2. Jenis-jenis Ilustrasi .....	38
3. Ilustrasi Digital.....	41
D. Fiverr Seller Indonesia .....	44
1. Definisi Fiverr .....	44
2. Sistem Kerja Fiverr .....	45
3. Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia .....	48

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	48
1. Jenis Penelitian .....	48
2. Sifat Penelitian .....	48
B. Sumber Data .....	49
1. Sumber Data Primer .....	49
2. Sumber Data Sekunder .....	50
C. Teknik Pengumpulan Data .....	50
1. Wawancara .....	50
2. Dokumentasi .....	52
D. Teknik Analisis Data .....	53

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Temuan Umum	
1. Gambaran Umum Komunitas Sketsa Lampung .....	54
a. Latar Belakang Berdirinya Komunitas .....	54
b. Kegiatan Komunitas Sketsa Lampung .....	55
1) Agenda Mingguan .....	55
2) Workshop Seni Rupa .....	55
3) Mural Musiman .....	56
4) Pameran Seni Rupa .....	57
2. Gambaran Umum Grup Fiverr Seller Indonesia .....	58
a. Latar Belakang Grup Fiverr Seller Indonesia .....	58
b. Kegiatan Grup Fiverr Seller Indonesia .....	59
1) Sesi Pertanyaan .....	59
2) Sesi Sharing .....	60
3) Sesi Tutorial .....	60
B. Temuan Khusus	
1. Prospek Kelayakan Bisnis Ilustrasi Digital Fiverr Seller .....	61
2. Proses Pengerjaan Ilustrasi Digital Fiverr Seller .....	68
3. Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Ilustrasi Digital Fiverr Seller .....	71
4. Analisis Study Kelayakan Bisnis Ilustrasi Digital Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro .....	73

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	78
B. Saran .....	79

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1.0 Platform Industri di Dunia .....	3
Tabel 1.2.0 Pertumbuhan Kontribusi Ekraf Terhadap PDB di Indonesia.....	6
Tabel 1.3.0 Sub Sektor Dengan Pertumbuhan Tertinggi 2016 .....	7

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.0 Tangkapan Layar Website Fiverr.....	45
Gambar 1.2.0 Proses Kerja dalam Fiverr.....	46
Gambar 2.0.0 Sosial Media Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro.....	54
Gambar 3.1.0 <i>Gathering</i> Mingguan Menggambar Bersama.....	55
Gambar 3.2.0 Kegiatan Workshop Seni Rupa.....	56
Gambar 3.3.0 Kegiatan Mural Musiman .....	57
Gambar 3.4.1 Pameran Seni Rupa Palapa44 “Suka Sama Suka”, Bandar Lampung .....	57
Gambar 3.4.2 Pameran Seni Rupa Sketsa Lampung, “Refresh Exhibition”, Kota Metro .....	56
Gambar 4.0.0 Tangkapan Layar, Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia .....	59
Gambar 4.1.0 Sesi Pertanyaan Fiverr Seller Indonesia.....	59
Gambar 4.2.0 Sesi Sharing Fiverr Seller Indonesia.....	60
Gambar 4.3.0 Sesi Tutorial Fiverr Seller Indonesia .....	61
Gambar 5.1.0 Tampilan Website Fiverr Seller Risza .....	62



Gambar 5.2.0 Tampilan Website Fiverr Seller Putri .....	63
Gambar 5.3.0 Tampilan Website Fiverr Seller Andry Prasetya .....	64
Gambar 5.4.0 Tampilan Website Fiverr Seller Danar Dwi Putra .....	65
Gambar 5.5.0 Tampilan Website Fiverr Seller Naz Rud .....	66
Gambar 5.5.0 Tampilan Website Fiverr Seller Doni Cahyono .....	67
Gambar 5.6.0 Tampilan Website Fiverr Seller Toni.....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
3. Outline
4. Alat Pengumpul Data (APD)
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Izin Research
8. Dokumentasi
9. Riwayat Hidup

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Revolusi industri 4.0 membawa kita pada persaingan global karena keterbukaan dan kemudahan akses informasi. Segala hal pekerjaan fisik mulai surut tergantikan oleh teknologi robot dan juga sistem online yang menawarkan begitu banyak keuntungan. Beberapa mengeluhkan kondisi tersebut, karena mereka menganggap revolusi industri 4.0 mengancam mata pencaharian bahkan menggusurnya. Kesiapan perpindahan ke industri 4.0 Indonesia terletak pada sumber daya manusia dan pemerataan, Beberapa sektor industri di Indonesia masih belum mendekati industri 4.0.

Definisi mengenai Industri 4.0 beragam karena masih dalam tahap penelitian dan pengembangan. Kanselir Jerman, Angela Merkel berpendapat bahwa industri 4.0 adalah transformasi komprehensif dari keseluruhan aspek produksi di industri melalui penggabungan teknologi digital dan internet dengan industri konvensional. Schlechtendahl dkk menekankan definisi kepada unsur kecepatan dari ketersediaan informasi, yaitu sebuah lingkungan industri dimana seluruh entitasnya selalu terhubung dan mampu berbagi informasi satu dengan yang lain.<sup>1</sup>

Ekonomi kreatif menjadi sektor yang harus sangat diperhatikan dalam industri 4.0 ini. Ekonomi kreatif di Indonesia sendiri berdasarkan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Perpres No. 6 Tahun 2009 tentang Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) telah melakukan klasifikasi

---

<sup>1</sup> Hoedi Prasetyo, Wahyudi Sutopo, "Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek dan Arah Perkembangan Riset", J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri, Vol. 13, No.1/ Januari 2018. , 18.

terhadap subsektor ekonomi kreatif menjadi 16 subsektor ekonomi kreatif. Dari 16 subsektor ekonomi kreatif tersenut, Bekraf fokus mengembangkan ke enam subsektor ekonomi kreatif unggulan. Keenam subsektor ekonomi kreatif unggulan adalah kriya, kuliner, fesyen, film, pengembangan *game*, serta musik. Fokus pada 6 subsektor unggulan ini dikarenakan potensi pengembangan yang sangat besar untuk Indonesia.<sup>2</sup> Ekonomi kreatif menjadi salah satu tantangan bisnis yang tersoroti dewasa ini. Sejak awal kemunculannya, ekonomi kreatif diyakini dapat mempercepat kemajuan pembangunan ekonomi dan pengembangan bisnis. Studi pemetaan industri kreatif yang telah dilaksanakan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007-pun melahirkan sebuah definisi Industri kreatif: Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.<sup>3</sup>

Kemunculan *platform* Ekonomi Digital adalah wujud dari penerapan ekonomi kreatif dengan kondisi industri 4.0. Perkembangannya pun menyeluruh di berbagai belahan dunia. Baik negara maju ataupun berkembang memiliki *platform* yang berperan dalam ekonomi.

Ekonomi digital merupakan sebuah fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi, dimana fenomena tersebut mempunyai karakteristik sebagai ruang intelegen, meliputi informasi, berbagai akses terhadap instrumen informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi. Komponen ekonomi digital yang

---

<sup>2</sup> “Badan Ekonomi Kreatif Fokus Enam Subsektor, Ini Unggulannya”, Tempo.co.id, 19 Juli 2017. Dalam <https://bisnis.tempo.co/read/news/2017/03/31/090861303/badan-ekonomi-kreatif-fokus=enam-sektor-ini-unggulannya>. diunduh pada Tanggal 03 Agustus 2019

<sup>3</sup> Gunaryo, dkk., *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, , 10.

berhasil diidentifikasi pertama kalinya yaitu industri TIK, aktifitas *e-commerce*, distribusi digital barang dan jasa.<sup>4</sup>

Kombinasi konsep industri dengan teknologi *platform* telah mendorong transformasi di hampir setiap sudut ekonomi dan masyarakat secara keseluruhan, dari pendidikan, media, dan profesi hingga perawatan kesehatan, energi, dan pemerintahan.

Tabel 1.1.0 Industri Platform di dunia<sup>5</sup>

No	Sektor	Industri Platform
1.	Pertanian	John Deere, Intuit Fasal
2.	Komunikasi dan Jejaring	LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram, Tinder, Snapchat, WeChat
3.	Barang Konsumsi (Consumer Goods)	Phillips, McComick Foods, FlavorPrint
4.	Edukasi	Udemy, Skillshare, Coursera, edX, Duolingo
5.	Energi dan Industri Berat	Nest, Telsa, Powerwall, General Electric, Ener NOC
6.	Finansial	Bitcoin, Lending Club, Kickstarter
7.	Perawatan Kesehatan	Cohealo, SimplyInsured, Kaiser Permanente
8.	Permainan (Video Games)	Xbox, Nintendo, PlayStation
9.	Tenaga Kerja dan Layanan Profesional	Upwork, Fiverr, 99designs, Sittercity, LegalZoom
10.	Layanan Lokal	Yelp, Foursquare, Groupon, Angie's List
11.	Logistik dan Jasa Kurir	Munchery, Foodpanda, Haier Group

<sup>4</sup> Ahmad Budi Setiawan, "Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital di Indonesia", Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi, KEMKOMINFO, Vol. 9, No.1/ September 2018, 64.

<sup>5</sup> *Ibid.*, 66.

12.	Media	Medium, YouTube, Wikipedia, Huffington Post, Kindle
13.	Penerbitan	Operating System iOS, Android, MacOS, Microsoft Windows
14.	Ritel (Pengecer)	Amazon, Alibaba, Walgreens, Burberry
15.	Transportasi	Uber, Wave, BlaBlaCar, GrabTaxi, Ola Cabs
16.	Travel	Airbnb, TripAdvisor

Ilustrasi Digital merupakan bagian dari subsektor desain komunikasi visual dalam ekonomi kreatif. Namun, dalam pengembangannya Ilustrasi Digital dapat dikategorikan dalam subsektor lainnya.

Menurut Kusmiati:

Ilustrasi merupakan seni yang digunakan untuk membantu mengkomunikasikan pesan dengan tepat, cepat, serta tegas, dan merupakan terjemahan dari sebuah judul. Ilustrasi tersebut diharapkan bisa membentuk suatu suasana penuh emosi, dan menjadikan gagasan seakan-akan nyata. Ilustrasi sebagai gambaran pesan yang tak terbaca, namun bisa mengurai cerita, berupa gambar dan tulisan, yaitu bentuk grafis informasi yang memikat. Dengan ilustrasi maka pesan menjadi berkesan, karena pembaca akan lebih mudah mengingat gambar menjadi lebih berkesan dari pada kata-kata.<sup>6</sup>

Secara teknis Ilustrasi mengalami perkembangan dalam proses dan teknik pembuatannya. Munculnya komputer beserta alat pendukung grafis lainnya seperti *scanner*, *pen tablet*, *i-pad*, dan *komputer tablet*, menjadikan ilustrasi berkembang menjadi ilustrasi digital. Seperti kita tahu bahwa diabad ke-21 ini dipenuhi beragamnya kecanggihan teknologi. Dan kecanggihan teknologi ini jelas menjadi pelengkap dan pendukung kreativitas para pemuda. Tak heran jika industri kreatif berbasis komputer dan internet kini banyak bermunculan

---

<sup>6</sup> Kusmiati R. Arni, *Teori dasar Desain komunikasi visual*, (Jakarta: Djambatan, 1999.), 44.

menghiasi negeri ini.<sup>7</sup> Hal tersebut berbanding lurus dengan kebutuhan industrinya, seperti dalam industri *Game*, Komik, Film, Animasi, Musik dan lain sebagainya. Industri-industri tersebut tidak lepas dari peran seorang ilustrator atau orang yang bergelut di dunia ilustrasi.

Masifnya penggunaan sosial media di semua kalangan juga menjadi pemicu berkembangnya ilustrasi digital. Tentunya hal ini menjadi peluang baru untuk pengembangan di sektor ilustrasi digital. Peluang pengembangan ilustrasi digital di Indonesia masih sangatlah terbuka. Hal tersebut dibuktikan oleh beberapa ilustrator Indonesia yang *go international* melalui pintu-pintu dunia maya. Ardian Syaf adalah salah satu ilustrator tersebut. Beliau bekerja sebagai *penciller* di perusahaan komik besar DC Comic dan Marvel sejak 2007. Walaupun kiprahnya harus tersandung akibat pesan subliminal SARA yang digambarnya dalam proyek *X-Men Gold* bersama Marvel.<sup>8</sup> Ario Anindito adalah sosok ilustrator dari Bandung yang terjun menjadi ilustrator Marvel sejak 2010. Jalan karirnya pun sama, melalui pintu dunia maya. Seorang agency menawarinya proyek Marvel setelah melihat portofolio karyanya yang dipajang online.<sup>9</sup>

Sejumlah ilustrator yang tinggal di kota Yogyakarta saat ini seperti Danang Pambayun, Anung Srihadi dan beberapa nama lain saat ini mendapat permintaan desain ilustrasi untuk produk dari luar negeri sepatu

---

<sup>7</sup> Ria .A dan M. Benny Alexandri, “Aktivasi Sub-sektor Ekonomi Kreatif di Kota Bandung” Jurnal *AdBispreneur* Vol. 2, No. 3/ Desember 2017, 203.

<sup>8</sup> “Perjalanan Ardian Syaf Usai Kasus ‘212’ di ‘X-Men Gold’” [cnnindonesia.com](https://cnnindonesia.com/hiburan/20190123211956-241-363304/perjalanan-ardian-syaf-usai-kasus-212-di-x-men-gold), 24 Januari 2019, Dalam <https://cnnindonesia.com/hiburan/20190123211956-241-363304/perjalanan-ardian-syaf-usai-kasus-212-di-x-men-gold> diunduh pada 05 Agustus 2019.

<sup>9</sup> “Ario Anindito, Orang Indonesia di Balik Kesuksesan Komik Marvel” [jawapos.cpm](https://jawapos.com/entertainment/30/10/2017/ario-anindito-orang-indonesia-di-balik-kesuksesan-komik-marvel), 30 Oktober 2017, Dalam <https://jawapos.com/entertainment/30/10/2017/ario-anindito-orang-indonesia-di-balik-kesuksesan-komik-marvel> diunduh pada 05 Agustus 2019.

Puma, cover majalah internasional, cover musik dunia seperti Maroon 5 dan Billy Joel.<sup>10</sup>

Melihat pesatnya dampak dari Revolusi Industri 4.0 tentu memicu segala sektor membutuhkan ilustrasi untuk mendukung kegiatannya. Misalkan dalam sektor pemerintahan, dapat kita lihat dalam sosial media mereka terdapat ilustrasi-ilustrasi digital. Baik dalam berbentuk infografis, ajakan atau himbauan dan kata-kata motivasi, juga lain sebagainya. Sektor non pemerintahan pun sudah marak menerapkan ilustrasi digital dalam mengisi konten media sosialnya. Baik digunakan untuk profit ataupun non profit. Penerapan ilustrasi digital yang baik dan benar tentu akan membuat gagasan atau ide yang terdapat dalam ilustrasi tersebut tersampaikan kepada pemirsanya.

Data terbaru BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif) pada periode tahun 2018, berkontribusi sebesar 1.105 Triliun terhadap pendapatan negara. Meningkat dari tahun sebelumnya yang menyentuh angka 1.009 Triliun.<sup>11</sup>

Tabel 1.2.0 Pertumbuhan Kontribusi Ekraf Terhadap PDB Indonesia

Pertumbuhan Kontribusi Ekraf Terhadap PDB Indonesia		
No	Tahun	Pendapatan

<sup>10</sup> Farid Rusdi, Gregorius Genep Sunendro, “Analisi Industri Kreatif dalam Memanfaatkan Identitas Kota Melalui Media Baru”, Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara, Vol.10, No.1/ Juli 2018, 96.

<sup>11</sup>BEKRAF, OPUS *Creative Economy Outlook* 2019, 19 november 2018, [http://bekraf.go.id/pustaka/downloadable/pdf\\_file/181161-opus-indonesia.pdf](http://bekraf.go.id/pustaka/downloadable/pdf_file/181161-opus-indonesia.pdf) diunduh pada 9 Oktober 2019, 14.



1	2015	Rp.852 Triliun
2	2016	Rp. 922, 59 Triliun
3	2017	Rp. 1,009 Triliun
4	2018	Rp. 1.105 Triliun
5	2019	Rp. 1.211 Triliun

Posisi profesi ilustrator, jika dipetakan secara rinci tersebar pada hampir seluruh sub-sektor. Namun tingkat keterlibatan dalam masing-masing sub sektor memiliki porsi berbeda. Desain Komunikasi Visual adalah salah satu sub sektor yang paling banyak melibatkan jasa ilustrator. Kemudian disusul Film, Animasi, Video, subsektor yang membutuhkan juga jasa ilustrator dalam prosesnya. Pertumbuhan ekonomi kreatif tertinggi pada tahun 2016 ditempati oleh 4 sub sektor yakni; Televisi dan Radio, Film, Animasi, dan Video, Seni Pertunjukan, Desain Komunikasi Visual. Data tersebut menegaskan bahwa ilustrasi digital berkembang pesat dalam sub sektor Desain Komunikasi Visual dan juga Film, Animasi, dan Video.

Tabel 1.3.0 Sub-Sektor Dengan Perumbuhan Tertinggi 2016<sup>12</sup>

No	Sub Sektor Ekonomi Kreatif	Persentase Pertumbuhan

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, 18.

1	Televisi dan Radio	10,33 %
2	Film, Animasi dan Video	10,09 %
3	Seni Pertunjukan	9,54 %
4	Desain Komunikasi Visual	8,98 %

Potensi pengembangan ilustrasi digital tentunya memiliki peluang yang sangat besar. Salah satu indikator tersebut tentunya pertumbuhan sub sektor yang paling banyak menyerap profesi ilustrator.

Sketsa Lampung terbentuk pada tanggal 15 April 2015. Bermula dari gagasan Rulian Saputra bersama teman-temannya yang memiliki hobby serupa. “Latar belakangnya bikin Sketsa Lampung, ingin buat perkumpulan gambar bareng aja. Buat wadah silaturahmi”. Tuter Rulian, menjawab tentang awal mula berdirinya komunitas Sketsa Lampung. Gagasan tersebut direalisasikan dalam grup Facebook, Black Berry Massager (BBM), dan sosial media lainnya. Namun, terdapat agenda gathering di tempat-tempat tertentu yang dilaksanakan dalam periode mingguan, seperti di Taman Kota, Lapangan Samber, Taman Ki Hajar, atau di tempat-tempat lain. Komunitas yang bergerak dalam seni rupa ini, memiliki beberapa kegiatan seperti menggambar, melukis, membuat mural dan juga grafiti. Tak jarang Sketsa Lampung melibatkan diri dalam acara sosial juga. Anggota Sketsa Lampung diperkirakan mencapai 300 orang anggota, namun sekitar 35 anggota yang aktif sampai

sekarang. Beberapa anggota memutuskan untuk menjadikan seni rupa sebagai lahan utama mencari rejeki. Namun tak banyak dari mereka yang bertahan karena jalan yang ditempuh tidaklah mudah. Mengingat seni merupakan kebutuhan tersier yang tergolong mewah sehingga minim peminat. Terlebih lagi dalam kota-kota kecil dan berkembang seperti Kota Metro. Tentunya Ilustrasi Digital dapat menjadi salah satu terobosan anggota-anggota komunitas seni rupa seperti Komunitas Sketsa Lampung untuk menjadikannya solusi.

Fiverr merupakan salah satu platform industri tenaga kerja profesional dunia yang sangat populer. Website ini mempertemukan penjual jasa dengan pembeli jasa. Cara kerjanya mirip seperti agency, dengan sistem memotong beberapa persen tiap transaksi sebagai fee kepada website yang telah mempertemukan mereka.

Penjual jasa, atau sering disebut dengan *Seller* yang berasal dari Indonesia sendiri berjumlah banyak dalam platform Fiverr. Tidak hanya sekedar menjadikan pekerjaan sampingan atau tambahan, tapi juga banyak dari mereka menjadikan Fiverr ini sebagai mata pencaharian utama atau pekerjaan tetap.

Grup Facebook Fiverr Seller merupakan grup tempat para penjual jasa Fiverr. Tempat berbagi pengalaman dan juga ilmu bagi sesama penjual jasa Fiverr. Baik mereka yang baru saja memulai menjadi penjual ataupun yang sudah lama menjadi penjual. Menurut Ahmad Fajar Nazzrudin atau sering dikenal dengan nama pena Naz Rud, “Layak *sih* layak *banget*, tapi

kompetisinya keras. Temenku aja ada yang tiap bulan travel ke luar negeri, dari hasil gambar (ilustrasi), ada yang bisa nikah, beli rumah juga.”<sup>13</sup> Jelasnya terkait pertanyaan kelayakan bisnis ilustrasi digital ini. Beliau adalah salah satu anggota Fiverr *Seller* Indonesia, walau pekerjaan datang lebih banyak dari luar *platform* Fiverr. Berbeda dengan pengalaman Doni Cahyono, beliau mengaku masih baru menjadi *seller* Fiverr, namun karena berfikir akan prospek bagus beliau berniat menseseriusi dan menjadikan pekerjaan utama. “Mulai menjadi Fiverr *seller* sekitar 4 bulan yang lalu (awal tahun 2020), awalnya sih sekedar buat *side job* (pekerjaan sampingan). Tapi makin kesini, kepikiran lebih diserusi mungkin bisa jadi kerjaan utama”<sup>14</sup>. Beliau menambahkan lagi perihal pendapatan yang dia dapatkan variatif, dari \$50 sampai dengan \$120 tiap ilustrasi tergantung kerumitan dan kesulitan, dengan rata-rata 10-20 order dalam sebulan.<sup>15</sup>

Keberadaan Komunitas Sketsa Lampung sebagai insan kreatif, memunculkan beberapa pertanyaan akan pengetahuan komunitas tersebut tentang perkembangan dunia Ilustrasi Digital. Apakah mereka mengerti tentang Ekonomi Kreatif Ilustrasi digital dan juga prospek pengembangannya. Berdasarkan paparan latar belakang tersebut pengembangan Ilustrasi Digital sangatlah penting karena prospek yang begitu bagus. Namun fokus masalah penelitian ada pada bagaimana Study Kelayakan Bisnis Ekonomi Kreatif

---

<sup>13</sup> Wawancara, Naz Rud, Illustrator, anggota Fiverr *Seller* Indonesia, 21 April 2020.

<sup>14</sup> Wawancara, Doni Cahyono, Illustrator Character, anggota Fiverr *Seller* Indonesia, 22 April 2020.

<sup>15</sup> *Ibid.*,

Ilustrasi Digital di Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro Study Kasus Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia. Peneliti tertarik dan memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Study Kelayakan Bisnis Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital di Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro Study Kasus Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia”**

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti membuat pertanyaan penelitian yaitu: Bagaimana Study Kelayakan Bisnis Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital Sketsa Lampung Kota Metro, Study Kasus Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah untuk merumuskan pertanyaan-pertanyaan dan menemukan jawaban-jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut.<sup>16</sup> Berdasarkan teori tersebut adapun tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui Bagaimana Study Kelayakan Bisnis Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital di Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro, Study Kasus Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia?

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat atau kegunaan yang diharapkan di dalam penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Secara Teoritis

---

<sup>16</sup>Suraya Murcitaningrum, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. (Bandar Lampung: Ta'lim Press. 2013) , 20.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran dalam pengembangan keilmuan serta menambah wawasan tentang Study Kelayakan Bisnis Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital Sketsa Lampung Kota Metro, Study Kasus Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia.

## 2. Kegunaan Secara Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi kepada pembaca dan penulis sendiri mengenai Study Kelayakan Bisnis Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital Sketsa Lampung Kota Metro, Study Kasus Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia. Terlebih dapat menginspirasi pembaca dan menjadi stimulus untuk mempraktikkannya.

## E. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi tentang uraian hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Penelitian terdahulu (*prior research*) adalah untuk membandingkan antara penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian-penelitian terdahulu, apakah ada kesamaan atau perbedaan antara penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian-penelitian yang sebelumnya.<sup>17</sup> Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap beberapa sumber kepustakaan, telah banyak judul penelitian yang telah membahas topik ini antara lain sebagai berikut:

Judul skripsi “Pengembangan Multimedia Pembelajaran menggambar Ilustrasi Untuk Siswa Kelas VIII Di SMP N 2 Turi Sleman Yogyakarta” oleh

---

<sup>17</sup>Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi (Metro: STAIN Jurai Siwo Metro, 2015), 39.

Gesya Dwi Augia dari Universitas Negeri Yogyakarta, program studi Pendidikan Seni Rupa. Walaupun juga membahas Ilustrasi, namun, terdapat perbedaan yang jelas dalam skripsi ini. Gesya lebih menekankan pengembangan ilustrasi sebagai media belajar pada siswa bukan dalam pengembangan ekonomi kreatifnya.

Judul Skripsi “Perancangan Buku Batik Plumpungan Salatiga dengan Ilustrasi Digital” oleh Nugroho Hamid Kurnia Santoso dari Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, program studi Desain Komunikasi Visual tahun 2013. Penelitian ini memiliki kesamaan pada pembahasan Ilustrasi digitalnya. Namun perbedaan terletak pada titik fokus penelitian yang menitik fokuskan pada perancangan buku tentang Batik Plumpungan, bukan pengembangan ekonomi kreatif.

Berdasarkan beberapa judul penelitian yang dilakukan diatas, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh penulis memiliki kajian yang berbeda. Walaupun memiliki fokus kajian yang sama pada tema tema tertentu. Akan tetapi, dalam penelitian yang dikaji oleh peneliti ini, lebih ditekankan pada study kelayakan bisnis ekonomi kreatif ilustrasi digital di Komunitas Sketsa Lampung kota Metro. Hal ini menegaskan bahwa penelitian dengan judul **“Study Kelayakan Bisnis Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital di Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro Study Kasus Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia”** merupakan tindak lanjut atau pengembangan dari penelitian yang sudah ada sebelumnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Study Kelayakan Bisnis

##### 1. Pengertian Study Kelayakan Bisnis

Kasmir dan Jakfar mendefinisikan, studi kelayakan bisnis atau usaha adalah kegiatan yang mempelajari secara mendalam atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak tidaknya usaha tersebut dijalankan<sup>18</sup>

Untuk menentukan layak tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek. Setiap aspek untuk dapat dikatakan layak harus memiliki suatu standar nilai tertentu, namun keputusan penilaian tak hanya dilakukan pada salah satu aspek saja. Penilaian untuk menentukan kelayakan harus didasarkan kepada seluruh aspek yang akan dinilai nantinya.<sup>19</sup>

Studi kelayakan usaha juga merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk baru.<sup>20</sup>

Studi kelayakan bisnis menilai keberhasilan suatu proyek dalam satu keseluruhan sehingga semua faktor harus dipertimbangkan dalam suatu analisis terpadu yang meliputi faktor-faktor yang berkenaan dengan aspek teknis, pasar dan

---

<sup>18</sup> A. Rusdiana, *kewirausahaan Teori dan Praktik* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 211.

<sup>19</sup> Kasmir, dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2012), 7-8.

<sup>20</sup> Husein Umar, *Studi kelayakan bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), 9.



pemasaran, keuangan, manajemen, hukum, serta manfaat proyek bagi ekonomi nasional.<sup>21</sup>

Menurut Husen Umar, hasil studi kelayakan usaha pada prinsipnya bisa digunakan antara lain untuk:

- a. Merintis usaha baru, misalnya membuka toko, membangun pabrik, mendirikan perusahaan jasa, membuka usaha dagang, dan lain sebagainya.
- b. Mengembangkan usaha yang sudah ada, misalnya untuk menambah kapasitas pabrik, memperluas skala usaha, mengganti peralatan atau mesin, menambah mesin baru, memperluas usaha, dan lain sebagainya.
- c. Memilih jenis usaha atau investasi atau proyek yang paling menguntungkan, misalnya pilihan usaha dagang, pilihan usaha barang atau jasa, pabrikasi atau perakitan, proyek A atau proyek B, dan lain sebagainya<sup>22</sup>

## 2. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Untuk memahami secara lebih dalam tentang studi kelayakan. Feasible study adalah tidak bisa bagi kita mengesampingkan tujuan yang hendak dicapai dari dilakukannya studi kelayakan tersebut. Tujuan studi kelayakan tidak terlepas pada cita-cita dan harapan yang diharapkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dalam hal ini Kasmir dan Jakfar mengatakan paling tidak ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan yaitu:

- a. Menghindari resiko kerugian. Untuk mengatasi resiko kerugian pada masa yang akan datang harus ada semacam kondisi kepastian. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau terjadi tanpa dapat diramalkan. Fungsi studi kelayakan adalah meminimalkan resiko yang tidak diinginkan, baik risiko yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

---

<sup>21</sup> Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 4

<sup>22</sup> Husein Umar, *Studi kelayakan*,. h.184.

- b. Memudahkan perencanaan. Apabila sudah dapat meramalkan yang akan terjadi pada masa yang akan datang, kita dapat melakukan perencanaan dan hal-hal yang perlu direncanakan.
- c. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan. Berbagai rencana yang sudah disusun akan memudahkan pelaksanaan usaha. Pedoman yang telah tersusun secara sistematis, menyebabkan usaha yang dilaksanakan dapat tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun.
- d. Memudahkan pengawasan. Pelaksanaan usaha yang sesuai dengan rencana yang sudah disusun, akan memudahkan kita untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.
- e. Memudahkan pengendalian. Apabila dalam pelaksanaan telah dilakukan pengawasan, jika terjadi penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah mengendalikan agar tidak melenceng dari rel yang sesungguhnya, sehingga tujuan perusahaan akan tercapai<sup>23</sup>

Penjelasan point diatas tentang manfaat penerapan studi kelayakan bisnis dapat disimpulkan bahwa sangatlah penting bagi pemilik usaha atau bisnis karena dengannya usaha tersebut dapat berjalan dengan baik dan optimal.

### **3. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis**

Penerapan studi kelayakan bisnis dengan baik dan benar akan menghasilkan manfaat-manfaat yang didapat pemilik bisnis ataupun perkembangan bisnis itu sendiri. Terdapat tiga manfaat yang ditimbulkan dari adanya studi kelayakan bisnis:

- a. Manfaat finansial diperoleh pelaku bisnis jika bisnis tersebut dirasakan menguntungkan dibandingkan risiko yang akan dihadapi.<sup>24</sup>
- b. Manfaat ekonomi nasional, bisnis yang dijalankan tidak hanya menguntungkan secara ekonomis saja tetapi juga bermanfaat bagi

---

<sup>23</sup> A. Rusdiana, *kewirausahaan Teori dan Praktik.*, 212.

<sup>24</sup> Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: UIN Malang Press, 2011), 4 .

peningkatan ekonomi Negara secara makro. Misalnya semakin banyaknya tenaga kerja yang diserap, peningkatan devisa, membuka peluang investasi lain, peningkatan GNP, kontribusi pajak, dan lain sebagainya.

- c. Manfaat sosial, memberikan manfaat terutama bagi masyarakat disekitar lokasi bisnis tersebut dibangun.

#### 4. Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis

Kesuksesan penerapan studi kelayakan bisnis tentunya didasarkan oleh beberapa aspek-aspek yang menjadi standarnya.

Pada saat suatu pekerjaan proyek atau usaha dan juga bisnis akan dilaksanakan dan pihak manajer membutuhkan dana yang sifatnya eksteren maka pengajuan kepada pihak perbankan adalah salah satu alternatif pembiayaan yang ditempuh. Maka disini akan menjadi bahan kajian serius oleh pihak perbankan khususnya bagian analisis kredit apakah proyek atau usaha yang dikerjakan tersebut *feasible or infeasible* (layak atau tidak layak) untuk realisasikannya pinjaman yang diajukan.<sup>25</sup>

Adapun aspek-aspek dasar yang menunjang pelaksanaan studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut:

- a. Aspek Sumber Daya Manusia (*Human Resource Aspect*)

Aspek manajemen ini mencakup pada kapabilitas dari manajer dan karyawan yang berada di proyek atau usaha tersebut. Aspek manajemen ini dimulai dari sisi yang paling dasar mulai karakter yang dimiliki oleh manajer dan para karyawan yang terlibat sehingga sampai dengan latar belakang pendidikan yang mereka tempuh dengan tidak mengecualikan kualitas akademik yang pernah dijalaninya. Analisis karakter ini adalah untuk melihat apakah mereka memiliki jiwa berwirausaha atau tidak, ataupun yang dilakukannya ini lebih pada usaha ikut-ikutan karena

---

<sup>25</sup> Irham Fahmi, *dkk, Studi Kelayakan Bisnis teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 17.

melihat trend usaha yang berkembang pada saat itu atau memang ia benar-benar memiliki konsep serta model pemikiran berwirausaha. Adapun dari segi *education* adalah menyangkut dengan wawasan dan susunan manajemen admistrasinya yang dimiliki sehingga itu akan terlihat kualitasnya pada saat menjelaskannya suatu masalah yang menyangkut dengan usaha yang sedang dirintisnya dengan kemampuan penjelasan yang jauh lebih sistematis dan berbobot ilmiah, apalagi jika *education* (pendidikan) yang dimiliki adalah sesuai dengan usaha yang sedang dibangunnya.

b. Aspek keuangan (*financial aspect*)

Pada aspek ini menyangkut dengan faktor kemampuan seorang manajer dalam proyeksikan *cash flow*-nya ( arus kas) yang menunjukkan adanya kondisi yang meyakinkannya bawah nasabah tersebut adalah berkemampuan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban finansialnya, termasuk yang paling utama adalah sanggup mengembalikan pinjaman tepat waktunya tanpa ada macet atau tunggakan. Karena penting sekali bagi pihak bagi bank memahami masalah ini dengan serius karena masalah perbankan yang terbesar timbul adalah dimana para nasabah tidak mampu untuk melunasi atau mengalami kendala dalam membayar cicilan pinjaman beserta pokok bunganya. Sehingga dalam kasus seperti perbankan melihat ini sebagai piutang tak tertagih.<sup>26</sup>

Analisis kelayakan finansial dilakukan pada penelitian ini untuk mengetahui kelayakan usaha sehingga diketahui apakah usaha yang dijalankan.<sup>27</sup>

c. Aspek pemasaran (*marketing aspect*)

Keandalan *marketing* yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau lembaga maka tentunya akan mampu mendorongnya untuk mampu menjangkau dan memasarkan produknya sampai ketempat-tempat yang jauh sekalipun. Oleh karena itu, bagus tidaknya manajemen yang dimiliki akan sangat memungkinkan barang dan jasa yang dihasilkan akan mampu mendistribusikan sampai ketangan konsumen tepat pada waktu yang disepakati dan juga mampu terjual sesuai dengan target yang diharapkan. Dalam *marketing* dikenal dengan namanya marketing mix atau bauran pemasaran. *Marketing mix* ini mencakup *product*

---

<sup>26</sup> Irham Fahmi, *dkk*, *Studi Kelayakan Bisnis.*, 22

<sup>27</sup>Dewi Purnamasari dan Bambang Hendrawan, "Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis Sebagai Oleh-Oleh," *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis* Vol 1 No 1, 2013, 85.

(produk), *place* (tempat), *price* (harga), and *promotion* (promosi), atau dikenal dengan dengan 4P. bagi suatu perusahaan memperhatikan, memahami, dan melaksanakan *marketing mix* ini adalah sangat penting, karena *marketing mix* ini adalah elemen internal penting yang mampu membentuk suatu program pemasaran perusahaan. Seorang analisis kredit untuk mengaji aspek pemasaran suatu perusahaan atau klien yang menjadi calon penerima kreditnya adalah sangat penting untuk tidak mengesampingkan *marketing mix* ini, karena dengan mengaji 4P ini akan dapat dipahami bagaimana kesiapan suatu perusahaan untuk menetapkan, memuaskan keinginan pasar dan menghadapi persaingan para pesaing khususnya untuk produk atau jasa yang sejenisnya..

- d. Aspek produksi (*product aspect*) Aspek produksi adalah menyangkut dengan kemampuan proyek atau usaha yang bersangkutan mampu menghasilkan dan menyelesaikan pekerjaan dalam ukuran jangka waktu. Dalam aspek produksi ini yang tidak harus dilupakan adalah ketersediaan dari bahan baku yang dibutuhkan apakah termasuk langkah hingga harus dipesan dulu atau muda tersedia. Oleh karena itu, jika menyangkut dengan faktor yang sulit tersedia adalah apa tindakan pihak manajemen perusahaan mengatasi masalah seperti itu. Karena keterlambatan datangnya bahan baku akan bisa menyebabkan keterlambatan produksi barang yang akan dihasilkan dan tentu berpengaruh pada sisi keterlambatan pada saat akan penjualan.
- e. Aspek Teknis (*Tachnical Aspect*)  
Aspek ini menyangkut keadaan dari penerapan teknologi yang digunakan adalah sesuai dengan kemampuan skil karyawan yang mengerjakan proyek atau usaha tersebut. Pembahasan dalam aspek teknis meliputi penentuan lokasi proyek, perolehan bahan baku produksi, serta pemilihan mesin dan jenis teknologi yang digunakan untuk menunjang proses produksi.<sup>31</sup> Jika proyek tersebut menyangkut dengan pembuatan jalan dan jembatan maka sangat tidak bisa mengesampingkan akan kebutuhan seorang sarjana teknik sipil guna meruskan permasalahan baik ditahap perencanaan hingga lapangan. Konrol pengerjaan adalah penting, tanpa ada konrol pengerjaan dengan baik maka pemborosan dan keterlambatan proyek akan mungkin terjadi.
- f. Aspek kemanfaatan (*benefit aspect*)  
Aspek kemanfaatan yang dimaksud adalah bahwa proyek usaha yang dikerjakan tersebut nantinya diharapkan akan bermanfaat bagi masyarakat dan juga telah turut membantu menyukseskan program pemerintah dalam pembangunan. Oleh karena itu, pada dasarnya setiap pengajuan dan pencairan kredit yang dilakukan sebuah perbankan adalah mengacu kepada target, tujuan, dan prioritas pembanaguan

pemerintah yaitu memberikan sesuatu arti berupa pencapaian dari target pembangunan ekonomi, seperti target menengah, dan jangka panjang. Sehingga proyek atau usaha tersebut masuk katagori mana jangka pendek, menengah, atau panjangkah.<sup>28</sup>

g. Aspek hukum (*juridical aspect*)

Aspek hukum disini akan dilihat bahwa proyek atau usaha tersebut dilaksanakan sudah mematah berbagai ketentuan yang berlaku atau yang diterapkan oleh pemerintah (*government*) dimana proyek atau usaha tersebut dilaksanakan. Jika aspek hukum ini tidak dilaksanakan dengan sungguh-sungguh maka akan dipastikan bahwa masalah yang kan timbul kedepan nantinya adalah berupa gugatan yang akan timbul dari berbagai pihak yang merasa dirugikan oleh faktor keberadaan proyek atau usaha tersebut. Misalnya proyek atau usaha tersebut tidak mengindahkan faktor lingkungan, sehingga dampak pencemaran, polusi, kebisingan, dan lainnya adalah sesuatu yang saat akan menjadi ancaman yang siap suatu saat diangkat kepermukaan. Sehingga pada saat kasus tersebut dibawa ke pengadilan akan timbulnya beberapa *cost* yang harus dikeluarkan oleh perusahaan baik untuk membayar biaya pengacara bahkan untuk mengganti kerugian yang timbul karena faktor keputusan pengadilan yang membutuhkan pihak perusahaan harus melakukan ganti rugi kepada pihak pengugat.

h. Aspek kesempatan kerja (*opportunity job aspect*)

Diharapkan bahwa proyek atau usaha yang dikerjakan tersebut adalah mampu untuk membuka lapangan pekerjaan baru kepada masyarakat yang otomatis itu adalah membantu pemerintah untuk mengurangi jumlah angka pengangguran. Misalnya pada usaha yang sifatnya pada karya, jelas untuk usaha seperti ini penyerapan jumlah tenaga kerja akan terus meningkat akan terasa sangat signifikan terjadi.<sup>29</sup>

i. Aspek lingkungan (*enviroment aspect*)

Aspek lingkungan menyangkut berbagai hal yang berhubungan dengan lingkungan dan dampak yang ditimbulkan oleh keberadaan suatu perusahaan seperti pencemaran dan kerusakan lingkungan yang ditimbulkannya. Keseimbangan ekosistem lingkungan harus selalu dijaga pada saat kerusakan lingkungan yang sudah terjadi maka mengembalikan kepada keseimbangan semula dalah sangat sulit karena proses stabilitas lingkungan itu adalah memakan waktu yang sangat

---

<sup>28</sup> Abidatul Afiyah, "Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry," *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 23 No 1, Juni 2015, 4.

<sup>29</sup> Irham Fahmi, *dkk*, *Studi Kelayakan Bisnis.*, 25-26.

lama. Persoalan lingkungan saat ini mulai dikaji dengan konsep AMDAL (analisis dampak lingkungan) yaitu setiap perusahaan berkewajiban untuk memlih konsep AMDAL sebagai bentuk keperdulianya dan melestarikan alam secara berkelanjutan dalam artian manusia berkewajiban untuk menjaga lingkungan dengan sikap dalam dan penuh tanggungjawab moral, dengan kata lain perusahaan memiliki sasaran yang bertanggungjawab dalam menjaga lingkungan.<sup>30</sup>

Perubahan kehidupan sosail, budaya, dan ekonomi dalam masyarakat dapat menimbulkan gesekan anantara masyarakat disekitar dengan pelaku bisnis, maupun diantara anggota masyarakat sendiri. Masyarakat yang akan memperoleh dampak positif yang mendukung keberadaan bisnis yang akan dilaksanakan. Sebaliknya masyarakat yang merasa dampak negatif dari keberadaan bisnis lebih besar dari dampak positifnya akan menolak keberadaan bisnis tersebut<sup>31</sup>

## **B. Ekonomi Kreatif**

### **1. Definisi Ekonomi Kreatif**

Ekonomi kreatif, menurut John Howkins yang dikutip dari buku *Magic of Creativepreneur* karangan DeLee adalah bisnis ide, ia bertanya untuk mengubah ide menjadi produk.<sup>32</sup>

John Howkins menjelaskan bahwa, Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang menjadikan kreatifitas, warisan budaya, dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan. Proses penciptaan nilai tambah berdasarkan kreatifitas,

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, 26-27.

<sup>31</sup> Suliyanto, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: CV Ani Offset, 2010), 44.

<sup>32</sup> DeLee, *Magic of Creative Preneur*, (ABNG Publishing, 2012), 3.

budaya, dan lingkungan inilah yang memberikan nilai tambah kepada sesuatu perekonomian.<sup>33</sup>

Ekonomi kreatif adalah sebuah kegiatan ekonomi yang timbul dari adanya kreatifitas, di mana dari berbagai kreatifitas, inovasi, bakat, ide, gagasan, sebagai wujud nyata dari kreatif tersebut dan kekayaan intelektual merupakan sumber utama dari ekonomi kreatif.<sup>34</sup>

Industri kreatif dapat diartikan sbgai kumpulan aktifitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain Industri Budaya (terutama di Eropa) atau juga Ekonomi Kreatif.<sup>35</sup>

Istilah industri kreatif di Indonesia sering diartikan sebagai tindakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan, serta bakat individu yang melekat pada seseorang. Pemanfaatan industri kreatif bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi serta daya cipta individu tersebut, baik secara individu maupun kelompok kerja.<sup>36</sup>

Wheney Khristianto menyatakan bahwa, tingkat ekonomi Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam lingkup ekonomi kreatif. Salah

---

<sup>33</sup>Carunia M. Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia* ,(Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), .10.

<sup>34</sup> Siti Nur Azizah, Muhfiatun, “Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus *Handcraft* dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)”, *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, Vol. 17, No. 2/ 2017, 67.

<sup>35</sup> Dede Jajang Suyaman, *Kewirausahaan dan Industri Kreatif*, (Bandung: ALFABETA, 2015), 43.

<sup>36</sup> Agus Rochani, “Strategi Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mewujudkan Kota Cerdas Studi Kasus: Kota Purbalingga” Dalam <http://jurnal.unissula.ac.id/>, diunduh pada 03 Agustus 2019.



satunya diakibatkan oleh adanya perkembangan teknologi informasi sehingga membuat peluang dan pengembangan ekonomi kreatif menjadi lebih cepat<sup>37</sup>

Menurut Simatupang, Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang fokus pada kreasi dan eksploitasi karya kepemilikan intelektual seperti seni, film, permainan atau desain fashion, dan termasuk layanan kreatif antar perusahaan seperti iklan<sup>38</sup>

Sejak awal kemunculannya, ekonomi kreatif diyakini dapat mempercepat kemajuan pembangunan ekonomi dan pengembangan bisnis. Hal ini didasarkan pada fenomena paradoks yang mulai muncul dari pengalaman pembangunan ekonomi dan pengembangan bisnis di banyak negara, terutama pada perbedaan kinerja pembangunan ekonomi dan bisnis yang amat tajam antara negara-negara yang miskin sumber daya alam dengan yang sudah melimpah kekayaan alamnya.<sup>39</sup>

Ekonomi kreatif, akan menjadi potensial, apabila didukung tiga hal, yaitu Knowledge Creative (Pengetahuan yang kreatif), Skilled Worker (pekerja yang berkemampuan), Labor Intensive (kekuatan tenaga kerja) untuk dapat dipergunakan kepada begitu banyak ruang dalam industri produk kreatif.<sup>40</sup>

---

<sup>37</sup> Prihatin Dwi Santoro, I Gede Wyana Lokantara, "Konsep "Studio Kreatif" Media Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Kendal", Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia, Vol.1, No. 1/ Mei 2018, 83.

<sup>38</sup> Togar M. Simatupang, *dkk*, "Analisis Kebijakan Pengembangan Industri Kreatif di Kota Bandung", Jurnal Manajemen Teknologi ITB, Vol. 8, No. 1/ 2008, 4.

<sup>39</sup> Moelyono Mauled, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif: Antara tuntutan dan kebutuhan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), 96.

<sup>40</sup> Putri Diana, I Ketut Suwena, dan Ni Made Sofia Wijaya, "Peran dan Pengembangan Industri Kreatif dalam Mendukung Pariwisata di Desa Mas dan Desa Peliatan, Ubud", Jurnal Analisis Pariwisata, Vol.17, No.2/2017, 88.

Ekonomi kreatif yang mencakup industri kreatif, diyakini dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian negara secara signifikan. Indonesia merupakan negara yang memiliki ragam budaya yang cukup megah, tentunya memiliki peluang sangat besar dalam pengembangan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dinilai telah membuktikan proporsi kontribusinya yang signifikan dan terus meningkat dalam pendapatan negara. Berbagai bidang negara saat ini meyakini ekonomi kreatif dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian bangsanya secara signifikan. Ekonomi kreatif memegang peranan yang sangat besar bagi perekonomian dunia yang juga untuk memicu perbaikan krisis ekonomi global. Studi pemetaan industri kreatif yang telah dilaksanakan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007-pun melahirkan sebuah definisi Industri kreatif:

Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.<sup>41</sup>

Menurut Suryana, Industri Kreatif mengacu pada pengertian bagaimana usaha-usaha mentransformasikan kreativitas individu, kecakapan, dan ketrampilan ke dalam bentuk nilai tambah.<sup>42</sup>

Konsep ekonomi kreatif dan industri kreatif yang terpapar diatas dapat disimpulkan bahwa, Ekonomi kreatif merupakan suatu aktifitas penciptaan produk

---

<sup>41</sup> Gunaryo, dkk., *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, 10.

<sup>42</sup> Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 96.

yang bersumber dari kreatifitas, ide atau gagasan dan juga ketrampilan individu maupun kelompok.

Industri kreatif sendiri merupakan bagian dari ekonomi kreatif yang memberikan potensi penyerapan lapangan kerja dan produktifitas lebih. Tentunya siklus aktifitas produksinya dapat melibatkan subsektor ekonomi kreatif lainnya.

## **2. Ruang Lingkup Ekonomi Kreatif di Indonesia**

Ekonomi kreatif di Indonesia sendiri berdasarkan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Perpres No. 6 Tahun 2009 tentang Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) telah melakukan klasifikasi terhadap subsektor ekonomi kreatif menjadi 16 subsektor ekonomi kreatif. Dari 16 subsektor ekonomi kreatif tersebut, Bekraf fokus mengembangkan ke enam subsektor ekonomi kreatif unggulan. Keenam subsektor ekonomi kreatif unggulan adalah kriya, kuliner, fesyen, film, pengembangan *game*, serta musik. Fokus pada 6 subsektor unggulan ini dikarenakan potensi pengembangan yang sangat besar untuk Indonesia.

Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015, produk-produk ekonomi kreatif diklasifikasikan kedalam 16 subsektor yang oleh Badan Pusat Statistik (BPS) kemudian dirinci kedalam 206 Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI), Rincian keenam belas subsektor ekonomi kreatif berurutan sesuai dengan urutan KBLI, antara lain:<sup>43</sup>

### **a. Arsitektur**

---

<sup>43</sup> Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (BEKRAF), "Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif 2015-2019" Dalam [https://bekraf.go.id/downloadable/pdf\\_file/171014-rencana-strategis-badan-ekonomi-kreatif-2015-2019.pdf](https://bekraf.go.id/downloadable/pdf_file/171014-rencana-strategis-badan-ekonomi-kreatif-2015-2019.pdf) diunduh pada 05 Agustus 2019

Kegiatan Kreatif yang berhubungan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (*town planning, urban design, landscape architecture*) sampai dengan level mikro (detail konstruksi, misalnya: arsitektur taman, desain interior)<sup>44</sup>

Menurut Noor Cholis Idham, dalam buku *Arsitektur dan Kenyamanan Termal*, Arsitektur adalah ilmu tentang lingkungan binaan yang didasarkan pada manusia dan alam lingkungan sekitarnya.<sup>45</sup>

#### b. Desain Interior

Agus Sachari dan Yan Yan Sunarya mendefinisikan desain sebagai terjemahan fisik mengenai aspek sosial, ekonomi dan tata hidup manusia, serta merupakan cerminan budaya zamannya.<sup>46</sup>

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain interior ruangan, gedung dan semacamnya. Sebelumnya subsektor ini dijadikan satu dengan subsektor desain komunikasi visual dan desain produk.

Selama dua dekade terakhir ini, perkembangan sub sektor desain interior menunjukkan kemajuan yang sangat pesat. Masyarakat mulai mengapresiasi estetika ruangan secara lebih baik.<sup>47</sup>

#### c. Desain Komunikasi Visual

---

<sup>44</sup> Gunaryo, *dkk, Pengembangan Ekonomi Kreatif*, 10.

<sup>45</sup> Noor Cholis Idham, *Arsitektur dan Kenyamanan Termal*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 1.

<sup>46</sup> Agus Sachari, Yan Yan Sunarya, *Desain dan Kesenirupa Indonesia dalam Wacana Transformasi Budaya*, (Bandung: Penerbit ITB, 2001), 10.

<sup>47</sup> Bekraf, "Subsektor Desain Interior", dalam <http://bekraf.go.id/subsektor/page/28-desain-interior> diunduh pada 05 Agustus 2019.

Menurut Michael Kroeger, *Visual Communication* (komunikasi visual) merupakan latihan teori dan konsep-konsep. Konsep tersebut dihasilkan melalui tema-tema visual dengan menggunakan warna, bentuk, garis dan penjajaran (*juxtaposition*).<sup>48</sup>

Subsektor ini pada dasarnya adalah akar dari beberapa subsektor lainnya. Karena secara akademisnya terdapat jurusan yang mengembangkan keilmuan ini. Secara umum desain komunikasi visual membahas keilmuan seni rupa dan disain.

Ruang lingkup ini merupakan beberapa hal yang kerap menggunakan komunikasi visual dalam melakukan komunikasi, Ruang lingkup itu di antaranya:

- 1) Desain Grafis Periklanan (*Advertising*).  
Dalam hal periklanan pasti membutuhkan komunikasi visual dan persuasif.
- 2) Animasi  
Inilah yang menarik untuk para komunikator dengan teknik komunikasi visual.
- 3) Desain Identitas Usaha (*Corporate Identity*)  
Pada umumnya, hal ini digunakan ketika pembuatan *Company Profile*, *Mock Up*, hingga *Slider Persentation*.
- 4) Desain Marka Lingkungan (*Environment Graphics*)
- 5) Desain Multimedia  
Desain multimedia ini digunakan di perusahaan percetakan seperti pembuatan banner, backdrop, stiker, dan lain sebagainya.
- 6) Desain Grafis Industri (Promosi)
- 7) Desain Grafis Media (buku, surat kabar, majalah, dan lain-lain)  
Biasanya hal ini dilakukan di pekerjaan penerbitan ataupun redaksional.
- 8) Komik (cergam), Karikatur, Poster.  
Hal ini diperlukan ketika pembuatan ilustrasi terhadap tulisan sebagai perwakilan tulisan.

---

<sup>48</sup> Achmad Oddy Widyantoro, "Desain Komunikasi Visual. Ruang Lingkup", Dalam <http://oddz.mercubuana-yogya.ac.id/wp-content/uploads/2018/10/6-DKV-Ruang-Lingkup-ATL-BTL-compressed.pdf> diunduh pada 05 Agustus 2019., 5

## 9) Fotografi, Tipografi, dan Ilustrasi<sup>49</sup>

Desain komunikasi visual adalah profesi yang mengkaji dan mempelajari desain dengan berbagai pendekatan dan pertimbangan, baik hal yang menyangkut komunikasi, media, citra, tanda maupun nilai.<sup>50</sup>

Dalam aspek keilmuan, desain komunikasi visual juga menkaji hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi dan pesan, teknologi percetakan, penggunaan teknologi multimedia, dan tehnik persuasi pada masyarakat.<sup>51</sup>

### d. Desain Produk

Desain dalam pengertian praktis adalah membentuk atau menyusun dalam pikiran, mengusahakan suatu rencana, merencanakan dan membentuk (fashion) suatu sistem (konstruksi) dan mengolah sketsa pendahuluan dan/ atau rencana untuk suatu sistim yang harus dibuat.<sup>52</sup>

Desain produk merupakan proses kreasi sebuah produk yang menggabungkan unsur fungsi dengan estetika sehingga bermanfaat dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat.<sup>53</sup>

Desain produk adalah profesi yang mengkaji dan mempelajari desain dengan berbagai pendekatan dan pertimbangan baik dari segi

---

<sup>49</sup> *Ibid.*,11-12.

<sup>50</sup> Agus Sachari, *Metodologi Penelitian Budaya Rupa*, (Jakarta: Erlangga, 2005), 9.

<sup>51</sup> *Ibid.*,

<sup>52</sup> Jajang Suryana, *Tinjauan Seni Rupa*,(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 113.

<sup>53</sup>Bekraf, “Subsektor Desain Produk”, dalam <https://bekraf.go.id/page/36-desain-produk> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

fungsi, inovasi teknologi, ekonomi, agronomi, teknik, material, sosial-budaya, nilai estetis, pasar, hingga pertimbangan-pertimbangan lingkungan.<sup>54</sup>

e. Film, Animasi, dan Video

Dilihat dari bentuknya, Film, Animasi dan Video merupakan bentuk media audio visual, yang dikemas untuk menyampaikan pesan atau makna tertentu.

Ketiganya kerap diproduksi sebagai produk turunan dari sebuah Kekayaan Intelektual atau sering disebut dengan IP (*Intellectual property*). Kekayaan intelektual atau IP mengacu pada ciptaan pikiran, penemuan, karya sastra dan seni, dan simbol, nama dan gambar yang digunakan dalam perdagangan,<sup>55</sup> Dalam praktiknya di dunia maupun di Indonesia mayoritas pengembangan IP dimulai dari produk komik. Jika berbicara industri kreatif internasional mungkin tak lepas dari Marvel Cinematic Universe dan DC Universe yang dianggap sebagai cetak biru. Indonesia memiliki Bumilangit, sebuah perusahaan yang menaungi dan memegang lisensi IP karakter komik Indonesia classic.

Patriot Cilik adalah salah satu produk turunan IP Bumilangit yang pernah tayang di salah satu stasiun televisi swasta tahun 2018. Dikemas dengan sedikit gaya kartunis, karena memang target market mereka adalah anak-anak.

---

<sup>54</sup> Agus Sachari, *Metodologi*,. 9.

<sup>55</sup> Bambang Gunawan Santoso, “*Intellectual Property Animasi Di Indonesia Dalam Buku Katalog Nganimasi Indonesia*”, Jurnal Bahasa Rupa, Vol.1, No.2/ April 2018, 90.

Patriot cilik awalnya adalah komik versi *spinoff* dari karakter-karakter komik *superhero*, atau pahlawan super klasik Indonesia yang dikelola oleh Bumilangit seperti Gundala, Godam, Aquanus, dll. Serial animasi Patrio Cilik hadir berkat kerjasama stasiun televisi ANTV, bersama dengan Bumilangit, selaku pengelola dari banyak IP-IP karakter lokal klasuk seperti Gundala Putera Petir, Si Buta dari Gua Hantu, Godam, Mandala, Sri Asih, dan lainnya.<sup>56</sup>

Gundala adalah salah satu komik legendaris yang sukses diangkat menjadi film layar lebar. Namun pada tahun 2019 ini kembali dijadikan film dengan sedikit adaptasi dengan zamannya. Berdiri sejak 2003, Bumilangit mulai mengumpulkan IP berbagai karakter komik. Sampai saat ini mereka memiliki kurang lebih 1148 karakter yang terdiri dari pahlawan dan penjahat. Namun tak semua karakter diadaptasi menjadi film.<sup>57</sup>

Perfilman Indonesia saat ini sedang mengalami perkembangan yang positif. Para rumah produksi mulai berlomba-lomba menggenjot produktivitasnya menggarap film yang berkualitas dari segi cerita sekaligus menguntungkan secara komersial. Ini tak lepas dari potensi penonton Indonesia yang sangat besar dan bisa mengapresiasi film produksi lokal secara positif.<sup>58</sup>

#### f. Fotografi

Perkembangan subsektor fotografi cukup pesat tak lepas dari banyaknya generasi muda yang sangat antusias belajar fotografi. Tas

---

<sup>56</sup> Dody Kusumanto, "Sambut awal Juni 2018 bersama Animasi Patriot Cilik di ANTV", dalam <https://www.kaorinusantara.or.id/newsline/111147/sambut-awal-juni-2018-bersama-animasi-patriot-cilik-di-antv>, diunduh pada 25 September 2019.

<sup>57</sup> Adp, Rea, "Perjudian Nasib Jagad Sinema Bumilangit di Tangan 'Gundala'". Dalam <http://cnnindonesia.com/hiburan/20190831001211-200-426303/perjudian-nasib-jagad-sinema-bumilangit-di-tangan-gundala/>, diunduh pada 24 September 2019.

<sup>58</sup> Bekraf, "Subsektor Film, Animasi, Video", dalam <https://bekraf.go.id/subsektor/page/film-animasi-video>, diunduh pada 05 Agustus 2019.



sedikit pula dari mereka yang kemudia memutuskan terjun di bidang ini sebagai profesional.<sup>59</sup>

Menurut Griand Giwanda, fotografi merupakan seni dan proses penghasilan gambar melalui cahaya pada film atau permukaan yang dipekakan. Artinya fotografi adalah teknik melukis dengan cahaya. Tanpa cahaya karya fotografi tidak akan tercipta.<sup>60</sup>

g. Kriya

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi produk yang dibuat dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya.<sup>61</sup>

h. Kuliner

Sub sektor ini memberi kontribusi cukup besar yaitu 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, Industri kuliner mempunyai potensi yang sangat kuat untuk berkembang.<sup>62</sup>

i. Musik

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.<sup>63</sup>

---

<sup>59</sup> Bekraf, "Subsektor Fotografi", dalam <https://bekraf.go.id/subsektor/page/fotografi> diunduh pada 05 Agustus 2019.

<sup>60</sup> Griand Giwanda, *Panduan Praktis Belajar Fotografi*, Cet. I (Jakarta: Puspa Swara, 2001), 2.

<sup>61</sup> Gunaryo, dkk, *Pengembangan Ekonomi Kreatif.*, 11

<sup>62</sup> Bekraf, "Subsektor Kuliner", dalam <http://bekraf.go.id/subsektor/page/kuliner> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

<sup>63</sup> Gunaryo, dkk, *Pengembangan Ekonomi Kreatif.*, 11.

Meskipun sub sektor musik punya potensi yang sangat besar, beberapa pelaku melihat permasalahan yang harus segera diselesaikan. Salah satu tantangan terbesar pembajakan yang marak sehingga menyebabkan turunnya kualitas dan kuantitas produksi.<sup>64</sup>

j. Fesyen

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi disain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesoris, konsultan lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.<sup>65</sup>

k. Aplikasi dan Game Developer

Meningkatnya penetrasi pemanfaatan gawai oleh masyarakat tak lepas dari peran aplikasi yang tertanam di dalamnya. Masyarakat sudah fasih menggunakan berbagai jenis aplikasi digital seperti peta atau navigasi, media sosial, berita, bisnis, musik, penerjemah, permainan, dan lain sebagainya. Berbagai aplikasi tersebut didesain supaya mempermudah pengguna dalam melakukan aktivitas sehari-hari, maka tak heran jika potensi subsektor aplikasi dan pengembangan permainan sangat besar.<sup>66</sup>

Game merupakan aplikasi yang paling banyak digunakan dan dinikmati para pengguna media elektronik saat ini. Perkembangan game

---

<sup>64</sup> Bekraf, “Subsektor Musik”, dalam <http://bekraf.go.id/subsektor/page/musik> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

<sup>65</sup> Gunaryo, dkk, *Pengembangan Ekonomi Kreatif.*, 11.

<sup>66</sup>Bekraf, “Subsektor Aplikasi dan Pengembangan Permainan” dalam <http://bekraf.go.id/subsektro/page/aplikasi-dan-pengembangan-permainan> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

juga dipengaruhi oleh para pengembang *software game* yang mulai banyak tumbuh.<sup>67</sup>

Perkembangan subsektor ini cukup bagus dan disambut baik oleh para kreator lokal. Wiro Sableng merupakan karya fiksi novel legendaris karangan Tito Bastian yang telah diangkat menjadi film dan dikembangkan menjadi karakter dalam *game mobile*. Kehadiran karakter hero Wiro Sableng di *Arena Of Valor* (nama *game mobile*) bulan agustus tahun lalu merupakan proyek kolaborasi kerja sama antara Lifelike Pictures, Caravan Studio, Tencent Timi Studio, Garena Indonesia, dan berbagai pihak lainnya selama beberapa bulan terakhir tahun lalu.<sup>68</sup>

Selain itu terdapat karakter Gatotkaca dari komik Garudayana kreasi komikus Is Yuniarto yang dipinang oleh *developer game* Moonton, menjadi karakter didalamnya. Terlepas dari kontroversial *game* Mobile Legend nya ini, kolaborasi ini tidak hanya membuktikan bahwa pihak pengembang game memperhatikan potensi market Indonesia tapi juga turut melestarikan konten budaya lokal ke kancah international.<sup>69</sup>

#### 1. Penerbitan

---

<sup>67</sup> Ivan C. Sibero, *Membuat Game 2D*, (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 9.

<sup>68</sup> Agustin Setyo Wardani. "Karakter Wiro Sableng Beraksi di Gim Arena of Valor", liputan6.com, 27 Agustus 2018, dalam <https://liputan6.com/terno/read/3629026/karakter-wiro-sableng-beraksi-di-gim-arena-of-valor/> diunduh pada 04 Agustus 2019.

<sup>69</sup> IamYourDream "Mobile Legend Jalin Kolaborasi Dengan Komikus Indonesia", 27 Juni 2017, dalam <https://revivaltv.id/mobile-legends-jalin-kolaborasi-dengan-komikus-indonesia> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, cek, giro, obligasi, dsb.<sup>70</sup>

Menurut lesikom komunikasi, pers berarti; usaha penerbitan dan percetakan, usaha pengumpulan dan penyiaran berita, penyiaran berita melalui surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Orang-orang yang bergerak dalam penyiaran berita, yakni surat kabar, radio, majalah dan televisi.<sup>71</sup>

#### m. Periklanan

Kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan mediaum tertentu) yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan.<sup>72</sup>

Representasi visual (ilustrasi atau fotografi) mempunyai kekuatan menarik perhatian secara langsung dan memiliki pengaruh yang besar dalam peran persuasi suatu iklan, dibandingkan dengan iklan yang hanya mengandalkan kekuatan teks.<sup>73</sup>

#### n. Televisi dan Radio

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produk dan pengemasan acara televisi (seperti *game*, *kuis*, *reality show*, *infotainment*, dan lainnya), penyiaran dan transmisi konten acara televisi dan radio,

---

<sup>70</sup> Gunaryo, dkk, *Pengembangan Ekonomi Kreatif*, 12.

<sup>71</sup> Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, cet. 2, 2002), 3.

<sup>72</sup> *Ibid.*, 10.

<sup>73</sup> Didit Widiatmoko Suwardikun, "Persuasi Melalui Ilustrasi dalam Iklan Cetak". *ITB Journal Visual Art and Design*, Vol. 3, No. 2/ 2009, 130.

termasuk kegiatan *station relay* (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.<sup>74</sup>

o. Seni Pertunjukan

Indonesia mempunyai kekayaan dan keanekaragaman seni dan tradisi pertunjukan seperti wayang, teater, tari, dan lain sebagainya. Seni pertunjukan dimasing-masing daerah sudah tersebar secara sporadis ke seluruh wilayah di Indonesia<sup>75</sup>

p. Seni Rupa

Industri seni rupa dunia sedang memusatkan perhatiannya ke Asia Tenggara. Indonesia pun tak luput dari perhatian mereka. Di mana Indonesia mempunyai potensi terbesar naik secara kualitas dan kuantitas, pelaku kreatif, produktifitas, dan potensi pasar.<sup>76</sup>

## C. Ilustrasi Digital

### 1. Definisi Ilustrasi

Ilustrasi menurut *Kamus Besar bahasa Indonesia* (KBBI) merupakan gambar (foto, lukisan) untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, dan sebagainya. Penjelasan tambahan berupa contoh, bandingan, dan sebagainya untuk lebih memperjelas paparan (tulisan dan sebagainya).<sup>77</sup>

---

<sup>74</sup> *Ibid.*, 12.

<sup>75</sup> Bekraf, "Subsektor Seni Pertunjukan:", dalam <http://bekraf.go.id/subsektor/page/seni-pertunjukan> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

<sup>76</sup> Bekraf, "Subsektor Seni Rupa". Dalam <http://bekraf.go.id/subsektor/page/seni-rupa> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

<sup>77</sup> <http://kbbi.web.id/ilustrasi>, Diakses pada tanggal 12 Juli 2019.

Alan Male, dalam bukunya berjudul *Illustration : A Theoretical & Contextual Perspective*, mengungkapkan bahwa, “*Illustration is about communicating a specific contextualized message to man audiences*”. Ilustrasi adalah tentang mengkomunikasikan pesan kontekstual tertentu kepada para audien.<sup>78</sup>

Gambar ilustrasi adalah gambar yang menceritakan atau memberikan penjelasan pada cerita atau naskah tertulis.<sup>79</sup>

Menurut Kusrianto, yang dikutip dari buku *Komik: Dunia Kreatif Tanpa Batas* karangan Indiria Maharsih, Ilustrasi adalah seni gambar yang dipakai untuk memberi penjelasan atas suatu tujuan atau maksud tertentu secara visual.<sup>80</sup>

Ilustrasi berasal dari kata latin *illustrate* yang berarti menerangi atau memurnikan. Dalam kamus *The American Heritage of The English Language*, *illustrate* mempunyai arti memperjelas atau memberi kejelasan melalui contoh, analogi atau perbandingan, mendekorasi. Menurut museum ilustrasi nasional di Rhode Island, USA, ilustrasi adalah penggabungan ekspresi personal dengan representasi visual untuk menyampaikan sebuah ide atau gagasan.<sup>81</sup>

---

<sup>78</sup> Alan Male, *Illustration: A Theoretical & Contextual Perspective*, (Switzerland: Ava Publishing, 2007), 10.

<sup>79</sup> Nick Soedarso, “Perancangan Buku Ilustrasi Perjalanan Mahapatih Gajah mada”, *Jurnal HUMANIORA Binus*, Vol. 5, No. 2/ Oktober 2014, 566.

<sup>80</sup> Indiria Maharsi, *Komik: Dunia Kreatif Tanpa Batas*, (Yogyakarta: KATA BUKU, 2011), 92.

<sup>81</sup> Joneta Witabora, “Perzn Dan Perkembsngsn Ilustrasi”, *Jurnal HUMANIORA Binus*, Vol.3, No. 2/ Oktober 2012, 660.

Ilustrasi merupakan suatu cara untuk memperjelas suatu penjelasan verbal. Ilustrasi dapat berdiri sendiri tanpa bantuan penjelasan verbal. Tetapi kedua unsur ini bila dipadukan akan menjadi kekuatan untuk menjelaskan suatu hal.<sup>82</sup>

Ilustrasi digunakan untuk membantu mengkomunikasikan pesan dengan tepat, cepat, serta tegas, dan merupakan terjemahan dari sebuah judul. Ilustrasi tersebut diharapkan bisa membentuk suatu suasana penuh emosi, dan menjadikan gagasan seakan-akan nyata. Ilustrasi sebagai gambaran pesan yang tak terbaca, namun bisa mengurai cerita, berupa gambar dan tulisan, yaitu bentuk grafis informasi yang memikat. Dengan ilustrasi maka pesan menjadi berkesan, karena pembaca akan lebih mudah mengingat gambar menjadi lebih berkesan, karena pembaca akan lebih mudah mengingat gambar dari pada kata-kata.

Meskipun ilustrasi merupakan *attention-getter* yang paling efektif, tetapi akan lebih efektif lagi bila ilustrasi tersebut juga mampu menunjang pesan yang terkandung. Agar bisa memberi efek seperti dikehendaki, sebaiknya memadukan dengan tulisan. Ilustrasi harus didisain dengan baik dan jangan hendaknya menggunakan ilustrasi saja sebagai pengisi ruang atau hanya sekedar untuk membuat halaman agar tampak menarik.

Saat menentukan penggunaan sebuah ilustrasi dan memilih corak atau medium apa untuk membuatnya, sebaiknya ditanyakan dulu, apa yang ingin dicapai dalam ilustrasi tersebut. Bagaimana keserasian antara judul dan tulisan. Apakah jenis ilustrasi dapat memikat pembaca. Perlu diingat bahwa kata memikat bukan berarti untuk menggoda, karena bisa saja ilustrasi tersebut berkesan mengagekan atau menakutkan. Dalam beberapa disain.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup> Yon Ade Lose Hermanto, "Identifikasi Ilustrasi-Tipografi *Graphic Vernacular* Sebagai Sistem Tanda & Identifikasi Warung Tenda di kota Malang", *Journal of Art Education And Culture Studies (JADECS)*, Vol.3, No.2/ November 2018, 76.

<sup>83</sup> Kusmiati R. Arni, *Teori dasar Desain komunikasi visual*, (Jakarta: Djembatan, 1999). 44.

Peran ilustrasi juga banyak digunakan di media untuk promosi. Ilustrasi memberikan dampak visual terkait dengan informasi dan promosi sebuah produk atau jasa.

Ilustrasi sering dimanfaatkan untuk menggambarkan suatu tema yang abstrak seperti produk–produk dari perusahaan keuangan, bank dan lain lain. Kemasan produk merupakan lingkup dimana ilustrasi bisa sangat berperan. Ilustrasi memberikan identitas dan perbedaan dengan kompetitor sejenisnya; membuat sebuah produk lebih menarik sehingga meningkatkan ketertarikan kepada konsumen. Penggunaan ini banyak terlihat di produk produk makanan dan anak-anak. Karakter yang bersifat humor dan menarik dimanfaatkan untuk mempromosikan produk.<sup>84</sup>

Ilustrasi merupakan suatu cara untuk menciptakan efek atau memperlihatkan suatu subjek dengan tujuan:

- a. Untuk menggambarkan suatu produk atau suatu ilusi yang belum pernah ada
- b. Menggambarkan kejadian atau peristiwa yang agak mustahil, misalnya gambar sebuah pohon memakai sepatu
- c. Mencoba menggambarkan ide abstrak, misalnya depresi
- d. Memperjelas komentar, biasanya komentar editorial, dapat berbentuk kartun atau karikatur.
- e. Memperjelas suatu artikel untuk bidang medis atau teknik, dengan gambar yang memperlihatkan bagaimana susunan otot atau cara kerja sebuah mesin
- f. Menggambarkan sesuatu secara rinci, misalnya ilustrasi untuk ilmu tumbuh-tumbuhan yang mengurai bagian tampak tumbuhan
- g. Membuat corak tertentu pada suatu tulisan yang menggambarkan masa atau zaman pada saat tulisan tersebut dibuat, misalnya masa “Victorian” digambarkan dengan bentuk yang lembut dan garis berornamen.<sup>85</sup>

## 2. Jenis-jenis Ilustrasi

---

<sup>84</sup> Joneta Witabora, “Perzn Dan Perkembsngan., 666.

<sup>85</sup> Kusmiati R. Arni, *Teori dasar Desain.*, 37.



Ilustrasi pada umumnya terdiri dari berbagai jenis yang sering kita lihat sehari-hari baik di dalam buku, koran, komik dan sebagainya, pada umumnya ilustrasi dibuat untuk menguatkan isi cerita, secara garis besar ilustrasi dapat dibagi menjadi beberapa jenis:

a. Ilustrasi naturalis

Gambar tipe ini adalah gambar yang memiliki bentuk dan warna yang sama dengan kenyataan yang ada di alam tanpa adanya pengurangan atau penambahan.<sup>86</sup>

b. Ilustrasi Dekoratif

Jenis ilustrasi ini berfungsi untuk menghiasi suatu bentuk yang disederhanakan atau bahkan dlebih-lebihnkan, dibuat dengan gaya tertentu sebagai ciri khas.

c. Ilustrasi Kartun

Sebuah ilustrasi yang diciptakan dengan bentuk-bentuk yang unik lucu dan masing-masing memiliki ciri khas, biasanya ilustrasi kartun dibuat untuk menghiasi buku anak-anak, komik anak, cerita bergambar, atau film untuk anak.

Kartun adalah sebuah gambar yang bersifat representasi dan simbolik, mengandung unsur sindiran, lelucon, atau humor, masyarakat

---

<sup>86</sup> Handayani Tri Wahyu, *Kuliah Jurusan Apa? Fakultas Seni Rupa dan Desain*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), 17.

sening menyebut istilah kartun pada film animasi dua dimensi yang bersifat lucu.<sup>87</sup>

d. Ilustrasi Karikatur

Karikatur adalah jenis ilustrasi yang biasanya digunakan untuk kritik atau sindiran terhadap segala sesuatu dalam masyarakat, biasanya ilustrasi yang satu ini sering digunakan terutama di media cetak untuk menyinggung seseorang ataupun golongan yang memiliki kepentingan, gambar ilustrasi biasanya sudah mengalami penyimpangan bentuk dari tokoh asli agar lebih menarik bagi para penikmat media.

e. Cerita bergambar (Komik)

Menurut Indiria Maharsi, dalam perjalanan sejarah komik di Indonesia muncul istilah ‘tjergam’ yang merupakan kepanjangan dari “tjerita bergambar”.

Istilah ini mengekor penyebutan dalam ranah sastra yaitu cerpen atau cerita pendek dan cerbung atau cerita bersambung. Sehingga karena istilah ini yang dianggap lebih meng-Indonesia maka muncul pula tjergamis atau seniman pembuat tjerita bergambar (komikus).<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> I Putu Arya Janottama, Agus Ngurah Arya Putraka, “Gaya dan Teknik Perancangan Ilustrasi Tokoh pada Cerita Rakyat Bali”, *SEGARA WIDYA Jurnal Hasil Penelitian*, Vol.5/ November 2017, 28.

<sup>88</sup> Indiria Maharsi, *Komik.*, 6.

Scott McCloud memiliki pandangannya sendiri terhadap definisi komik; komik adalah gambar-gambar serta lambang-lambang dan narasi disusun sebagaimana dalam sebuah format buku komik.<sup>89</sup>

Menurut Toni Masdiono, dalam buku *14 Jurus Membuat Komik*, komik merupakan susunan gambar bercerita dan memberi pesan-pesan pembacanya.<sup>90</sup>

Komik dalam dunia desain komunikasi visual, berfungsi sebagai salah satu media penyampaian ide/ gagasan /informasi kepada masyarakat melalui cerita yang divisualisasikan dengan gaya penceritaan visual (*visual storytelling*) tertentu dalam rangkaian gambar.<sup>91</sup>

#### f. Ilustrasi Buku

Jenis ini sering ditemui dalam bacaan fiksi atau karya tulis ilmiah. Biasanya digunakan untuk menjelaskan mekanisme kerja sebuah bahasan, atau menguatkan suatu keterangan peristiwa baik ilmiah maupun lainnya.

#### g. Ilustrasi Khayalan

Gambar ilustrasi khayalan adalah gambar hasil pengelolaan daya cipta imajinatif perupanya. Cara penggambaran seperti ini bisa dijumpai pada cerita novel, fiksi, horror, petualangan dan lain-lain.<sup>92</sup>

### 3. Ilustrasi Digital

---

<sup>89</sup> Scott McCloud, *Memahami Komik*, Terj. S. Kinanti, (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2001), 9.

<sup>90</sup> Toni Masdiono, *14 Jurus Membuat Komik*, (Jakarta: Creative Media, 1998), 3.

<sup>91</sup> Gun Gun Gunawan, Alvanov Z. Mansoor, Naomi Haswanto, "Kajian Gaya Visual *Storytelling* Tatang Suhendra", *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (demandia)*, Vol. 01, No. 01/ Maret 2016, 65.

<sup>92</sup> Handayani Tri, *Kuliah Jurusan.*, 19.

Ilustrasi digital merupakan pengembangan teknis dalam proses pembuatan ilustrasi itu sendiri. Teknologi terbaru seperti komputer, scanner, ataupun graphic tablet mempengaruhi terjadinya proses baru.

Dalam perkembangannya ilustrasi menjadi suatu ungkapan dan bahasa rupa, sehingga pertimbangan estetis menjadi penting. Khususnya dalam proses pengembangan kreatif daya imajinasi, dan eksplorasi teknik termasuk penggunaan teknologi modern dan canggih untuk menciptakan efek-efek tertentu.<sup>93</sup>

Perkembangan teknologi membawa pengaruh pada besar dunia ilustrasi. Hal ini dibahas dalam buku Lawrence Zeegen yang berjudul *The Fundaental of Illustration* dalam bab *The Medium is the Message*.

Teknis pembuatan ilustrasi mengalami perubahan besar. Semula semua berbasis media tradisional (seperti pensil, pena, tinta, cat air, akrilik, yang digoreskan pada medium kertas atau kanvas), berubah menjadi *pen tablet*, *monitor* dan komputer *tablet*.

Secara teknis ilustrator hanya membutuhkan adaptasi penggunaan alat digital, karena transformasi digital ini hanya memudahkan dalam proses, namun tetap kembali kepada skill masing-masing ilustrator tersebut.

Revolusi digital ini juga berpengaruh dalam sistem kerja yang semula dikerjakan dalam sebuah studio bersama, namun sekarang muncul fenomena berkerja secara *remote* (arak jauh), yang hasil

---

<sup>93</sup> Pramudya Dwi Wardana, "Hubungan Kemampuan Menggambar Ilustrasi secara Manual dengan Kemampuan menggambar Ilustrasi secara Digital" Jurnal Pendidikan Seni Rupa, Vol. 03 Nomor 03/ 2015, 47.

pekerjaannya nanti (bentuk digital) akan dikirimkan melalui email atau semacamnya.<sup>94</sup>

Menurut cara membuatnya, ilustrasi dibuat dengan dua cara yaitu *manual drawing* dan dengan bantuan *computer graphic*. Ilustrasi digital dibuat dengan bantuan *computer graphic*, ilustrasi yang dibuat memanfaatkan *tools* yang terdapat dalam beberapa *software* yang khusus digunakan sebagai program ilustrasi baik berbasis vektor ataupun bitmap. Adapun software yang biasa digunakan untuk pembuatan ilustrasi jenis ini adalah Corel Draw, Adobe Photoshop, Freehand maupun Adobe Illustrator<sup>95</sup>

Seniman digital mendapatkan efek yang sama dengan cara mengganti pena, kuas dan peralatan lain yang menghasilkan variasi karakter garis tersedia berbagai program menggambar dan melukis.<sup>96</sup> Ilustrasi digital adalah teknik ilustrasi dengan komputer menggunakan aneka *software* seperti Corel Draw, Adobe Illustrator, Photoshop, Freehand, dan lain-lain sebagai dampak perkembangan teknologi.<sup>97</sup>

Ilustrasi digunakan diberbagai alat visual komunikasi. Era digital memberikan kemudahan dalam hal teknis pembuatan ilustrasi, dunia internet memberikan kesempatan ekspos secara luas terhadap ilustrasi, para ilustrator mendapatkan kesempatan begitu besar untuk dikenal secara luas.<sup>98</sup>

Menurut Fery Andri, dalam jurnal penelitiannya tentang Perancangan Buku Ilustrasi Digital Painting “*Culinary Experience Of Malang*” Sebagai Upaya Mendukung Potensi Kuliner Legendaris di Kota Malang, bahwa:

---

<sup>94</sup> Lawrance Zeegen, “The Medium is the Message”, dalam *The Fundamentals of Illustration*, (Switzerland: AVA Publishing, 2005), 76.

<sup>95</sup> Indiria Maharsih, *Komik*.. 95

<sup>96</sup> Scott McCloud, *Membuat Komik: Rahasia Bercecerita Dalam Komik, Manga dan Novel Grafis*, Terj. Alpha Febrianto, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), . 198.

<sup>97</sup> Tim Staff UNY “Diktat DKV” dalam <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/diktat-dkv.pdf>, diunduh pada 05 Agustus 2019. 30.

<sup>98</sup> Joneta Witabora, “Perzn Dan Perkembsngsn Ilustrasi”.,666

Proses pembuatan Ilustrasi dimulai dari pembuatan sketsa kasar melalui pensil dan kertas, lalu memfotonya dengan kamera HP, Seanjutnya dilakukan setelah proses painting dengan software yang digunakan, Adobe Photoshop CS 6, gambar melalui sketsa scan kasar dijadikan digital dengan garis yang rapi dan bagus, setelah itu proses pewarnaan dan memasukkan teks di dalam buku tersebut lalu disusun sehingga menjadi sebuah produk<sup>99</sup>

Dewasa ini program ilustrasi bisa kita lihat dimana-mana. Hampir setiap komputer atau laptop memilikinya. Terlepas produk tersebut bajakan atau asli. Bahkan *smartphone* atau gawai pintar, yang sudah menjadi hal yang umum dimiliki masyarakatpun memilikinya.

## D. Fiverr Seller Indonesia

### 1. Definisi Fiverr

Perkembangan teknologi mengantarkan peradaban pada industri 4.0. Zaman yang ditandai dengan masifnya penggunaan teknologi terbaru seperti internet, printer 3D, *artificial intelligence*, dan lain sebagainya. Fiverr merupakan salah satu ‘produk’ yang keberadaannya karena industri 4.0.

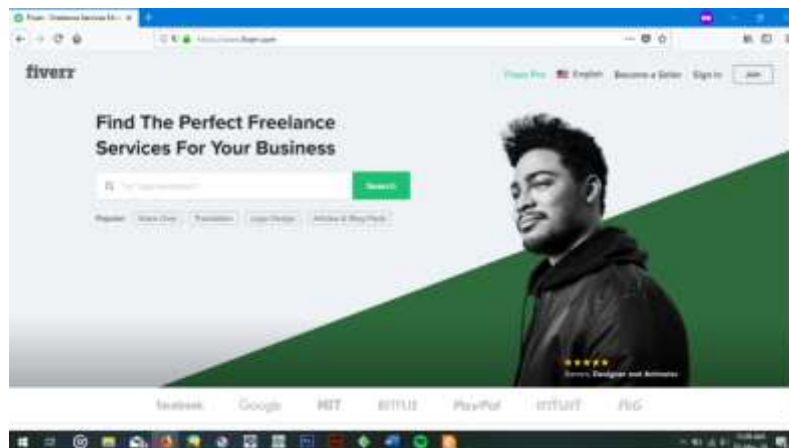
Fiverr adalah pasar online untuk layanan *freelance*<sup>100</sup>. Perusahaan ini menyediakan platform bagi *freelancer* untuk menawarkan layanan kepada pelanggan di seluruh dunia.<sup>101</sup>

---

<sup>99</sup> Fery Andri Asmawan, “Perancangan Buku Ilustrasi Digital Painting “*Culinary Experience Of Malang*” Sebagai Upaya Mendukung Potensi Kuliner Legendaris di Kota Malang”, MAVIS, Vol. 01, No.01/ Maret 2019, 9.

<sup>100</sup> Istilah yang merujuk pada pekerjaan lepas, dalam artian tidak terikat kontrak panjang.

<sup>101</sup> Wikipedia, “Fiverr”, Dalam <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Fiverr/> diunduh pada 26 April 2020.

Gambar 1.1.0 Tangkapan Layar Website Fiverr<sup>102</sup>

Fiverr adalah sebuah situs/website pasar online untuk pekerjaan-pekerjaan/layanan *freelance* yang paling terkenal di dunia, dimana anda bisa menjual jasa pekerjaan lepas dan produk digital dari harga mulai dari \$5.<sup>103</sup>

Walau terdapat banyak website penyalur kerja serupa, tetapi Fiverr termasuk populer dan memiliki market luas serta mudah.

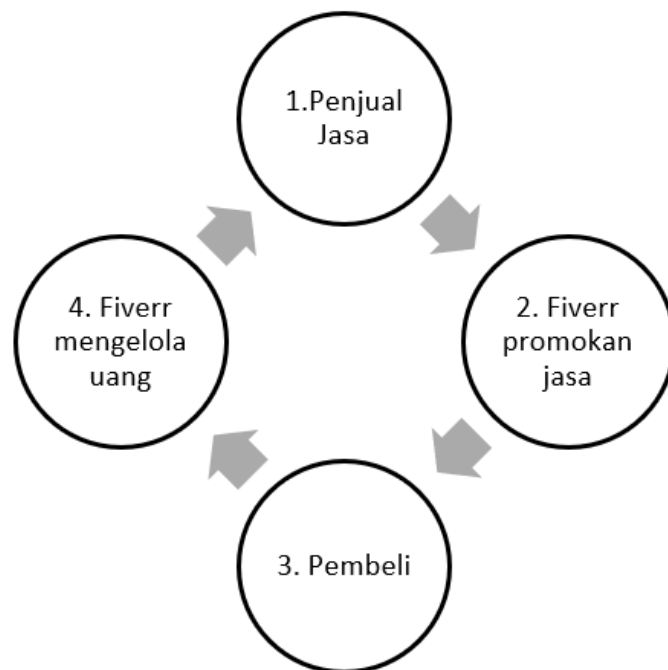
## 2. Sistem Kerja Fiverr

Proses kerja dalam platform Fiverr tidak jauh berbeda dengan platform website *microjob* lainnya. Urutan proses kerja diawali oleh penyedia jasa atau layanan yang menawarkan keahliannya, Fiverr sendiri bertindak sebagai pihak ketiga yang mempertemukan pada calon pembeli.

Gambar 1.2.0 Proses Kerja dalam Fiverr

<sup>102</sup> Tangkapan Layar, “Homepage Fiverr”, dalam <http://fiverr.com/> diunduh pada 05 Mei 2020.

<sup>103</sup> Trik Bisnis Online, “Cara Mendapatkan Uang dari Internet Lewat Fiverr”, dalam <http://trikbisnisonline.com/cara-mendapatkan-uang-dari-internet-lewat-fiverr.html/> , diunduh pada 03 Mei 2020.



a. Penjual Jasa

Proses pertama adalah penjual jasa memberikan deskripsi jasa yang akan dijualnya dengan rinci, baik tentang sample jasa, harga, durasi pengerjaannya, layanan-layanan yang didapatkan, bagaimana proses pengerjaan, dan lain sebagainya terkait jasa tersebut.

Selanjutnya data tersebut dipromosikan pihak Fiverr dalam website mereka kepada calon-calon pembeli.

Ada beberapa jenis jasa yang dapat ditawarkan di fiverr di antaranya:

- 1) Design graphic
- 2) Digital marketing
- 3) Writing and translation
- 4) Video and animation
- 5) Music and audio



## 6) Programing and technology<sup>104</sup>

### b. Fiverr Promokan Jasa

Peran Fiverr dalam proses ini adalah menampilkan jasa para penjual dalam websitenya sehingga dapat diakses dan dilihat oleh para calon pembeli di seluruh dunia

### c. Pembeli

Setelah jasa-jasa para penjual terpampang dalam website Fiverr, calon pembeli akan mengakses websitenya dan memutuskan membeli atau tidak setelah melihat dan mempertimbangkan jasa yang mereka butuhkan serta *budget* yang mereka miliki.

### d. Fiverr Mengelola Uang

Jika terjadi transaksi pembelian jasa, uang bayaran pembeli akan ditampung pihak Fiverr selama 14 hari, lalu akan terpotong 20% per transaksi dan disalurkan kepada penjual jasa.

Setelah itu penjual dapat menarik dana tersebut menuju platform *e-currency* yang disediakan Fiverr setelah itu dapat di konversi menuju IDR dan ditarik menuju rekening bank lokal. Penarikan uang penjual sendiri dapat menggunakan 3 platform *E-currency*:

- 1) Melalui Paypal
- 2) Payoneer
- 3) Wire transfer

---

<sup>104</sup> Ilmu Backlink, "Cara Kerja Fiverr", dalam <http://ilmubacklink.com/cara-kerja-fiverr/> diunduh pada 03 Mei 2020.

Mata uang yang digunakan dalam transaksi umumnya menggunakan USD, namun seiring berjalannya waktu Fiverr memperbarui sistemnya dan dapat merubah mata uang sesuai kebutuhan.

### **3. Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia**

Facebook merupakan salah satu jejaring sosial populer di dunia. Tidak hanya sekedar platform untuk bertegur sapa, kegunaannya pun makin beragam seiring perkembangannya. Berjualan adalah salah satu wujud perkembangannya. Bermula inisiatif para pengguna sendiri, hingga pihak Facebook mengeluarkan fitur Marketplace yang mendukung kegiatan perniagaan di Facebook.

Fitur Grup dalam Facebook sering digunakan untuk mengelompokkan orang-orang dengan minat, hobby, atau kesamaan akan suatu hal dalam satu ruang bersama. Grup Fiverr Seller Indonesia pun ada untuk wadah silaturahmi dan juga saling berbagi informasi tentang dunia kerja Fiverr.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi untuk menyelidiki gejala objektif sebagai terjadi di lokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah.<sup>105</sup> Penelitian lapangan pada penelitian ini berjenis deskriptif dengan sifat penelitian kualitatif, menurut Boedi Abdullah, penelitian deskriptif adalah penelitian untuk menggambarkan berbagai gejala dan fakta yang terdapat dalam kehidupan sosial secara mendalam.<sup>106</sup>

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan menguak permasalahan bagaimana Studi Kelayakan Bisnis Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital di Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro tentang pengembangan Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital..

##### **2. Sifat Penelitian**

---

<sup>105</sup>Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), h. 96

<sup>106</sup>Boedi Abdullah, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), h. 86.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif, yaitu “merupakan format penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek peneliti itu”.<sup>107</sup>

Penelitian deskripsi kualitatif berupa keterangan-keterangan verbal yang menjelaskan fenomena yang terjadi dan bukan berupa angka-angka atau hitungan. Fenomena kelayakan bisnis ekonomi kreatif ilustrasi digital di Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro akan dipaparkan penjelasannya dalam bentuk kata-kata oleh para ilustrator di Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian yang telah terlampir.

## **B. Sumber Data**

Sumber data terdiri atas sumber data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini, sumber data yang di butuhkan tidak didasarkan pada sampling, tetapi bersifat perposif, yaitu sumber data yang dianggap representatif dan dapat memenuhi tujuan penelitian.<sup>108</sup>

Peneliti menggunakan sumber data yang berkaitan dengan pokok permasalahan. Adapun sumber data terkait penelitian ini ialah:

### **1. Sumber Data Primer**

---

<sup>107</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 48.

<sup>108</sup>Boedi Abdullah, *Metode Penelitian Ekonomi*, h. 97

Sumber data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian.<sup>109</sup> Adapun sumber-sumber data yang akan dijadikan sebagai sumber data primer adalah anggota-anggota dari Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia dan Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro.

## **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder dapat berupa buku-buku tentang *subject matter* yang ditulis orang lain, dokumen-dokumen yang merupakan hasil penelitian dan hasil laporan.<sup>110</sup> Informasi penunjang lain diperlukan guna mendukung dan mengembangkan penelitian yang akan dilakukan. Sumber-sumber data sekunder dapat diperoleh dari berbagai kepustakaan, dokumen-dokumen, dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

## **C. Teknis Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Penggunaan wawancara dirasa tepat, karena interaksi dengan subyek melalui wawancara dan di samping itu untuk melengkapi data diperlukan dokumentasi.

### **1. Wawancara**

---

<sup>109</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 103.

<sup>110</sup>Boedi Abdullah, *Metode Penelitian*, h. 86.

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu data tertentu. Dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, yang tidak bisa ditemukan melalui observasi.<sup>111</sup>

Wawancara yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan bentuk wawancara semi terstruktur. Dalam wawancara semi terstruktur ini bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara dimintai pendapat dan ide-idenya.<sup>112</sup>

Adapun sampel yang ditetapkan dalam penelitian menggunakan Purpose Sampling. Purpose sampling dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki sampel itu. Sampling purposive adalah sampel yang dipilih dengan cermat hingga relevan dengan desain penelitian; purposive sampling sering pula disebut dengan *Judgemental sampling*.<sup>113</sup>

Berdasarkan pengertian Purposive sampling di atas dapat dipahami bahwa Purposive sampling adalah sampel yang digunakan oleh peneliti

---

<sup>111</sup>*Ibid.*,h. 208.

<sup>112</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (bandung: Alfabeta, 2012), h.233

<sup>113</sup> Nasution, *metode research (penelitian ilmiah)*, jakarta : bumi aksara, 2012, h.98

untuk meneliti dengan cara memilih seorang yang sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki oleh orang tersebut mengenai penelitian sehingga mendapat informasi yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan adalah anggota-anggota Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia dan Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro.

Penulis memilih anggota Grup Fiverr Seller Indonesia yang telah terjun dalam bisnis Ilustrasi Digital sebagai Fiverr Seller dan menghasilkan pendapatan yang stabil.

## **2. Dokumentasi**

Metode dokumentasi adalah sebagai laporan tertulis dari suatu peristiwa yang isinya terdiri atas penjelasan dan pemikiran-pemikiran atas peristiwa yang itu dan ditulis dengan sengaja untuk penyimpanan atau menemukan keterangan mengenai peristiwa itu<sup>114</sup>.

### **D. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jelas bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.<sup>115</sup>

---

<sup>114</sup> Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah, dasar metode tehnik*, (Bandung: Tarsito, 1990), h.134

<sup>115</sup> Lexy J. Moloeng,, *Metode penelitian kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), h.248

Setelah data terkumpul maka analisis data dalam penelitian ini menggunakan cara berfikir induktif. Berfikir induktif adalah dari masing-masing premis yang bersifat khusus, ditarik kesimpulan yang berupa generalisasi atau bersifat umum.<sup>116</sup>

---

<sup>116</sup> Abdurrahmat Fathoni, metodologi penelitian & teknik penyusunan skripsi, (Jakarta: Rineke Cipta, 2011), h.83



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Temuan Umum

##### 1. Gambaran Umum Komunitas Sketsa Lampung

###### a. Latar Belakang Berdirinya Komunitas

Sketsa lampung terbentuk pada tanggal 15 April 2015. Bermula dari gagasan Rulian Saputra bersama teman-temannya yang memiliki hobby serupa. “Latar belakangnya bikin Sketsa Lampung, ingin buat perkumpulan gambar bareng aja. Buat wadah silaturahmi”. Tuter Rulian, menjawab pertanyaan tentang awal mula berdirinya komunitas Sketsa Lampung.<sup>117</sup>

Sketsa Lampung beranggotakan 215 anggota yang tersebar di wilayah Lampung. Namun yang aktif menjalani kegiatan hanya sekitar 30 anggota,

Gambar 2.0.0 Sosial Media Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro<sup>118</sup>



<sup>117</sup> Wawancara, Rulian Saputra, Ketua Komunitas Sketsa Lampung, 02 Desember 2019.

<sup>118</sup> Tangkapan Layar, Sosial media Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro, 03 Mei 2020

Gagasan tersebut direalisasikan dalam grup Facebook, Black Berry Massager , dan sosial media lainnya. Namun, terdapat agenda *gathering* di tempat-tempat tertentu seperti Lapangan Samber, Kampus-kampus, Taman Kota, dan lain sebagainya.

## **b. Kegiatan Komunitas Sketsa Lampung**

### **1) Agenda Mingguan**

Setiap hari minggu, Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro mengadakan *gathering* rutin untuk mempererat silaturahmi para anggotanya. Lokasi *gathering* biasanya diadakan di tempat-tempat umum atau di kediaman salah satu anggota yang bersedia menjadi tuan rumah.

Gambar 3.1.0 *Gathering* Mingguan Menggambar Bersama<sup>119</sup>

---

<sup>119</sup> Dokumentasi Instagram, Sketsa Lampung, Diunduh pada 03 Mei 2020.



## 2) Workshop Seni Rupa

Anggeda mingguan akan membosankan jika tidak disisipkan kajian keilmuan seni rupa demi menunjang peningkatan skill anggota dan menjalin silaturahmi. Pemateri biasanya didatangkan dari komunitas luar, para ahli, dan dari anggota komunitas Sketsa Lampung itu sendiri.

Gambar 3.2.0 Kegiatan Workshop Seni Rupa<sup>120</sup>

---

<sup>120</sup> *Ibid.*,



### 3) Mural Musiman

Selain melukis wajah dengan media kertas, para anggota Sketsa Lampung mengembangkan kegiatan mereka dengan menggunakan medium lain seperti cat untuk diaplikasikan sebagai mural di tembok-tembok tempat umum atau khusus.

Tentunya sudah ada izin terkait pelaksanaan mural dengan pihak-pihak terkait, lingkungan maupun pemilik tembok.

Gambar 3.3.0 Kegiatan Mural Musiman<sup>121</sup>

---

<sup>121</sup> Dokumentasi Angga Wahyu, Mural Musiman #4 ,Komunitas Sketsa Lampung, jl. Tawes Metro Timur, Kota Metro.



#### 4) Pameran Seni Rupa

Pameran seni rupa yang diikuti oleh anggota-anggota Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro, baik yang diadakan sendiri maupun undangan dari komunitas lain.

Gambar 3.4.1 Pameran Seni Rupa Palapa44 “Suka Sama Suka”,  
Bandar Lampung<sup>122</sup>



---

<sup>122</sup> Dokumentasi Rulian Saputra, Pameran Seni Rupa “Suka Sama Suka”, Palapa44 , Bandar Lampung

Gambar 3.4.2 Pameran Seni Rupa Sketsa Lampung, “Refresh Exhibition”, Kota Metro<sup>123</sup>



## 2. Gambaran Umum Grup Fiverr Seller Indonesia

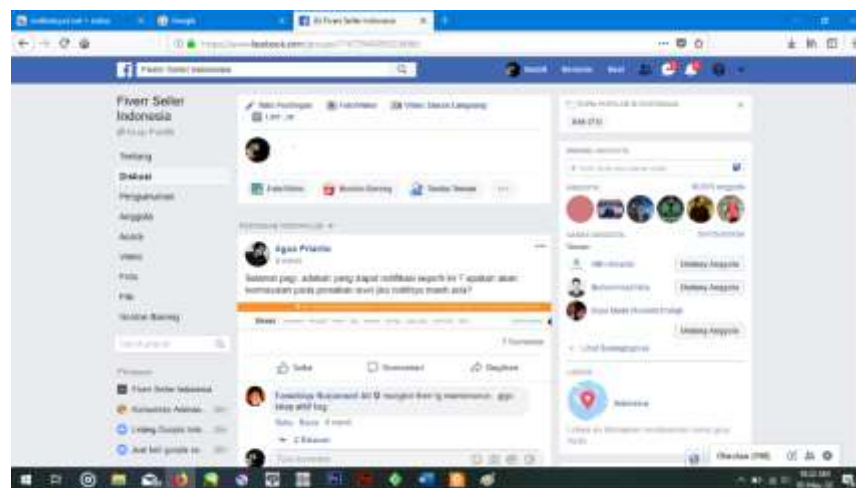
### a. Latar Belakang Grup Fiverr Seller Indonesia

Grup Fiverr Seller Indonesia dibentuk pada tanggal 31 Agustus 2016. Pembentukan grup ini ditujukan untuk wadah berbagi pengalaman dan silaturahmi para penjual di Fiverr ataupun pembeli.

Jumlah anggota Grup Fiverr Seller Indonesia sendiri telah mencapai 17.145 anggota. Terdiri dari anggota aktif dan pasif. Grup Fiverr seller Indonesia adalah grup terbuka, jadi tidak semua anggota adalah penjual jasa di Fiverr.<sup>124</sup>

<sup>123</sup> Dokumentasi Rulian Saputra, Pameran Seni Rupa “Refresh Exhibition”, Gedung Sesat Nuwo Budaya, Kota Metro.

<sup>124</sup> Facebook, “Fiverr Seller Indonesia” dalam <http://facebook.com/groups/1747294005523496/> diunduh 03 Mei 2020.

Gambar 4.0.0 Tangkapan Layar, Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia<sup>125</sup>

## b. Kegiatan Grup Fiver Seller Indonesia

### 1) Sesi Pertanyaan

Setiap anggota tidak dapat disamakan skill dan pengalamannya, adanya sesi pertanyaan tentu sangat membantu para pemula atau seorang Fiverr Seller yang sedang menghadapi permasalahan terkait proses bisnis mereka. Dalam sesi ini biasanya ditandai dengan tanda hastag #ask tiap postingannya.

Gambar 4.1.0 Sesi Pertanyaan Fiverr Seller Indonesia<sup>126</sup>

<sup>125</sup> Tangkapan Layar, “Fiverr Seller Indonesia” dalam <http://facebook.com/groups/1747294005523496/> diunduh 05 Mei 2020.

<sup>126</sup> *Ibid.*,



## 2) Sesi Sharing

Membagi pengalaman, *tips* dan juga *trick* dalam bisnis Fiverr Seller juga sering dijumpai dalam aktifitas Grup Fiverr Seller Indonesia ini. Baik yang bermotifkan berbagi secara cuma-cuma ataupun berbayar.

Gambar 4.2.0 Sesi Sharing Fiverr Seller Indonesia<sup>127</sup>



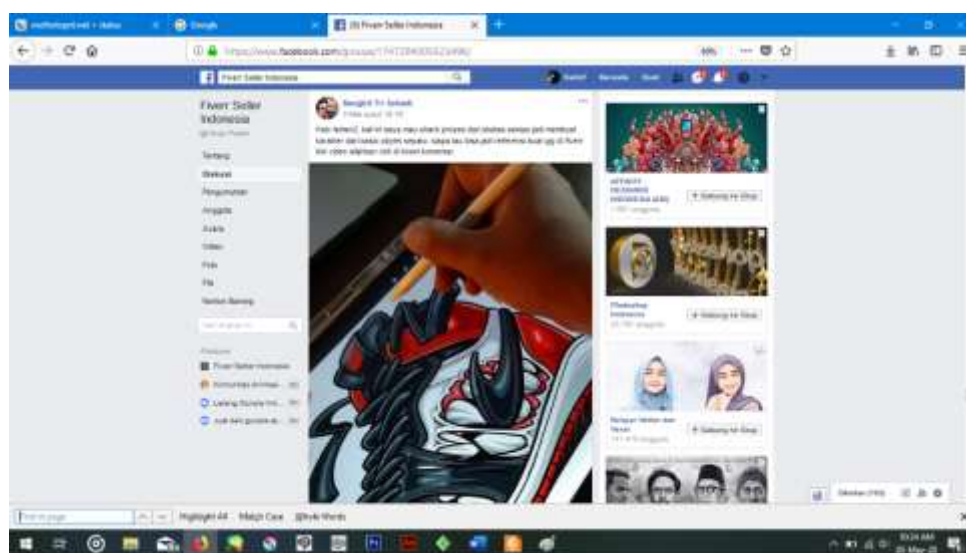
<sup>127</sup> *Ibid.*,



### 3) Sesi Tutorial

Sesi ini memberikan sebuah postingan tentang cara-cara teknis pembuatan sesuatu yang merujuk pada proses bisnis Fiverr Seller. Seperti cara efektif mendatangkan calon pembeli, penggunaan program, dan lain sebagainya.

Gambar 4.3.0 Sesi Tutorial Fiverr Seller Indonesia<sup>128</sup>



## B. Temuan Khusus

### 1. Prospek Kelayakan Bisnis Ilustrasi Digital Fiverr Seller

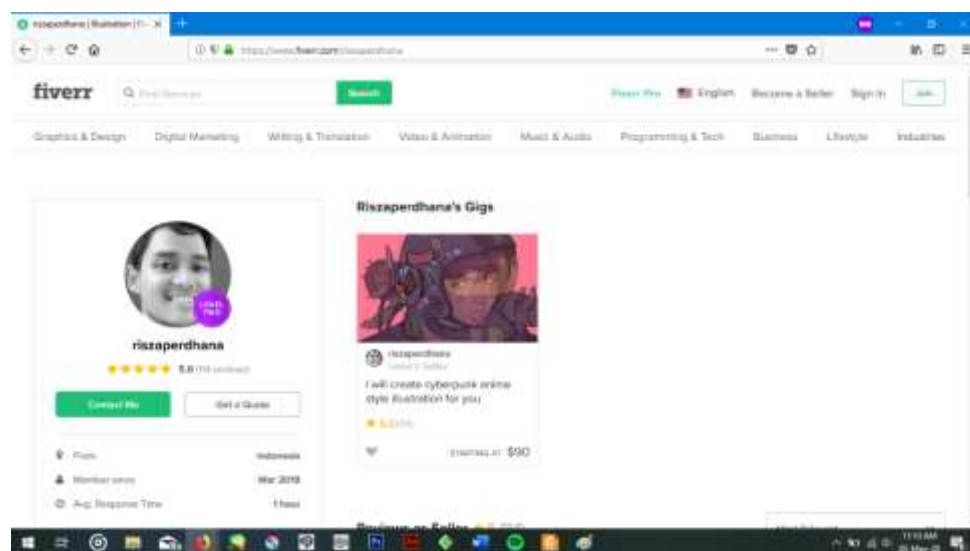
Dewasa ini, Internet dapat dikategorikan sebagai konsumsi primer masyarakat. Industri 4.0 mendorong segala aspek memutakhirkan diri dengan internet sebagai penunjangnya. Umumnya masyarakat menggunakannya hanya sekedar untuk berkomunikasi ataupun media hiburan. Namun ada beberapa juga yang memanfaatkannya dalam bidang bisnis. Ilustrasi Digital salah satunya, dengan membidik pasar global (dunia)

<sup>128</sup> *Ibid.*,

tentunya akan menguntungkan khususnya bagi masyarakat di negara berkembang.

Menurut Risza, salah satu narasumber, prospek Ilustrasi Digital sangat menjanjikan. Selain pasarnya yang global, keuntungan konversi Kurs sangat menguntungkan bagi nya. Setiap satu pesanan beliau mematok harga \$90 dengan waktu pengerjaan 4-5 hari. Namun, beliau menjanjikan pada pemesan 21-23 hari untuk meminimalisir resiko kesibukan serta antrian order. Dengan jumlah rata-rata pesanan 10-15 ilustrasi.<sup>129</sup> Estimasi kasar pendapatan Risza dalam satu bulan mencapai \$900 sampai \$1.350. Perkiraan ini belum termasuk pemotongan administrasi Fiverr dan biaya-biaya operasional.

Gambar 5.1.0 Tampilan Website Fiverr Seller Risza<sup>130</sup>



<sup>129</sup> Wawancara, Risza Ardiansyah Perdhana, Ilustrator Cyberpunk, Anggota Fiverr Seller Indonesia, 21 April 2020.

<sup>130</sup> Tangkapan Layar, "Website Fiverr Seller Risza", dalam <http://fiverr.com/riszaperdhana/> diunduh 05 Mei 2020.

Putri Ayu Sekarmentari, biasa menggunakan nama pena *Myxp01* sebagai. Merupakan narasumber lain yang berkarir sebagai ilustrator karakter bergaya gambar Jepang. Menurut paparan beliau, awal mula terjun menjadi Fiverr Seller karena melihat peluang dan sesuai dengan hobi. Keinginannya berkuliah di Institut Kesenian Jakarta IKJ terhalang biaya, sehingga beliau berusaha berkontribusi membantu keuangan orangtuanya untuk membiayai kuliah.<sup>131</sup> Jika berbicara prospek, Putri mematok harga \$15-35 tiap ilustrasi *Anime*, \$10 untuk ilustrasi *Chibi* dengan waktu kerja 1-3 jam per ilustrasi. Harga yang dipatok Putri tidak begitu mahal, karena gaya gambar dan teknis yang digunakan tidak begitu sulit. Rata-rata dalam sebulan dapat mencapai 25-35 pesanan.<sup>132</sup> Estimasi kasar, Putri dapat menghasilkan \$375 sampai \$1.225 perbulannya.

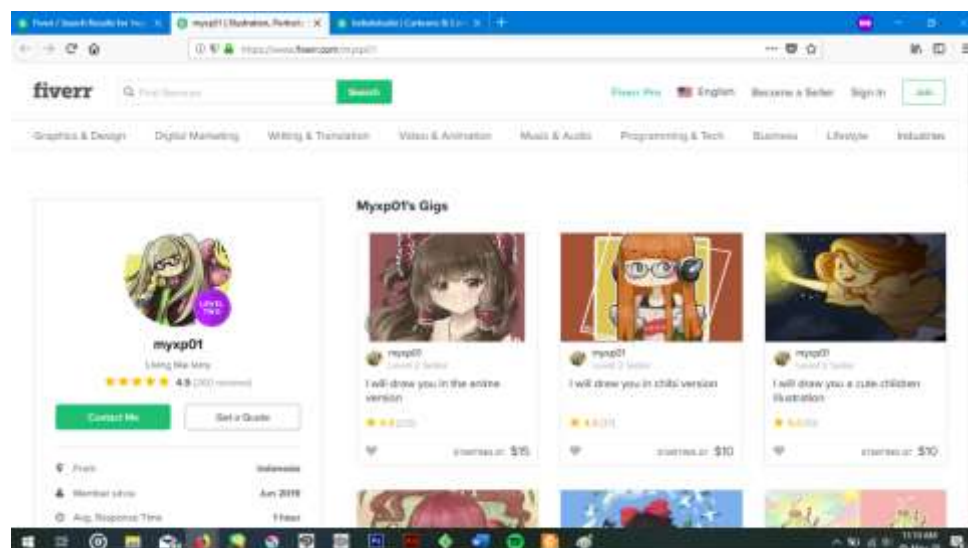
Gambar 5.2.0 Tampilan Website Fiverr Seller Putri<sup>133</sup>

---

<sup>131</sup> Wawancara, Putri Ayu Sekarmentari, Ilustrator *Anime*, *Chibi* dan Buku Anak, Anggota Fiverr Seller Indonesia, 21 April 2020.

<sup>132</sup> *Ibid.*,

<sup>133</sup> Tangkapan Layar, "Website Fiverr Seller Putri", dalam <http://fiverr.com/myxp01/> diunduh 05 Mei 2020

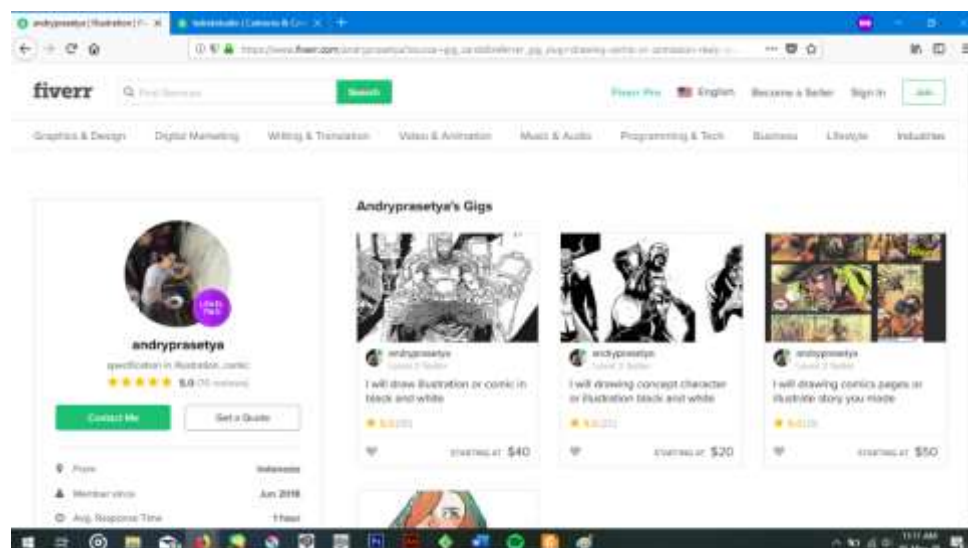


Berbeda lagi dengan Andry Prasetya, merupakan Ilustrator dan *comic artist* bergaya gambar *Cartoon* dan Amerika. Beliau memiliki pandangan dan pengalaman yang berbeda. Menggambar komik memiliki tekanan pikiran yang sangat tinggi dibandingkan menggambar ilustrasi biasa. Andry mematok harga per halaman komik \$40 untuk gambar hitam putih, dan \$50 untuk berwarna. Waktu pengerjaan 4-5 hari. Selain jasa komik, beliau juga membuka jasa ilustrasi biasa. Untuk rata-rata pesanan beliau tidak dapat menyebutkan. Namun, rata-rata tiap orderan komik berjumlah 6-25 halaman.<sup>134</sup> Estimasi kasar, Andry dapat menghasilkan sekitar \$240 sampai \$1.250. Perkiraan ini dapat meleset jauh, mengingat narasumber tidak ingin menyebutkan jumlah rata-rata pesanan perbulan saat wawancara.

Gambar 5.3.0 Tampilan Website Fiverr Seller Andry Prasetya<sup>135</sup>

<sup>134</sup> Wawancara, Andry Prasetya, Ilustrator, Comic Artist, Anggota Fiverr Seller Indonesia, 22 April 2020.

<sup>135</sup> Tangkapan Layar, "Website Fiverr Seller Andry", dalam <http://fiverr.com/andryprasetya/> diunduh 05 Mei 2020

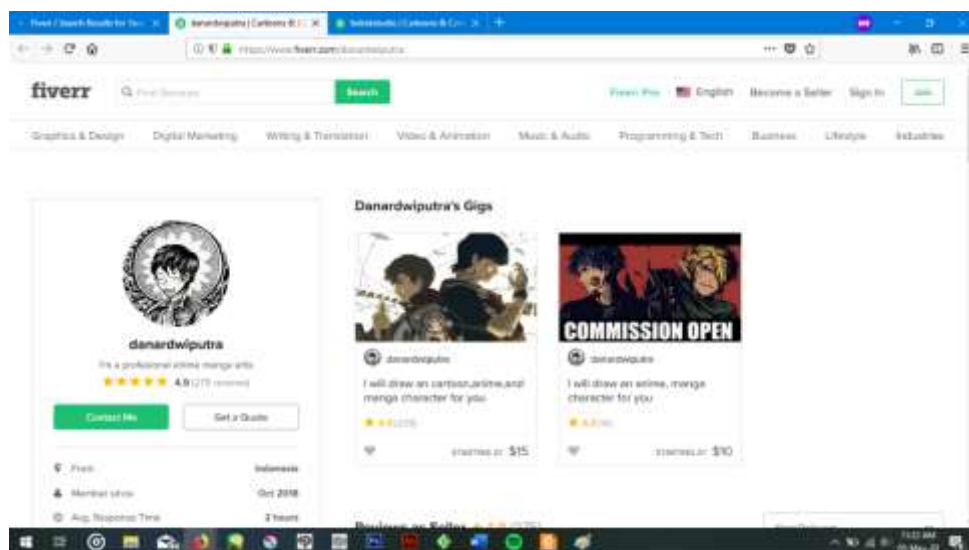


Selanjutnya adalah Dinar Dwi Putra, memulai menjadi Fiverr Seller sejak bulan Oktober 2018. Sebelumnya beliau adalah seorang guru honorer di salah satu SMA swasta di Surabaya. Karena tuntutan ekonomi, beliau memberanikan diri membuka jasa di Fiverr. Awalnya direkomendasikan oleh seorang teman karena dia tahu kemampuan menggambar beliau baik. Dinar mengaku bekerja sendiri dan juga dengan team. Namun lebih banyak bekerja sendirian. Beliau membuka studio komik dan ilustrasi sendiri bernama Melati Studio. Biasanya, Melati Studio menerima mahasiswa magang dari kampus-kampus jurusan DKV di Surabaya. Jenis jasa ilustrasi Fiverr Dinar adalah ilustrasi *Manga* (Gaya gambar Jepang). Biasanya pesanan yang datang dalam bentuk desain karakter, *pin up*, dan ilustrasi-ilustrasi sederhana gaya *Manga* lainnya.

Lama pengerjaan ilustrasi Dinar, dapat mencapai 8 jam untuk satu pesanan ilustrasi tergantung kerumitan. Namun, jika sedang kebanjiran pesanan Dinar menjanjikan pada pelanggan dengan tenggat waktu 6 hari.

Danar mematok harga jasa ilustrasinya sebesar \$30 untuk *model sheets*, \$20 untuk ilustrasi satu karakter dengan background. Untuk jumlah rata-rata pesanan per bulan beliau enggan memaparkan. Namun, menurutnya sangat cukup untuk biaya hidup dan menabung.<sup>136</sup>

Gambar 5.4.0 Tampilan Website Fiverr Seller Danar Dwi Putra<sup>137</sup>



Menarik lagi kisah Ahmad Fajar Nazruddin atau akrab dengan nama pena Naz Rud. Beliau adalah anggota Fiverr Seller Indonesia, namun justru pesanan tidak banyak datang dari *platform* Fiverr. Naz, telah memulai menjadi Fiverr Seller sejak 2018. Namun Naz mengaku, tawaran terbanyak lewat platform lain seperti Deviantart, Facebook, dan langsung melalui email. Jenis ilustrasi yang beliau tawarkan adalah ilustrasi umum dan ilustrasi komik. Harga yang dipatok oleh Naz Rud sebesar \$25-100 tergantung kesulitan. Biasanya Naz Rud menyelesaikan satu ilustrasi 2-7

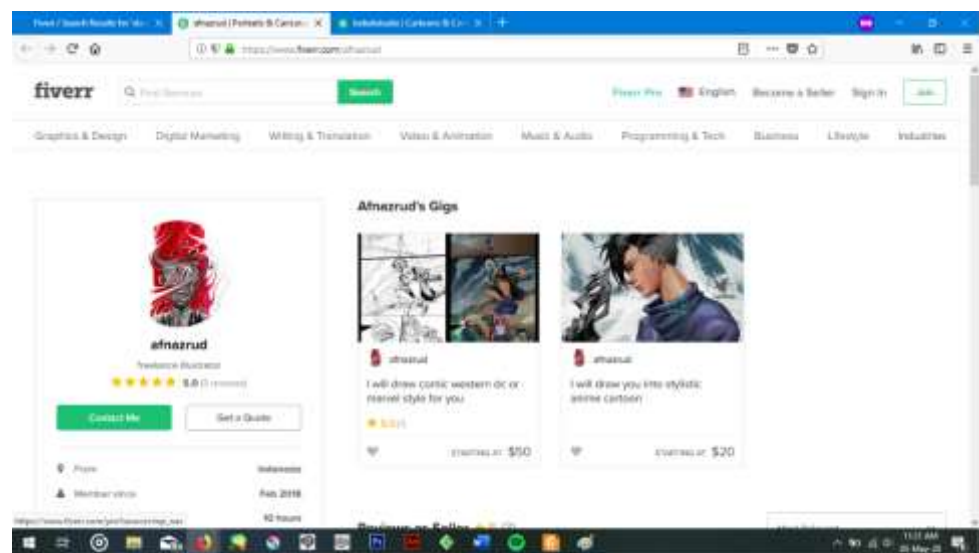
<sup>136</sup> Wawancara Danar Dwi Putra, Ilustrator *Manga*, Anggota Fiverr Seller Indonesia, 22 April 2020

<sup>137</sup>Tangkapan Layar, “Website Fiverr Seller Danar”, dalam <http://fiverr.com/danardwiputra/> diunduh 05 Mei 2020

hari, belum termasuk revisi. Beliau tidak memiliki tim dalam mengerjakan ilustrasi. Rata-rata dalam sebulan Naz dapat menerima pesanan sebanyak 1-7 pesanan. Estimasi pendapatan perbulan Naz dapat menghasilkan \$100-700

138

Gambar 5.5.0 Tampilan Website Fiverr Seller Naz Rud<sup>139</sup>



Doni Cahyono memiliki pengalaman berbeda. sebelumnya Doni merupakan seseorang yang aktif dalam dunia industri kreatif Indonesia sejak 2010an. Telah banyak terlibat beberapa proyek industri kreatif besar. Terakhir beliau menempati posisi *colorist* di perusahaan industri kreatif BumiLangit dan ikut andil dalam pembuatan komik Gundala tahun 2019.<sup>140</sup>

Menariknya, Doni mendapatkan informasi tentang Fiverr seller dari Dinar, yang merupakan temannya. Awalnya hanya sebagai tempat mencari

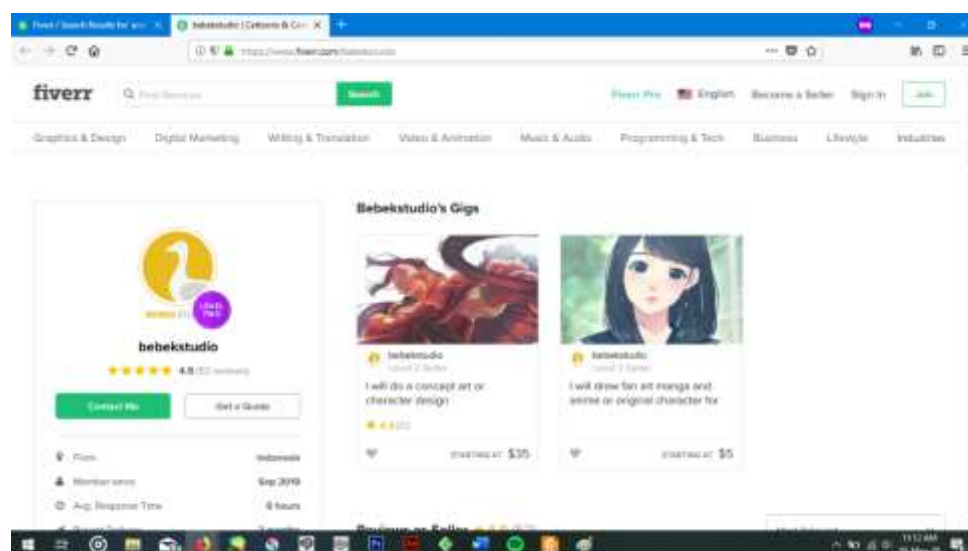
<sup>138</sup> Wawancara, Ahmad Fajar Nazruddin, Ilustrator, Comic Artist, Anggota Fiverr Seller Indonesia, 21 April 2020

<sup>139</sup> Tangkapan Layar, "Website Fiverr Seller Naz", dalam <http://fiverr.com/afnazrud/> diunduh 05 Mei 2020

<sup>140</sup> Wawancara, Doni Cahyono, Ilustrator, Colorist, Comic Artist, Anggota Fiverr Seller Indonesia, 23 April 2020

penghasilan tambahan, namun seiring waktu ternyata prospeknya bagus dan berniat menyeriusinya. Doni membuka jasa Ilustrasi di Fiverr sejak awal tahun 2020. Walaupun termasuk baru sebagai Fiverr seller, kualitas ilustrasi Doni sangat diminati. Terbukti Doni mendapatkan 15-20 pesanan tiap bulan. Harga yang ditawarkan Doni tiap desain karakternya adalah \$50-150 tergantung kesulitan dan permintaan pemesan. Doni bekerja secara tim dengan satu orang temannya. Lama pengerjaan dapat mencapai 3 hari bergantung antrian dan kerumitan. Estimasi kasar pendapatan Doni dapat mencapai \$750 hingga \$3.750.<sup>141</sup>

Gambar 5.5.0 Tampilan Website Fiverr Seller Doni Cahyono<sup>142</sup>



Toni adalah ilustrator karakter lain yang menjadi narasumber. Hampir sama seperti Doni Cahyono, Toni baru beberapa bulan memulai menjadi Fiverr Seller. Pertama kali mendapatkan pesanan pada tanggal 17 Desember

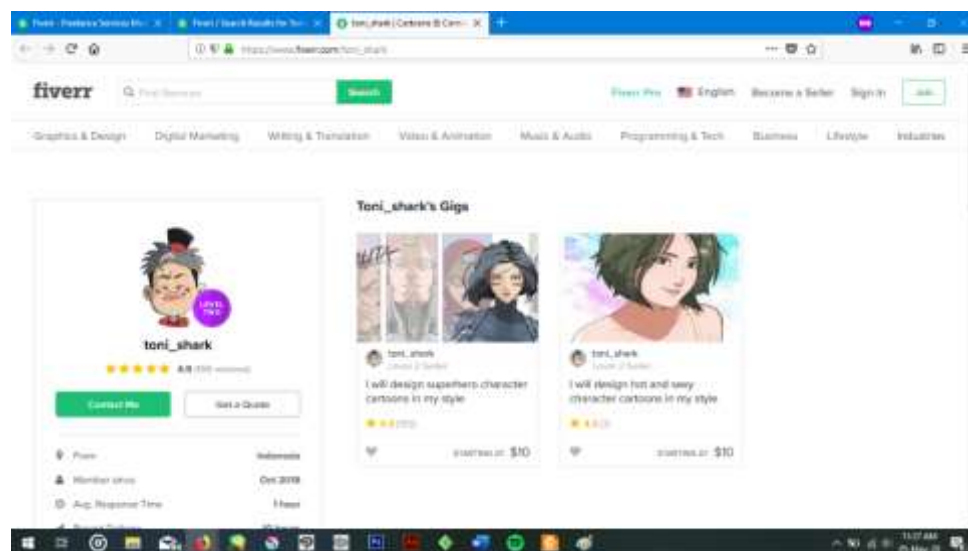
<sup>141</sup> *Ibid.*,

<sup>142</sup> Tangkapan Layar, "Website Fiverr Seller Doni", dalam <http://fiverr.com/bebekstudio/> diunduh 05 Mei 2020



2019. Sebelumnya Toni merupakan komikus yang telah habis kontrak kerjanya. Karena tidak memiliki batu loncatan lain, Toni mencoba peruntungan Fiverr. Jasa ilustrasi Toni di Fiverr adalah jasa *Design Superhero Characters*. Toni mematok harga per ilustrasi \$10-30 tergantung jenis dan kerumitan. Satu bulannya Toni dapat mencapai 50-60 pesanan. Namun jumlahnya fluktuatif tidak stabil. Waktu pengerjaannya, Toni dapat mengerjakan 2 pesanan dalam satu hari. Estimasi kasar, Toni dapat mencapai penghasilan \$500-1.800 dalam sebulan..<sup>143</sup>

Gambar 5.6.0 Tampilan Website Fiverr Seller Toni<sup>144</sup>



## 2. Proses Pengerjaan Ilustrasi Digital Fiverr Seller

<sup>143</sup> Wawancara, Toni Shark, Ilustrator Character Superhero, Anggota Fiverr Seller Indonesia, 05 Mei 2020

<sup>144</sup> Tangkapan Layar, "Website Fiverr Seller Toni", dalam [http://fiverr.com/toni\\_shark/](http://fiverr.com/toni_shark/) diunduh 05 Mei 2020

Setiap narasumber memiliki proses pengerjaan yang berbeda-beda. Selain prosesnya, tentu alat dan cara yang mereka gunakan juga memiliki perbedaan. Walaupun output gambar ilustrasi berbentuk file, tidak menutup kemungkinan teknik pengerjaan dilalui dengan pengerjaan manual (traditional) lebih dahulu.

Proses pengerjaan ilustrasi Risza cukup menarik. Risza memulai dengan menerjemahkan *brief* pemesan dengan sketsa kasar. Lalu mengirimkannya kembali, hingga pemesan mensetujuinya. Kemudian berbekal gambar kasar persetujuan pemesan Risza menggambar *lineart* dan mewarnainya. Setelah itu Risza mengirimkan file resolusi kecil untuk dirivew oleh pemesan. Jika dirasa tidak ada revisi, Risza kembali mengirim file ukuran asli (high resolution) kepada pemesan.<sup>145</sup> Alat-alat yang digunakan Risza berupa satu unit laptop, dipadukan dengan Pen tablet Wacom Intuos 3, serta menggunakan software Adobe Photoshop dalam menggambar tiap ilustrasinya.<sup>146</sup>

Putri memiliki cara tersendiri dalam mengerjakan pesanan ilustrasinya. Karena basisnya menggambar objek (mencontoh), pemesan mengirimkan foto sebagai referensinya. Tidak hanya foto, pemesan juga menyertakan deskripsi tentang hal-hal yang ingin direpresentasikannya dalam pesanan. Setelah itu Putri membuat sketsanya, *lineart*, dan memberi warna. Setelah selesai, file langsung dikirim kepada pemesan.<sup>147</sup> Jika berbicara alat, Putri

---

<sup>145</sup> Wawancara, Risza, *Illustrator Cyberpunk.*, 21 April 2020.

<sup>146</sup> *Ibid.*.

<sup>147</sup> Wawancara, Putri Ayu Sekarmentari, *Illustrator Chibi.*, 21 April 2020.

menggunakan satu unit laptop, dengan pen tablet XP-pen deco 01 versi 2 dengan menggunakan software SAI Paint Tool. Putri juga menggunakan Headphone untuk sekedar mendengarkan music sebagai penunjang konsentrasi.<sup>148</sup>

Andry merupakan Fiverr Seller yang memadukan cara campuran antara alat manual (traditional) dengan cara-cara digital. Proses Andry dimulai dengan menggambar di medium kertas menggunakan pensil. Setelah itu gambar sketsa pensil tadi di *scan* untuk menjadikannya file digital. Lalu mengirimkan kepada pemesan untuk didiskusikan, direvisi hingga disetujui. Selanjutnya gambar pensil tadi, digambar ulang dengan menggunakan pena dan tinta. Lalu kembali di konversi menjadi file digital lewat *scanner*. Pewarnaan melalui cara digital untuk menghindari kesalahan dan mempercepat proses. Alat yang digunakan Andry adalah pensil 2B, Drawing Pen Snowman, kuas, tinta bak, kertas HVS 80gsm, dan *scanner*. Untuk proses pewarnaan digital Andry menggunakan seperangkat Komputer dengan program Adobe Photoshop.<sup>149</sup>

Danar Dwi Putra melalui proses hampir mirip dengan Putri. Dimulai dengan pemesan mengirimkan deskripsi dan referensi foto untuk dibuat sketsa. Lalu dikirimkan untuk menyamakan visi yang diinginkan oleh pemesan. Jika dirasa sesuai, maka Danar kembali meneruskan menggambar *lineart*, mewarnainya hingga selesai. Alat yang digunakan Danar adalah

---

<sup>148</sup> *Ibid.*,

<sup>149</sup> Wawancara, Andry Prasetya, Illustrator., 21 April 2020.

seperangkat komputer PC, pen tablet Wacom Bamboo gen 1<sup>st</sup>, Monitor Tablet HUION Kamvas, dengan menggunakan program SAI Paint Tool dan Clip Studio Paint<sup>150</sup>.

Naz Rud memiliki proses yang tak jauh berbeda dengan narasumber lainnya. Dimulai dari *brief* pemesan, Naz memulai menerjemahkannya menjadi sketsa. Lalu mengirimkan kembali hingga dirasa cocok dengan visi pemesan. Tahap selanjutnya *lineart* jika memang pemesan memesan dengan gaya gambar lineart. Dilanjutkan dengan pewarnaan hingga finishing. Alat yang digunakan satu perangkat laptop, dengan pen tablet dan menggunakan software Clip Studio Paint PRO.<sup>151</sup>

Doni Cahyono juga memiliki proses tak jauh berbeda dengan narasumber lainnya. Proses Doni menggunakan cara full digital. Dimulai gambar sketsa dengan acuan *brief* dan referensi pemesan. Dikirimkan kepada pemesan hingga dirasa cocok. Lalu kembali dilanjutkan prosesnya hingga selesai. Alat yang digunakan Doni adalah seperangkat komputer PC, dengan bantuan Monitor Tablet Wacom Cintiq, software yang digunakan adalah Adobe Photoshop.<sup>152</sup>

Toni Shark juga menerapkan proses yang tak jauh berbeda seperti narasumber lainnya. Juga menggunakan alat yang serupa, berupa seperangkat Komputer PC, dengan Pen tablet, dan menggunakan software Adobe Photoshop.<sup>153</sup>

---

<sup>150</sup> Wawancara, Dinar Dwi Putra, Illustrator *Manga.*, 21 April 2020.

<sup>151</sup> Wawancara, Naz Rud, Illustrator., 21 April 2020.

<sup>152</sup> Wawancara, Doni Cahyono, Illustrator, 22 April 2020.

<sup>153</sup> Wawancara, Toni Shark, Illustrator., 05 Mei 2020.

### 3. Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Ilustrasi Digital Fiverr Seller

Jika berbicara tentang faktor penghambat serta pendukung, Risza memaparkan bahwa tidak terlalu banyak hambatan. Mengingat jam terbang Risza sudah tinggi dalam dunia ilustrasi. Namun yang biasa menjadi penghambat adalah kejenuhan yang sering muncul dalam proses pengerjaan.<sup>154</sup>

Putri Ayu Sekarmentari mengaku lebih banyak menghadapi faktor penghambat daripada pendukung. Mengingat Putri merupakan mahasiswa baru yang tentu banyak tersita waktu untuk kuliah dan berjibaku dengan tugas-tugas tanpa henti. Selain itu, pemesan terkadang mengirimkan referensi yang kurang jelas dan blur. Tak jarang laptop Putri mengalami *bluescreen* , sehingga dapat merusak file atau belum menyimpan proses pekerjaan. Putri mengaku, tak jarang bertemu pemesan yang meminta revisi berlebih. Selain itu koneksi internet daerah Putri sering mengalami kendala. Jadi kelancara komunikasi dan pengiriman sering terganggu.<sup>155</sup>

Andry Prasetya mengaku faktor penghambatnya adalah ketika koneksi internet mengalami gangguan. Selain itu ketika *mood* dirinya sedang tidak baik akan mengganggu pekerjaan. Kebetulan Andry Prasetya sudah memiliki

---

<sup>154</sup> Wawancara, Risza, ilustrator., 21 April 2020.

<sup>155</sup> Wawancara, Putri Ayu Sekarmentari., 21 April 2020.

keluarga, dan memiliki anak. Terkadang anaknya sering mendistraksinya jika sedang bekerja.<sup>156</sup>

Danar Dwi Putra memiliki kesulitan ketika mencari ide dan menerjemahkan *brief* dari pemesan. Biasanya pencarian ide bisa memakan waktu 3 hari. Selain itu terkadang bahasa mereka sulit dipahami.<sup>157</sup>

Nazruddin memiliki faktor penghambat yang berbeda dari narasumber lain. Terkadang muncul pegal pada punggung dan tangan sering menganggunya. Selain itu Naz bekerja di rumah orang tuanya. terkadang terdistrak oleh pekerjaan rumah. Tak jarang Naz harus ikut membantu menjaga toko dirumahnya.<sup>158</sup>

Doni Cahyono mengaku sering mengalami masalah pada koneksi Internet. Tak jarang juga bertemu dengan pemesan-pemesan nakal yang sering membebankan revisi berulang-ulang.<sup>159</sup>

Toni mengaku tidak ada kendala terlalu berat. Toni menikmati karena menggambar sudah menjadi hobinya dari dulu. Hanya beberapa revisi pemesan yang berulang-ulang terkadang menjadi kendala.<sup>160</sup>

#### **4. Analisis Studi Kelayakan Bisnis Ilustrasi Digital Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro**

---

<sup>156</sup> Wawancara, Andry Prasetya, Illustrator., 21 April 2020.

<sup>157</sup> Wawancara, Danar Dwi Putra, Ilustrator *Manga.*, 21 April 2020.

<sup>158</sup> Wawancara, Naz Rud, ilustrator., 21 April 2020.

<sup>159</sup> Wawancara, Doni Cahyono, Illustrator., 21 April 2020.

<sup>160</sup> Wawancara, Toni Shark, Illustrator., 05 Mei 2020.

Berdasarkan paparan para narasumber Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia terkait bagaimana mereka menjadi Fiverr Seller, mulai dari proses mereka berkarya, serta kesulitan-kesulitan yang di hadapi, dapat dijadikan sebagai indikator pembandingan untuk diimplikasikan dalam Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro. Beberapa dari narasumber memulai proses berkarya mereka dari komunitas seni rupa, layaknya komunitas Sketsa Lampung ini. Namun yang menjadi pertanyaan adalah sejauh mana anggota Sketsa Lampung mengetahui tentang ilustrasi digital. Karena fokus penelitian ini terletak pada bagaimana prospek kelayakan bisnis ekonomi kreatif ilustrasi digital ini pada komunitas seperti Sketsa Lampung. Setelah mengetahui tingkat pengetahuan akan Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital maka selanjutnya dapat ditarik kesimpulan atas analisa Studi Kelayakan Bisnis Ilustrasi Digital Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro. Sebagai perbandingan, peneliti memilih beberapa anggota komunitas Sketsa Lampung sebagai narasumber. Mereka adalah saudara Rulian Saputra, Rian Arta, Ferry Sandra, M. Iqbal Saputra, saudari Riska, Ghulam Syahroni, dan Nanda Adi Negara.

Rulian Saputra adalah anggota pertama sekaligus ketua dari komunitas Sketsa Lampung yang berdiri pada bulan April 2015. Menurutnya Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital adalah bentuk dari perkembangan berkarya melalui media digital. Rulian mengaku mengetahui secara umum tentang bagaimana proses berkarya ilustrasi digital. Namun belum dapat menjelaskan secara detail bagaimana prosesnya. Beliau mengaku mengetahui tentang ilustrasi

digital melalui sosial media dan juga melalui rekan-rekannya dalam komunitas seni rupa. Bicara tentang prospek bisnis ilustrasi digital, beliau berpandangan prospeknya sangat besar mengingat zaman semakin maju dan segala hal berkaitan digital itu sangat laku dan dibutuhkan sekali. Beliau juga memiliki minat untuk terjun dalam ilustrasi digital ini.<sup>161</sup>

Rian Arta merupakan anggota lainnya yang bergabung dalam Komunitas Sketsa Lampung di awal mula berdiri bersama Rulian Saputra. Menurutnya, ilustrasi digital merupakan ilmu atau kompetensi tentang pengolahan sebuah gambar melalui media digital atau komputer, yang bisa berupa *vektor* atau semacamnya. Menurutnya peluang ilustrasi digital sangat bagus apalagi seni *vektor*. Sebuah inovasi dalam dunia seni rupa karena tidak hanya menggambar dengan media pensil dan kertas. Rian mendapatkan pengetahuan atau informasi tentang ilustrasi digital melalui instagram. Narasumber memaparkan tentang pengalamannya berkarya ilustrasi digital berupa karya *vektor*. Sebelumnya Rian melihat proses pembuatan *vektor* dari temannya lalu mencobanya sendiri. Temannya tersebut menggunakan alat laptop dalam menunjang pembuatannya. Namun dengan keterbatasan media Rian menggunakan *smartphone* yang dimilikinya. Rian pertama kali membuat *vektor* menggunakan aplikasi Invinite yang didapatkan dari Play Store. Menurutnya prosesnya rumit dan *ribet* karena harus teliti dalam pewarnaan dan juga *layering*. Bicara prospek, Rian memaparkan bahwa peluangnya cukup bagus. Secara pribadi, Rian hanya menggunakan ilustrasi

---

<sup>161</sup> Wawancara, Rulian Saputra, Anggota Sketsa Lampung, 8 Mei 2020.



digital *vektor* untuk mencari penghasilan tambahan. Persaingan ilustrasi *vektor* sangatlah ketat karena kemudahan dalam membuatnya sehingga banyak yang belajar dan bisa. Untuk kemungkinan dan keinginannya terjun dalam bisnis ilustrasi digital, belum ada. Hanya sebatas eksplorasi media baru dan uang tambahan saja.<sup>162</sup>

Riska adalah anggota Sketsa Lampung lainnya yang bergabung diawal terbentuk komunitas ini. Beliau mengaku tidak terlalu aktif dalam kegiatan komunitas mingguan. Namun pernah berkontribusi dalam pameran Palapa 44 di Bandar Lampung bersama anggota Sketsa Lampung lainnya. Beliau tidak terlalu memahami tentang ekonomi kreatif, hanya sekedar pernah mendengarnya. Sama halnya dengan ilustrasi digital, beliau bahkan baru mendengar setelah peneliti menanyakan pertanyaan. Beliau mengaku, mungkin akan tertarik jika sudah dipelajari dan mudah untuk mempelajarinya.<sup>163</sup>

M. Iqbal Saputra adalah salah satu anggota yang terlihat matang secara usia dan pengalaman berkesenian. Beliau bergabung menjadi anggota Sektsa Lampung sejak tahun 2018. Menurut beliau, ilustrasi digital tidak berpatokan pada gambar yang diolah secara digital saja. Tapi juga bisa video atau design yang sering ditemui di media sosial. Media digital bisa jadi ladang bisnis jika penggunaannya sesuai seperti untuk kampanye, promosi dan lain-lain. Beliau mengaku mengetahui informasi ilustrasi digital melalui buku dan

---

<sup>162</sup> Wawancara, Rian Arta, Anggota Sketsa Lampung, 13 Mei 2020.

<sup>163</sup> Wawancara, Riska, anggota Sketsa Lampung, 7 Mei 2020.

pengalaman pribadi dibangku kuliahnya dahulu. Secara proses beliau mengetahui dan mengerti bagaimana sebuah ilustrasi digital itu dibuat. Secara prospek ada dan terbuka namun, harus pandai mencari peluang dan meningkatkan inovasi. Secara pribadi beliau belum ada minat untuk terjun dalam bisnis ini.<sup>164</sup>

Ferry Sandrea merupakan anggota yang tergabung sejak tahun 2015. Menurutnya ilustrasi digital merupakan cara menggambar dengan media dan alat digital. Ferry mengaku mengetahui ilustrasi digital dari rekan perupa lainnya. Secara proses pembuatan ilustrasi digital, Ferry mengetahuinya dari teman perupanya yang ternyata seorang komikus dan ilustrator digital. Untuk prospek, menurutnya sangatlah terbuka lebar karena zaman ini sudah serba digital. Ferry mengaku bermiant untuk terjun dalam bisnis ilustrasi digital.<sup>165</sup>

Ghulam Syahroni, merupakan anggota yang baru bergabung ditahun 2019. Menurutnya ilustrasi digital adalah pilihan berkarya dalam media baru. Karena akhir-akhir ini banyak anak muda yang menggandrungi seni digital karena selain praktis dalam pembuatannya juga bisa tersimpan dalam bentuk file serta mudah mengorganisirnya. Sayangnya perkembangan ilustrasi digital masih sebatas di kota-kota tertentu. Ghulam mengaku mengetahui ilustrasi digital melalui komunitas dan sosial media. Kebetulan Ghulam menggambar melalui media digital jadi mengetahui bagaimana pembuatannya prosesnya. Berbicara prospek menurutnya masih terbuka,

---

<sup>164</sup> Wawancara, M. Iqbal Saputra, Anggota Sketsa Lampung, 7 Mei 2020.

<sup>165</sup> Wawancara, Ferry Sandrea, Anggota Sketsa Lampung, 7 Mei 2020.

namun di beberapa daerah berkembang seperti Metro cukup sulit untuk memulainya. Melihat dari kesiapan sumber daya manusia dan atensi masyarakat yang belum kondusif. Ghulam juga sangat berminat untuk terjun dalam bidang ilustrasi digital.<sup>166</sup>

Nanda Adi Negara, menjadi anggota sejak tahun 2015. Namun Nanda mengaku tidak terlalu aktif dalam kegiatan. Dalam pameran Palapa, Nanda juga ikut serta berkontribusi lukisan disana. Sayangnya Nanda tidak terlalu mengetahui tentang ilustrasi digital sehingga tidak ada minat untuk terjun dan mendalaminya.<sup>167</sup>

Setelah mengetahui persepsi para anggota Sketsa Lampung terkait dengan Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital, maka dapat diambil kesimpulan bagaimana kelayakan bisnis ilustrasi digital jika diterapkan dalam komunitas. Pengalaman para anggota Fiverr Seller Indonesia dalam memulai bisnis ilustrasi digital dapat menjadi indikator pembandingnya. Hasil analisa yang terjadi dilapangan sangat mengejutkan, karena mayoritas narasumber tidak mengetahui tentang ekonomi kreatif ilustrasi digital ini. Ghulam Syahroni adalah satu dari tujuh narasumber yang mengetahui tentang ilustrasi digital. Baik dari pengetahuan industrinya ataupun teknis pembuatannya. Rian Arta memiliki pengalaman dalam pembuatan *vector art* yang dapat digolongkan dalam ilustrasi digital. Namun secara pengetahuan industri Rian belum mengetahui dan paham secara menyeluruh. Rulian

---

<sup>166</sup> Wawancara, Ghulam Syahroni, Anggota Sketsa Lampung, 7 Mei 2020.

<sup>167</sup> Wawancara, Nanda Adi Negara, Anggota Sketsa Lampung, 13 Mei 2020.

Saputra memiliki *hard skill* yang mumpuni dalam seni rupa. Namun Rulian kurang memahami seluk beluk industri dan kemampuan serta pengetahuan teknologi dalam menunjang bisnis ilustrasi digital. M. Iqbal Saputra memiliki pengetahuan luas dalam bidang seni rupa murni, namun kurang memahami pengetahuan dalam bidang industri kreatif. Secara *hard skill* menggambar dan melukis ilustrasi potensial namun beliau mengaku lebih fokus dalam bidang seni kriya. Sedangkan Riska, Ferry, dan Nanda sama-sama tidak mengetahui tentang ekonomi kreatif serta ilustrasi digital.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat dianalisa dan ditarik kesimpulan mengenai prospek kelayakan bisnis ekonomi kreatif ilustrasi digital di komunitas Sketsa Lampung kota Metro bahwa komunitas Sketsa Lampung belum layak untuk menjalankan bisnis ilustrasi digital. Banyak hal yang menimbulkan ketidaklayakkan tersebut baik secara internal pribadi anggotanya ataupun secara eksternal dari lingkungan atau ekosistemnya. Berikut beberapa analisa yang dapat disimpulkan:

1. Belum adanya pengetahuan akan ekonomi kreatif ilustrasi digital secara menyeluruh dalam setiap anggotanya. Pengetahuan para anggota masih sebatas pada keilmuan seni rupa murni saja.
2. Kurangnya pengetahuan atau minat dalam mempelajari perkembangan teknologi. Mengingat bisnis ini sangat rumit dan dibutuhkan keahlian dan pengetahuan teknologi informasi, baik dari proses berkaryanya hingga proses pemasarannya.
3. Kurangnya kemampuan hard skill atau menggambar dan melukis setiap anggotanya. Skill yang dimiliki setiap anggota Sketsa Lampung kota Metro tidak dapat disamakan karena proses setiap anggota berbeda-beda.

#### **B. Saran**

Setelah ditarik kesimpulan terdapat beberapa hal yang dapat dirumuskan menjadi saran untuk Sketsa Lampung agar dapat mengimplementasikan bisnis ilustrasi digital.

1. Meningkatkan pengetahuan akan industri kreatif khususnya dalam *circle* ilustrasi, komik, animasi dan game.
2. Mengadakan workshop atau diskusi-diskusi terkait industri kreatif yang diadakan komunitas dengan mendatangkan praktisi atau sosok yang berkompeten dalam dunia industri kreatif..
3. Meningkatkan pengetahuan serta kemampuan tentang teknologi dan perkembangannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Cholis Idham, Noor. *Arsitektur dan Kenyamanan Termal*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- DeLee, *Magic of Creative Preneur*. ABNG Publishing, 2012.
- Djuroto, Totok. *Manajemen Penerbitan Pers*, Bandung: Remaja Rosdakarya, cet. 2, 2002.
- Giwanda, Griand. *Panduan Praktis Belajar Fotografi*, Jakarta: Puspa Swara. Cet. I, 2001.
- Gunaryo. *dkk., Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*.
- Fahmi, Irham *dkk., Studi Kelayakan Bisnis teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Fathoni. Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011.
- Hanurawan, Fattah. *Psikologi Sosial*. Bandung: Rosdakarya, 2010.
- J. Moloeng, Lexy. *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Jajang Suyaman, Dede . *Kewirausahaan dan Industri Kreatif*, Bandung: ALFABETA, 2015.
- Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Kasmir, dan Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Mauled, Moelyono. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif: Antara tuntutan dan kebutuhan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Maharsi, Indiria. *Komik: Dunia Kreatif Tanpa Batas*. Yogyakarta: KATA BUKU, 2011.

- M. Firdausy, Carunia. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017.
- Male, Alan. *Illustration: A Theoretical & Contextual Perspective*, Switzerland: Ava Publishing, 2007.
- Mauled, Moelyono. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif: Antara tuntutan dan kebutuhan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- McCloud, Scott. *Memahami Komik*, Terj. S. Kinanti. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2001.
- McCloud, Scott. *Membuat Komik: Rahasia Bercerita Dalam Komik, Manga dan Novel Grafis*, Terj. Alpha Febrianto, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Masdiono, Toni. *14 Jurus Membuat Komik*, Jakarta: Creative Media, 1998.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers. 2008.
- Murcitaningrum, Suraya. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Bandar Lampung: Ta'lim Press. 2013. Nasution. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi aksara, 2012.
- Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Edisi Revisi. Metro: STAIN Jurai Siwo Metro, 2015.
- R. Arni, Kusmiati. *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Djambatan, 1999.
- Rahmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1996.
- Rusdiana, A. *Kewirausahaan Teori Dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.
- Sachari, Agus. *Metodologi Penelitian Budaya Rupa*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Sachari, Agus . Sunarya, Yan Yan. *Desain dan Kesenirupaan Indonesia dalam Wacana Transformasi Budaya*, Bandung: Penerbit ITB, 2001.
- Sibero, Ivan C. *Membuat Game 2D*, Yogyakarta: MediaKom, 2010.



- Sucipto ,Agus. *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: UIN Malang Press, 2011.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Surakhmad, Winarno. *Pengantar Penelitain Ilmiah, dasar metode tekhik*. Bandung: Tarsito, 1990.
- Suliyanto. *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV Ani Offset, 2010.
- Suryana. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Suryana, Jajang. *Tinjauan Seni Rupa*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015.
- Suyaman, Dede Jajang. *Kewirausahaan dan Industri Kreatif*, Bandung: ALFABETA, 2015.
- Tim Ganesa Sains, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Bandung: Penabur Ilmu, 2001.
- Tri Wahyu, Handayani. *Kuliah Jurusan Apa? Fakultas Seni Rupa dan Desain*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Umar, Husein. *Studi kelayakan bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Zeegen, Lawrance. "The Medium is the Message", dalam *The Fundamentals of Illustration*, Switzerland: AVA Publishing, 2005.
- A, Ria dan Benny Alexandri, M. "Aktivasi Sub-sektor Ekonomi Kreatif di Kota Bandung" *Jurnal AdBisprenuer* Vol. 2, No. 3/ Desember 2017.
- Afiyah, Abidatul. "Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry," *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 23 No 1, Juni 2015.
- Asmawan, Fery Andri. "Perancangan Buku Ilustrasi Digital Painting "*Culinary Experience Of Malang*" Sebagai Upaya Mendukung Potensi Kuliner Legendaris di Kota Malang", *MAVIS*, Vol. 01, No.01/ Maret 2019.
- Daulany, Zul Asfi Arroyhan. "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan Metode *Triple Helix* (Studi Kasus pada UMKM Kreatif Kota Medan)", *Tansiq*, vol. 1, No. 2/ Juli – Desember 2018.

- Diana, Putri . Suwena, I Ketut dan Sofia Wijaya, Ni Made. “Peran dan Pengembangan Industri Kreatif dalam Mendukung Pariwisata di Desa Mas dan Desa Peliatan, Ubud”, *Jurnal Analisis Pariwisata*, Vol.17, No.2/2017.
- Dwihantoro, Prihatin . Lokantara, I Gede Wyana.” Konsep “Studio Kreatif” Media Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Kendal”, *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, Vol.1, No.1/ Mei 2018.
- Gunawan, Gun Gun. Mansoor, Alvanov Z. . Haswanto, Naomi.,” Kajian Gaya Visual *Storytelling* Tatang Suhendra”, *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (demandia)*, Vol. 01, No. 01/ Maret 2016.
- Gunawan Santoso, Bambang. “*Intellectual Property* Animasi Di Indonesia Dalam Buku Katalog Nganimasi Indonesia”, *Jurnal Bahasa Rupa*, Vol.1, No.2/ April 2018.
- Hermanto, Yon Ade Lose. “Identifikasi Ilustrasi-Tipografi *Graphic Vernacular* Sebagai Sistem Tanda & Identifikasi Warung Tenda di kota Malang”, *Journal of Art Education And Culture Studies (JADECS)*, Vol.3, No.2/ November 2018.
- Janottama, I Putu Arya . Arya Putraka, Agus Ngurah. “Gaya dan Teknik Perancangan Ilustrasi Tokoh pada Cerita Rakyat Bali”, *SEGARA WIDYA Jurnal Hasil Penelitian*, Vol.5/ November 2017.
- Nur Azizah, Siti dan Muhfiatun, “Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus *Handcraft* dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)”, *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, Vol. 17, No. 2/ 2017.
- Prasetyo, Hoedi. Sutopo, Wahyudi. “Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek dan Arah Perkembangan Riset”, *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, Vol. 13, No.1/ Januari 2018.
- Purnamasari, Dewi. Hendrawan, Bambang. “Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis Sebagai Oleh-Oleh,” *Jurnal Akuntansi , Ekonomi, dan Manajemen Bisnis* Vol 1 No 1, 2013.

- Rusdi, Farid. Sunendro, Gregorius Genep. "Analisis Industri Kreatif dalam Memanfaatkan Identitas Kota Melalui Media Baru", Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara, Vol.10, No.1/ Juli 2018.
- Setiawan, Ahmad Budi. "Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital di Indonesia", Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi, KEMKOMINFO, Vol. 9, No.1/ September 2018. Simatupang, Togar M. *dkk*, "Analisis Kebijakan Pengembangan Industri Kreatif di Kota Bandung", Jurnal manajemen Teknologi ITB, Vol. 8, No. 1/ 2008.
- Soedarso, Nick. "Perancangan Buku Ilustrasi Perjalanan Mahapatih Gajah mada", Jurnal HUMANIORA Binus, Vol. 5, No. 2/ Oktober 2014.
- Suwardikun, Didit Widiatmoko . "Persuasi Melalui Ilustrasi dalam Iklan Cetak". ITB Journal Visual Art and Design, Vol. 3, No. 2/ 2009.
- Wardana, Pramudya Dwi. "Hubungan Kemampuan Menggambar Ilustrasi secara Manual dengan Kemampuan menggambar Ilustrasi secara Digital" Jurnal Pendidikan Seni Rupa, Vol.03 No.03/ 2015.
- Witabora, Joneta. "Peran Dan Perkembangan Ilustrasi", Jurnal HUMANIORA Binus, Vol.3, No. 2/ Oktober 2012.
- Adp, Rea, "Perjudian Nasib Jagad Sinema Bumilangit di Tangan 'Gundala'". Dalam <http://cnnindonesia.com/hiburan/20190831001211-200-426303/perjudian-nasib-jagad-sinema-bumilangit-di-tangan-gundala/>, diunduh pada 24 September 2019.
- Andika Putra, M. "Perjalanan Ardian Syaf Usai Kasus '212' di 'X-Men Gold'" [cnnindonesia.com](https://cnnindonesia.com/hiburan/20190123211956-241-363304/perjalanan-ardian-syaf-usai-kasus-212-di-x-men-gold), 24 Januari 2019, Dalam <https://cnnindonesia.com/hiburan/20190123211956-241-363304/perjalanan-ardian-syaf-usai-kasus-212-di-x-men-gold> diunduh pada 05 Agustus 2019.
- Bekraf " Badan Ekonomi Kreatif Fokus Enam Subsektor, Ini Unggulannya", [Tempo.co.id](https://bisnis.tempo.co/read/news/2017/03/31/090861303/badan-ekonomi-kreatif-fokus=enam-sektor-ini-unggulannya), 19 Juli 2017. Dalam <https://bisnis.tempo.co/read/news/2017/03/31/090861303/badan-ekonomi-kreatif-fokus=enam-sektor-ini-unggulannya>. diunduh pada Tanggal 03 Agustus 2019.

Bekraf “ Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (BEKRAF),”Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif 2015-2019” Dalam [https://bekraf.go.id/downloadable/pdf\\_file/171014-rencana-strategis-badan-ekonomi-kreatif-2015-2019.pdf](https://bekraf.go.id/downloadable/pdf_file/171014-rencana-strategis-badan-ekonomi-kreatif-2015-2019.pdf) diunduh pada 05 Agustus 2019.

Bekraf, “Subsektor Desain Interior”, dalam <http://bekraf.go.id/subsektor/page/28-desain-interior> diunduh pada 05 Agustus 2019.

Bekraf, “Subsektor Desain Produk”, dalam <https://bekraf.go.id/page/36-desain-produk> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

Bekraf, “Subsektor Film, Animasi, Video”, dalam <https://bekraf.go.id/subsektor/page/film-animasi-video> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

Bekraf, ”Subsektor Fotografi”, dalam <https://bekraf.go.id/subsektor/page/fotografi> diunduh pada 05 Agustus 2019.

Bekraf, “Subsektor Kuliner”, dalam <http://bekraf.go.id/subsektor/page/kuliner> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

Bekraf, “Subsektor Musik”, dalam <http://bekraf.go.id/subsektor/page/musik> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

Bekraf, “Subsektor Aplikasi dan Pengembangan Permainan” dalam <http://bekraf.go.id/subsektor/page/aplikasi-dan-pengembangan-permainan> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

Bekraf, ”Subsektor Seni Pertunjukan”, dalam <http://bekraf.go.id/subsektor/page/seni-pertunjukan> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

Bekraf, ”Subsektor Seni Rupa”. Dalam <http://bekraf.go.id/subsektor/page/seni-rupa> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

Bekraf, “OPUS *Creative Economy Outlook* 2019”, dalam [http://bekraf.go.id/pustaka/downloadable/pdf\\_file/181161-opus-indonesia.pdf](http://bekraf.go.id/pustaka/downloadable/pdf_file/181161-opus-indonesia.pdf) , diunduh pada 9 Oktober 2019

IamYourDream “Mobile Legend Jalin Kolaborasi Dengan Komikus Indonesia”, 27 Juni 2017, dalam <https://revivaltv.id/mobile-legends-jalin-kolaborasi-dengan-komikus-indonesia> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. <http://kbbi.web.id/ilustrasi>, Diakses pada tanggal 12 Juli 2019 pukul 09.59 WIB.

Kusumanto, Dody. “Sambut awal Juni 2018 bersama Animasi Patriot Cilik di ANTV”, dalam <https://www.kaorinusantara.or.id/newsline/111147/sambut-awal-juni-2018-bersama-animasi-patriot-cilik-di-antv>, diunduh pada 25 September 2019.

Oddy Widyantoro, Achmad. “Desain Komunikasi Visual. Ruang Lingkup”, Dalam <http://oddz.mercubuana-yogya.ac.id/wp-content/uploads/2018/10/6-DKV-Ruang-Lingkup-ATL-BTL-compressed.pdf> diunduh pada 05 Agustus 2019.

Rochani, Agus, “Strategi Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mewujudkan Kota Cerdas Studi Kasus: Kota Purbalingga” Dalam <http://jurnal.unissula.ac.id/>, diunduh pada 03 Agustus 2019.

Tim Staff UNY “Diktat DKV” dalam <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/diktat-dkv.pdf> , diunduh pada 05 Agustus 2019.

Wardani, Agustin Setyo. “Karakter Wiro Sableng Beraksi di Gim Arena of Valor”, liputan6.com, 27 Agustus 2018, dalam <https://liputan6.com/terno/read/3629026/karakter-wiro-sableng-beraksi-di-gim-arena-of-valor/> diunduh pada 04 Agustus 2019.

Yordana, Dedi. “Ario Anindito, Orang Indonesia di Balik Kesuksesan Komik Marvel” jawapos.com, 30 Oktober 2017, Dalam <https://jawapos.com/entertainment/30/10/2017/ario-anindito-orang-indonesia-di-balik-kesuksesan-komik-marvel> diunduh pada 05 Agustus 2019.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296.

Nomor : 2582/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019  
Lampiran : -  
Perihal : Pembimbing Skripsi

14 Oktober 2019

Kepada Yth.

1. Nawa Angkasa, S.H., M.A.
  2. Dharma Setyawan, M.A.
- di – Tempat

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Nadzif Fajar Fuadi  
NPM : 13103614  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)  
Judul : Persepsi Pengembangan Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital Di Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi
  - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan ± 2/8 bagian.
  - b. Isi ± 3/8 bagian.
  - c. Penutup ± 1/8 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*



Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kerjasama

MUHAMMAD SALEH



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung  
Pos 34111 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nadzif Fajar Fuadi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis  
Islam/Esy

NPM : 13103614

Semester / T A : XIV / 2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	07/02/2020		acc Bab 1-III	

Diketahui :  
Dosen Pembimbing II

**Dharma Setyawan, M.A**  
NIP. 19880529 201503 1 005

Mahasiswa ybs,

**Nadzif Fajar Fuadi**  
NPM. 13103614



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung  
Pos 34111 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nadzif Fajar Fuadi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis  
Islam/Esy

NPM : 13103614

Semester / T A : XIV / 2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	27/2020 /06		acc apr acc outken lanjut bab IV-V	

Diketahui :  
Dosen Pembimbing II

**Dharma Setyawan, M.A**  
NIP. 19880529 201503 1 005

Mahasiswa ybs,

**Nadzif Fajar Fuadi**  
NPM. 13103614





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung  
Pos 34111 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nadzif Fajar Fuadi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis  
Islam / Esy

NPM : 13103614

Semester / T A : XIV / 2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	14/2020 ES		- Ace bab I-III	

Diketahui :  
Dosen Pembimbing I

Nawa Angkasa, S.H, MA  
NIP. 19671020 200003 1 003

Mahasiswa ybs,

Nadzif Fajar Fuadi  
NPM. 13103614



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung  
Pos 34111 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nadzif Fajar Fuadi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis  
Islam / Esy

NPM : 13103614

Semester / T A : XIV / 2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	19/2020 /05		- Ace APD - Ace Sabun - Lanjutan IV-V	Utang

Diketahui :  
Dosen Pembimbing I

**Nawa Angkasa, S.H, MA**  
NIP. 19671020 200003 1 003

Mahasiswa ybs,

**Nadzif Fajar Fuadi**  
NPM. 13103614



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung  
Pos 34111 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nadzif Fajar Fuadi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis  
Islam/Esy

NPM : 13103614

Semester / T A : XIV / 2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	02/2020 /6		acc bas IV-V	

Diketahui :  
Dosen Pembimbing II

**Dharma Setyawan, M.A**  
NIP. 19880529 201503 1 005

Mahasiswa ybs,

**Nadzif Fajar Fuadi**  
NPM. 13103614



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung

Pos 34111 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296

Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nadzif Fajar Fuadi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis

Islam / Esy

NPM : 13103614

Semester / T A : XIV / 2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	05/2020 6	✓	Auditing di perolehan dan di perdelay seluarga dapat menyumbang pentagon berkeadilan.	

Diketahui :

Dosen Pembimbing I

Nawa Angkasa, S.H, MA

NIP. 19671020 200003 1 003

Mahasiswa ybs,

Nadzif Fajar Fuadi

NPM. 13103614



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung  
Pos 34111 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nadzif Fajar Fuadi

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis  
Islam / Esy

NPM : 13103614

Semester / T A : XIV / 2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	12/2020 6	✓	Ace diaj di penggunaan  _____	

Diketahui :  
Dosen Pembimbing I

**Nawa Angkasa, S.H, MA**  
NIP. 19671020 200003 1 003

Mahasiswa ybs,

**Nadzif Fajar Fuadi**  
NPM. 13103614



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: 1412/In.28/D.1/TL.01/06/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,  
menugaskan kepada saudara:

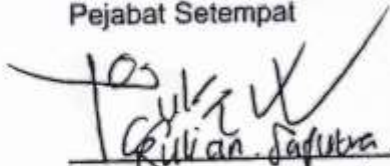
Nama : NADZIF FAJAR FUADI  
NPM : 13103614  
Semester : 14 (Empat Belas)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Sketsa Lampung, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STUDY KELAYAKAN BISNIS EKONOMI KREATIF ILUSTRASI DIGITAL DI KOMUNITAS SKETSA LAMPUNG KOTA METRO (STUDI KASUS GRUP FACEBOOK FIVERR SELLER INDONESIA)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 10 Juni 2020

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
Gultian Saputra  
Ketua Sketsa Lampung.



Wakil Dekan I,

  
Drs. H. M. Saleh MA  
NIP. 19650111 199303 1 001



**IAIN**

M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-482/In.28/S/U.1/OT.01/06/2020**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : NADZIF FAJAR FUADI  
NPM : 13103614  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 13103614.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 17 Juni 2020

Kepala Perpustakaan



Mokhtandi Sudin, M.Pd

NIP. 1958053119810301001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.ain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1413/In.28/D.1/TL.00/06/2020  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Ketua Sketsa Lampung  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1412/In.28/D.1/TL.01/06/2020,  
tanggal 10 Juni 2020 atas nama saudara:

Nama : **NADZIF FAJAR FUADI**  
NPM : 13103614  
Semester : 14 (Empat Belas)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Sketsa Lampung, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STUDY KELAYAKAN BISNIS EKONOMI KREATIF ILUSTRASI DIGITAL DI KOMUNITAS SKETSA LAMPUNG KOTA METRO (STUDI KASUS GRUP FACEBOOK FIVERR SELLER INDONESIA)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 10 Juni 2020

Wakil Dekan I,



**Drs. H. M. Saleh MA**

NIP. 19650111 199303 1 001



**STUDY KELAYAKAN BISNIS EKONOMI KREATIF ILUSTRASI  
DIGITAL DI KOMUNITAS SKETSA LAMPUNG KOTA METRO (Study  
Kasus Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia)**

**ALAT PENGUMPUL DATA**

**(APD)**

**A. PEDOMAN WAWANCARA**

**1. Wawancara dengan Anggota Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia.**

- a. Kapan anda memulai menjadi Fiverr *Seller* sebagai ilustrator disana?
- b. Bagaimana cerita awal mula saat memutuskan menjadi Fiverr *Seller* sebagai ilustrator?
- c. Apakah anda membuka order diluar *platform* Fiverr? Dimana sajakah itu ?
- d. Apakah anda bekerja sebagai *team* sebagai Fiverr *Seller* ? Jika Iya, berapa jumlah anggota *team* anda?
- e. Jenis ilustrasi apakah yang anda tawarkan pada pembeli ?
- f. Berapa lama waktu yang ditempuh untuk mengerjakan satu pesanan ilustrasi ?
- g. Bagaimana proses pembuatan ilustrasi yang anda buat?
- h. Berapa biaya yang dikenakan untuk satu ilustrasi?
- i. Berapa banyak rata-rata orderan ilustrasi dalam sebulan ?
- j. Apa saja alat-alat utama dan pendukung yang digunakan dalam pembuatan ilustrasi?

- k. Kesulitan apa saja yang dihadapi saat proses pembuatan hingga pengiriman ilustrasi kepada pembeli ?

**2. Wawancara dengan anggota Sketsa Lampung Kota Metro.**

- a. Sejak kapan anda bergabung Komunitas Sketsa Lampung ?
- b. Apa yang anda ketahui tentang ekonomi kreatif ilustrasi digital ?
- c. Dari mana anda mengetahui informasi tersebut?
- d. Apakah anda mengetahui bagaimana proses berkarya ilustrasi digital?
- e. Bagaimana menurut anda prospek bisnis ilustrasi digital saat ini?
- f. Apakah anda berminat menggeluti bidang tersebut ?

Metro, Mei 2020

Mahasiswa Ybs,

**Nadzif Fajar Fuadi**

NPM. 13103614

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

**Nawa Angkasa, S.H, MA**

**NIP. 19671020 200003 1 003**

**Dharma Setyawan, MA**

**NIP. 19880529 201503 1 005**

## **OUTLINE**

### **STUDY KELAYAKAN BISNIS EKONOMI KREATIF ILUSTRASI DIGITAL DI KOMUNITAS SKETSA LAMPUNG KOTA METRO (Study Kasus Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia)**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**NOTA DINAS**

**ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**BAB I           PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

**BAB II           LANDASAN TEORI**

- A. Study Kelayakan Bisnis
  - 1. Pengeritan Study Kelayakan BIsnis
  - 2. Tujuan Study Kelayakan Bisnis
  - 3. Manfaat Studi Kelayakan BIsnis
  - 4. Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis
- B. Ekonomi Kreatif
  - 1. Definisi Ekonomi Kreatif
  - 2. Ruang Lingkup Ekonomi Kreaitf di Indonesia
- C. Ilustrasi Digital
  - 1. Definisi Ilustrasi
  - 2. Jenis-jenis Ilustrasi
  - 3. Ilustrasi Digital
- D. Fiverr Seller Indonesia
  - 1. Definisi Fiverr
  - 2. Sistem Kerja Fiverr
  - 3. Grup Fiverr Seller Indonesia

### **BAB III      METODE PENELITIAN**

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
  - 1. Jenis Penelitian
  - 2. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
  - 1. Sumber Data Priemer
  - 2. Sumber Data Sekunder
- C. Teknis Pengumpulan Data
  - 1. Wawancara
  - 2. Dokumentasi
- D. Teknis Analisis Data

### **BAB IV      HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Temuan Umum

1. Gambaran Umum Komunitas Sketsa Lampung
    - a. Latar Belakang Berdirinya Komunitas
    - b. Kegiatan Komunitas Sketsa Lampung
      - 1) Agenda Mingguan
      - 2) Workshop Seni Rupa
      - 3) Mural Musiman
      - 4) Pameran Seni Rupa
  2. Gambaran Umum Grup Fiverr Seller Indonesia
    - a. Latar Belakang Grup Fiverr Seller Indonesia
    - b. Kegiatan Grup Fiverr Seller Indonesia
      - 1) Sesi Pertanyaan
      - 2) Sesi Sharing
      - 3) Sesi Tutorial
- B. Temuan Khusus
1. Prospek Kelayakan Bisnis Ilustrasi Digital Fiver Seller
  2. Proses Pengerjaan Ilustrasi Digital Fiverr Seller
  3. Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Ilustrasi Digital Fiverr Seller
  4. Analisis Studi Kelayakan Bisnis Ilustrasi Digital Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro

## **BAB V        PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **RIWAYAT HIDUP**

Metro, Mei 2020

Mahasiswa Ybs,

**Nadzif Fajar Fuadi**

NPM. 13103614

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

**Nawa Angkasa, S.H, MA**

**NIP. 19671020 200003 1 003**

**Dharma Setyawan, MA**

**NIP. 19880529 201503 1 005**

Dokumentasi 1.1.0 Mewawancarai Ketua Sketsa Lampung  
di Kediannya



Dokumentasi 1.2.0 Kegiatan Melukis dan Pameran Terbuka





Dokumentasi 1.3.0 Kegiatan Melukis dan Pameran Terbuka



Dokumentasi 1.4.0 Gallery Milik Ferry, Anggota Sketsa Lampung



## RIWAYAT HIDUP



Nadzif Fajar Fuadi, anak desa kelahiran Rejo Basuki 3, Seputih Raman, 18 Oktober 1994 ini merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Lahir dan dibesarkan oleh pasangan hebat, yakni Budi Sunarko dan Suratilah. Pendidikan dasar ditempuh di SDN 02 Rejo Basuki dan lulus pada tahun 2006. Melanjutkan studi pada SMP N 01 Seputih Raman, lulus pada tahun 2009. Berlabuh pada SMA Negeri 01 Kotagajah hingga lulus pada tahun 2012. Setelah tidak diterima oleh beberapa jurusan DKV di universitas-universitas impiannya, selama satu tahun peneliti memutuskan untuk mendalami *skill*, pengalaman, serta mempelajari seluk beluk industri kreatif. Tahun 2013, memutuskan untuk kuliah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro saja, dengan program study Ekonomi Syariah (ESy).

Mengarungi masa kuliah panjang, peneliti terdaftar sebagai anggota UKM IMPAS Divisi Seni Rupa, angkatan 2013. Selama kuliah peneliti sempat mendapatkan beberapa pencapaian yang tidak seberapa, seperti; Juara 3 Pekan Seni Mahasiswa Daerah (PEKSIMIDA) Lampung 2014 cabang Komik, Juara 1 Sketch Competition, Art Culturation, UKM-Persikusi FH Unila 2016, Juara 2 Pekan Seni Mahasiswa Daerah (PEKSIMIDA) Lampung 2018 cabang Komik Strip, Juara 2 Lomba Cipta Maskot Walikota dan Wakil Walikota Metro tahun 2020, serta berhasil lulus Uji Kompetensi dan mendapatkan Sertifikasi Profesi Sebagai Animator 2D oleh Kementerian Perindustrian (KEMENPERIN) pada tahun 2019. Selain itu juga peneliti menerbitkan beberapa komik *series* dipenerbit online, seperti; *Medidhimar* Diterbitkan Komikoo.com dan Ngomik.com tahun 2014, *Prototype M* yang terbit dalam platform digital LINE WEBTOON tahun 2016 sampai sekarang (*on going*).