

**KOLABORASI PENTAHELIX PADA DESAIN
KOMUNIKASI VISUAL UNTUK UMKM DI
MILLENNIAL JOB CENTER
JAWA TIMUR**



Untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat magister dalam bidang seni.
Minat utama Desain Komunikasi Visual.

Renzy Ayu Rohmatillah
2021337412

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2024**

TESIS
PENGKAJIAN SENI

**KOLABORASI PENTAHELIX PADA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNTUK UMKM DI MILLENIAL JOB CENTER JAWA TIMUR**

Oleh:

Renzy Ayu Rohmatillah

2021337412

Telah dipertahankan pada tanggal 18 Januari 2024
di depan Dewan Penguji yang terdiri dari:

Pembimbing

Penguji Ahli


Dr. Prayanto Widya Harsanto, M.Sn


Dr. Arif Agung Suwasono, M.Sn

Ketua Penguji

Dr. Koes Yuliadi, M.Hum

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Magister Seni

Yogyakarta, **31 JAN 2024**

Direktur Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si

NIP. 197210232002122001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa tesis yang saya tulis ini belum pernah digunakan untuk memperoleh gelar akademik dari perguruan tinggi manapun. Keseluruhan isi dalam tesis ini merupakan hasil penelitian yang belum pernah dipublikasikan kecuali secara tertulis dikutip dan disebutkan dalam kepustakaan.

Saya bertanggung jawab atas keaslian tesis ini, serta bersedia menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.



Yogyakarta, 10 Januari 2024

Renzy Ayu Rohmatillah
2021337412

Kolaborasi Pentahelix Pada Desain Komunikasi Visual untuk UMKM di Millenial Job Center Jawa Timur

Pertanggungjawaban Tertulis
Program Magister Seni Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2024
Oleh: Renzy Ayu Rohmatillah

ABSTRAK

Millenial Job Center Jawa Timur merupakan sebuah program yang memberikan kesempatan kepada masyarakat Jawa Timur untuk mengembangkan keahliannya. Salah satu kegiatannya yakni memfasilitasi pembuatan desain untuk UMKM. Terdapat kolaborasi dari berbagai pihak saat MJC memfasilitasi para UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dan menjelaskan kolaborasi pentahelix pada bidang desain komunikasi visual untuk UMKM di MJC. Selain itu juga bertujuan untuk menjabarkan visualisasi sebelum dan sesudah MJC memfasilitasi desain komunikasi visual untuk UMKM.

Penjabaran mengenai kolaborasi di MJC menerapkan teori kolaborasi pentahelix. Teori ini diterapkan untuk mengetahui peran dari setiap sektor yang ada di MJC. Selain itu juga diterapkan teori desain komunikasi visual untuk menjabarkan visualisasi dari desain yang dihasilkan oleh proses kolaborasi tersebut. Penelitian ini menerapkan metode penelitian studi kasus. Pendekatan yang diterapkan yakni pendekatan desain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi pentahelix yang terjadi antara akademisi, pemerintah, pelaku usaha, masyarakat dan media masa saling bersinergi dan masing-masing memiliki peran yang penting. Akademisi berperan sebagai peneliti yang dapat menyumbangkan inovasi bagi MJC. Pemerintah Jawa Timur berperan sebagai pengatur regulasi, kemudian peran UMKM selaku pelaku usaha adalah berkoordinasi dengan talenta yang merancang desain. Sedangkan media masa memiliki peran menyebarkan informasi terkait MJC. Visualisasi sebelum dan sesudah MJC memfasilitasi desain logo, kemasan dan katalog untuk UMKM memiliki perbedaan dalam penerapan unsur dan prinsip desain.

Kata Kunci: *Kolaborasi pentahelix, desain komunikasi visual, UMKM*

***Pentahelix Collaboration on Visual Communication Design
for MSMEs at the East Java Millennial Job Center***

ABSTRACT

Millennial Job Center is an East Java government program that provides opportunities for the people of East Java to develop their skills. One of the activities is facilitating design creation for MSMEs. There is collaboration from various sector when MJC facilitates MSMEs. This research aims to reveal and explain the pentahelix collaboration in the field of visual communication design for MSMEs at MJC. Besides that, it also aims to describe the visualization before and after MJC facilitates visual communication design for MSMEs.

The explanation of collaboration at MJC applies the pentahelix collaboration theory. This theory is applied to determine the role of each sector in MJC. Besides that, visual communication design theory is also applied to describe the visualization of the designs produced by the collaborative process. This research applies the case study research method. The approach applied is a design approach.

The research results show that the pentahelix collaboration that occurs between academics, government, business actors, society and mass media is in synergy with each other and each has an important role. Academics act as researchers who can contribute innovation to MJC. The East Java government plays the role of regulating regulations, then the role of MSMEs as business actors is to coordinate with the talents who design the designs. Meanwhile, mass media has a role in disseminating information related to MJC. Visualization before and after MJC facilitates logo, packaging and catalog design for MSMEs has differences in the application of design elements and principles.

Keywords: *Pentahelix collaboration, visual communication design, MSMEs*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul Kolaborasi Pentahelix Pada Desain Komunikasi Visual untuk UMKM di Millennial Job Center Jawa Timur. Tugas akhir ini ditujukan sebagai syarat kelulusan Program Magister Seni Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Seluruh proses termasuk hambatan yang dialami peneliti selama menyusun tugas akhir ini dijadikan sebagai pelajaran dan pengalaman.

Peneliti juga menghaturkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, membimbing, dan memberikan dukungan selama proses penyusunan tugas akhir ini.

1. Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si selaku direktur Pascasarjana ISI Yogyakarta yang telah mendukung dan memberikan fasilitas dalam penyelesaian tugas akhir saya.
2. Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn selaku dosen pembimbing tugas akhir yang dengan sabar selalu membimbing, mengarahkan, dan meluruskan langkah saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Dr. Koes Yuliadi, M.Hum selaku ketua ujian yang telah memberikan berbagai masukan dan arahan terkait tugas akhir saya.
4. Dr. Arif Agung Suwasono, M.Sn selaku penguji ahli yang telah mengarahkan dan memberikan berbagai saran terkait tugas ahir saya.
5. Bapak dan Ibu dosen Program Magister Pengkajian Seni yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Pihak Millennial Job Center Jawa Timur yang telah mendukung proses penelitian yang saya lakukan.
7. Keluarga peneliti selalu memberi dukungan dan semangat.
8. Seluruh narasumber yang telah berbagi informasi tentang data yang terkait dengan penelitian

9. Seluruh sahabat yang selalu mendukung, memberi semangat dan menjadi tempat berkeluh kesah
10. Seluruh pengelola, dosen, dan karyawan Pascasarjana ISI Yogyakarta.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Batasan Penelitian	10
II. LANDASAN TEORI	
A. Kajian Pustaka	11
B. Kajian Sumber	15
III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	29
B. Subyek dan Obyek Penelitian	31
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Keabsahan Data	37
F. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data	38
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	
1. Proses Pelaksanaan Kegiatan Fasilitasi	40
Desain Komunikasi Visual	
3. Perwujudan Desain Hasil Kegiatan Fasilitasi	45
Desain Komunikasi Visual	
B. Pembahasan	
1. Kolaborasi Pentahelix di Millenial Job Center	54

2. Strategi Pengelolaan Millennial Job Center	63
3. Visualisasi Sebelum dan Sesudah Kegiatan	72
Fasilitasi Desain Komunikasi Visual	
di Millennial Job Center	

V. PENUTUP

Kesimpulan	88
Saran	90
KEPUSTAKAAN	92
DAFTAR NARASUMBER	94
LAMPIRAN OBJEK PENELITIAN	98
LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA	103
LAMPIRAN SURAT PENELITIAN	120



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini merupakan salah satu ciri dari revolusi industri 4.0. Revolusi industri 4.0 ditandai dengan adanya penerapan otomatisasi dan penggunaan teknologi serta internet. Keadaan ini mempengaruhi banyak bidang, salah satunya adalah di bidang ekonomi dan desain. Bidang ekonomi yang berhubungan erat dengan dunia kerja, mengalami perkembangan yang sangat pesat yang dipengaruhi oleh meluasnya internet. Hal inilah yang kemudian memunculkan beragam jenis pekerjaan baru melalui internet.

Pekerjaan-pekerjaan kontrak jangka pendek sangat menjamur, begitu pula jenis pekerjaan di bidang desain grafis. Fenomena ini disebut dengan istilah *gig economy*. Faisal et al. (2019) menjelaskan bahwa *gig economy* merupakan skema bekerja yang menjalankan suatu proyek tanpa adanya hubungan kerja tetap. Kemunculan *gig economy* sebagai sebuah tren di bisnis digital yang global ini dipengaruhi oleh berkembangnya internet. Keberadaan tren ini menjadi keuntungan untuk bisa memberdayakan kemampuan atau keahlian masyarakat. Aristi & Pratama (2021) juga mengatakan bahwa pada *gig economy* pekerjaan para pekerja mandiri tergantung dari adanya permintaan dari pembeli.

Para pekerja mendapatkan klien atau pekerjaan dapat secara langsung maupun secara online. Faisal et al. (2019) menjabarkan bahwa *gig economy*

dapat dikategorikan ke dalam 2 jenis yakni *Physical Gig Economy* (PGE) dan *Online Gig Economy* (OGE). Perbedaan yang paling mencolok dari keduanya adalah media dan cara untuk mendistribusikan produk atau jasanya. Sebagai contoh, Grab dan Gojek termasuk PGE karena pekerjaannya melayani klien di lingkungan fisik secara langsung. Sedangkan Upwork yang merupakan sebuah *freelance marketplace* dikategorikan sebagai OGE karena memfasilitasi pekerjaannya untuk menawarkan produk atau jasanya melalui *platform* digital. Pihak yang mendistribusikan produk atau jasa ini kemudian dinamai sebagai *gig workers*.

OGE memungkinkan seorang *gig workers* untuk menyalurkan produk dan jasanya melalui suatu media online tertentu. Pada bidang desain grafis terdapat berbagai macam media online untuk menawarkan jasa desain. Beberapa media di ranah internasional yakni Fiver, Freelancer, Upwork, People Per Hour, 99Design, dan sebagainya. Media-media tersebut digunakan oleh para pekerja kreatif di berbagai negara. Media-media semacam ini berkembang pula di Indonesia, yakni Sribu, Project.co.id, Fastwork, dan sebagainya. Adanya media di ranah nasional lebih memudahkan pekerja kreatif lokal untuk menawarkan jasanya di lingkup yang lebih sempit. Bahasa yang dipergunakan juga memudahkan para pekerja karena menggunakan bahasa Indonesia, berbeda dengan media internasional yang menggunakan bahasa Inggris.

Berkembangnya berbagai macam media online ini menjadi lapangan pekerjaan baru. Fenomena ini kemudian mempengaruhi munculnya program

Millennial Job Center (MJC) di Jawa Timur. Program ini diinisiasi oleh pemerintah Jawa Timur untuk menyikapi adanya *gig economy*. MJC merupakan sebuah program pemberdayaan anak muda untuk bisa mengembangkan keahliannya. Program ini terfokus pada *on the job learning*, yakni pemberian pekerjaan temporer.

Pembeda MJC dengan beberapa media online lain yakni adanya mentor yang bertugas memberikan pelatihan kepada para pekerja kreatif atau disebut dengan talenta. Hal ini sesuai dengan tujuan awal dari terbentuknya MJC yakni untuk memberdayakan anak muda di Jawa Timur. Penyelenggaraan program MJC ini melalui *East Java Super Corridor* (EJSC) yang ada di 5 Badan Koordinasi Wilayah (Bakorwil) yakni Madiun, Bojonegoro, Malang, Pamekasan, dan Jember. Keberadaan EJSC berperan untuk menjaring para talenta yang berada di lingkup bakorwil. Adanya EJSC juga memudahkan MJC untuk memastikan bahwa program dapat dijalankan di seluruh wilayah di Jawa Timur.

Terdapat beberapa bidang yang ada di MJC yakni bidang desain komunikasi visual, digital marketing dan bisnis. Bidang digital marketing meliputi *Search Engine Optimization* (SEO), *copy writing* dan *content writing* untuk website dan sosial media, dan manajemen sosial media. Lalu untuk bidang bisnis meliputi pengelolaan bisnis UMKM dan pelatihan berbagai bidang keahlian seperti pertanian, kuliner, dan kerajinan. Kemudian bidang desain komunikasi visual di MJC yakni mencakup *branding identity*, desain UI/UX, desain logo, kemasan, videografi, fotografi, dan *graphic motion*.

Desain komunikasi visual mempelajari semua bentuk komunikasi yang sifatnya komunikasi visual seperti desain grafis, desain iklan, dan desain multimedia interaktif (Tinarbuko, 2015). Pada penelitian ini terfokus pada salah satu ranah desain komunikasi visual yakni desain grafis. Desain grafis yakni proses komunikasi yang menggunakan berbagai elemen visual seperti tulisan, bentuk dan gambar yang diterapkan untuk media-media statis. Penelitian ini mencakup desain logo, kemasan, dan katalog.

Sejak tahun 2019, penyelenggaraan MJC terdiri dari banyak kegiatan. Kegiatan tersebut yakni berupa *workshop*, pelatihan, fasilitasi desain untuk UMKM, pengurusan perijinan, dan lain-lain. MJC memfasilitasi desain komunikasi visual untuk UMKM di Jawa Timur yakni berupa desain kemasan produk, desain katalog, logo, foto produk, desain sosial media instagram, dan *graphic motion*. MJC memfasilitasi UMKM dengan tujuan untuk memberikan pemahaman kepada UMKM bahwa fungsi desain pada kegiatan usaha sangat penting. Berdasarkan penelusuran peneliti terkait produk UMKM sebelum difasilitasi kurang memperhatikan aspek estetika.



Gambar 1. Kemasan produk UMKM Pawone Mbok Sri di Tulungagung
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 2. Kemasan Produk UMKM Iin Kusuma TA Collection di Tulungagung
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berdasarkan temuan fakta visual di lapangan (lihat gambar 1 dan 2), desain kemasan diwakili oleh sebuah label sehingga adanya label hanya terkesan menjadi pelengkap dan tidak menyatu dengan kemasan primer. Desain label memuat semua informasi di satu sisi tanpa memperhatikan proporsi desain. Pada gambar 1, dapat dilihat bahwa beberapa tulisan ditata dengan *layout* rata kiri, beberapa lain ditata rata tengah. Penempatan tulisan yang tidak beraturan dan dengan ukuran yang tidak memperhatikan prinsip desain penekanan, membuat desain terlihat tidak teratur dan membuat bingung konsumen ketika membaca informasi label. Pemilihan warna dan ukuran subjudul seperti berat bersih, rasa, komposisi dan diproduksi oleh, sangat beraneka ragam sehingga desain terlihat sangat ramai. Gambar pelengkap seperti foto produk juga terkesan hanya ditempel sehingga tidak menyatu dengan *background*.

Keberadaan sebuah label juga hanya diposisikan sebagai elemen tambahan saja. Seperti yang terlihat di gambar 2, ukuran label sangat kecil apabila dibandingkan ukuran kemasan plastiknya. Ukuran label yang kecil membuat ukuran teksnya turut kecil sehingga membutuhkan usaha lebih untuk membacanya. Label juga hanya berisi kontak informasi tanpa ada desain yang bisa mendukung *branding* perusahaan. Adanya label hanya menjadi sebuah hiasan tanpa dimaksimalkan fungsinya. Kemasan produk juga hanya sebatas menjadi wadah bagi produknya. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pemilik usaha, desain kemasan dibuat di sebuah percetakan. Desain dibuat oleh desainer grafis di percetakan dengan waktu yang singkat dan langsung diproses untuk dicetak.

Selain untuk melindungi produk, kemasan memiliki berbagai fungsi. Label yang ada pada kemasan berfungsi untuk menarik minat konsumen dan membedakan produk dengan kompetitor. Foster et al. (2020) berpendapat bahwa bentuk kemasan produk sangat berpengaruh pada potensi psikologis konsumen. Bentuk kemasan yang menarik akan mempengaruhi ketertarikan konsumen saat akan membeli sebuah produk.

Selain kemasan, pelaku usaha juga kurang memperhatikan kualitas foto produk untuk mempromosikan produknya (lihat gambar 3). Foto produk hanya fokus pada kemasan saja tanpa menambahkan elemen-elemen lain seperti bahan-bahan produk atau peralatan hiasan. Pengambilan foto juga cenderung monoton dengan *angle* foto dari depan. Foto produk juga terkesan lebih terfokus pada *background* yang lebih ramai dari objek utama. Foto

produk sangat berpengaruh dalam menampilkan citra merk atau produk kepada masyarakat. Masifnya penggunaan sosial media dapat dimanfaatkan para UMKM untuk mempromosikan produknya kepada calon pembeli.



Gambar 3. Foto Produk UMKM Sri Tanjung di Malang
Sumber: Instagram EJSC Malang

Pada penelitian ini membahas salah satu kegiatan yang rutin diadakan oleh MJC, yakni fasilitasi bidang desain komunikasi visual untuk UMKM. Untuk menghasilkan sebuah desain, terdapat proses perancangan desain yang dilakukan oleh talenta atau desainer grafis yang berkolaborasi dengan mentor, pihak UMKM, pemerintahan Jawa Timur, dan pihak lainnya. Pada penelitian ini akan dibahas mengenai proses kreatif perancangan desain di MJC yang melibatkan banyak pihak.

Penyelenggaraan proyek di MJC tidak terlepas dari kolaborasi dari berbagai pihak. Kolaborasi yang terjalin terjadi antara talenta atau desainer grafis, mentor, lembaga pemerintahan, UMKM, media masa, akademisi dan lain-lain. Adanya mentor menjadi hal pembeda antara MJC dengan media online lainnya seperti Freelancer, project.co, dan sebagainya. Proses kolaborasi

mentor dan desainer grafis ini menjadi salah satu kegiatan yang mempengaruhi apakah tujuan dari program MJC tercapai. Kolaborasi antar berbagai pihak ini dapat disebut sebagai kolaborasi model Pentahelix. Soemaryani (2016) menjelaskan bahwa model Pentahelix adalah referensi dalam mengembangkan sinergitas antar instansi atau beberapa pihak yang berbeda guna mencapai sebuah tujuan yang sama. Berdasarkan penjabaran tersebut, selain membahas proses kreatif perancangan sebuah desain, dibahas pula kolaborasi kreatif yang terjadi di MJC. Proses kolaborasi yang melibatkan beberapa pihak ini dianalisis guna menjabarkan peran dari masing-masing pihak.

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengungkap langkah-langkah yang dilakukan oleh MJC guna memberdayakan masyarakat dan mendukung kemajuan UMKM di Jawa Timur. Dituliskan pula cara-cara yang dapat diterapkan oleh pemerintah untuk dapat memaksimalkan program MJC ini.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kolaborasi pentahelix pada bidang desain komunikasi visual untuk UMKM di Millennial Job Center Jawa Timur?
2. Bagaimana visualisasi sebelum dan sesudah Millennial Job Center memfasilitasi desain komunikasi visual untuk UMKM di Jawa Timur?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Mengungkap dan menjelaskan kolaborasi pentahelix pada bidang desain komunikasi visual untuk UMKM di *Millenial Job Center* Jawa Timur.
- b. Menjabarkan visualisasi sebelum dan sesudah Millenial Job Center memfasilitasi desain komunikasi visual untuk UMKM di Jawa Timur?

2. Manfaat

- a. Bagi peneliti, kajian mengenai kolaborasi pentahelix pada bidang desain komunikasi visual untuk UMKM di MJC ini dapat melatih cara berpikir kritis serta meningkatkan pengetahuan tentang kolaborasi pentahelix.
- b. Bagi praktisi desainer grafis, kajian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam membuat sebuah desain untuk UMKM yang pada praktiknya akan melibatkan beberapa pihak.
- c. Bagi Lembaga Pemerintahan, kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk mengoptimalkan penyelenggaraan program *Millenial Job Center*.
- d. Bagi Lembaga Perguruan Tinggi, kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengembangan keilmuan dalam bidang Desain Komunikasi Visual, terutama mengenai kolaborasi pentahelix. Selain itu, penelitian ini juga dapat mendukung penelitian-penelitian sejenis yang akan dilakukan selanjutnya.

- e. Bagi masyarakat, kajian ini dapat menjadi gambaran mengenai proses yang terjadi dibalik adanya sebuah karya desain komunikasi visual.

D. Batasan Masalah

Perlu adanya batasan yang diterapkan pada penelitian ini agar lebih terfokus pada masalah yang dibahas. Peneliti membatasi penelitian terkait bidang desain komunikasi visual yang akan dibahas. Ranah desain komunikasi visual mencakup desain grafis, desain iklan, dan desain multimedia interaktif. Ranah desain komunikasi visual yang dibahas dalam penelitian ini yakni fokus pada ranah desain grafis yang mencakup desain logo, kemasan, dan katalog. Selain membahas mengenai peran masing-masing sektor yang terlibat dalam kolaborasi pentahelix, penelitian ini juga membahas visualisasi desain sebelum dan sesudah MJC memfasilitasi desain komunikasi visual untuk UMKM.

