

SKRIPSI
STRATEGI VISUAL KOMUNIKASI ILUSTRASI BERTEMA *VINTAGE* OLEH
STUDIO GIGIKUKUK DI MARKETPLACE FIVERR

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



Disusun Oleh :

Aira Runa Maharani (24055722)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA
2025

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI VISUAL KOMUNIKASI ILUSTRASI BERTEMA *VINTAGE* OLEH STUDIO GIGIKUKUK DI MARKETPLACE FIVERR

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun Oleh :

Aira Runa Maharani

NIM 24055722



Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing

Karina Rima Melati, M.Hum

NIDN. 0530098201

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

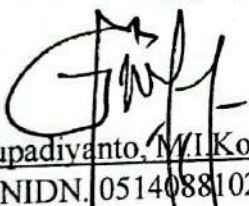
SKRIPSI

STRATEGI VISUAL KOMUNIKASI ILUSTRASI BERTEMA *VINTAGE* OLEH STUDIO GIGIKUKUK DI MARKETPLACE FIVERR

Diterima dan disahkan sebagai Skripsi dan telah dipertahankan di depan Tim Penguji Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta sebagai persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 27 Agustus 2025
Pukul : 13.00 – 15.00
Tempat : Online zoom

Dosen Penguji I,


Supadivanto, M.I.Kom.
NIDN. 0514088102

Dosen Penguji II


Dr. Ahmad Muntaha, M.Si.
NIDN. 0527056401

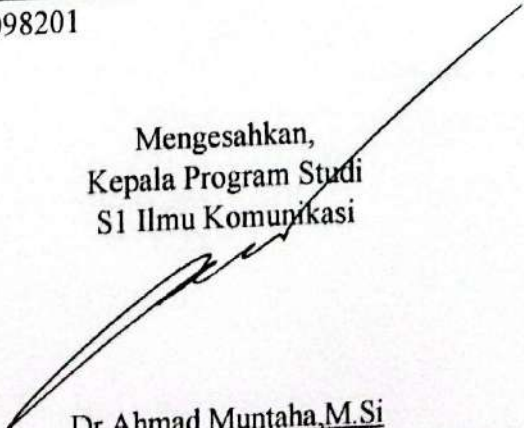
Dosen Pembimbing dan Penguji III


Karina Rima Melati, M.Hum
NIDN. 0530098201

Mengetahui,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi
(STIKOM) Yogyakarta


Hardoyo, M.A.
NIDN. 0516047201

Mengesahkan,
Kepala Program Studi
S1 Ilmu Komunikasi


Dr. Ahmad Muntaha, M.Si.
NIDN. 0527056401

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Aira Runa Maharani
NIM : 24055722
Judul Laporan : Strategi Visual Komunikasi Ilustrasi Bertema *Vintage*
oleh Studio Gigikukuk di Marketplace Fiverr

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang saya buat ini bersifat orisinil dan murni karya saya.
2. Skripsi ini bukan plagiasi (*copy paste*) karya orang lain, kecuali yang saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat, dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi dalam daftar pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah.
3. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan plagiasi dan pelanggaran etika akademis yang secara sah dan dapat dibuktikan dengan dokumen-dokumen yang terpercaya keasliannya oleh pimpinan STIKOM Yogyakarta, maka bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, yang kemudian secara luas akan dipublikasikan oleh STIKOM Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 30 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Aira Runa Maharani

NIM 24055722

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul : Strategi Visual Komunikasi Ilustrasi Bertema Vintage oleh Studio Gigikukuk di *Marketplace* Fiverr. Penulis susun dalam rangka serta memenuhi kewajiban untuk melengkapi salah satu syarat dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih banyak kekurangan, kesalahan serta ketidak sempurnaan didalamnya. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat selesai dengan hasil yang mendekati sempurna. Dengan tersusunnya Skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang sudah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kekuatan, kekuatan, serta kelancaran dalam setiap langkah penulis.
2. Ibu Karina Rima Melati, M. Hum. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan perhatian telah memberikan arahan, bimbingan serta masukan yang berharga.
3. Kepada orang tua tercinta beserta keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang.
4. Kepada sahabat tercinta, Dewi Nusantara yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada teman - teman yang selalu mendukung dan memberi semangat dalam pengerjaan skripsi.

Dengan demikian, saya berharap agar proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan orang lain. Atas Perhatian dan dukungannya penulis ucapkan terimakasih.

MOTTO

“Always remember what makes you happy and hold onto that”

- Bangchan of Stray Kids –

“Salah satu yang paling nikmat dari kesempatan hidup adalah hari – hari baik yang datang bagi si yakin dan berusaha”

-Tulus-

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi komunikasi visual Studio Gigikukuk dalam memasarkan jasa ilustrasi di platform Fiverr. Fokus penelitian diarahkan pada tiga pertanyaan utama, yaitu bagaimana gaya ilustrasi studio membentuk identitas visual, bagaimana tata letak portofolio disusun untuk menarik calon klien, serta bagaimana strategi komunikasi melalui deskripsi layanan dan respon pengguna jasa berkontribusi pada citra studio. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, dan penelaahan ulasan klien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya ilustrasi Gigikukuk berciri khas vintage dengan teknik hand drawn, detail garis dan arsir, serta palet warna klasik. Dari segi tata letak, portofolio disusun sistematis melalui thumbnail, mockup, dan visual utama yang memperkuat identitas karya. Strategi komunikasi juga tampak dalam deskripsi layanan yang ringkas, persuasif, dan menonjolkan keunggulan jasa sehingga memudahkan calon klien memahami kualitas studio. Respon pengguna mayoritas positif, menyoroti kualitas ilustrasi, konsistensi gaya, serta ketepatan waktu pengerjaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Gigikukuk dipengaruhi oleh konsistensi visual, kerapian penyusunan portofolio, dan efektivitas deskripsi layanan dalam mendukung komunikasi visual.

Kata kunci : komunikasi visual, gaya ilustrasi, tata letak, respon pengguna, Fiverr

ABSTRACT

This study examines the visual communication strategies employed by Gigikukuk Studio in marketing illustration services on the Fiverr platform. The research focuses on three main questions: how the studio's illustration style contributes to visual identity, how the portfolio layout is structured to attract potential clients, and how communication strategies through service descriptions and user responses shape the studio's image. A descriptive qualitative method was applied through observation, interviews, and the analysis of client reviews. The findings reveal that Gigikukuk's illustration style is characterized by a vintage aesthetic, expressed through hand-drawn techniques, detailed lines and shading, and a classic color palette. In terms of layout, the portfolio is systematically organized using thumbnails, mockups, and main visuals that reinforce the studio's identity. Communication strategies are also reflected in concise and persuasive service descriptions that highlight the studio's strengths and make its quality easily understood by clients. User responses are predominantly positive, emphasizing the quality of the illustrations, consistency of style, and timeliness of delivery. Thus, the success of Gigikukuk is influenced by visual consistency, structured portfolio design, and the effectiveness of service descriptions in supporting visual communication.

Keywords: visual communication, illustration style, layout, user response, Fiverr

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
A. Pemetaan penelitian terdahulu	5
B. Teori – teori yang digunakan	11
C. Fokus Penelitian	17
D. Definisi Konseptual dan Konsep Operasional	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
A. Jenis Penelitian	19
B. Data Primer dan Sekunder	19
C. Cara Pengumpulan Data	20
D. Cara Pengolahan Data.....	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
A. Deskripsi Objek	22
B. Deskripsi Hasil Penelitian (Classifying, Describe, Connect)	27
C. Analisis / pembahasan	30
BAB V PENUTUP	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tampilan Gig studio Gigikukuk	2
Gambar 2. Gaya Ilustrasi studio Gigikukuk	23
Gambar 3. Halaman utama studio Gigikukuk di Fiverr	24
Gambar 4. Penataan Gig studio Gigikukuk pada Fiverr	25
Gambar 5. Gaya ilustrasi studio Gigikukuk	32
Gambar 6. Gaya ilustrasi studio Gigikukuk	33
Gambar 7. Gaya ilustrasi studio Gigikukuk	35
Gambar 8. Gaya ilustrasi studio Gigikukuk	36
Gambar 9. Gaya ilustrasi studio Gigikukuk	37
Gambar 10. Tampilan utama Gig berjudul “I will design vintage logo,	38
Gambar 11. Karya pendukung di Gig	40
Gambar 12. Deskripsi pada Gig	41
Gambar 13. Mushroom seekers.....	42
Gambar 14. Fungi Culture	43
Gambar 15. Mushies Cafe.....	44
Gambar 16. Review dari klien	46
Gambar 17. Ulasan klien.....	46
Gambar 18. Ulasan klien.....	47
Gambar 19. Ulasan klien.....	47
Gambar 20. Ulasan klien.....	48
Gambar 21. Ulasan klien.....	48

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi dan menjalankan aktivitas ekonomi, termasuk di sektor industri kreatif. Para ilustrator dan desainer misalnya sebagai insan yang bekerja secara *freelance* atau orang yang bekerja secara mandiri tanpa terikat oleh satu perusahaan. Platform yang berkembang pesat dalam hal ini adalah Fiverr sebagai *marketplace* atau pasar daring atau lokapasar internasional yang mempertemukan para penyedia jasa kreatif dengan klien dari berbagai belahan dunia. Fiverr menuntut para pekerja *freelance* untuk mampu menarik perhatian calon klien secara cepat dan efektif, utamanya melalui kekuatan visual.

Pada *marketplace* Fiverr, terdapat istilah Gig yang digunakan untuk menyebut layanan atau jasa yang ditawarkan oleh seorang *freelancer*. Setiap Gig mencerminkan satu jenis pekerjaan atau keterampilan spesifik, yang diibaratkan sebagai etalase produk di toko online, tetapi yang ditawarkan bukan barang fisik melainkan jasa.

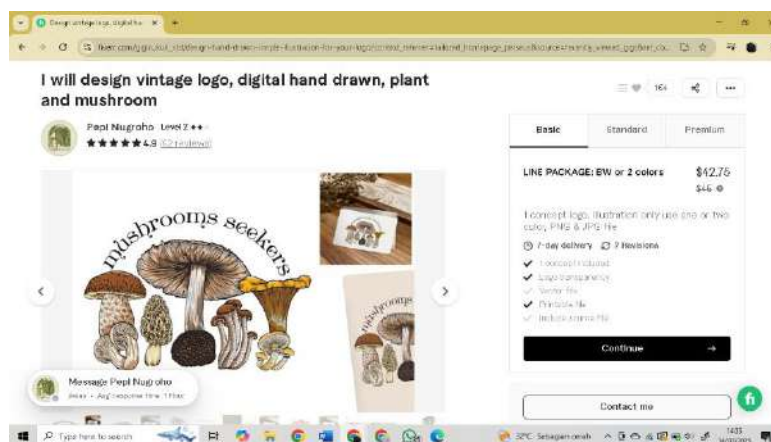
Dalam ranah digital, komunikasi visual tidak hanya sebagai aspek keindahan semata, tetapi juga sebagai bagian penting dari strategi pemasaran. Pelaku jasa dituntut untuk menampilkan portofolio, penjelasan layanan dan identitas visual secara menarik dan komunikatif, agar selaras dengan kebutuhan dan standar pasar internasional. Tampilan visual menjadi kesan pertama yang dilihat calon klien dan sering kali menentukan keputusan untuk melakukan kerja sama.

Sama halnya dengan Studio Gigikukuk dari Bantul Yogyakarta menawarkan jasa ilustrasi digital pada Gig Fiverr dengan gaya visual yang khas. Jenis - jenis ilustrasi untuk logo vintage, ilustrasi tanaman, dan patern ilustrasi. Studio Gigikukuk telah bergabung sebagai penyedia jasa ilustrasi di platform Fiverr sejak tahun 2021. Hingga saat ini posisi studio Gigikukuk di Fiverr berhasil mempertahankan rating tinggi sebesar 4,9 dari 76 klien dan telah mencapai level 2 Seller, yang menunjukkan konsistensi dalam kualitas layanan, kepuasan klien, serta pengalaman yang cukup panjang dalam menghadapi pasar global di platform tersebut.

Salah satu ciri khas yaitu *hand-drawn* dan bernuansa vintage. Karakter ilustrasi mereka biasanya menampilkan sentuhan tekstur garis tangan, warna-warna lembut, serta detail yang menyerupai gambar di buku cerita klasik atau poster retro. Gaya ini menjadi pembeda yang kuat dibanding banyak ilustrator atau studio ilustrasi lain yang mengusung

gaya digital modern atau anime-style. Dengan reputasi yang baik dan ulasan positif dari klien, Gigikukuk menunjukkan konsistensi dalam penyampaian visual sehingga mampu bersaing ditengah pasar internasional. Keberhasilan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis ilustrasi, tetapi juga oleh bagaimana studio Gigikukuk menyusun strategi visual dalam menyampaikan identitasnya, menampilkan portofolio, serta menjelaskan layanan secara efektif.

Penggunaan visual dalam profil dan portofolio Gigikukuk tidak hanya berfungsi untuk menunjukkan hasil karya, tetapi juga menjadi media komunikasi untuk menyampaikan informasi terkait kualitas layanan, kecepatan pengerjaan, gaya ilustrasi yang ditawarkan, dan karakter *brand*. Visual dikemas melalui ‘gig’, gambar sampel dan elemen grafis lainnya yang berpadu dengan deskripsi. Selain itu, gaya visual yang konsisten membangun citra studio yang kuat dan membedakan Gigikukuk dan kompetitor lainnya.



Gambar 1. Tampilan Gig studio Gigikukuk
Sumber. Fiverr.com

Fiverr telah membuka peluang ekonomi yang sangat besar bagi para ilustrator di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Beberapa ilustrator internasional berhasil meraih pendapatan yang signifikan melalui Fiverr, nominal yang didapatkan tergantung pada keahlian, kualitas layanan, dan strategi pemasaran yang diterapkan. Platform ini memungkinkan ilustrator untuk menjangkau klien secara global tanpa batas geografis, sehingga memperluas potensi pasar. Berdasarkan data dari Fiverr, kategori “Graphic Design” dan “Illustration” merupakan salah satu kategori yang paling populer dan banyak dipesan oleh klien. Sehingga potensi ini dimanfaatkan oleh banyak ilustrator lokal yang mulai menjadikan Fiverr sebagai sumber pendapatan utama maupun tambahan, dengan menyesuaikan gaya visual dan komunikasi mereka agar tidak kalah dengan creator yang lain di pasar internasional.

Selain Fiverr, terdapat pula beberapa platform lain yang serupa. Misalnya, Upwork dan [Freelancer.com](https://www.freelancer.com) yang menggunakan sistem bidding atau dimana klien memposting proyek dan *freelancer* mengajukan penawaran. Ada juga PeoplePerHour, [Guru.com](https://www.guru.com), dan Truelancer yang menggabungkan fitur ‘gig’ dan sistem bidding.

Meskipun praktik komunikasi visual telah banyak diterapkan oleh pelaku industri kreatif di platform digital, namun masih sedikit penelitian akademik yang secara khusus menelaah bagaimana strategi visual dibentuk, disusun dan berpengaruh terhadap respon pengguna. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara mendalam bagaimana studio Gigikukuk mengelola komunikasi visualnya, khususnya sebagai bagian dari strategi branding dan pemasaran digital di marketplace Fiverr.

Melalui penelitian ini, penulis ingin mengeksplorasi lebih mendalam strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh Gigikukuk, mulai dari penataan portofolio, penyampaian deskripsi layanan, hingga tanggapan dari klien. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis bagi pelaku industri kreatif di bidang desain komunikasi visual yang ingin mengembangkan profesinya dalam skala global.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh studio Gigikukuk dalam menyusun portofolio dan deskripsi layanan di platform Fiverr?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh studio Gigikukuk dalam menyusun portofolio dan deskripsi layanan di platform Fiverr.
2. Untuk mengidentifikasi elemen visual yang dominan digunakan studio Gigikukuk dalam merepresentasikan jasa dan membangun identitas visual.
3. Untuk menganalisis struktur tata letak (*layout*) visual digunakan untuk menyusun informasi secara efektif dan menarik dalam gig Fiverr milik Studio Gigikukuk
4. Untuk mengkaji elemen visual seperti apa yang muncul dalam komentar klien studio Gigikukuk

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi visual dalam konteks pemasaran digital kreatif berbasis platform online.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku industri kreatif, khususnya ilustrator dan desainer grafis dalam merancang strategi komunikasi visual yang efektif. Selain itu, hasil penelitian ini juga bermanfaat bagi mahasiswa desain komunikasi visual untuk memahami penerapan konsep visual branding dan komunikasi di pasar global.

3. Manfaat Masyarakat

Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya komunikasi visual dalam pemasaran digital, sehingga mereka lebih kritis dalam mengonsumsi konten visual di media online. Selain itu, penelitian ini juga dapat mendorong apresiasi masyarakat terhadap karya kreatif lokal, sekaligus memperkuat kesadaran akan potensi industri kreatif sebagai salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi.

4. Manfaat Sosial

Dari sisi sosial, penelitian ini diharapkan mampu memperkuat interaksi dan kolaborasi antar komunitas kreatif, baik secara lokal maupun global, melalui pemanfaatan platform digital. Penelitian ini juga berkontribusi dalam membangun ekosistem kreatif yang inklusif, mendukung keberagaman ide, serta menciptakan peluang kerja sama yang berdampak pada peningkatan solidaritas sosial dan pemberdayaan komunitas.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pemetaan penelitian terdahulu

Pada penelitian-penelitian sebelumnya telah memberikan banyak gambaran tentang bagaimana komunikasi visual dan branding digunakan dalam media digital, seperti media sosial atau website portofolio. Dari penelitian tersebut, kita bisa melihat bahwa tampilan visual sangat berpengaruh dalam menarik perhatian dan membangun kepercayaan konsumen. Namun, belum banyak penelitian yang secara khusus membahas bagaimana strategi visual dilakukan oleh ilustrator Indonesia di platform global seperti Fiverr. Karena itu, penelitian ini mencoba mengeksplorasi lebih dalam dengan melihat langsung bagaimana studio Gigikukuk menyusun tampilan visual layanannya, mulai dari portofolio, deskripsi jasa, hingga bagaimana klien memberikan respons. Dengan fokus pada pengalaman nyata di marketplace internasional, penelitian ini diharapkan bisa memberi sudut pandang baru tentang cara komunikasi visual bekerja di dunia kerja digital saat ini, khususnya di kalangan freelancer kreatif. Berikut 10 penelitian terdahulu :

No	Peneliti Tahun	Judul	Teori	Cara Pengumpulan Cara analisis	Hasil /Kesimpulan	Perbedaan dg penelitian ini
1	2	3	4	5	6	7
1	Haffiyan, Sridewi, 2025	Analisis Strategi Visual Branding Pada Konten Instagram Yakes Telkom Untuk Menjangkau Generasi Muda https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac	Teori : - Visual branding - Teori komunikasi visual - Karakteristik gen Z	Konstruktivisme Observasi akun Instagram @yakestelkom, wawancara mendalam dengan informan, dokumentasi konten.	Analisis dilakukan dengan lima poin, yaitu diferensiasi, kolaborasi, inovasi, validasi, dan manajemen brand. Proses penggalan ide dilakukan dengan diferensiasi melalui konten berwarna khas dan simbol modern untuk menarik perhatian generasi muda. Implementasi ide melalui kolaborasi internal dan	Perbedaan utamanya terletak pada objek, platform dan subjek..

		id/index.php/management/article/view/26551	- Komunikasi pemasaran terpadu		eksternal, serta inovasi dalam brainstorming dengan tim kreatif	
2.	Hamzah Rais Monoarfa, Hendro Aryanto, 2022	Analisis Ilustrasi Cover Artbook “Grandblue Fantasy Graphic Archive VII” https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/48074/40141	Teori : - Seni dan Estetika - Semiologi - Teori representasi - Teori budaya populer	Interpretif Mengungkap makna simbolik dalam ilustrasi cover, bagaimana tanda-tanda visual mengkomunikasikan pesan budaya, religiusitas, dan identitas dunia fantasi.	Ilustrasi tersebut memuat makna yang mencerminkan hubungan antar karakter, nuansa nostalgia dari perjalanan yang telah dilalui, luasnya dunia yang dibangun, serta dinamika kepribadian para tokohnya. Kompleksitas elemen visual tersebut mencerminkan tingkat	Perbedaan utamanya terletak pada objek), platform dan tujuan penelitian
3.	Junaidi, Abdul Samad, Abdul Jalil, 2024	Komunikasi Visual dan Minat Beli Produk Seller Secara Online (Studi Kasus Tokopedia) https://journal.unifa.ac.id/index.php/jsse/article/view/691	Teori : - Komunikasi visual - Perilaku konsumen dan minat beli - Pemasaran digital - Visual branding	Positivistic Menentukan seberapa besar pengaruh variabel-variabel visual terhadap minat beli, rating toko/produk mencari hubungan sebab-akibat yang objektif.	Komunikasi visual yang terstruktur dengan baik, tepat dan teratur dapat meningkatkan rating toko dan memperoleh tingkat kepercayaan konsumen dalam memutuskan berbelanja di toko Seller . Rating toko yang baik akan membuat konsumen percaya untuk berbelanja tanpa harus mengenal secara brand terkenal atau tidak, dengan pelayanan yang prima dan komunikasi yang	Perbedaan utamanya terletak pada objek (jasa dan produk), platform dan tujuan visual

					tepat sehingga akan membuat transaksi terjadi terus menerus	
4.	Ferdian Ardani Putra, M. Reza Tuba Salsabil 2023	Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Penjualan Jasa Ilustrasi Eres Graphic di Instagram https://ejurnal.uij.ac.id/index.php/mji/article/view/2376/1616	Teori : - Pemasaran digital & komunikasi pemasaran terpadu - Media sosial - Komunikasi visual - Visual branding	Positivistik Realitas strategi komunikasi pemasaran digital Eres Graphic dianggap dapat diukur lewat variabel-variabel seperti frekuensi konten, engagement, jumlah penjualan, dan respons konsumen. Data dikumpulkan melalui survei dan/atau analitik Instagram, dianalisis secara statistik untuk melihat kontribusi strategi terhadap peningkatan penjualan.	Peran pemasaran digital dalam menjual jasa ilustrasi yang dilakukan oleh Eres Graphic terlihat melalui pemanfaatan Instagram sebagai platform utama. Pilihan ini diambil karena Instagram mampu menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk calon klien dari luar negeri, sehingga memperluas target pasar. Dalam proses pemasarannya, Eres Graphic juga memperhatikan aspek-aspek penting seperti penggunaan logo yang tampak profesional, penulisan bio yang jelas dan informatif, serta penyajian konten yang menarik. Dengan strategi tersebut, Eres Graphic mampu membangun citra merek yang kuat dan menampilkan kesan profesional yang berkualitas...	Perbedaan utamanya terletak pada platform dan tujuan visual
5.	Kurniawan, Elisya, Tri amanda, Bagus cahyo, 2024	Analisis Komunikasi Visual Pada Feed dan instastory @Grande_gardencafe dalam meningkatkan brand awareness	Teori : - Semiotika - Komunikasi visual - Konsep brand awareness	Konstruktivisme Data berbentuk visual (gambar, layout, tipografi, warna), teks visual, observasi, dokumentasi konten media sosial.	Menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce dapat disimpulkan bahwa dengan postingan feed dan Instastory Instagram @grande_gardencafe berusaha melakukan branding	Perbedaan utamanya terletak pada platform dan tujuan visual

		https://aksiologi.org/index.php/relasi/article/view/1614			Grande Garden Cafe adalah cafe yang digandrungi dari usia dini hingga lansia yang ada dalam salah satu postingan Instagram @grande_gardencafe. Dengan melakukan branding melalui instagram, diharapkan konsumen Grande Garden Cafe memiliki brand awareness yang tinggi	
6.	Mustafa Gunay, 2021	Exploring the Visual Communication of Illustration Narrative in Brand Promotion Through the Symbolic Meaning of Thorn Elements https://www.researchgate.net/publication/385333732_Exploring_the_Visual_Communication_of_Illustration_Narrative in Brand Promotion Through the Symbolic Meaning of Thorn Elements	Teori : - Visual komunikasi - Desain grafis - Desain produk visual	Konstruktivisme Fokus pada pemahaman dan interpretasi visual, bukan pada pengukuran numerik atau generalisasi statistik.	Mengungkap bagaimana simbol dalam ilustrasi digunakan untuk menyampaikan pesan naratif dan meningkatkan identitas brand	Perbedaan utamanya terletak pada platform dan tujuan visual

7.	Gao ping, 2020	Explore the Advantages of Illustration Art in Visual Communication Design https://francispress.com/papers/2659	Teori : - komunikasi visual - persepsi visual - esttika - media baru	Interpretif Mengkaji makna, persepsi, dan nilai estetika, bukan pengukuran objektif atau hubungan sebab-akibat statistik.	Mengidentifikasi keunggulan seni ilustrasi dalam meningkatkan efektivitas desain komunikasi visual yang fokus pada fungsi dan manfaat dalam berbagai media desain	Perbedaan utamanya terletak pada objek penelitian, fokus penelitian
8.	Sara Evans, 2024	The Role of Digital Illustration In Communicating Brand Identity https://www.researchgate.net/publication/385136223_The_Role_of_Digital_Illustrations_In_Communicating_Brand_Identity	Teori : - Persepsi audiens - Brand personality - Metodologi empirik	Positivistik Peneliti membuat ilustrasi tertentu dan mengukur respon audiens terhadap ilustrasi tersebut melalui survei; mengharapkan hasil yang dapat diukur secara statistik (misalnya persentase yang benar mengaitkan ilustrasi dengan industri).	Ilustrasi digital berperan dalam membentuk & mengkomunikasikan identitas merek yang terfokus pada hubungan antara elemen visual digital dan branding	Perbedaan utamanya terletak pada objek penelitian, fokus penelitian
9.	Mustafa Gunay, 2021	Design In Visual Communication https://www.scirp.org/html/1-1250289_108268.htm	Teori : - Peran grafik desain - Visual komunikasi	Interpretif Penekanan pada makna, pemahaman konseptual	Bagaimana prinsip desain dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi visual dan membahas prinsip desain secara umum	Perbedaan utamanya terletak pada objek penelitian, fokus penelitian

			- Desain sebagai bahasa visual	terhadap desain sebagai bentuk komunikasi visual.		
10.	Yanki Wang, 2022	Illustration Art Based on Visual Communication in Digital Context https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1155/2022/7364003	Teori : - Komunikasi visual - Metode pemrosesan gambar digital - Media digital	Positivistik Penelitian melihat hasil perbandingan performa sistem gambar sebelum dan sesudah perbaikan, sehingga realitas diobservasi secara objektif.	Seni ilustrasi dapat beradaptasi dalam ranah komunikasi visual digital memanfaatkan media seperti situs web, media sosial, dan marketplace sebagai saluran penyampaian pesan	Perbedaan utamanya terletak pada objek penelitian, fokus penelitian

Tabel 1. 10 penelitian terdahulu

Sumber. Data pribadi

Sepuluh (10) penelitian diatas penulis pilih sebagai dasar acuan penelitian yang akan penulis lakukan, yang terdiri dari 5 : “*Analisis Strategi Visual Branding Pada Konten Instagram Yakes Telkom Untuk Menjangkau Generasi Muda*”, “*Strategi Komunikasi Visual Online Akun Instagram @RinduJabarJuara pada pilkada Jawa Barat 2018*”, “*Komunikasi Visual dan Minat Beli Produk Seller Secara Online (Studi Kasus Tokopedia)*”, “*Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Penjualan Jasa Ilustrasi Eres Graphic di Instagram*”, “*Analisis Komunikasi Visual Pada Feed dan instastory @Grande_gardencafe dalam meningkatkan brand awareness*”. Kemudian 5 penelitian lainnya menggunakan bahasa Inggris : “*Exploring the Visual Communication of Illustration Narrative in Brand Promotion Through the Symbolic Meaning of Thorn Elements*”, “*Explore the Advantages of Illustration Art in Visual Communication Design*”, “*The Role of Digital Illustration In Communicating Brand Identity*”, “*Design In Visual Communication*”, “*KIllustration Art Based on Visual Communication in Digital Context*”

B. Teori – teori yang digunakan

1. Komunikasi Visual

Komunikasi atau *communication* merupakan kata yang berasal dari bahasa latin “*communio*” yang berarti kebersamaan, yang kemudian pemahamannya menjadi proses menciptakan suatu kesamaan atau suatu kesatuan pemikiran antara pengirim (komunikator) dan penerima (komunikan). Sedangkan visual yang berasal dari bahasa latin yaitu “*Videre*” memiliki arti melihat.

Komunikasi merupakan pertukaran pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media dengan menghasilkan umpan balik tertentu. Sedangkan visual merupakan sesuatu yang dapat dilihat melalui indra penglihatan. Sehingga komunikasi visual dapat diartikan sebagai proses pertukaran pesan visual antar komunikator dan komunikan dengan menghasilkan umpan balik tertentu.

Komunikasi visual adalah proses penyampaian pesan atau informasi melalui media visual (penglihatan), seperti gambar, warna, tipografi, simbol, ilustrasi, dan desain grafis. Tujuan utama komunikasi visual adalah untuk menyampaikan makna secara cepat, efektif, dan menarik tanpa selalu bergantung pada kata-kata. Adapun menurut Martin Lester dalam buku *Visual Communication: Images with Messages*, komunikasi visual mencakup seluruh bentuk informasi yang disampaikan melalui rangsangan visual dan dapat dipahami oleh orang yang menyaksikan.

Komunikasi visual mekanisme kerja indra yang menangkap kesan visual yang kemudian diteruskan ke otak untuk kemudian menghasilkan interpretasi makna tertentu. Dalam komunikasi visual proses pertukaran melibatkan lambang, huruf, foto, warna dan visual lain melalui media tertentu yang memiliki interpretasi tertentu Fungsi utama media komunikasi visual adalah mengantarkan pesan dari seseorang, kelompok, organisasi, instansi atau Perusahaan kepada orang lain.

Komunikasi visual dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu linguistik dan teknologi informasi. Komunikasi visual sebagai teknologi menilai proses pengiriman pesan hanya bersifat satu arah, tanpa timbal balik. Selain itu, komunikasi visual juga bisa dilihat sebagai aktivitas linguistik dimana komunikasi visual ditempatkan sebagai proses produksi dan interpretasi makna melalui bahasa. Dalam hal ini, unsur yang diutamakan adalah tanda, misalnya unsur grafis seperti tulisan, garis, gambar warna dan lainnya. Komunikasi visual sebagai aktivitas linguistik menekankan pada penyusunan produk visual yang memuat interpretasi makna sangat beragam, kaya dan memiliki nilai

tertentu. Dalam komunikasi visual, peran estetika sangat penting untuk membangun kesamaan makna antara pengirim dan penerima pesan yang terletak pada keseimbangan antara objek visual (garis, bentuk, nilai, teks, warna dan sebagainya), pembuat objek visual (latar belakang, ideologi, kompetensi dan sebagainya), dan penerima yang menjadi sasaran objek.

Dalam proses ini, diperlukan sarana atau alat bantu yang disebut media komunikasi visual, yaitu wadah atau *platform* yang digunakan untuk menyalurkan pesan, misalnya poster, ilustrasi digital, kemasan produk, media sosial dan lainnya. Fungsi utama media komunikasi visual adalah untuk mengantarkan pesan dari seseorang, kelompok, organisasi, instansi atau perusahaan kepada orang lain dengan umpan balik tertentu.

Fungsi tersebut dapat tercapai jika ada beberapa hal, yaitu :

1. Memahami penyusunan pesan yang efektif dengan memperhatikan unsur kesesuaian, kejelasan, dan kelengkapan pesan
2. Menganalisa kondisi fisik dan psikis dari komunikan
3. Memilih jenis media komunikasi yang relevan
4. Mampu menjelaskan pesan melalui simbol yang relevan seperti gambar, warna, simbol, tulisan dan lainnya.

2. Ilustrasi

Ilustrasi atau *illustration* yang merupakan kata yang berasal dari bahasa latin “*illustra'tio*” atau “*illu'stro*” yang berarti mencerahkan. Arnold (2019 : 01) menyatakan bahwa, ilustrasi adalah bentuk seni yang mengandung narasi, berfungsi sebagai sarana komunikasi, penyampaian penjelasan, pembangun persepsi visual, sekaligus menjadi medium bahasa yang diwujudkan melalui gambar. Ilustrasi memiliki kemampuan untuk menyampaikan konsep atau pesan secara visual dengan lebih mendalam. Ilustrasi dapat mencakup penggunaan elemen - elemen seperti komposisi, ekspresi karakter, latar belakang, dan detail untuk membangun suasana, menyoroti tema, atau ekspresi emosi (Onaiwu, 2022; Yusa, Priyono et al., 2023)

Tujuan utama ilustrasi adalah untuk menyampaikan pesan narasi secara visual. Seiring berkembangnya zaman dan teknologi komputer, ilustrasi yang awalnya dikerjakan secara tradisional dan manual, saat ini dapat dikerjakan secara digital atau yang sering disebut dengan ilustrasi digital.

Ilustrasi digital yang merupakan bagian dari seni digital, secara umum dapat dipahami sebagai suatu hasil karya seni dari membuat gambar menggunakan alat-alat digital seperti komputer, tablet grafis dan perangkat lunak khusus. Dengan bantuan tablet grafis, *mouse* atau *stylus*, ilustrator atau seniman dapat menggambar, mewarnai dan mengedit gambar. Beberapa pengaplikasian ilustrasi digital dari berbagai perspektif:

1. Ilustrasi digital sebagai alat komunikasi visual

Ilustrasi digital sebagai media komunikasi visual memungkinkan pesan yang disampaikan dengan cara yang mudah dipahami.

2. Ilustrasi digital sebagai bagian dari industri kreatif

Ilustrasi digital merupakan bagian dari industri kreatif modern yang mencakup periklanan, pembuatan film, desain grafis, animasi dan masih banyak lagi.

3. Ilustrasi digital sebagai gabungan antara seni tradisional dan teknologi modern

Ilustrasi digital menggabungkan prinsip - prinsip seni tradisional seperti warna, komposisi dan pencahayaan dengan teknologi modern untuk menciptakan karya seni yang dinamis dan realistis.

4. Ilustrasi digital sebagai media ekspresi kreatif

Dengan adanya pembaruan teknologi pendukung variasi penciptaan gambar memungkinkan seniman untuk lebih mengeksplorasi berbagai gaya, konsep dan teknik gambar dengan lebih bebas.

Ilustrasi digital selalu berhubungan dengan seni rupa dan desain komunikasi visual. Dalam desain komunikasi visual, ilustrasi digital digunakan tidak hanya untuk mengkomunikasikan konsep dan ide secara visual, tetapi juga untuk meningkatkan daya tarik visual, menciptakan identitas visual yang kuat, dan mampu memberikan kesan dan pesan yang melekat pada audiens. Penerapan prinsip - prinsip yang terstruktur dan terencana dalam tahap perancangan dibutuhkan dalam ilustrasi digital. Dengan menerapkan prinsip - prinsip seperti komposisi, warna dan teknik pewarnaan, gaya khas, bahasa visual dan estetika, dapat membantu seniman untuk memberikan arah yang jelas, memastikan keseimbangan visual dan mencapai tujuan komunikatif yang diinginkan. Selain itu, prinsip - prinsip ilustrasi digital

Seiring dengan terus berkembangnya teknologi digital dan semakin meluasnya aksesibilitas internet saat ini, karya ilustrasi memiliki potensi yang makin meningkat di masa depan. Beberapa peluang pasar karya ilustrasi digital di masa depan :

1. Peningkatan permintaan

Semakin banyaknya individu dan perusahaan yang membutuhkan konten visual untuk media digital seperti aplikasi, web, media sosial dan platform *e-commerce*, permintaan karya ilustrasi akan semakin meningkat.

2. Disversifikasi penggunaan

Ilustrasi digital tidak hanya digunakan dalam industri kreatif, tetapi juga semakin banyak digunakan dalam industri lain, seperti buku anak - anak, ilustrasi medis, penerbitan dan lainnya. Dalam hal ini menciptakan peluang baru bagi ilustrator digital untuk memasuki berbagai pasar industri

3. Pasar online yang berkembang

Kemajuan *platform online* dan teknologi internet membuat pasar media digital semakin terbuka luas, sehingga memberikan akses yang lebih mudah bagi seniman untuk menjangkau pasar global dan mendapatkan klien dari berbagai belahan dunia.

4. Penggunaan NFT dalam seni digital

Teknologi *non-fungible tokens* (NFT) telah membuka peluang baru bagi ilustrator digital untuk monetisasi karya mereka. Dengan memanfaatkan NFT, ilustrator dapat menjual karya ilustrasi digitalnya sebagai aset digital dan diperdagangkan di pasar NFT.

5. Kolaborasi dan kemitraan

Kolaborasi antara ilustrator digital dengan merek (*brand*), perusahaan teknologi dan platform online semakin umum dan memberikan kesempatan bagi ilustrator untuk meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan audiens, dan meningkatkan potensi pendapatan.

Ilustrasi memiliki berbagai gaya atau pendekatan estetika yang biasanya dipengaruhi oleh konteks dan tujuan dari pesan yang ingin disampaikan. Gaya ilustrasi mencerminkan identitas khas dari suatu karya seperti gaya realistis, kartun, desain flat, hingga vintage. Setiap gaya memiliki peran penting dalam membentuk identitas visual dan dimanfaatkan untuk menjangkau kelompok audiens tertentu.

Menurut Elizabeth Guffey (2006), gaya visual vintage tidak hanya sebatas tampilan estetik dari masa lalu, tetapi juga merupakan bentuk dari strategi budaya. Dalam bukunya, Elizabeth menjelaskan bahwa vintage digunakan untuk membangkitkan perasaan nostalgia, menghadirkan kesan keaslian, dan membangun

daya tarik emosional terhadap hal – hal yang populer di masa lalu. Ilustrasi vintage merupakan sebuah pendekatan visual yang terinspirasi dari gaya seni dan desain yang berkembang pada masa lampau, khususnya antara era 1920-an hingga 1980-an. Ciri khas ilustrasi ini bisa dilihat dari penggunaan warna hangat dan pudar, gambar tangan atau *hand-drawn*, elemen dekoratif klasik, serta tipografi.

3. Branding Visual

Menurut Julizar, dalam Noorwatha & Wirawan (2020), visual branding adalah kumpulan elemen visual yang dirancang untuk membentuk karakter suatu *brand* atau merek. Elemen tersebut meliputi logo, warna, komposisi desain serta komponen visual lainnya yang digunakan dalam membangun citra merek. Sebuah merek memerlukan identitas visual yang mampu membedakan dari kompetitor yang sejenis. Untuk membangun karakter dan citra di mata audiens, perusahaan membutuhkan elemen visual seperti logo dan corporate identity yang kuat (Suryawan & Handriyotopo, 2020). Branding visual berperan penting dalam membedakan sebuah merek dari kompetitor. Selain itu, branding visual juga berfungsi sebagai identitas yang dirancang agar produk terlihat menarik dan mudah diingat oleh konsumen (Riyanti & Siswahyudianto, 2023). Merek yang menerapkan elemen visual yang konsisten dan memiliki ciri khas cenderung mampu menarik perhatian dan minat beli konsumen, terutama ketika diferensiasi dilakukan melalui desain dan tampilan visual yang khas.

Branding visual mencakup berbagai elemen seperti tipografi, logo, gambar dan komponen visual lainnya yang bertujuan memperkenalkan dan memperkuat identitas merek. Branding visual adalah bagian penting dari konstruksi merek, yang dapat diterapkan pada berbagai objek mulai dari produk, jasa, institusi hingga entitas lainnya kepada target audiens. Memiliki citra dan nilai merek yang kuat menjadi aset berharga bagi suatu produk, karena kepercayaan konsumen terhadap produk seringkali dibentuk melalui persepsi terhadap citra merek atau *brand image*.

Adapun beberapa elemen penting dalam branding visual, meliputi :

1. Logo, sebuah logo yang dirancang dengan baik dapat memberikan kesan awal yang positif dan membantu konsumen lebih mudah mengingat suatu merek. Untuk menciptakan dampak yang kuat, logo harus memiliki ciri khas dan mencerminkan nilai dari merek.

2. Warna, warna memberikan peran penting dalam membangkitkan emosi tertentu dan dapat membedakan dengan merek lain. Pemilihan palet warna yang sesuai akan memperkuat identitas merek.
3. Tipografi, tipografi tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga membentuk kesan visual dan karakter dari sebuah merek.
4. Gambar, elemen gambar memiliki kekuatan untuk menyampaikan cerita mengenai merek dan produknya, dan menciptakan koneksi emosional dengan konsumen. Gambar yang menarik dan relevan dapat meningkatkan daya tarik visual.
5. Konsistensi, konsistensi dalam penggunaan seluruh elemen visual merupakan sebuah kunci untuk membangun identitas merek yang kuat sehingga merek dapat menciptakan pengenalan yang lebih baik dan meningkatkan loyalitas konsumen.

4. Teknologi Media Baru

Media baru (*new media*) adalah sebuah perkembangan teknologi komunikasi berbasis internet atau komunikasi massa digital dimana seseorang dapat melakukan interaksi melalui dunia maya. Menurut Mc Quail (2011 : 148) media baru adalah berbagai bentuk teknologi informasi dan komunikasi yang mendukung proses digitalisasi dan menyediakan jangkauan yang luas untuk penggunaan individu dalam berkomunikasi. Internet merupakan awal mula perkembangan teknologi interaksi global akhir abad ke-20 yang turut mengubah ruang lingkup dan karakteristik dari media komunikasi, Holmes (2005:7). Transformasi ini dikenal dengan “second media age”, yaitu era ketika media tradisional seperti radio, koran, dan televisi mulai ditinggalkan oleh masyarakat. Media tradisional biasanya menyampaikan informasi dari satu pihak kepada banyak orang secara satu arah, tanpa adanya interaksi antara pengirim dan penerima pesan. Berbeda dengan media baru, media konvensional seperti poster cetak, majalah, TV, dan radio tidak bisa diakses secara fleksibel kapan saja dan dimana saja, serta tidak bersifat real-time.

Media baru terdiri dari tiga unsur utama, yaitu perangkat atau alat yang memungkinkan kita untuk berkomunikasi, aktivasi komunikasi yang kita lakukan menggunakan alat tersebut, dan cara kita menggunakan alat tersebut dalam kehidupan sehari - hari serta bagaimana alat tersebut membentuk struktur sosial dan organisasi di sekitar kita.

Media baru (*new media*) merupakan transformasi dari media analog ke media digital yang berbasis internet. Menurut Suardana (2021), munculnya internet sebagai hasil

dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam dunia media dan cara manusia berkomunikasi. Dengan kehadiran internet memudahkan khalayak untuk mengakses informasi berita dan lainnya. Media baru memiliki sifat interaktif dan mencakup berbagai layanan, seperti *streaming* video dan audio, pesan teks, email, jejaring sosial dan lainnya sehingga membuat segalanya lebih mudah, dimana orang - orang bisa mendapatkan informasi kapan saja dan dimana saja secara langsung (*real time*).

C. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, fokus utama terletak pada strategi visual komunikasi ilustrasi bertema vintage yang diterapkan oleh Studio Gigikukuk di platform Fiverr serta bagaimana strategi tersebut mempengaruhi minat dan keputusan klien dalam menggunakan jasa ilustrasi. Fokus pertama adalah menelaah bagaimana studio membangun identitas visualnya, mulai dari pemilihan gaya ilustrasi hand-drawn, nuansa warna vintage, teknik arsir, hingga penataan visual dalam gig yang ditampilkan di Fiverr. Fokus kedua adalah memahami bagaimana klien merespon strategi visual tersebut, yang dapat diamati melalui ulasan, rating, testimoni, maupun pengalaman mereka dalam proses pemesanan. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini berusaha menginterpretasi makna dari respon pengguna, sehingga dapat dipahami sejauh mana strategi visual yang dihadirkan tidak hanya sekadar memenuhi aspek estetika, tetapi juga mempengaruhi persepsi, minat, dan keputusan klien.

D. Definisi Konseptual dan Konsep Operasional

1. Definisi Konseptual

Strategi visual komunikasi dapat dipahami sebagai sebuah rencana atau pendekatan yang disengaja untuk menyampaikan pesan melalui media visual. Elemen – elemen seperti warna, gaya ilustrasi dan tata letak berperan penting dalam membantu audiens dalam memahami informasi secara cepat dan menarik. Dalam penelitian ini, strategi merujuk pada cara studio Gigikukuk menyusun tampilan visual ilustrasi yang bergaya vintage hingga susunan layout Gig yang semuanya dirancang agar mampu menarik perhatian calon pembeli di Fiverr.

2. Definisi Operasional

Untuk mengukur strategi visual komunikasi yang diterapkan oleh Studio Gigikukuk, peneliti akan melakukan pengamatan langsung terhadap tampilan Gig yang tersedia di akun Fiverr. Beberapa aspek yang diamati mencakup :

1. Gaya ilustrasi

Apakah karya yang ditampilkan memiliki ciri khas ilustrasi bergaya vintage, seperti gambar tangan atau *hand-drawn*, detail vintage, menggunakan warna hangat seperti coklat, krem atau pastel, dan elemen visual lainnya yang mendukung kesan klasik.

2. Tata letak visual atau *layout*

Menganalisis bagaimana elemen visual disusun dalam Gig, seperti susunan gambar, dan penempatan thumbnail

3. Respon pengguna jasa

Melibatkan pengamatan terhadap respon pengguna terhadap visual yang ditampilkan. Termasuk jumlah pemesanan, rating yang diberikan dan ulasan atau testimoni dari klien.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai strategi komunikasi visual studio Gigikukuk di platform Fiverr, dapat disimpulkan bahwa gaya ilustrasi dan tata letak atau *layout*, serta respon pengguna jasa memiliki peran penting dalam membentuk citra studio. Dari segi ilustrasi, studio Gigikukuk berhasil menghadirkan ciri khas yang kuat melalui sentuhan *vintage* yang diwujudkan dengan penggunaan garis dan arsir *hand drawn*, detail visual yang rapi, serta pemilihan warna bernuansa *earthy* seperti coklat, krem dan warna monokrom lainnya. Karakter ilustrasi ini tidak hanya menciptakan kesan klasik, tetapi juga menjadi identitas visual yang membedakan studio Gigikukuk dari penyedia jasa ilustrasi lain di marketplace global.

Sementara dari tata letak atau *layout*, penyusunan Gig dilakukan dengan penempatan thumbnail, mockup, dan variasi karya yang disusun secara sistematis. Perpaduan *layout* dan deskripsi layanan yang ditulis secara rapi dan jelas berisi penjelasan mengenai gaya ilustrasi dan keunggulan studio membuat tampilan portfolio lebih komunikatif, sehingga calon klien dapat dengan mudah memahami kualitas dan layanan yang ditawarkan.

Adapun dari respon pengguna jasa, hasil dokumentasi ulasan menunjukkan bahwa mayoritas klien memberikan ulasan positif terhadap layanan studio Gigikukuk, terutama ketepatan waktu, kualitas ilustrasi dan konsistensi gaya visual. Respon ini diperkuat dengan strategi studio dalam menjaga komunikasi yang baik, memberikan pelayanan khusus untuk repeat order, serta penggunaan kupon diskon untuk menarik calon klien. Ulasan positif terbukti menjadi aset penting dalam membangun reputasi dan meningkatkan kepercayaan calon klien di platform Fiverr.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada studio Gigikukuk maupun untuk penelitian selanjutnya :

1. Saran teoritis

Penelitian selanjutnya dapat memperluas kajian komunikasi visual dengan membandingkan strategi visual studio Gigikukuk dengan studio ilustrasi lain, baik di Fiverr maupun platform marketplace global lainnya. Hal ini akan memperkaya pemahaman teoritis mengenai bagaimana gaya ilustrasi, tata letak, dan strategi komunikasi memengaruhi citra brand. Selain itu, penelitian juga

dapat mengaitkan teori komunikasi visual dengan aspek psikologi konsumen, misalnya bagaimana nuansa warna atau gaya vintage memengaruhi persepsi emosional calon klien. Optimalisasi tata letak atau *layout*

Penyusunan Gig sebaiknya diperbarui secara berkala dengan menampilkan karya terbaru, dan memperkuat tampilan thumbnail dan mockup agar semakin menarik calon klien.

2. Saran praktis

Bagi praktisi kreatif, khususnya ilustrator dan desainer grafis, strategi yang diterapkan Gigikukuk dapat dijadikan referensi dalam merancang portofolio digital. Penekanan pada konsistensi gaya, pemilihan warna yang khas, serta penyusunan layout yang sistematis terbukti meningkatkan keterbacaan dan daya tarik layanan. Praktisi juga disarankan untuk aktif menjaga komunikasi dengan klien, memanfaatkan testimoni positif, dan memberi layanan tambahan (seperti kupon diskon atau paket khusus repeat order) guna membangun loyalitas dan reputasi di platform.

3. Saran sosial

Secara sosial, strategi visual dan komunikasi yang diterapkan studio Gigikukuk dapat menjadi contoh bagi pelaku industri kreatif Indonesia untuk meningkatkan daya saing di kancah global. Dengan menonjolkan identitas khas (misalnya sentuhan budaya lokal atau gaya visual tertentu), para kreator dapat memperluas pasar internasional sekaligus memperkenalkan nilai-nilai estetika Indonesia. Selain itu, peningkatan reputasi studio ilustrasi di platform global juga dapat membuka lapangan kerja baru bagi desainer muda serta memperkuat ekosistem ekonomi kreatif di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Haffiyan, D.K., & Sri, D.S. (2025).** *Analisis Strategi Visual Branding Pada Konten Instagram Yakes Telkom Untuk Menjangkau Generasi Muda.*
- Hamzah, R.M., & Hendro, A. (2022).** *Analisis Ilustrasi Cover Artbook “Grandblue Fantasy Graphic Archive VII”.*
- Junaidi, Abdul, S.A., & Abdul, J. (2024).** *Komunikasi Visual dan Minat Beli Produk Seller Secara Online (Studi Kasus Tokopedia).*
- Ferdian, A.P., & M. Reza, T.S. (2023).** *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Penjualan Jasa Ilustrasi Eres Graphic di Instagram.*
- Kurniawan, A.P., Elisya, W., Tri, A.W., & Bagus, C.S. (2024).** *Analisis Komunikasi Visual Pada Feed dan instastory @Grande_gardencafe dalam meningkatkan brand awareness.*
- Pong Yuk Yu (2024).** *Exploring the Visual Communication of Illustration Narrative in Brand Promotion Through the Symbolic Meaning of Thorn Elements*
- Gao Ping (2020).** *Explore the Advantages of Illustration Art in Visual Communication Design*
- Sara Evans (2024).** *The Role of Digital Illustration In Communicating Brand Identity*
- Mustafa Gunay (2021).** *Design In Visual Communication.*
- Yanki Wang (2022).** *Illustration Art Based on Visual Communication in Digital Context*
- Kholifatul, F., & Putri, B.A. (2024).** *Visual Branding Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta Melalui Konten Instagram : Sebuah Tinjauan Semiotik*
- Muhammad, E.H., Vania, G., & Erica, A. (2024).** *Peran Fitur Fiverr dan Manfaatnya bagi Digital Freelancer.*
- Nina, M.A., & Ahmad, R.P. (2021).** *Peran Freelance Marketplace dan Media Sosial dalam Online Gig Economy Jasa Profesional.*
- Rengga, Pundra. (2021).** *Komunikasi Visual. Banyumas : CV. ZT CORPORA*

LAMPIRAN

Narasumber		Pepi Nugroho (Pemilik Studio Gigikukuk)
Waktu		
NO	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Wawancara
1.	Bagaimana awal mula studio Gigikukuk berdiri ?	Studio Gigikukuk berdiri sejak tahun 2021, yang bermula dari kebutuhan internal untuk mendukung produksi ilustrasi digital pada produk <i>merchandise</i> digital milik <i>brand</i> Mintun Hoh, yang kemudian berkembang menjadi studio kreatif. Studio Gigikukuk sendiri mulai menggunakan <i>marketplace</i> pada tahun 2022.
2.	Apa yang menginspirasi studio Gigikukuk dalam memilih gaya ilustrasi bertema <i>vintage</i> ?	Keputusan untuk mengembangkan penjualan karya digital secara daring melalui <i>marketplace</i> membuat studio ini memilih Fiverr sebagai platform utama. Dari platform tersebut, terlihat adanya permintaan yang cukup besar terhadap ilustrasi dan logo dengan gaya <i>vintage</i>
3.	Bagaimana proses menemukan dan mengembangkan ciri khas visual dari studio Gigikukuk ?	Pada fase awal, studio belum menemukan gaya visual tertentu. Namun, karena difokuskan pada Fiverr, secara konsisten melatih keterampilan dalam gaya <i>vintage</i> dengan menitikberatkan pada dua aspek, yaitu objek gambar dan teknik gambar. Pada objek, tema yang diprioritaskan adalah botani atau <i>botanical</i> , sedangkan pada teknik, studio lebih mengutamakan pengolahan garis dan arsir.
4.	Apa strategi utama yang digunakan studio Gigikukuk untuk menarik calon klien di Fiverr ?	Terdapat tiga strategi utama yang digunakan, yaitu : komunikasi, pelayanan dan pemberian kupon diskon. Pertama, komunikasi efektif dengan klien menjadi prioritas untuk menciptakan pengalaman pemesanan yang memuaskan serta memperoleh umpan balik positif. Kedua, memberikan pelayanan khusus bagi klien yang melakukan <i>repeat order</i> atau pemesanan ulang dengan menawarkan keuntungan berkelanjutan. Ketiga, memberikan kupon diskon kepada klien baru yang datang melalui jalur organik, yaitu secara langsung melakukan klik pada Gig.
5.	Elemen visual apa saja yang paling diperhatikan saat membuat ilustrasi ?	Aspek garis dan komposisi menjadi elemen penting dalam membangun estetika visual karya studio.

6.	Bagaimana studio menjaga konsistensi gaya visual agar mudah dikenali oleh audiens ?	Ciri khas studio Gigikukuk terletak pada penggunaan garis dan arsir yang dikerjakan secara manual atau <i>hand drawn</i> satu per satu.
7.	Bagaimana cara studio memilih karya yang akan ditampilkan pada halaman Fiverr ?	Karya yang paling relevan dengan gaya vintage merupakan karya yang dapat dikerjakan secara konsisten oleh ilustrator di studio, sehingga menciptakan identitas visual yang solid.
8.	Seberapa penting tampilan thumbnail, judul dan deskripsi dalam menarik calon klien ?	Berdasarkan pengalaman, studio menilai bahwa portofolio karya memiliki peranan yang lebih signifikan dibandingkan <i>thumbnail</i> atau judul Gig. Judul Gig cukup berfungsi untuk merepresentasikan karya utama yang ditampilkan, namun portofolio lebih mampu menunjukkan kualitas dan konsistensi.
9.	Apakah pembuatan mockup atau contoh penerapan ilustrasi untuk memperjelas isi Gig ?	Penggunaan mckup dalam penyajian karya dinilai penting, karna mampu memperjelas isi Gig. Mockup membantu calon klien membayangkan penerapan desain secara nyata, misalnya pada label produk atau media promosi lainnya.
10.	Apa tantangan utama dalam mempertahankan gaya vintage ditengah tren ilustrasi yang terus berubah?	Studio Gigikukuk mencoba untuk menjaga ciri khas garis, arsis dan nuansa klasik, namun tetap melakukan adaptasi melalui pengembangan tema serta penyesuaian pada elemen visual agar selaras dengan kebutuhan klien.
11.	Bagaimana proses pemilihan karya yang akan ditampilkan ke dalam Gig pada Fiverr?	Setelah menghasilkan beberapa karya untuk satu Gig, studio melakukan proses seleksi untuk menentukan karya mana yang paling relevan dengan judul Gig yang akan dibuat. Seleksi ini penting agar karya yang ditampilkan benar - benar merepresentasikan layanan yang ditawarkan
12.	Apakah ada kriteria tertentu dalam memilih warna atau komposisi untuk Gig? Jika ada, bagaimana?	Pemilihan warna dalam setiap Gig disesuaikan dengan judul maupun gaya visual yang ditawarkan. Misalnya dalam Gig bertema logo vintage, studio menggunakan palet warna yang khas vintage, seperti warna <i>earthy</i> atau nuansa retro, sehingga konsisten estetika tetap terjaga.

13.	Bagaimana urutan atau struktur Gig disusun agar menarik calon klien?	Penyusunan portofolio pada Gig dilakukan dengan mengurutkan karya berdasarkan kualitas dan kesesuaian dengan paket layanan yang tersedia
14.	Dalam deskripsi layanan pada Gig, bagaimana strategi khusus untuk menonjolkan keunikan dari jasa Gigikukuk dibandingkan kompetitor?	Dalam menyusun deskripsi Gig, studio tidak menerapkan strategi promosi khusus, melainkan menekankan pada kejujuran dalam menjelaskan layanan dan paket yang ditawarkan. Transparansi informasi dianggap sebagai faktor penting dalam membangun kepercayaan klien sekaligus menjaga reputasi studio.
15.	Apa rencana Studio ke depan untuk terus berkembang, baik dari sisi visual maupun pemasaran?	Upaya berkelanjutan yang dilakukan yang dilakukan oleh studio Gigikukuk yaitu pembaruan portofolio, pengembangan ilustrasi untuk keperluan mikrostok dan platform lainnya.

Narasumber		Icha (Ilustrator Gigikukuk)
Waktu		
No.	Pertanyaan Wawancara	Jawaban Wawancara
1.	Apa peran utama anda di studio, khususnya dalam proyek ilustrasi bertema vintage di Fiverr?	Ilustrator bertanggung jawab melakukan pewarnaan ilustrasi bertema vintage, dan sesekali membantu pembuatan sketsa awal sesuai kebutuhan proyek.
2.	Bisa jelaskan sejauh mana Anda terlibat dalam proses pembuatan ilustrasi (misalnya hanya di tahap coloring) ?	Keterlibatan ilustrator dimulai sejak tahap penyelesaian sketsa dasar, meliputi pengaturan komposisi warna, pemberian masukan elemen visual, dan memastikan hasil akhir sesuai standar kualitas studio.
3.	Bagaimana Anda menyesuaikan pewarnaan agar tetap sesuai dengan ciri khas vintage Studio Gigikukuk?	Proses pewarnaan dilakukan dengan mengacu pada palet warna yang ditentukan oleh studio Gigikukuk atau direferensikan oleh klien, dengan penyesuaian <i>tone</i> untuk mempertahankan harmonisasi dan nuansa vintage.
4.	Apakah ada panduan atau referensi warna yang diberikan sebelum mulai mewarnai ?	Pengerjaan didukung oleh panduan warna atau <i>mood board</i> yang berisi referensi palet, contoh ilustrasi serupa, dan detail gaya untuk menjaga konsistensi identitas visual studio Gigikukuk.
5.	Bagaimana tantangan mewarnai ilustrasi yang	Tantangan utamanya adalah untuk menjaga konsistensi detail garis dan arsir agar tetap jelas,

	memiliki banyak detail garis dan arsir seperti di Studio Gigikukuk?	proporsional, dan sesuai karakter vintage, yang memerlukan ketelitian tinggi dan waktu pengerjaan lebih lama
6.	Apakah pernah ada revisi warna karena permintaan klien? Bagaimana prosesnya?	Revisi pewarnaan dilakukan sesuai permintaan klien dengan memastikan penyesuaian tersebut tetap selaras dengan keseluruhan ilustrasi dan mempertahankan kesan vintage.

Ulasan Klien

No.	Klien	Asal Negara	Jenis order	rating	Isi komentar
1.	mttnl25	Amerika Serikat	Logo (\$50 - \$100)	Bintang 5	<i>I would absolutely work with Pepi again. His work exceeded my expectations. He was produced my logo with great care, creativity and professionalism!</i>
2.	bamboletta	Kanada	Logo (\$50 - \$100)	Bintang 5	<i>Once again, Pepi exceeded my expectations and created something that was perfect for what I was looking for. I've worked with them several times now and it's always perfect. It's so great to find someone with so much creativity and attention to detail!</i>
3.	theleonebros	Amerika Serikat	Logo (\$50 - \$100)	Bintang 5	<i>Pepi, You are literally a BEAST! A graphic designer BEAST! A mushroom connoisseur BEAST! and BEAST of human being. You outdo yourself every single</i>

					<i>time. Thank you for the loveliest of a artwork time after time again!</i>
4.	jaydahtsombos	Australia	Logo (\$50 - \$100)	Bintang 5	<i>Pepi did an amazing job with my brief and being so patient while I was fussy! I love it</i>
5.	jasonscott533	Amerika Serikat	Logo (\$100 - \$200)	Bintang 3,7	<i>Great product, great design. They almost nailed it first iteration and then got it in the second go better than I envisioned it</i>