

**KREATIVITAS PEMUDA DALAM PENGEMBANGAN USAHA  
DESAIN GRAFIS TIPOGRAFI DI GAMPONG BALEE BUSU  
KECAMATAN MUTIARA KABUPATEN PIDIE**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh :**

**RITA ZAHARA**

**NIM. 180404034**

**PRODI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM  
(PMI)**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
1443 H / 2022 M**

**KREATIVITAS PEMUDA DALAM PENGEMBANGAN USAHA DESAIN  
GRAFIS TIPOGRAFI DI GAMPONG BALEE BUSU KECAMATAN  
MUTIARA KABUPATEN PIDIE**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK)  
Universitas Islam Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Prodi Pengembangan Masyarakat Islam

Oleh :

**RITA ZAHARA**  
NIM. 180404034

Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Prodi Pengembangan Masyarakat Islam

AR-RANIRY

Disetujui

Pembimbing I



Dr. T. Lembong Misbah, MA  
NIP. 197405222006041003

Pembimbing II



Zulfadli, M.Si  
NIP.0115088203

**SKRIPSI**

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai  
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah  
Prodi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)**

**Diajukan Oleh:**

**RITA ZAHARA**  
**NIM. 180404034**

Selasa, 19 Juli 2022 M  
20 Dzulhijjah 1443 H

di  
**Darussalam-Banda Aceh**  
**Panitia Sidang Munaqasyah**

**Ketua**



**Dr. T. Lembong Misbah, MA**  
**NIP. 197405222006041003**

**Sekretaris**



**Zulfadli, M. Si**  
**NIP.0115088203**

**Penguji I**



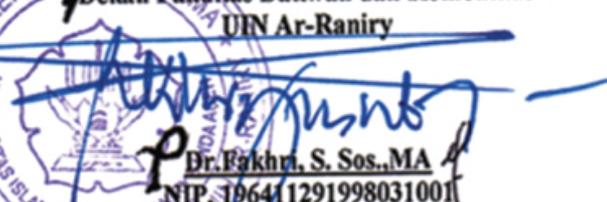
**Rahmatul Akbar, S.Sos.I., M.Ag**  
**NIP. 199010042020121015**

**Penguji II**



**Fitri Meliya Sari, S.I.kom., M.I.Kom**  
**NIP.199006112020122015**

Mengetahui,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Konomikasi  
UIN Ar-Raniry**



**Dr. Fakhri, S. Sos., MA**  
**NIP. 196411291998031001**



## Pernyataan Keaslian

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rita Zahara

NIM : 180404034

Jenjang : Srata Satu (S1)

Jurusan/Prodi : Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)

Menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini. Maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang telah berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

A R - R A N I R Y

Banda Aceh, 16 Juli 2022

Yang Menyatakan,

  
Rita Zahara  
NIM. 180404034

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kita panjatkan kepada pemilik kebaikan hanya milik Allah SWT, sehingga penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini. Salam dan shalawat tercurah limpahkan kepada Baginda Rasulullah SAW, kepada para sahabat beliau, dan keluarganya, serta seluruh pengikut Baginda Rasulullah SAW.

Berkat rahmat dan hidayah yang diberikan oleh Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul : **“Kreativitas Pemuda Dalam Pengembangan Usaha Desain Grafis Tipografi Di Gampong Balee Busu Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie”**.

Penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, terkhusus ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Yang istimewa untuk Ibu Nursyidah dan Ayah M. Jafar tercinta, berkat do'a, semangat, motivasi, dukungan baik moril ataupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. T. Lembong Misbah, MA, selaku Pembimbing I, yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Zulfadli, M. Si, selaku Pembimbing II, yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.

4. Kepada Ibu Dr. Rasyidah, M. Ag, selaku ketua prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
5. Kepada seluruh dosen PMI yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis dari pertama kuliah hingga menjadi Sarjana.
6. Kepada saudara Mirza Wati, Kaswani, Zikrillah dan Suza Al Azis yang selalu memberi motivasi dan mendampingi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada para sahabat Widuri, Rama Fitranisa, Ulfha Humaira, Helma hera, dan seluruh teman-teman seangkatan PMI Leting 18 yang selama ini juga telah memotivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada seluruh pemuda *Gampong* Balee Busu dan pemuda dari Komunitas Village Creative yang telah memberikan informasi terkait usaha desain grafis tipografi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan baik pengolahan penyajian data. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan di masa yang akan datang.

Banda Aceh, 16 Juli 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Penjelasan Istilah.....	8
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Penelitian Sebelumnya Yang Relevan.....	10
B. Landasan Teori.....	14
1. Kreativitas.....	14
a. Pengertian Kreativitas.....	14
b. Karakteristik Kreativitas.....	16
c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas.....	18
d. Kreativitas Dalam Pandangan Islam.....	19
2. Pemuda.....	22
3. Pengembangan Usaha.....	24
a. Pengertian Pengembangan Usaha .....	24
b. Strategi Pengembangan Usaha.....	26
4. Desain Grafis Tipografi .....	30
a. Pengertian Desain Grafis Tipografi .....	30
b. Jenis-jenis Tipografi .....	32
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
A. Fokus Dan Ruang Lingkup Penelitian .....	35

B. Jenis Dan Metode Penelitian .....	35
C. Subjek Penelitian .....	36
D. Lokasi Penelitian .....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data .....	41
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
A. Profil <i>Gampong</i> Balee Busu.....	43
1. Demografi .....	43
2. Pemerintahan .....	45
3. Kepemudaan.....	45
4. Potensi <i>Gampong</i> .....	46
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	47
1. Ketertarikan Pemuda <i>Gampong</i> Balee Busu Terhadap Usaha Desain Grafis Tipografi .....	47
2. Strategi Pemuda <i>Gampong</i> Balee Busu Dalam Mengembangkan Kreativitas Usaha Desain Grafis Tipografi .....	64
<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Pemuda <i>Gampong</i> Balee Busu Yang Bergabung Pada Usaha Desain Grafis Tipografi.....	44
Tabel 4.2 Analisis SWOT usaha desain grafis tipografi .....	72



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Skripsi  
UIN Ar-Raniry

Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian Dari Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry

Lampiran 3 : Surat Keterangan Melakukan Penelitian Di *Gampong* Balee Busu

Lampiran 4 : Surat Keterangan Telah Selesai Melakukan Penelitian Di *Gampong*  
Balee Busu

Lampiran 5 : Instrumen Wawancara

Lampiran 6 : Dokumentasi Kegiatan Penelitian



## ABSTRAK

Pemuda *Gampong Balee Busu* dengan tingkat pendidikan sampai Sekolah Menengah Atas, tidak mempelajari secara khusus pengetahuan bidang desain grafis tipografi. Pengetahuan desain grafis tipografi di peroleh dari hasil mengikuti pelatihan. Dengan adanya kreativitas tersebut pemuda *Gampong Balee Busu* mampu mengembangkan usaha desain grafis tipografi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan pemuda *Gampong Balee Busu* tertarik mengembangkan usaha desain grafis tipografi, dan mengetahui strategi dalam pengembangan usaha desain grafis tipografi. Menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Subjek atau informan dalam penelitian ini yaitu pemuda *Gampong Balee Busu*, pengurus Komunitas *Village Creative* dan aparatur *Gampong Balee Busu*. Teknik pengumpulan data yang di gunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui penyebab pemuda *Gampong Balee Busu* tertarik mengembangkan usaha desain grafis tipografi karena melihat adanya peluang yang bagus, dapat menjalankan usaha tanpa terikat dengan perusahaan, pemasarannya yang sudah sampai tingkat global, dan faktor lingkungan. Strategi dalam pengembangan usaha desain grafis tipografi yang dilakukan pemuda *Gampong Balee Busu* adalah dengan mengikuti pelatihan, mencoba menghasilkan produk desain grafis tipografi dengan lebih beragam, memasarkan setiap hasil karya desain ke berbagai platform creative market yang ada, dan membangun relasi.

*Kata kunci* : kreativitas pemuda, pengembangan usaha, desain grafis tipografi.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pemuda adalah individu yang sedang berkembang secara fisik, mengalami perkembangan psiko-emosional, sehingga pemuda merupakan sumber daya manusia untuk pembangunan, sekarang dan yang akan datang.<sup>1</sup> Generasi muda merupakan komponen penting dan perlu berperan serta dalam pembangunan negara, baik di tingkat nasional maupun daerah. Hal ini erat kaitannya dengan latar belakang generasi muda yang benar-benar kuat secara fisik, pengetahuan baru, kapasitas inovatif dan tingkat kreativitas yang tinggi.

Kreativitas merupakan suatu tuntutan yang penting dalam kehidupan, kreativitas akan menghasilkan berbagai inovasi dan perkembangan baru dalam suatu kehidupan. Individu dan organisasi yang memiliki sifat kreatif dan inovatif akan selalu dibutuhkan di lingkungannya karena mampu memenuhi kebutuhan lingkungan yang terus berubah dan dapat bertahan dalam kompetisi global yang dinamis dan ketat.

Permasalahan yang dihadapi oleh pemuda akan berbeda-beda sesuai dengan keadaan, kondisi, jenis dan derajatnya yang jika tidak disikapi secara profesional, fungsinya sebagai penerus bangsa akan terhambat. Selain berbagai masalah yang dihadapi kaum muda, mereka juga terkait dengan berbagai potensi yang sangat penting. Potensi tersebut jika dikelola dengan baik akan menjadi salah satu

---

<sup>1</sup> Rifaldi Pinilas, dkk, *Partisipasi Generasi Muda Dalam Pelaksanaan Pembangunan (Studi Kasus di Desa Damau Kecamatan Damau Kabupaten Talaud)*, Vol. 2, No.2, 2017, hal. 2.

sumber modal dasar pembangunan bagi kemajuan bangsa. Memperhatikan potensi yang ada pada generasi muda, pemberdayaan generasi muda merupakan isu urgen yang perlu dilakukan, agar generasi muda menyadari potensi yang dimilikinya sehingga dapat berperan lebih besar dalam pembangunan.

Dalam kehidupan masyarakat modern, manusia selalu menggunakan teknologi dalam berbagai kegiatan seperti bidang informasi, industri, ekonomi, dan terutama bidang teknologi. Sebuah konsep di era baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumberdaya manusianya sebagai faktor produksi yang utama sering disebut dengan ekonomi kreatif. Berdasarkan Undang-Undang No. 3 Tahun 2014, “Industri kreatif adalah Industri yang mentransformasi dan memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan kekayaan intelektual untuk menghasilkan barang dan jasa”.<sup>2</sup>

Salah satu bentuk kreativitas bisa melalui kewirausahaan. Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang sukses. Memiliki jiwa entrepreneur berarti mendorong adanya mental yang mandiri, kreatif, inovatif, bertanggung jawab, disiplin, dan tidak mudah menyerah.<sup>3</sup> Setiap pelaku usaha harus mampu melakukan proses kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan produk dan jasa, dalam pengelolaan suatu usaha diperlukan sikap kreatif dan inovatif. Dengan

---

<sup>2</sup> Dimas Tri Renda Graha, dkk, *Perencanaan Strategis Industri Kreatif Sektor Desain Grafis Kota Malang Aktor Pemerintah Dinas Perindistribusian*, Jurnal Tata Kota dan Daerah, Vol. 8, No. 2, 2016, hal. 79.

<sup>3</sup> Lak Lak Nazhat El Hasanah, *Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Di Daerah Istimewa Yogyakarta*, Jurnal Studi Pemuda, Vol. 4, No. 2, September 2015, hal. 269.

sikap kreatif dan inovatif, para pengusaha, terutama pengusaha muda, akan mampu menghasilkan produk yang sesuai pasar dengan standar kualitas yang lebih baik. Mereka tidak cukup hanya memiliki keunggulan komperatif namun yang terpenting adalah memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan.<sup>4</sup>

Perkembangan aplikasi di bidang teknologi informasi mempunyai dampak besar di berbagai bidang kehidupan, salah satunya dibidang industri kreatif seperti desain grafis. Pada masa sekarang kita dituntut untuk mampu mengoperasikan teknologi dengan baik karena hampir seluruh kegiatan dilakukan dengan cara digital. Oleh karena itu peran teknologi sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya dalam bidang desain grafis. Desain grafis adalah suatu media untuk menyampaikan informasi melalui bahasa komunikasi visual dalam wujud dwimatra ataupun trimatra yang melibatkan kaidah-kaidah estetik.<sup>5</sup>

Dengan berkembangnya teknologi informasi yang begitu pesat, maka menuntut setiap orang untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi informasi tersebut. Kelompok pemuda perlu dibekali ilmu tentang memanfaatkan teknologi informasi guna sebagai salah satu sarana yang bisa digunakan untuk membuka peluang usaha. Di era digital saat ini banyak peluang usaha jenis baru yang sangat menguntungkan, seperti salah satunya adalah dalam bidang desain grafis.

*Gampong* Balee Busu merupakan salah satu *gampong* yang terletak di wilayah Kemukiman Busu, Kecamatan Mutiara, Kabupaten Pidie dengan jumlah penduduk sebanyak 1012 jiwa. Terdiri dari 493 jiwa penduduk berjenis kelamin

---

<sup>4</sup> Ruzikna, *Menumbuhkan Sikap Kreatif Dan Inovatif Dalam Mengembangkan Usaha (Pelatihan Kepada Anggota Forum Kewirausahaan Pemuda Di Pekan Baru, Seminar Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat FISIP Universitas Riau, Pekan Baru.*

<sup>5</sup> R. Kuncoro Wulan Dewojati, *Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan*, (Universitas Negeri Yogyakarta, Fakultas Bahasa dan Seni), Vol.7, No.2, Agustus 2009, hal. 175.

laki-laki, dan 519 jiwa penduduk berjenis kelamin perempuan.. *Gampong Balee Busu* terletak di sebelah selatan pusat kota Beureunun Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie. Luas area permukiman *Gampong Balee Busu* secara keseluruhan adalah 135 Ha. Untuk area permukiman seluas 43 Ha, dan area persawahan dengan luas 80 Ha membuat hasil pertanian sebagai sumber pendapatan utama masyarakat *Gampong Balee Busu*.<sup>6</sup>

Masyarakat *Gampong Balee Busu* pada umumnya berprofesi sebagai petani, buruh tani, pedagang dan pegawai. Tingkat pendidikan pemuda *Gampong Balee Busu* pada umumnya sampai jenjang Sekolah Menengah Atas. Tingkat pendidikan yang terbatas membuat pemuda *Gampong Balee Busu* kesulitan mendapatkan pekerjaan. Namun dengan tingkat pendidikan itu nyatanya tidak menghalangi pemuda-pemuda menemukan bakat mereka yaitu dengan mempelajari desain grafis. Pengetahuan terkait desain grafis tipografi diperoleh dari hasil mengikuti pelatihan. Dalam pelatihan tersebut, fokus desain grafis yang diajarkan adalah tipografi.

Hasil karya desain grafis yang dapat bernilai jual tersebut kemudian bisa merubah kondisi ekonomi para pemuda *Gampong Balee Busu* yang sebelumnya kesulitan mendapat pekerjaan. Saat ini pemuda tersebut berkumpul dalam suatu komunitas yaitu Village Creative. Komunitas Village Creative bergerak di bidang desain grafis lebih tepatnya fokus pada desain tipografi. Tipografi adalah seni dan

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Heri Afrizal, Sekretaris *Gampong Balee Busu*. Pada tanggal 6 April 2022.

teknik dalam merancang maupun menata huruf atau aksara dalam kaitannya untuk menyusun publikasi visual, baik cetak maupun non cetak.<sup>7</sup>

Komunitas Village Creative berdiri sejak tahun 2018, yang di bentuk oleh Ambiya dan kawan-kawan. Komunitas Village Creative saat ini sudah beranggotakan 65 orang yang terdiri dari pemuda *Gampong* Balee Busu, Lingkok Busu, dan Busu Kumbang. Pemuda-pemuda dari komunitas tersebut sudah menghasilkan berbagai macam produk desain tipografi seperti dalam bentuk *san serif, serif, calligraphy, hand lettering, dekoratif, display, retro*, dan lain-lain. Karya desain grafis tipografi tersebut dibuat melalui media teknologi informasi maupun manual. Karya tersebut setelah selesai dikerjakan kemudian dikemas dalam bentuk *power point* untuk kemudian dapat di pasarkan ke berbagai Creative Market. Creative Market merupakan sebuah perusahaan yang menyediakan berbagai fasilitas untuk para desainer grafis yang ingin menjual desain miliknya secara resmi.<sup>8</sup>

Hasil karya desain untuk dapat di pasarkan harus di kemas sedemikian rupa dalam bentuk yang menarik dan harus disertakan dengan judul yang menarik. Adapun beberapa platform creative market yang disediakan sebagai tempat untuk dapat memasarkan hasil karya desain grafis tipografi antara lain yaitu [creativemarket.com](http://creativemarket.com), [creativefabrica.com](http://creativefabrica.com), [myfonts.com](http://myfonts.com), [fontbundles.net](http://fontbundles.net), [elements.envato.com](http://elements.envato.com), [fontspring.com](http://fontspring.com), dan lain-lain. Untuk dapat memasarkannya pada platform tersebut, terlebih dahulu harus mendaftarkan akun miliknya di

---

<sup>7</sup> <http://adha.staff.gunadarma.ac.id/>, di akses pada tanggal 11 Januari 2022.

<sup>8</sup> Wawancara dengan Ambiya, pengurus Komunitas Village Creative. Pada tanggal 9 April 2022.

platform mana yang akan digunakan. Setiap platform memiliki keunggulan masing-masing.<sup>9</sup>

Hasil karya desain grafis tipografi yang dipasarkan pada beberapa platform creative market tersebut dijual dalam mata uang Dollar Amerika Serikat. Paypal dipakai sebagai alat pembayaran, dimana uang hasil penjualan dibayar atau di transfer pada paypal pemilik akun dalam bentuk dollar. Kemudian pemilik akun dapat mentransfer uang tersebut dari paypal ke rekening bank miliknya. Rata-rata para pemuda dari Komunitas Village Creative bisa menghasilkan uang sekitar 3-5 juta perbulan.<sup>10</sup>

Usaha desain grafis tipografi merupakan usaha yang dijalankan secara mandiri oleh setiap anggota dari Komunitas Village Creative. Ada yang mengandalkan usaha desain grafis tipografi sebagai pekerjaan tetap, ada juga yang memilih sebagai pekerjaan *part time*. Pemuda-pemuda tersebut berkumpul dalam suatu komunitas guna untuk mempermudah mereka dalam berbagi informasi terkait desain grafis tipografi, dan memperluas pengetahuan agar setiap anggota bisa berkembang bersama. Peminat dan harga pasar yang tinggi dari usaha desain grafis tipografi membuat pemuda memilih bertahan dan memiliki keinginan untuk terus mengembangkan hasil karya desain grafis tipografi yang diciptakan.

Terkait gambaran diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Kreativitas Pemuda Dalam Pengembangan Usaha Desain Grafis Tipografi Di Gampong Balee Busu Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie”**.

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan T. Fakhruddin, pengurus Komunitas Village Creative. Pada tanggal 9 April 2022.

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

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu :

1. Mengapa pemuda *Gampong Balee Busu* tertarik untuk mengembangkan usaha desain grafis tipografi ?
2. Bagaimana strategi pemuda *Gampong Balee Busu* dalam mengembangkan kreativitas usaha desain grafis tipografi ?

## C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui mengapa pemuda *Gampong Balee Busu* tertarik untuk mengembangkan usaha desain grafis tipografi.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemuda *Gampong Balee Busu* dalam mengembangkan kreativitas usaha desain grafis tipografi.

## D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam hal pengembangan masyarakat khususnya untuk kaum muda, serta di harapkan juga dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai desain grafis tipografi, dan bisa digunakan untuk bahan referensi bagi peneliti dan pihak lain yang melakukan penelitian yang sama dengan ini.

## 2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kreativitas pemuda melalui usaha desain grafis tipografi, dan di harapkan juga dapat memberikan sumbangan positif terhadap strategi pengembangan kreativitas usaha desain grafis tipografi pemuda *Gampong Balee Busu*.

## E. Penjelasan Istilah

### 1. Kreativitas Pemuda

Kreativitas merupakan kemampuan untuk membuat kombinasi baru berdasarkan data, informasi, atau unsur-unsur yang ada. Yang dimaksud dengan data, informasi, atau unsur-unsur yang ada adalah semua pengetahuan maupun pengalaman yang pernah diperoleh seseorang dalam hidupnya baik yang diperoleh dari bangku sekolah ataupun lingkungannya.<sup>11</sup> Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009, pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 tahun sampai 30 tahun.<sup>12</sup>

Kreativitas pemuda dalam penelitian ini yaitu kemampuan pemuda *Gampong Balee Busu* dimana mereka menghasilkan sebuah karya desain grafis tipografi. Kreativitas tersebut di peroleh dari hasil mengikuti pelatihan desain grafis. Pemuda dalam penelitian ini adalah mereka yang berusia dari 16 tahun sampai 30 tahun.

---

<sup>11</sup> Indra Soefandi dan S. Ahmad Pramudya, *Strategi Mengembangkan Potensi Kecerdasan Anak*, (Jakarta : Bee Media Pustaka, 2014), hal. 134.

<sup>12</sup> Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 Tentang Kepemudaan, Bab 1 Pasal 1.

## 2. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen.<sup>13</sup>

Dalam pengembangan usaha usaha desain grafis tipografi pemuda *Gampong Balee Busu* memiliki beberapa cara atau strategi. Strategi untuk mengembangkan usaha dilakukan dengan teknik analisis SWOT.

## 3. Desain Grafis Tipografi

Desain grafis adalah seni dalam berkomunikasi menggunakan tulisan, ruang, dan gambar. Tipografi adalah teknik dalam merancang maupun menata huruf atau aksara dalam kaitannya untuk menyusun publikasi visual, baik cetak maupun non cetak. Jika digabungkan desain grafis tipografi adalah seni merancang huruf, menata huruf atau aksara yang digunakan untuk berkomunikasi secara visual.<sup>14</sup>

Jenis tipografi sangat beragam, saat ini pemuda *Gampong Balee Busu* sudah menghasilkan beberapa jenis tipografi antara lain yaitu *serif, san serif, slab serif, script, display, calligraphy, brush, dan handwritten.*

<sup>13</sup> <http://repository.radenfatah.ac.id/>, di akses pada tanggal 07 Februari 2022.

<sup>14</sup> Adi Kusrianto, *Pengantar Tipografi : Untuk Pemakai CorelDRAW, InDesign, Illustrator dan Photoshop*, (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2010), hal. 7.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Sebelumnya Yang Relevan**

Penulis telah melakukan tinjauan kepustakaan dan membaca beberapa karya ilmiah terdahulu untuk membantu jalannya penelitian ini. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dipilih oleh penulis sekarang. Penelitian terdahulu yang terkait diantaranya adalah :

Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Triana pada tahun 2017 dalam skripsinya yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Program Pelatihan Desain Grafis Di Rumah Gemilang Indonesia Sawangan Depok”. Penelitian tersebut dilakukan di Rumah Gemilang Indonesia yang berlokasi di Kampung Kebon Kopi, Kelurahan Pengasinan, Kecamatan Sawangan Depok. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Persamaan penelitian Ayu Triana dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif berdasarkan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Perbedaannya yaitu pada fokus penelitian, subjek penelitian, lokasi penelitian, dan rumusan masalahnya.<sup>15</sup>

Rumah Gemilang Indonesia merupakan sebuah unit program pemberdayaan dan pusat penelitian yang berada di bawah direktorat Program Al-Azhar Peduli Ummat. Penelitian Ayu Triana yang dilakukan di Rumah Gemilang Indonesia berfokus pada proses dan tahapan pemberdayaan masyarakat khususnya

---

<sup>15</sup> Ayu Triana, *Pemberdayaan Masyarakat Program Pelatihan Desain Grafis Di Rumah Gemilang Indonesia awangan Depok*, (Skripsi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, 2017).

remaja yang dilakukan melalui program pelatihan desain grafis di Rumah Gemilang Indonesia. Adapun program yang berjalan selama pelatihan yaitu pengenalan *software design* (Coreldraw, Photoshop, Adobe Illustrator, dan Indesain), diajarkan teknik animasi, editing foto dan video. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa pelatihan tersebut telah memberikan dampak besar bagi remaja memperoleh bekal untuk keterampilan dalam dunia kerja dan memberikan peluang kerja dengan penghasilan yang lebih baik dari sebelumnya.

Penelitian relevan lainnya seperti yang dilakukan oleh Dimas Tri Redha dan kawan-kawan, pada tahun 2016 dalam jurnal nya yang berjudul “Perencanaan Strategis Industri Kreatif Sektor Desain Grafis Kota Malang Aktor Pemerintah Dinas Perindustrian”. Penelitian ini dilakukan di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metode sampling yaitu *snowball sampling*. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan penulis karena menggunakan metode pendekatan yang berbeda, lingkup desain grafis yang di angkat berbeda, dan lokasi yang berbeda. Pada penelitian ini penulis berfokus pada usaha desain grafis tepatnya tipografi, dan menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah pada subjek yang di teliti, yaitu para pelaku usaha di industri desain grafis yang bergerak secara perseorangan.<sup>16</sup>

Dalam jurnal penelitian yang dilakukan oleh Dimas Tri Redha dan kawan-kawan disebutkan bahwa sektor bisnis desain grafis Kota Malang banyak mengalami hambatan pengembangan. Kemudian penelitian dilakukan untuk

---

<sup>16</sup> Dimas Tri Redha Graha, *Perencanaan Strategis Industri Kreatif Sektor Desain Grafis Kota Malang Aktor Pemerintah Dinas Perindustrian*, (Jurnal Tata Kota Dan Daerah), Vol. 8, No. 2, 2016.

mengetahui cara mengembangkan bisnis desain grafis Kota Malang. Dalam penelitian ini berfokus untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi dan rencana aksi untuk meningkatkan kemampuan industri desain grafis di Kota Malang. Dari hasil penelitian Dimas Tri Redha dan kawan-kawan diketahui strategi dan rencana aksi yang diperoleh yaitu terdiri dari kegiatan peningkatan pemasaran dan promosi, kegiatan edukasi konsumen, kegiatan peningkatan kemampuan desain grafis, penyediaan sarana desain grafis, dan peningkatan kapasitas dinas perindustrian.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Yenny Desnelita dan kawan-kawan, pada tahun 2019 dalam jurnal nya yang berjudul “PKMS (Program Kemitraan Masyarakat Stimulus) Pelatihan Desain Grafis Menuju Wirausaha Bagi Pemuda RT. 03 RW. 04 Kelurahan Umban Sari”. Penelitian tersebut dilakukan di RT 03 RW 04 Kelurahan Umban Sari Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru. Metode pendekatan yang digunakan selama menjalankan Program Kemitraan Masyarakat Stimulus adalah metode pembelajaran antara lain metode ceramah, diskusi, demonstrasi, dan pelatihan. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama bertujuan untuk mengetahui cara mengembangkan kreativitas pemuda dalam perancangan desain grafis, dan subjek yang sama yaitu pemuda. Sedangkan perbedaannya yaitu pada fokus desain grafis nya, metode penelitian, lokasi penelitian, dan rumusan

masalah. Penulis berfokus pada desain grafis tipografi, dan pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.<sup>17</sup>

Penelitian Yenny Desnelita berfokus pada upaya meningkatkan keterampilan pemuda dalam perancangan desain grafis menggunakan software CorelDraw dan Photoshop. Penelitian tersebut bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemuda dalam meningkatkan kualitas kemampuan membuat desain grafis yang menarik sehingga peserta dapat bersaing untuk memenuhi permintaan akan kebutuhan lapangan kerja dan juga menuju wirausaha. Dari hasil penelitian diketahui bahwa pemuda diajarkan untuk dapat merancang produk-produk *advertising* (iklan sosial media) dan reklame, seperti *flyer*, spanduk, *banner*, brosur, kartu undangan, dan pamflet.

Dari beberapa penelitian sebelumnya yang relevan penulis belum menemukan penelitian yang berfokus atau objek kajiannya pada pengembangan usaha desain grafis tipografi, melainkan secara umum meneliti tentang keterampilan dan upaya pengembangan usaha industri kreatif desain grafis. Oleh karena demikian, disini penulis melakukan penelitian tentang kreativitas pemuda dalam pengembangan usaha desain grafis tipografi yang berlokasi di *Gampong Balee Busu Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie*.

---

<sup>17</sup> Yenny Desnelita, dkk, *PKMS Pelatihan Desain Grafis Menuju Wirausaha Bagi Pemuda RT. 03 RW. 04 Kelurahan Umban Sari*, (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Vol. 3, No. 2, Desember 2019.

## B. Landasan Teori

### 1. Kreativitas

#### a. Pengertian Kreativitas

Seiring perkembangan dan pesatnya persaingan dalam menjalankan usaha menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki ide-ide yang dihasilkan dari suatu kreativitas. Dengan kreativitas tersebut dapat membawa pelaku usaha mengembangkan produk atau jasa yang dimilikinya dalam rangka menyelaraskan kebutuhan konsumen yang semakin beragam dan tanpa batas.<sup>18</sup>

Kreativitas adalah inisiatif terhadap penciptaan suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai. Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.<sup>19</sup>

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian kreativitas merupakan kemampuan untuk berkreasi, kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Kreativitas dapat pula diartikan sebagai suatu pola pikir atau ide yang timbul secara spontan dan imajinatif, yang merincikan hasil artistik penemuan dan penciptaan baru.<sup>20</sup> Menurut Barron, kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menciptakan atau menghasilkan sesuatu yang baru.<sup>21</sup>

Kreativitas menurut Utami Munandar merupakan hasil dari interaksi antara individu dan lingkungannya, kemampuan untuk membuat kombinasi baru,

---

<sup>18</sup> YB Andre Marvianta, dkk, *Arti Pentingnya Kreativitas Terhadap Penciptaan Ide Bisnis Studi Kasus Pada Mahasiswa FE-Ukrida, Jakarta*, (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Mei 2013), Vo. 13, No. 1, hal. 2.

<sup>19</sup> D. Made Dharmawati, *Kewirausahaan*, (Depok : Raja Grafindo Persada, 2016), hal. 53.

<sup>20</sup> *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal. 599.

<sup>21</sup> <http://repository.upi.edu/>, di akses pada tanggal 08 Februari 2022.

berdasarkan data, informasi atau unsur yang telah ada atau dikenal sebelumnya, yaitu semua pengalaman dan juga pengetahuan yang sudah diproses seseorang selama hidupnya.<sup>22</sup> Seseorang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh lingkungan dimana dia berada, dengan begitu perubahan di dalam individu maupun di dalam lingkungan dapat menunjang atau menghambat upaya kreativitas seseorang.<sup>23</sup>

Peneliti menarik kesimpulan dari beberapa pengertian diatas terkait kreativitas yaitu merupakan kemampuan seseorang dalam menciptakan sesuatu yang baru, namun tidak hanya membuat sesuatu yang baru tetapi juga memungkinkan adanya kombinasi dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya yang disertai dengan motivasi dari dalam diri untuk dapat menghasilkan sesuatu yang berbeda dari sebelumnya.

Kreativitas merupakan sumber daya yang sangat bernilai tinggi, untuk itu harus dipelihara dan dihidupkan. Kreativitas menjadi suatu topik yang relevan tidak hanya bagi yang baru memulai usaha, tetapi juga bagi usaha yang sudah berjalan. Kreativitas menjadi satu hal yang penting dalam penciptaan daya saing untuk semua organisasi atau komunitas yang peduli terhadap pertumbuhan dan perubahan. Kreativitas juga merupakan hasil dari motivasi intrinsik seseorang, pengetahuan dan kapabilitas pada kemampuan tertentu.<sup>24</sup>

Utami Munandar mengemukakan bahwa kreativitas seseorang dapat diwujudkan jika adanya dorongan, baik dorongan internal yang berasal dari

---

<sup>22</sup> Yani Restiani Widjaja dan Widi Winarso, *Bisnis Kreatif Dan Inovasi*, (e-book, 2018), hal. 3.

<sup>23</sup> <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/>, di akses pada tanggal 15 Maret 2022.

<sup>24</sup> Ernani Hadiyati, *Kreativitas Dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*, (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan), Vol. 13, No. 1, Maret 2011, hal. 11.

individu ataupun dorongan eksternal yang berasal dari lingkungan dan pengalaman. Setiap individu memiliki dorongan untuk mewujudkan potensi dirinya, dorongan tersebut akan berkembang menjadi matang untuk kemudian mengungkapkan dan mengaktifkan semua kapasitasnya. Dorongan ini merupakan motivasi primer untuk kreativitas ketika individu membentuk hubungan-hubungan baru dengan lingkungannya dalam upaya menjadi dirinya sepenuhnya.<sup>25</sup>

Untuk mengembangkan kreativitas pada setiap bentuk usaha yang ditekuni diperlukannya pelatihan dan pengembangan agar usaha yang dijalankan dapat berkembang. Pelatihan dan pengembangan merupakan dua konsep yang sama, yaitu untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan. Tetapi dilihat dari tujuannya, umumnya kedua konsep tersebut dapat dibedakan. Pelatihan lebih ditekankan pada peningkatan kemampuan untuk melakukan pekerjaan yang spesifik pada saat ini, dan pengembangan lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang yang dilakukan melalui pendekatan terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.<sup>26</sup>

#### b. Karakteristik Kreativitas

Kreativitas merupakan proses kognitif seseorang, oleh karena itu kreativitas merupakan suatu proses yang bertahap. Pada mulanya, kreativitas dipandang sebagai faktor bawaan yang hanya dimiliki oleh individu-individu

<sup>25</sup> <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/>, di akses pada tanggal 15 Maret 2022.

<sup>26</sup> M. Kadarisman, *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), hal. 11.

tertentu. Namun pada kenyataannya tidaklah demikian, karena kreativitas butuh sebuah rangsangan dari lingkungannya, bukan berkembang secara otomatis.<sup>27</sup>

Terdapat beberapa karakteristik kreativitas yaitu :<sup>28</sup>

1. Memiliki rasa ingin tahu yang besar
2. Tekun dan tidak mudah bosan
3. Percaya diri dan mandiri
4. Merasa tertantang oleh kemajemukan atau kompleksitas
5. Berani mengambil resiko
6. Berpikir divergen

Pemuda yang memiliki karakteristik kreativitas seperti yang disebutkan diatas, memiliki perbedaan dengan pemuda-pemuda pada umumnya. Mereka biasanya lebih mandiri dan tidak terikat pada nilai-nilai umum yang berlaku dalam bidang keahliannya ataupun dalam kehidupannya sehari-hari. Mereka memiliki cara dan ide mereka sendiri dalam mengatasi berbagai masalah yang mereka hadapi, selalu aktif dalam setiap kegiatan yang menuntut keterlibatan mereka, juga memiliki semangat yang tinggi dalam menjalani aktivitasnya sehari-hari.<sup>29</sup>

Untuk bersikap kreatif perlu adanya beberapa aspek agar dapat menunjang kreativitas seseorang. Tidak hanya aspek pribadi atau individu, walaupun aspek pribadi sangat menentukan kreativitas seseorang. Tentunya juga

---

<sup>27</sup> Ernani Hadiyati, *Kreativitas Dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*, (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan), Vol. 13, No. 1, Maret 2011, hal. 10.

<sup>28</sup> Mohammad Ali, dan Mohammad Ansori, *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2012), hal. 72.

<sup>29</sup> Rifky Riansyah, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas Dan Inovasi Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Karyawan Pada Konsultan Perancangan Dan Pengawasan Arsitektur Di Kota Serang Provinsi Banten*, (Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM), Vol. 02, No. 01, hal. 6.

perlu didukung oleh beberapa aspek pendorong lain dari luar guna memunculkan dan mendukung agar kreativitas tersebut dapat terbentuk dan berkembang. Salah satu aspek pendorongnya adalah faktor lingkungan. Dengan demikian, dapat mempercepat berkembangnya kreativitas pada individu dengan kolaborasi antara potensi kreatif yang telah dimiliki dan faktor lingkungan.<sup>30</sup>

### c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas

Setiap orang memiliki potensi untuk kreatif, namun tingkat kreativitasnya berbeda-beda. Utami Munandar mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi kreativitas yaitu :<sup>31</sup>

1. Usia
2. Tingkat pendidikan
3. Tersedianya fasilitas
4. Penggunaan waktu luang

Kebutuhan kreativitas dirasakan dalam aspek kehidupan manusia, setiap individu dituntut untuk meluaskan cakrawala mentalnya agar mampu menghadapi tantangan-tantangan masa depan. Konsep dan gagasan kreatif adalah modal baru dalam membangun perekonomian. Banyak hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kemampuan kreativitas. Ada beberapa hal yang dapat membantu mengembangkan kemampuan pribadi dalam meningkatkan kreativitas yaitu :<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup>Ernani Hadiyati, *Kreativitas Dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*, (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan), Vol. 13, No. 1, Maret 2011, hal. 16.

<sup>31</sup> Yani Restiyani Widjaja, dan Widi Winarso, *Bisnis Kreatif Dan Inovasi*, (Makassar : Yayasan Barcode, 2019), hal. 19.

<sup>32</sup> Mohammad Ali, dan Mohammad Ansori, *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2012), hal. 79.

1. Kemampuan kognitif, pendidikan formal dan informal dapat mempengaruhi keterampilan sesuai dengan bidang dan masalah yang dihadapi individu yang bersangkutan.
2. Karakteristik kepribadian, berhubungan dengan disiplin diri, dapat menghadapi kegagalan dan mampu mandiri. Faktor ini akan mempengaruhi individu dalam menghadapi masalah dengan menemukan ide-ide kreatif untuk dapat memecahkan masalah.
3. Motivasi intrinsik, mempengaruhi kreativitas seseorang karena dapat membangkitkan semangat individu untuk belajar sebanyak mungkin untuk menambah pengetahuan dan keterampilan yang sesuai dengan permasalahan yang sedang dihadapi.
4. Lingkungan sosial, yaitu tidak adanya tekanan-tekanan dari lingkungan sosial seperti pengawasan, penilaian, maupun pembatasan dari pihak luar.

Setiap orang dapat melakukan beberapa hal untuk meningkatkan kreativitasnya, yang sangat penting dari kondisi ini dan perannya dalam mempertinggi kreativitas adalah interaksi seimbang antara keluarga, dan lingkungannya.<sup>33</sup>

#### d. Kreativitas Dalam Pandangan Islam

Dalam Islam sangat menghargai dan mendorong umatnya untuk berkegiatan. Ahli agama M. Quraish Shihab berpendapat bahwa manusia adalah

---

<sup>33</sup> *Ibid*, hal. 81.

mahluk yang unik. Kreativitas pada dasarnya dimiliki oleh setiap orang dalam derajat yang berbeda-beda.<sup>34</sup> Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Al-Mu'minun ayat 12-14 :

وَلَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ مِنْ سُلَالَةٍ مِّنْ طِينٍ . ثُمَّ جَعَلْنَاهُ نُطْفَةً فِي قَرَارٍ مَّكِينٍ . ثُمَّ خَلَقْنَا  
الْنُّطْفَةَ عَلَقَةً فَخَلَقْنَا الْعَلَقَةَ مُضْغَةً فَخَلَقْنَا الْمُضْغَةَ عِظْمًا فَكَسَوْنَا الْعِظْمَ لَحْمًا ثُمَّ أَنْشَأْنَاهُ  
خَلْقًا آخَرَ ۚ فَتَبَارَكَ اللَّهُ أَحْسَنُ الْخَالِقِينَ

Artinya : “Dan sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dari saripati (berasal) dari tanah. Kemudian Kami jadikan saripati itu air mani (yang disimpan) dalam tempat yang kokoh (rahim). Kemudian air mani itu Kami jadikan segumpal darah, lalu segumpal darah itu Kami jadikan segumpal daging, dan segumpal daging, dan segumpal daging itu Kami jadikan tulang belulang, lalu tulang belulang itu Kami bungkus dengan daging. Kemudian Kami jadikan dia makhluk yang unik. Maka Maha Suci Allahm Pencipta Yang Paling Baik.” (QS. Al-Mu'minun (23): 12-14).<sup>35</sup>

Salah satu bentuk keunikan manusia adaah potesiya yang berbeda-beda antara manusia yang satu dengan manusia yan lain. Ada yang berpotensi besar ada pula yang berpotensi biasa saja. Dalam agama Islam ada sebuah catatan yang perlu diperhatikan, yaitu potensi yang besar ternyata menuntut tanggung jawab yan besar pula.<sup>36</sup>

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيُبْلُوَكُمْ فِي  
مَا آتَاكُمْ ۗ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَّحِيمٌ

<sup>34</sup> M. Quraish Shihab, *Mukjizat Al-Qur'an . Ditinjau Dari Aspek Kebahasaan, Isyrat Kebahasaan, Dan Pemberitaan Gaib*, (Bandung : Mizan, 2007), hal. 174.

<sup>35</sup> Al- Jumanatul 'Ali Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung : CV Penerbit J-ART, 2004), hal. 342.

<sup>36</sup> Syaikh Abdurrahman Bin Nashir As-Sa'di, *Tafsir Al-Qur'an Jilid 5*, (Jakarta : Darul Haq, 2015), hal. 8.

Artinya : “Dan Dialah yang menjadikan kamu penguasa-penguasa di bumi dan Dia meninggikan sebahagian kamu atas sebahagian (yang lain) beberapa derajat, untuk mengujimu tentang apa yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu amat cepat siksaan-Nya dan sesungguhnya Dia Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (QS. Al-An’am (6):165).<sup>37</sup>

Allah SWT tidak akan mengubah nikmat atau bencana, kemuliaan atau kerendahan, kedudukan atau kehinaan kecuali jika orang-orang tersebut mau mengubah perasaan, perbuatan, dan kenyataan hidupnya. Allah SWT akan mengubah keadaan diri mereka sesuai dengan perubahan yang terjadi dalam diri dan perbuatan mereka sendiri.<sup>38</sup>

Ada perbedaan tantangan dan kebutuhan antara generasi dahulu dengan generasi sekarang, begitu juga dengan generasi sekarang dengan generasi yang akan datang. Peradaban masyarakat manusia dari masa ke masa semakin berkembang maju, dan kemajuan itu diperoleh dari interaksi komunikasi sosialnya. Semakin luas wawasan seseorang semakin maju pula pemikirannya, dan seiring dengan kemajuan pemikirannya berkembang pula kreativitasnya.<sup>39</sup>

Kreativitas dipandang sebagai anugerah yang diterima oleh setiap manusia dari Allah SWT. Anugerah itu berupa potensi awal yang bersifat positif untuk berkembang. Ahli-ahli agama menyebutnya *fitrah*, yaitu suatu potensi yang bersifat suci, positif, dan siap berkembang mencapai puncaknya.<sup>40</sup>

---

<sup>37</sup> Al-Qur’an dan Terjemahannya, (Jawa Barat : PT Sygma Examedia Arkanleema, 2007), hal. 150.

<sup>38</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Volume 4 Surah Al-An’am*, (Jakarta : Lentera Hati, 2002), hal. 375.

<sup>39</sup> M. Quraish Shihab, *Mukjizat Al-Qur’an . Ditinjau Dari Aspek Kebahasaan, Isyarat Kebahasaan, Dan Pemberitaan Gaib*, (Bandung : Mizan, 2007), hal. 175.

<sup>40</sup> Sutipyo R, *Kreativitas, Pemacu Dan Penghambatnya Dalam Kehidupan Manusia*, (Jurnal Al-Misbah, Juli 2014), Vol. 2, No. 2, hal. 214.

## 2. Pemuda

Pemuda adalah bagian dari masyarakat yang paling produktif, dimana kemampuan ataupun potensi yang dimiliki oleh sebagian pemuda tidak terlaksana dengan optimal, yang disebabkan kurangnya motivasi, arahan, dan bimbingan. Kegiatan para pemuda hanya berkumpul yang tidak menghasilkan manfaat untuk diri pemuda itu sendiri supaya dapat menjadi lebih produktif dalam keahlian untuk kesuksesan di masa depan.<sup>41</sup> Seperti halnya yang telah Allah SWT sebutkan dalam Al-Qur'an Surah Ar-ra'd ayat 11 sebagai berikut :

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَ مَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya : *“Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakang. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menginginkan suatu hal terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung dari mereka selain Dia”*. (QS. Ar-ra'd (13) : 11).<sup>42</sup>

Berdasarkan ayat tersebut bahwa manusia yang telah Allah SWT ciptakan dengan segala kesempurnaan akal fikirannya mestinya mampu menemukan bagaimana harus memenuhi kebutuhan hidupnya yang terus berkembang, tindakan dan proses apa yang harus dilakukan untuk semua itu.

<sup>41</sup> <https://perpustakaan.bappenas.go.id/>, di akses pada tanggal 22 Januari 2022.

<sup>42</sup> Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jawa Barat : PT Sygma Examedia Arkanleema, 2007), hal. 250.

Untuk itu setiap orang perlu bekerja keras, membangun jaringan kerja, membentuk tim, dan berbagi dalam pekerjaan.<sup>43</sup>

Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009, pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 tahun sampai 30 tahun.<sup>44</sup> Jika dipadukan dengan pengertian ekonomi kreatif sebagaimana yang disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019, ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan teknologi.<sup>45</sup> Pemuda yang berusia 16-30 tahun mempunyai peran sebagai penggerak kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas yang di miliki, dan bakat untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat.<sup>46</sup>

Pemuda merupakan sosok laki-laki dan perempuan yang telah masuk kedalam tahap dewasa. Pemuda sebagai generasi penerus bangsa dan juga sebagai tumpuan dari negaranya. Generasi muda yang baik adalah pemuda yang tumbuh dan berkembang menjadi seorang pribadi yang unggul dan mandiri dalam melaksanakan tugasnya. Pemuda merupakan generasi yang memiliki kemampuan, semangat tinggi, dan wawasan yang lebih luas untuk mengembangkan dan memajukan negara.<sup>47</sup>

---

<sup>43</sup> Syaikh Abdurrahman Bin Nashir As-Sa'di, *Tafsir Al-Qur'an Jilid 4*, (Jakarta : Darul Haq, 2015), hal. 13.

<sup>44</sup> Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 Tentang Kepemudaan, Bab 1 Pasal 1.

<sup>45</sup> Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif, Bab 1 Pasal 1

<sup>46</sup> Jonni Mardizali, *Membangun Ekonomi Kreatif Pemuda*, (Bogor : Lembaga Kreasi Pemuda Nusantara, 2017), hal. 22.

<sup>47</sup> Taufik Abdillah, *Pemuda Dan Perubahan Sosial*, (Jakarta : LP3ES, 1994), hal. 134.

Pemuda mempunyai kekuatan, kontrol sosial, dan sebagai agen perubahan dalam proses perkembangan dan pembangunan masyarakat. Pemuda mempunyai peran yang sangat penting sehingga perlu pengembangan potensi serta peran mereka melalui penyadaran, pemberdayaan, dan pengembangan untuk mewujudkan perkembangan dan pembangunan masyarakat, diperlukan pemuda yang berakhlak mulia, cerdas, mandiri, tangguh serta profesional. Untuk mengembangkan potensi dan peran pemuda memerlukan sebuah wadah dalam bentuk pelayanan kepemudaan, misalnya seperti organisasi atau komunitas.<sup>48</sup>

### **3. Pengembangan Usaha**

#### **a. Pengertian Pengembangan Usaha**

Pengembangan atau juga dikenal dengan pemberdayaan adalah menjadikan masyarakat yang mandiri, terbebas dari persoalan kemiskinan dan menuju masyarakat madani/masyarakat sipil. Mandiri dalam artian mampu mengatasi masalah dan berani melakukan perubahan dengan memanfaatkan pengetahuan atau kemampuan untuk mencapai pemecahan masalah yang dihadapi.<sup>49</sup>

Dalam dunia bisnis, pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi atau komunitas untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan ditekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang

---

<sup>48</sup> Rifaldi Pinilas, *Partisipasi Generasi Muda Dalam Pelaksanaan Pembangunan*, (Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan, 2017), Vol. 2, No. 2, hal. 3.

<sup>49</sup> M. Jakfar Puteh, *Islam Dan Pemberdayaan Masyarakat*, (Yogyakarta : Parama Publishing, 2014), hal. 82.

dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.<sup>50</sup>

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara, perbuatan, mengembangkan.<sup>51</sup> Sedangkan usaha adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh perorangan atau kelompok untuk mendapat penghasilan dengan tujuan memperoleh keuntungan. Suatu usaha memproduksi atau membeli barang atau jasa yang akan di jual ke pelanggan.<sup>52</sup> Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen.<sup>53</sup>

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha.<sup>54</sup> Usaha adalah melakukan kegiatan secara tetap dan terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan disuatu daerah.<sup>55</sup>

Menurut Amirullah - Imam N Hardjanto, usaha adalah kegiatan menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen

---

<sup>50</sup> MARIHOT TUA EFENDI HARIANDJA, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), hal. 168.

<sup>51</sup> *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2005), hal. 538.

<sup>52</sup> Bambang Suryanto dan Dayanto, *Manajemen Bisnis Usaha Kecil*, (Tangerang : Tira Smart, 2018), hal. 107.

<sup>53</sup> <http://repository.radenfatah.ac.id/>, di akses pada tanggal 07 Februari 2022.

<sup>54</sup> Rangkuti Fredy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama), hal.6.

<sup>55</sup> Harmaizar, *Menangkap Peluang Usaha*, (Bekasi : CV. Dian Anugerah Prakasa, 2003), hal. 14.

dengan harapan mendapatkan keuntungan melalui penciptaan nilai dan proses transaksi. Mengembangkan usaha sama artinya dengan mengembangkan kegiatan, mengembangkan produk, penjualan, mengembangkan konsumen, meningkatkan laba, serta mengembangkan nilai produk, manfaat produk serta distribusi produk.<sup>56</sup>

Dari beberapa pengertian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sudah ada maupun pekerjaan yang akan datang dengan meningkatkan kualitas usaha dengan menggerakkan pikiran dan tenaga untuk mencapai suatu tujuan.

Pengusaha adalah orang-orang kreatif yang mampu mengolah apa saja sehingga menjadi produk atau jasa yang dapat di jual kepada orang lain. Mereka mampu menciptakan suatu produk atau jasa yang kemudian di hargai dan memiliki daya jual. Kreativitas seseorang mampu mengantarkan dirinya menjadi seorang pengusaha. Bahkan ketika sudah menjadi pengusaha, kreativitas tetap dibutuhkan demi mengembangkan dan menjaga usahanya.<sup>57</sup>

#### b. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha merupakan sekumpulan tujuan, kebijakan, perencanaan, dan aktivitas perusahaan, organisasi atau komunitas yang ditujukan untuk mengidentifikasi kesempatan bisnis di tengah pasar dan mempertahankan kelangsungan usaha atau mencapai kesuksesan usaha.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Karyoto, *Proses Pengembangan Usaha*, (e-book, Setember 2021), hal. 2.

<sup>57</sup> *Ibid*, hal. 5.

<sup>58</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal. 314.

Berkembang tidaknya usaha yang di jalankan tidak dapat di pisahkan dari faktor internal maupun eksternal, dalam penelitian ini strategi untuk pengembangan usaha di lakukan dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan singkatan dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Analisis SWOT merupakan analisis kondisi internal maupun eksternal suatu usaha yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja.<sup>59</sup>

Teknik analisis SWOT seperti yang di kemukakan oleh Philip Kotler adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.<sup>60</sup> Freddy Rangkuti mengartikan analisis SWOT sebagai analisa yang di dasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan juga dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).<sup>61</sup>

#### 1. Kekuatan (*strength*)

Kekuatan merupakan sumber daya keterampilan atau keunggulan lain yang relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang di layani atau ingin di layani oleh perusahaan.<sup>62</sup> Kekuatan sebagai unsur yang dapat di unggulkan oleh perusahaan yaitu seperti keunggulan produk yang dapat di andalkan, memiliki

---

<sup>59</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Resiko Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung : Alfabeta, 2010), hal. 264.

<sup>60</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Indeks, 2009), hal. 63.

<sup>61</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2013), hal. 19.

<sup>62</sup> Pearce Robinson, *Manajemen Stratejik Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian Jilid I*, (Jakarta : Binarupa Aksara, 1997), hal. 231.

keterampilan yang berbeda dengan produk-produk lain dan dapat membuatnya lebih kuat dari pesaing lain.<sup>63</sup>

## 2. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan merupakan kekuarangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan, baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merk dapat merupakan sumber kelemahan. Kelemahan dalam perusahaan dapat dilihat dari sarana dan prasarana yang dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.<sup>64</sup>

## 3. Peluang (*opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang sebelumnya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi. Faktor peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan usaha.<sup>65</sup>

---

<sup>63</sup> Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1995), hal. 172.

<sup>64</sup> Pearce Robinson, *Manajemen Stratejik Formulasi.....*, hal. 232.

<sup>65</sup> Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategi.....*, hal. 173.

#### 4. Ancaman (*threats*)

Ancaman adalah faktor lingkungan yang sangat tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi yang diinginkan organisasi atau perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang di revisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan. Ancaman merupakan kebalikan dari peluang, jika tidak di atasi ancaman akan menjadi ganjalan bagi bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun masa depan.<sup>66</sup>

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang di hadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Analisis SWOT berfungsi untuk analisa mengenai kekuatan dan kelemahan yang di miliki dalam perusahaan, serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang di hadapi perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi eksternal perusahaan. Analisis SWOT dikenal sebagai salah satu teknik atau strategi yang sangat penting dalam pengembangan suatu usaha.<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2013), hal. 32.

<sup>67</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Resiko Teori, Kasus, dan Solusi*, (Jakarta : Alfabeta, 2010), hal. 271.

#### 4. Desain Grafis Tipografi

##### a. Pengertian Desain Grafis Tipografi

Kata desain memiliki arti merancang atau merencanakan. Kata grafis mengandung dua pengertian yaitu *graphien* (Latin) yang bermakna garis atau marka, yang kemudian menjadi *graphic arts* atau komunikasi grafis. Adapun pengertian yang ke dua yaitu *graphise vakken* (Belanda) bermakna pekerjaan cetak, di Indonesia biasa disebut grafika dan diartikan sebagai percetakan. Desain grafis adalah pekerjaan bidang komunikasi visual yang berhubungan dengan grafika (cetakan) atau pada bidang dua dimensi, dan statis (tidak bergerak dan bukan *time-based image*). Secara khusus, desain grafis adalah keahlian menyusun dan merancang unsur visual menjadi informasi yang mudah di mengerti publik/masyarakat.<sup>68</sup>

Danton Sihombing mengartikan bahwa desain grafis adalah seni dalam berkomunikasi menggunakan tulisan, ruang, dan gambar. Danton Sihombing menjelaskan bahwa ada elemen-elemen grafis yang tertuang dalam desain grafis seperti simbol, tipografi, fotografi, dan ilustrasi yang ditetapkan sebagai perangkat visual dan perangkat komunikasi. Ilmu desain grafis mencakup seni visual, tipografi, tata letak, dan desain interaksi.<sup>69</sup>

Kehadiran desain grafis tidak hanya menjadi seni visual yang menampilkan huruf, bentuk yang indah, atau gambar yang berwarna-warni, namun terdapat sebuah pesan dan juga gagasan yang telah dirancang sedemikian rupa oleh seorang kreator atau biasa disebut desainer. Desain grafis diharapkan

---

<sup>68</sup> Leonardo Adi Dharma Widya, dan Andreas James Darmawan, *Pengantar Desain Grafis*, (Jakarta : Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan, 2016), hal. 4.

<sup>69</sup> *Ibid*, hal. 6

mampu berperan sebagai identitas dan juga alat komunikasi visual yang mampu memberikan pengaruh kepada publik untuk melakukan sesuatu sesuai dengan tujuan dari komunikasi yang disampaikan.<sup>70</sup>

Teknologi komputer di dunia ini menawarkan berbagai kesempatan bagi setiap orang atau instansi untuk mempublikasikan kegiatan, hasil karya, barang dagangan, ataupun komunitas mereka ke dunia maya. Profesi seorang desainer grafis berhubungan erat dengan ilustrasi, tipografi, fotografi, atau gambar bergerak, dan animasi. Tipografi adalah seni dan teknik dalam merancang maupun menata huruf atau aksara dalam kaitannya untuk menyusun publikasi visual, baik cetak maupun non cetak. Dalam mempelajari desain grafis, tulisan atau huruf juga dianggap sebagai gambar karena merupakan hasil dari abstraksi simbol-simbol yang dapat dibunyikan.<sup>71</sup>

Secara etimologi, istilah tipografi berasal dari Bahasa Yunani, yaitu “*typo*” berarti impresi, dan “*graphein*” berarti menulis. Tipografi menekankan penggunaan bentuk huruf untuk mengkomunikasikan secara visual suatu bahasa verbal. Dalam konteks tipografi, huruf sebagai fokus tipografi dipandang dari segi bentuk (karakter visual), karakter non fisiknya (aura huruf), hingga aspek teknis dan konseptualnya.<sup>72</sup>

Tipografi atau *typography* menurut Roy Brewer dapat memiliki pengertian yang luas, yang memiliki penataan dan pola halaman, atau setiap

---

<sup>70</sup> Namuri Migotuwio, *Desain Grafis : Kemarin, Kini, Dan Nanti*, (Lampung : Alinea Media Dipantara, 2020), hal. 5.

<sup>71</sup> Adi Kusrianto, *Pengantar Tipografi : Untuk Pemakai CorelDRAW, InDesign, Illustrator dan Photoshop*, (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2010), hal. 7.

<sup>72</sup> Naufan Noordyanto, *Studi Tipografi Kawasan Di Yogyakarta*, (Jurnal Dekave, 2016), Vol. 9, No. 1, hal. 68.

barang cetak, atau dalam pengertian lebih sempit hanya meliputi pemilihan, penataan, dan berbagai hal bertalian pengaturan baris-baris susun huruf (*typeset*) tidak termasuk ilustrasi dan unsur lain bukan huruf pada halaman cetak.<sup>73</sup>

Danton Sihombing mengartikan bahwa tipografi adalah ilmu yang secara spesifik mempelajari mengenai huruf. Pengetahuan mengenai huruf yang dipelajari dalam disiplin seni disebut tipografi. Tipografi merupakan konsep yang abstrak, seperti halnya musik. Tipografi merupakan salah satu bahasa dalam desain grafis yang tidak berdiri sendiri secara eksklusif, ia sangat erat kaitannya dengan bidang keilmuan lain seperti komunikasi, teknologi, psikologi, dan lainnya.<sup>74</sup>

Pengaruh teknologi digital tidak mengubah fungsi huruf sebagai perangkat komunikasi visual. Teknologi komputer menyajikan spektrum dalam penyampaian pesan lewat huruf, mencitrakan sebuah gaya yang memiliki korelasi dengan khalayak tertentu, dimana desainer grafis memiliki kebebasan untuk menciptakan visualisasi pesan dengan huruf. Selain untuk dibaca, tetapi juga untuk mengekspresikan suasana atau rasa.<sup>75</sup>

#### b. Jenis-jenis Tipografi

Perkembangan tipografi banyak dipengaruhi oleh faktor budaya serta teknik pembuatan. Karakter tipografi yang ditimbulkan dari bentuk hurufnya bisa dipersepsikan berbeda-beda. Setiap bentuk huruf dalam sebuah alfabet memiliki

---

<sup>73</sup> Dendi Sudiana, *Tipografi : Sebuah Pengantar*, Jurnal Mediator, Vol. 2, No.2, 2001, hal. 325.

<sup>74</sup> Danton Sihombing, *Tipografi Dalam Desain Grafis*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2015), hal. 2.

<sup>75</sup> *Ibid*, hal. 6

keunikan fisik tersendiri. Saat ini sudah banyak jenis-jenis tipografi yang berkembang, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut :<sup>76</sup>

1. *Serif*, merupakan jenis huruf paling klasik. Dinamakan demikian karena keberadaan serif menyerupai sirip pada lengan atau kaki ujung huruf. Jenis huruf ini sering digunakan sebagai teks formal.
2. *Slab serif*, masih termasuk kelompok serif, hanya bentuknya cenderung besar. Jenis huruf ini biasa dipakai untuk penekanan dan penegasan suatu kata atau pesan. Kesan kokoh, kuat, dan stabil muncul saat melihat deretan huruf egyptian.
3. *San Serif*, menunjukkan ketiadaan huruf serif pada huruf. Muncul pada pertengahan abad ke-19, jenis ini tampil simpel dan punya keterbacaan yang cepat. Kesan simpel, bersih, efisien, dan modern membuatnya familiar dalam berbagai visual yang kita temui sehari-hari.
4. *Script*, menyerupai tulisan tangan tradisional guna memperoleh kesan lebih estetik dari suatu karya visual. Identik dengan kesan mewah, penulisan huruf script juga menciptakan kesan akrab dan personal. Huruf jenis ini sering digunakan untuk menulis nama di sertifikat, dan pada undangan pernikahan.
5. *Decorative*, juga dikenal sebagai huruf *display* atau huruf ornamental. Ciri huruf ini mempunyai ornamental yang tinggi, cocok dipakai

---

<sup>76</sup> Dendi Sudiana, *Tipografi : Sebuah Pengantar*, (Jurnal Mediator, 2001), Vol. 2, No. 2, hal. 328.

sebagai *tagline* atau judul. Pengembangan jenis huruf ini cenderung beragam, begitu banyak variasi sekaligus berbeda satu sama lain.

6. *Miscellaneous*, berupa pengembangan dari berbagai jenis huruf yang telah ada sebelumnya. Penambahan hiasan, ornamen, atau garis-garis dekoratif membuat kategori ini sering disebut huruf fantasi. Biasanya huruf ini dipakai pada desain yang mengutamakan unsur imajinasi.
7. *Calligraphy*, jenis huruf yang terinspirasi dari gaya atau teknik penulisan kuno memakai pena dengan ujung datar, sehingga mampu menghasilkan huruf yang artistik dan unik. Karena bentuknya seperti huruf tegak bersambung dengan variasi tebal tipis di setiap huruf, harus digunakan secara hati-hati.
8. *Retro*, merupakan jenis huruf yang digunakan untuk membuat poster dan logp yang bertema klasik atau *vintage*.
9. *Brush*, jenis huruf yang memiliki ciri khas gaya sapuan kuas dan ukuran yang tebal. Jenis huruf ini digunakan untuk desain logo, judul poster atau website.
10. *Hand written*, jenis huruf yang mendekati dengan tulisan tangan. Umumnya huruf ini dipakai untuk cover novel, plakat, serta juga dapat digunakan pada logo-logo tertentu.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Fokus Dan Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah kreativitas pemuda dalam mengembangkan usaha desain grafis tipografi. Terkait penyebab pemuda *Gampong Balee Busu* memilih desain grafis tipografi sebagai usaha atau pekerjaannya. Dan strategi yang ditempuh pemuda dalam mengembangkan kreativitasnya agar dapat bersaing secara positif di ranah usaha desain grafis tipografi dan mengasah kemampuannya agar usahanya dapat terus berkembang. Pemuda yang dimaksudkan disini adalah mereka yang berusia dari 16 tahun sampai usia 30 tahun. Penelitian ini dilakukan di *Gampong Balee Busu* Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie.

#### **B. Pendekatan Dan Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif yang kemudian diuraikan dalam bentuk kata-kata yang bersifat deksriptif. Pendekatan kualitatif merupakan sebuah pendekatan yang dilakukan untuk mendapatkan suatu data secara mendalam, data yang pasti dan merupakan suatu nilai data yang tampak.<sup>77</sup> Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian

---

<sup>77</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, 2013), hal. 9.

yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.<sup>78</sup>

Jenis metode yang digunakan adalah deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan tentang keadaan objek yang diteliti berdasarkan fakta-fakta yang di peroleh sebagaimana adanya. Data yang diperoleh seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, catatan lapangan, di susun peneliti di lokasi penelitian tidak dituangkan dalam bentuk angka melainkan dalam bentuk uraian deskriptif.<sup>79</sup>

Peneliti menggunakan pendekatan dan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk mendapatkan informasi sebanyak mungkin dan data dari informasi sesuai dengan apa yang di teliti. Dalam penelitian ini peneliti akan menggambarkan objek dan subjek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya.

### **C. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah orang yang di wawancara dan di minta informasi oleh pewawancara. Subjek penelitian juga merupakan sekelompok individu yang memiliki nilai, sifat, serta atribut dan mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Subjek penelitian atau informan adalah pihak-pihak yang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan.<sup>80</sup>

---

<sup>78</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 4.

<sup>79</sup> *Ibid*, hal. 86.

<sup>80</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cetakan ke-22*, (Bandung : Alfabeta, 2015), hal. 80.

Peran subjek penelitian sangat penting dalam mendukung penyelesaian suatu penelitian, karena sebagai sumber yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti.

Pengambilan subjek dalam dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang sumber datanya dengan pertimbangan tertentu dimana organisasi atau orang-orang tersebut paling mengetahui terkait situasi ataupun kondisi yang sedang diteliti. Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data utama dalam suatu penelitian.<sup>81</sup>

Subjek penelitian atau informan dalam penelitian ini adalah pemuda *Gampong Balee Busu* yang berkiprah pada usaha desain grafis tipografi dari Komunitas *Village Creative*, jajaran pengurus Komunitas *Village Creative*, dan aparatur *Gampong Balee Busu*. Pemuda dalam penelitian ini adalah mereka yang berusia dari 16-30 tahun. Subjek tersebut di pilih berdasarkan teknik pengambilan sampel yang telah di tentukan oleh peneliti, dimana mereka adalah orang-orang yang paham tentang usaha desain grafis tipografi dan sudah berkiprah dalam usaha tersebut. Adapaun aparatur *Gampong Balee Busu* disini peneliti menjadikan subjek untuk dapat memperoleh informasi terkait profil *Gampong Balee Busu*. Aparatur *Gampong Balee Busu* yang di pilih adalah sekretaris *gampong*.

Subjek yang di ambil oleh peneliti terdiri dari 19 orang, yaitu 15 orang pemuda *Gampong Balee Busu* yang menjalankan usaha desain grafis tipografi, 3

---

<sup>81</sup> *Ibid*, hal. 81.

orang pengurus Komunitas Village Creative, dan sekretaris *Gampong Balee Busu* 1 orang.

#### **D. Lokasi Penelitian**

*Gampong* Balee Busu merupakan salah satu *gampong* yang terletak di wilayah kemukiman Busu, Kecamatan Mutiara, Kabupaten Pidie dengan jumlah penduduk sebanyak 1012 jiwa. *Gampong* Balee Busu terletak di sebelah selatan pusat kota Beureunun Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie. Luas *Gampong* Balee Busu secara keseluruhan adalah 135 Ha. Untuk area permukiman seluas 43 Ha, dan area persawahan dengan luas 80 Ha membuat hasil pertanian sebagai sumber pendapatan utama masyarakat *Gampong* Balee Busu.<sup>82</sup>

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan kelengkapan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian maka yang dijadikan teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut :

##### 1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara teliti serta sistematis. Observasi atau biasa disebut pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh panca indera.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup> Wawancara dengan Nurdin, Sekretaris *Gampong* Balee Busu. Pada tanggal 14 Januari 2022.

<sup>83</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Prakti Edisi Revisi 2010*, (Jakarta : Rineke Cipta, 2011), hal. 145.

Pengamatan atau observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu pengamatan secara langsung terhadap para pemuda yang berkiprah pada usaha desain grafis tipografi di *Gampong Balee Busu* Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie, dengan cara mengamati secara langsung seluruh aktivitas pemuda *Gampong Balee Busu* yang berkaitan dengan usaha desain grafis tipografi. Pengamatan dilakukan pada ruangan terbuka seperti pada saat pelatihan desain grafis sedang berjalan dan mengunjungi langsung tempat pemuda *Gampong Balee Busu* mengerjakan karya desain grafis tipografi. Tempat dimana pemuda mengerjakan karya desain grafis tipografi dan pelatihan di adakan adalah di warung-warung kopi terdekat.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang memberikan jawaban atas seseorang atau sesuatu yang mengenai informasi yang ingin diperoleh.<sup>84</sup> Wawancara adalah suatu bagian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan mengungkapkan pertanyaan pada informan baik secara langsung maupun tidak langsung.<sup>85</sup>

Wawancara secara mendalam dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang sesuai indikator permasalahan dalam penelitian kepada subjek penelitian. Hal ini agar dapat memperoleh data semaksimal mungkin yang pada nantinya dapat digunakan sebagai acuan dalam memecahkan masalah pada

---

<sup>84</sup> Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif)*, (Yogyakarta : Erlangga, 2009), hal. 91.

<sup>85</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kumulatif*, (Jakarta : Kencana, 2006), hal. 134.

penelitian. Wawancara dilakukan kepada pihak-pihak yang mengetahui keadaan yang terjadi berkaitan dengan masalah penelitian dan juga yang terlibat di dalam masalah penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai pemuda *Gampong Balee Busu* yang berkiprah pada usaha desain grafis tipografi dari Komunitas Village Creative, jajaran pengurus Komunitas Village Creative, dan aparatur *Gampong Balee Busu*.

Bentuk wawancara dengan pemuda *Gampong Balee Busu* yang berkiprah pada usaha desain grafis tipografi dari Komunitas Village Creative, pengurus Komunitas Village Creative adalah dengan melakukan wawancara terstruktur. Sedangkan dengan aparatur *Gampong Balee Busu* yaitu peneliti meminta data atau informasi terkait profil *Gampong Balee Busu*. Peneliti melakukan wawancara dengan pemuda yang menjalankan usaha desain grafis tipografi sebanyak 15 orang, dengan pengurus komunitas sebanyak 3 orang, dan aparatur *Gampong Balee Busu* 1 orang.

### 3. Dokumentasi

Dokumen sebagai metode pengumpulan data adalah setiap pertanyaan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian atau peristiwa atau menyajikan akunting.<sup>86</sup> Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang merupakan catatan, transkrip, notulen, agenda dan sebagainya.<sup>87</sup>

---

<sup>86</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Teras, 2009), hal. 63.

<sup>87</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Prakti Edisi Revisi 2010*, (Jakarta : Rineke Cipta, 2011), hal. 236.

Dokumentasi yang dilaksanakan peneliti disini yaitu dengan memotret kegiatan atau proses mengerjakan karya desain grafis tipografi yang dilakukan pemuda *Gampong Balee Busu*, memotret beberapa contoh hasil karya desain yang telah diciptakan, dan memotret situasi saat pelatihan desain grafis tipografi berjalan.

## F. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Teknik pengolahan data dari semua data yang sudah terkumpul di lapangan yang di peroleh dari hasil wawancara, pengamatan yang di tuliskan dalam catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola dan membuat kesimpulan sehingga mudah untuk di pahami.<sup>88</sup>

Analisis data disebut juga pengolahan data dan penafsiran data. Data dalam penelitian kualitatif terdiri dari deskripsi tentang fenomena terkait situasi, kegiatan, dan peristiwa baik berupa kata-kata, angka, maupun yang bisa dirasakan.<sup>89</sup>

Pengolahan data kualitatif dalam penelitian ini melalui tiga kegiatan, yaitu sebagai berikut :<sup>90</sup>

### 1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data

<sup>88</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cetakan ke-22*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 244.

<sup>89</sup> Imam Suprayoga, dan Tabroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2003), hal. 137.

<sup>90</sup> Sandu Siyoto, dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Kediri : Literasi Media Publishing, 2015), hal. 122-124.

bisa dilakukan dengan jalan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada dalam data penelitian secara terus menerus saat melakukan penelitian guna untuk menghasilkan catatan-catatan inti dari data yang diperoleh. Tujuan melakukan reduksi data adalah menyederhanakan data yang diperoleh selama penggalian data di lapangan.

## 2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan karena data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya. Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan.

## 3. Menarik Kesimpulan / Verifikasi

Verifikasi atau penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam proses analisis data. Pada tahap ini penulis mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Profil *Gampong Balee Busu*

##### 1. Demografi

*Gampong Balee Busu* merupakan salah satu dari 29 *Gampong* yang berada di wilayah Kecamatan Mutiara, Kabupaten Pidie. Luas area *Gampong Balee Busu* adalah 135 Ha, yang terdiri dari permukiman penduduk dan area persawahan, dan lainnya. Penggunaan lahan dengan luas area 135 ha tersebut meliputi area permukiman, persawahan, perdagangan, olahraga, saluran irigasi, lorong-lorong. Area permukiman seluas 43 Ha, persawahan seluas 80 Ha, perdagangan seluas 2 Ha, olahraga 250 m<sup>2</sup>, saluran irigasi 1800 m<sup>2</sup>, dan lorong-lorong 3000 m<sup>2</sup>.

Jumlah penduduk *Gampong Balee Busu* berdasarkan sensus tahun 2020 adalah 1012 jiwa yang terdiri dari 493 jiwa penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 519 jiwa penduduk berjenis kelamin perempuan. Jumlah kartu keluarga (KK) di *Gampong Balee Busu* sebanyak 296 KK. *Gampong Balee Busu* terbagi menjadi empat dusun. Dusun Lilleu terdapat penduduk sejumlah 195 jiwa, Dusun Balee terdapat penduduk sejumlah 298 jiwa, Dusun Dayah sebanyak 243 jiwa, dan Dusun Eumpeuk sebanyak 276 jiwa.

Pendidikan masyarakat *Gampong Balee Busu* terdiri dari Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), Sarjana dan tidak/belum sekolah. Pada Sekolah Dasar terdapat 243 jiwa, Sekolah Menengah Pertama terdapat 245 jiwa, Sekolah Menengah Atas terdapat 285 jiwa,

Sarjana terdapat 155 jiwa, dan tidak/belum sekolah terdapat 84 jiwa dengan total keseluruhan 1012 jiwa.

Terdapat beberapa mata pencaharian masyarakat *Gampong Balee Busu* yang terdiri dari Ibu Rumah Tangga (IRT), petani, Pegawai Negeri Sipil (PNS), wiraswasta, buruh tani, dan pekerjaan lainnya. IRT sebanyak 235 jiwa, petani sebanyak 203 jiwa, PNS sebanyak 105 jiwa, wiraswasta 120 jiwa, buruh tani 168 jiwa, dan pekerjaan lainnya 50 jiwa.

Masyarakat *Gampong Balee Busu* mempunyai profesi yang beragam, seperti yang disebut diatas. Sebagian masyarakat yang berprofesi sebagai PNS (Pegawai Negeri Sipil) menjalani profesi ganda, yaitu sebagai petani atau pedagang. Masyarakat *Gampong Balee Busu* yang berprofesi sebagai PNS beberapa bekerja di kantor camat, guru, bidan, perawat, dan sebagainya. Sedangkan buruh tani disini adalah orang-orang yang bekerja pada lahan persawahan yang dimana lahan tersebut bukan miliknya dan akan menerima upah dari hasil kerjanya mengelola lahan persawahan tersebut. Untuk pekerjaan lainnya adalah beberapa masyarakat yang berprofesi sebagai karyawan swasta yang bekerja pada lembaga atau organisasi dan terikat dengan kontrak kerja.

Adapun perbatasan *Gampong Balee Busu* adalah sebagai berikut :

- 1) Sebelah utara berbatasan dengan *Gampong Rambayan*
- 2) Sebelah selatan berbatasan dengan *Gampong Lingkok Busu*
- 3) Sebelah timur berbatasan dengan *Gampong Mee Teungoh*
- 4) Sebelah barat berbatasan dengan *Gampong Kumbang Busu*

## 2. Kepemimpinan

Pemerintah desa adalah kepala desa di bantu perangkat desa sebagai unsur penyelenggara pemerintahan desa. Struktur pemerintahan *Gampong Balee Busu* terdiri dari *keuchik*, sekretaris, bendahara, kaur, *tuha peut*, *teungku imum meunasah*, dan kepala dusun. Adapun *keuchik Gampong Balee Busu* adalah Sayed Ahmad, SH, di bantu oleh sekretaris Heri Afrizal, dan bendahara Lisa Andriani. Kaur dibagi tiga terdiri dari kaur pemerintahan, kaur pembangunan dan kaur umum. Kaur pemerintahan di pimpin oleh Eli Safriana, kaur pembangunan di pimpin oleh Rahmad Auridha, dan kaum umum di pimpin oleh Karimuddin. *Tuha peut* terdapat di setiap dusun, *tuha peut* pada Dusun Lileu adalah M. Jamil, *tuha peut* pada Dusun Balee adalah Ridwan, *tuha peut* pada Dusun Dayah adalah Sayed Muhammad, dan *tuha peut* pada Dusun Eumpeuk adalah Musri. Kepala dusun terdapat di setiap dusun, kepala Dusun Lileu di jabat oleh Ikhsan, kepala Dusun Balee di jabat oleh Arizal Antoni, kepala Dusun Dayah di jabat oleh T. Ridwan, dan kepala Dusun Eumpeuk di jabat oleh Safriadi. *Teungku imum meunasah* pada setiap dusun berbeda-beda, *teungku imum meunasah* pada Dusun Lileu yaitu Nabil, *teungku imum meunasah* pada Dusun Balee yaitu Muhammad, *teungku imum meunasah* pada Dusun Dayah yaitu Sayed Faisal, dan *teungku imum meunasah* pada Dusun Eumpeuk yaitu Alamsyah. Ketua pemuda *Gampong Balee Busu* di pimpin oleh Muhammad Zaki.

## 3. Kepemudaan

Pemuda adalah warga yang berusia 16 sampai 30 tahun. Adapun jumlah pemuda adalah sebanyak 502 jiwa. Pemuda *Gampong Balee Busu* memiliki

kegiatan mulai dari sekolah, bekerja, dan lainnya. Mereka bekerja sebagai petani, pedagang, dan *freelance*. Kegiatan sosialisasi pemuda dengan masyarakat berjalan baik, pemuda kerap membantu masyarakat bergotong royong, membantu masyarakat jika ada acara seperti pada acara pernikahan, sunatan, takziah, menyiapkan tempat untuk hari-hari besar seperti pada penyambutan hari raya Idul Fitri, Idul Adha, dan 17 Agustus.

#### 4. Potensi *Gampong*

##### a. Potensi Sumber Daya Alam

*Gampong* Balee Busu termasuk daerah yang agraris, banyak terdapat areal persawahan yang sangat luas dan memiliki potensi sumber daya alam yang luar biasa. Lahan persawahan yang di sudah dikelola dengan baik, juga digunakan untuk menanam beberapa jenis sayuran, penanaman bibit sayuran dilakukan di beberapa sawah jika sudah selesai panen padi. Dalam jangka waktu satu tahun musim padi berlangsung selama dua kali.

##### b. Potensi Sumber Daya Manusia

*Gampong* Balee Busu mempunyai sumber daya manusia yang cukup baik dan beragam. Tingkat pendidikan masyarakat *Gampong* Balee Busu umumnya adalah Sekolah Menengah Atas. Kesadaran akan pentingnya pendidikan ditanamkan sejak dini oleh setiap orang tua. Letak *Gampong* Balee Busu tidak jauh dengan pusat pendidikan seperti halnya Taman Kanak-Kanak, Sekolah Dasar, Madrasah Ibtidaiyah, Sekolah Menengah Pertama, Madrasah Tsanawiyah, Sekolah Menengah Atas, dan Madrasah Aliyah.

## B. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

### 1. Ketertarikan Pemuda *Gampong Balee Busu* Terhadap Usaha Desain Grafis Tipografi

Tingkat pendidikan pemuda *Gampong Balee Busu* pada umumnya lulusan Sekolah Menengah Atas. Dalam dunia kerja untuk mereka yang lulusan Sekolah Menengah Atas harus sanggup bersaing dengan mereka yang bergelar sarjana untuk mendapatkan peluang kerja dengan penghasilan yang bagus. Setiap orang harus memiliki keterampilan pada dirinya untuk dapat bersaing dan bertahan dalam dunia kerja terlebih melihat pada lapangan kerja yang terbatas. Setiap orang dituntut untuk mempunyai kreativitas yang dapat dimanfaatkan dengan baik pada dunia kerja. Melihat hal tersebut nyatanya tidak menjadi masalah bagi pemuda *Gampong Balee Busu*. Pemuda *Gampong Balee Busu* mampu melepas dirinya dari masalah keterbatasan lapangan kerja, dibuktikannya dengan mereka menjalankan usaha desain grafis tipografi. Memanfaatkan bakat yang diperoleh dari hasil mengikuti pelatihan, kreativitas dalam menghasilkan desain grafis tipografi.<sup>91</sup>

*Gampong Balee Busu* memiliki pemuda-pemuda kreatif yang mampu menghasilkan desain grafis yang dapat bernilai jual, yaitu tipografi. Saat menempuh pendidikan sekolah mereka tidak mempelajari secara khusus ilmu tentang desain grafis terlebih lagi dalam menghasilkan suatu karya desain grafis tipografi. Pemuda *Gampong Balee Busu* mempelajari desain grafis dari pelatihan yang diadakan oleh beberapa pemuda dari *Gampong Lingkok Busu*. Lingkok

---

<sup>91</sup> Hasil observasi pada kalangan pemuda di *Gampong Balee Busu*. Pada tanggal 09 April 2022.

Busu merupakan *gampong* yang berbatasan dengan *Gampong* Balee Busu. Yusrizal merupakan salah satu warga dari *Gampong* Lingkok Busu yang merupakan orang pertama dari Kemukiman Busu yang memulai karir usahanya pada bidang desain grafis tipografi.<sup>92</sup>

Hal demikian di perkuat oleh hasil wawancara dengan Yusrizal yang menyatakan bahwa pemuda dari *Gampong* Balee Busu memiliki keinginan yang besar untuk dapat mempelajari desain grafis tipografi lebih dalam sehingga membangun kerja sama dimana pemuda dari *Gampong* Lingkok Busu mengadakan pelatihan desain grafis. Pelatihan tersebut berjalan selama dua bulan, peserta pelatihan saat itu adalah pemuda-pemuda dari *Gampong* Balee Busu dan Lingkok Busu. Pelatihan diadakan dengan tujuan agar pemuda dapat memperoleh ilmu desain grafis tipografi, dan dapat menghasilkan suatu karya desain grafis tipografi yang layak dipasarkan. Selain diajarkan cara membuat karya desain grafis tipografi, dalam pelatihan juga diajarkan cara memasarkannya ke beberapa creative market. Creative market adalah perusahaan yang menyediakan platform berupa pasar online untuk setiap desainer grafis. Ini adalah platform atau situs yang sangat baik untuk menawarkan hasil karya desainnya. Beberapa platform yang dikenal bagus untuk memasarkan hasil karya desain grafis tipografi antara lain yaitu [creativemarket.com](http://creativemarket.com), [elements.envato.com](http://elements.envato.com), [myfonts.com](http://myfonts.com), [fontspring.com](http://fontspring.com), [creativefabrica.com](http://creativefabrica.com), [fontbundles.net](http://fontbundles.net), [thehungryjpeg.com](http://thehungryjpeg.com), [behance.net](http://behance.net), dan lain sebagainya.<sup>93</sup>

---

<sup>92</sup> Hasil observasi pada kalangan pemuda di *Gampong* Balee Busu. Pada tanggal 09 April 2022.

<sup>93</sup> Wawancara dengan Yusrizal, anggota dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 10 April 2022.

Memasarkan karya desain grafis tipografi pada beberapa platform creative market tersebut terlebih dahulu harus mendaftarkan sebuah akun. Untuk mendaftarkan akun pada creative market tidak dapat dilakukan sembarangan, harus setuju untuk terikat dengan setiap ketentuan-ketentuan yang ada pada situs creative market, seperti ketentuan lisensi. Bagi pengguna creative market layanan yang disediakan antara lain yaitu dapat menjual dan membeli item desain grafis seperti font/huruf, pola, kuas, aset digital, dan dapat bersosialisasi seputar konten seperti membuat komentar dan berpartisipasi dalam diskusi.<sup>94</sup>

Ketentuan lisensi yaitu produk atau karya desain yang di daftarkan sebagai aset berlisensi akan dinyatakan sebagai produk yang memiliki ketentuan hak cipta, dimana produk tersebut bersifat non-eksklusif atau terbatas. Hak cipta yaitu dimana penerima lisensi atau pembeli tidak boleh mengklaim aset berlisensi tersebut sebagai karya yang hak cipta miliknya. Bagi penerima lisensi atau pembeli dilarang keras menjual kembali atau mensublisensikan aset berlisensi tersebut atau memodifikasi apapun dalam bentuk file sumber. Penjualan kembali atau sublisensi atau memodifikasi apapun dengan cara secara langsung bersaing dengan aset berlisensi asli sangat dilarang.<sup>95</sup>

Pemateri selama pelatihan berjalan adalah Yusrizal, Ambia, Maulizari, dan T. Fakhruddin. Empat pengisi materi tersebut adalah warga dari *Gampong Lingkok Busu*, mereka adalah beberapa orang yang sudah cukup lama menjalankan usaha desain grafis tipografi. Selama pelatihan berlangsung penyelenggara pelatihan hanya memfasilitasi tempat dan media infokus, untuk

---

<sup>94</sup> <https://www.creativemarket.com/>, di akses pada tanggal 6 Juni 2022.

<sup>95</sup> *Ibid*

setiap peserta diwajibkan membawa peralatan yang dibutuhkan masing-masing. Adapun beberapa peralatan yang dibutuhkan yaitu yang paling utama adalah laptop, lalu kertas plano, pensil, penghapus, penggaris, dan pulpen kuas. Saat ini yang sudah menjalankan usaha desain grafis tipografi di Kemukiman Busu sudah sebanyak 65 orang, dengan 30 pemuda dari *Gampong Balee Busu*.<sup>96</sup>

Berikut adalah daftar pemuda *Gampong Balee Busu* yang menjalankan usaha desain grafis tipografi :

**Tabel 4.1 jumlah pemuda *Gampong Balee Busu* yang bergabung pada usaha desain grafis tipografi**

No.	Nama	Tahun Bergabung
1.	Riski Andika	2018
2.	Romi Rahmadi	2018
3.	Arif Gunawan	2018
4.	Andri Kurniawan	2018
5.	Sidiq Fahmi	2018
6.	Mufazzal	2018
7.	Muhammad Nasir	2018
8.	Mujibullah	2019
9.	Muhajir	2018
10.	Reza Khatami	2018
11.	Zikrillah	2019

<sup>96</sup> Wawancara dengan Riski Andika, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 10 April 2022.

12.	Muhammad Zaki	2018
13.	Muhammad Nazar	2018
14.	Rahmad Rizki	2018
15.	Muammar Khadafi	2018
16.	Ikram	2020
17.	Ikhsan	2020
18.	Muhammad Fauzan	2019
19.	Mustakim	2021
20.	Muhammad Wais	2020
21.	Muhammad Nabil	2020
22.	Sulaiman	2020
23.	Muhajir A.K	2020
24.	Fauzan	2019
25.	Muntahar	2021
26.	Nurul Kamal	2019
27.	Fakhrurrazi	2021
28.	Khaidir	2019
29.	Heriyadi	2019
30.	Haikal	2019

Dari 30 pemuda tersebut terdapat 17 pemuda yang sebelumnya penangguran, dimana mereka kesulitan mencari pekerjaan sehingga mereka memilih untuk mengikuti pelatihan desain grafis tipografi. Dan 13 pemuda

lainnya mempunyai pekerjaan, yaitu sebagai karyawan toko. Setelah mengikuti pelatihan, ke 13 pemuda tersebut memilih bertahan dan fokus menjalankan usaha desain grafis tipografi karena melihat adanya peluang yang menjanjikan. Pemuda *Gampong Balee Busu* sudah menjalankan usaha desain grafis tipografi sejak tahun 2018. Setelah pelatihan tersebut sukses dijalankan akhirnya pemuda-pemuda memutuskan untuk membuat suatu komunitas.<sup>97</sup> Atas kesepakatan bersama komunitas dibentuk dan diberi nama *Village Creative*, dengan kepengurusan sebagai berikut :

- Ketua : T. Fakhruddin
- Sekretaris : Akmal Yusar
- Bendahara : Muhammad Nasir

Komunitas dibentuk dengan tujuan untuk dapat mempermudah antara satu sama lain melakukan komunikasi dan berbagi informasi terkait desain grafis tipografi dan dapat mempermudah mereka jika kedepannya akan mengadakan pelatihan kembali.<sup>98</sup>

Usaha desain grafis tipografi tidak dapat dilakukan bersama tim menurut para pemuda, karena proses pengerjaan dari awal hingga penyelesaian semua membutuhkan keterampilan tangan. Jika dikerjakan bersama tim, kemungkinan besar hasilnya akan berubah. Karena sudah berpindah-pindah tangan. Usaha

---

<sup>97</sup> Hasil observasi pada kalangan pemuda yang menjalankan usaha desain grafis tipografi di *Gampong Balee Busu*. Pada tanggal 10 April 2022.

<sup>98</sup> Wawancara dengan Ambiya, pengurus Komunitas *Village Creative*. Pada tanggal 10 April 2022.

desain grafis tipografi dijalankan secara mandiri oleh setiap pemuda dari Komunitas Village Creative.<sup>99</sup>

Hasil wawancara dengan Riski Andika, mengatakan bahwa usaha desain grafis tipografi ini merupakan suatu usaha yang menjanjikan dan mempunyai peluang yang sangat bagus. Ia melihat peluang tersebut dari minat pasar pada penjualan desain grafis tipografi. Pasarnya yang sudah sampai ke tingkat global hingga membuat harga untuk setiap produk hasil karya dinilai dalam nominal mata uang Dollar Amerika Serikat. Hal demikian di karenakan setiap creative market adalah platform dari luar negeri.. Riski Andika sendiri telah menjalankan usaha desain grafis tipografi sejak tahun 2018, ia menjadi salah satu peserta pelatihan desain grafis tipografi pada kali pertama diadakan. Saat ini Riski Andika sudah menghasilkan 70 hasil karya desain grafis tipografi. Sudah menghasilkan beberapa karya desain grafis tipografi dalam beberapa jenis, yaitu *script*, *serif*, *san serif*, *display*, dan *retro*. Setiap jenis tipografi tersebut memiliki keunikan tersendiri, seperti halnya tipografi jenis *display*. Karena bentuk hurufnya yang tinggi dan tebal tipografi jenis *display* penggunaannya cocok pada pembuatan nama merk, poster, iklan, dan logo.<sup>100</sup>

Riski Andika memasarkan hasil karya desain grafis tipografinya ke beberapa platform creative market, beberapa diantaranya adalah fontbundles.net, creativemarket.com, creativefabrica.com, dan myfonts.com. Setiap platform creative market tersebut memiliki keunggulan masing-masing, seperti

---

<sup>99</sup> Wawancara dengan Sidiq Fahmi, pemuda *Gampong* Balee Busu dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 13 April 2022.

<sup>100</sup> Wawancara dengan Riski Andika, pemuda *Gampong* Balee Busu dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 10 April 2022.

creativemarket.com pada platform ini jenis tipografi unggulan adalah *serif* dan *san serif*. Untuk hasil karya tipografi jenis *serif* dan *san serif* lebih baik dipasarkan pada creativemarket.com, karena lebih banyak yang mencari tipografi jenis *serif* dan *san serif* pada platform tersebut. Penghasilan bulanan Riski Andika dari menjalankan usaha desain grafis tipografi berkisar antara 5 juta bahkan bisa lebih, dan tidak menentu.

Berikutnya wawancara dengan Romi Rahmadi, mengatakan tertarik dengan usaha desain grafis tipografi karena merupakan pekerjaan yang dapat dilakukan secara mandiri dan menjadi pekerja lepas. Dimana ia tidak terikat dalam perjanjian jangka panjang dengan satu perusahaan atau pemberi pekerjaan. Merupakan salah satu hal yang membuatnya tertarik untuk terjun ke dalam usaha desain grafis tipografi ini. Romi Rahmadi telah menjalankan usaha desain grafis tipografi sejak tahun 2019. Dari tahun 2019 hingga saat ini Romi Rahmadi telah menghasilkan sebanyak 50 karya desain grafis tipografi, dengan penghasilan yang di dapat kisaran 5 juta perbulan. Untuk pendapatan perbulan mungkin bisa bertambah dan berkurang tergantung pada peminat pasarnya. Romi Rahmadi memasarkan hasil karya desain grafis tipografinya ke beberapa platform creative market yaitu creativemarket.com, creativefabrica.com, myfonts.com, dan fontbundles.net.<sup>101</sup>

Romi Rahmadi telah menghasilkan karya desain grafis tipografinya dalam beberapa jenis yaitu *serif*, *san serif*, *display*, *handwritten*, *brush*, dan *retro*. Setiap jenis di pasarkan dengan harga yang berbeda, melihat seberapa tingkat kesulitan

---

<sup>101</sup> Wawancara dengan Romi Rahmadi, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 10 April 2022.

dan kerumitan selama proses pengerjaan. Untuk desain grafis tipografi jenis *serif* dan *san serif* merupakan jenis tipografi yang masa pengerjaan memakan waktu lama, dikarenakan tipografi jenis ini merupakan suatu huruf yang digunakan pada tempat-tempat formal seperti pada penulisan artikel, berita, buku, dan surat. Oleh sebab demikian masa pengerjaannya harus dilakukan dengan teliti dan sedetail mungkin, karena menurutnya tipografi jenis *serif* dan *san serif* merupakan huruf yang sulit dikerjakan. Tipografi jenis *serif* atau *san serif* umumnya dipasarkan dengan kisaran harga 15 - 28 \$ AS pada [creativemarket.com](https://creativemarket.com), dan [fontspring.com](https://fontspring.com).

Berikutnya wawancara dengan Reza Khatami, mengatakan tertarik karena usaha desain grafis tipografi merupakan suatu usaha yang menjanjikan. Karena pemasaran hasil karya desain grafis tipografi dapat memasuki pasar global. Untuk dapat memasarkan atau menawarkan hasil karya desain grafis tipografi yang telah dibuat adalah melalui platform creative market. Creative market merupakan perusahaan yang menyediakan pasar online untuk setiap desainer grafis atau pelaku usaha seni agar dapat memasarkan karya-karya mereka. Untuk dapat memasuki pasar creative market terlebih dahulu harus mendaftarkan sebuah akun pada website resmi creative market yang akan digunakan.<sup>102</sup>

Setiap hasil karya desain grafis tipografi yang dikerjakan tidak boleh memiliki kesamaan dengan hasil-hasil yang sudah ada, baik itu hasil karyanya ataupun rekannya terlebih lagi tidak boleh melakukan plagiasi karya desain. Karena hal demikian akan melanggar ketentuan dari creative market dan apabila hal demikian terjadi maka akan dikenakan sanksi dan akun mereka bahkan bisa di

---

<sup>102</sup> Wawancara dengan Reza Khatami, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas *Village Creative*. Pada tanggal 10 April 2022.

non-aktifkan oleh pihak creative market tersebut. Untuk memasarkan hasil karya desain grafis tipografi dapat dilakukan pada beberapa platform creative market. Setiap platform harus di daftarkan lebih dulu, semakin banyak akun yang di daftarkan juga bisa mempengaruhi peningkatan penghasilan. Karena pada akun tersebut nantinya mereka akan memposting setiap hasil karya desain grafis tipografi yang telah dikerjakan untuk kemudian di pasarkan. Untuk setiap jenis tipografi platform creative market berbeda-beda, disinilah pemuda harus dapat melihat pasar dengan baik.

Reza Khatami sudah menjalankan usaha desain grafis tipografi sejak tahun 2019, hingga sekarang ia sudah menghasilkan sebanyak 26 karya desain grafis tipografi. Adapun beberapa jenis hasil karya desain grafis tipografinya adalah jenis *script*, *hand written*, *calligraphy*, *brush*, dan *display*. Reza Khatami memasarkan hasil karya desainnya ke beberapa platform creative market antara lain [creativemarket.com](http://creativemarket.com), [fontbundle.com](http://fontbundle.com), [myfont.com](http://myfont.com), dan [creativefabrica.com](http://creativefabrica.com). Untuk tipografi jenis *script* lebih unggul pada [fontbundles.net](http://fontbundles.net), dan dipasarkan dengan harga umumnya kisaran 12 -16 \$ AS. Penghasilan yang diperoleh perbulan oleh Reza Khatami berkisar antara 3 juta.

Berikutnya wawancara dengan Haikal, mengatakan tertarik dengan usaha desain grafis tipografi karena pada awalnya mempunyai hobi melukis. Ia mengikuti pelatihan desain grafis tipografi dan menyadari bahwa bakat melukisnya dapat disalurkan disini dan ia dapat memanfaatkannya untuk memperoleh pendapatan. Namun disini Haikal menyalurkan bakatnya dalam bentuk menghasilkan karya desain grafis tipografi. Haikal mulai menjalankan

usaha desain grafis tipografi sejak tahun 2019 ketika ia baru menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas. Ia menjadi salah satu peserta pada pelatihan desain grafis tipografi yang kedua kali diadakan oleh Komunitas Village Creative.<sup>103</sup>

Haikal sudah menghasilkan desain grafis tipografi sebanyak 20 karya dengan beberapa jenis tipografi diantaranya yaitu jenis *script*, *caligraphy*, *san serif*, *retro*, dan *display*. Ia memasarkan hasil karya desain grafis tipografinya ke beberapa platform creative market seperti [creativemarket.com](https://creativemarket.com), [creativefabrica.com](https://creativefabrica.com), [fontbundles.net](https://fontbundles.net), dan [myfont.com](https://myfont.com). Tipografi jenis display dipasarkan dengan harga umumnya pada 14-22 \$ AS, pada [fontspring.com](https://fontspring.com). Penghasilan bulanan Haikal yang didapat dari menjalankan usaha desain grafis tipografi berkisar antara 3 juta.

Berikutnya wawancara dengan Zikrillah, mengatakan tertarik dengan desain grafis tipografi karena melihat peluang yang sukses dan menjanjikan. Target pasar dari hasil pemasaran produk desain grafis tipografi adalah pasar global, dimana hasil karya desain dipasarkan pada creative market yang menguntungkan setiap desainer grafis. Dapat memasarkan karya desainnya pada pasar online adalah suatu hal yang menguntungkan, menjadi seniman yang tidak perlu berada dibawah perusahaan. Dengan memasarkan sendiri setiap hasil karya desain membuat setiap pelaku usaha memperoleh keuntungan yang besar. Menurut Zikrillah usaha desain grafis tipografi tidak dapat dikerjakan dengan tim karena pengerjaannya membutuhkan keterampilan tangan. Setiap sketsa huruf yang

---

<sup>103</sup> Wawancara dengan Haikal, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 13 April 2022.

dibuat akan berbeda-beda jika berpindah tangan dalam masa pengerjaannya, oleh sebab itu usaha desain grafis tipografi dikerjakan secara mandiri.<sup>104</sup>

Zikrillah sudah memulai usaha desain grafis tipografi sejak tahun 2019 dan terus mengembangkan setiap karya desain tipografinya hingga saat ini. Zikrillah sudah menghasilkan 20 karya desain tipografi dengan jenis yang berbeda-beda, diantaranya yaitu tipografi jenis *script*, *caligraphy*, *brush*, dan *hand written*. Tipografi jenis *caligraphy* memiliki dua bentuk yaitu *modern caligraphy* dan *elegant caligraphy*. Dengan perbedaan tersebut penggunaannya juga berpengaruh, untuk jenis *modern caligraphy* penggunaannya cocok pada kartu undangan pernikahan, nama merk, dan juga pada penulisan judul novel karena hurufnya ramping dan minimalis. Sedangkan untuk jenis *elegant caligraphy* penggunaannya cocok pada pembuatan nama logo dan pada nama merk, karena jenis hurufnya yang tebal membuat jelas dibaca.

Zikrillah memasarkan hasil karya desain grafis tipografinya ke beberapa platform creative market antara lain yaitu [creativefabrica.com](http://creativefabrica.com), [fontbundles.net](http://fontbundles.net), [myfonts.com](http://myfonts.com), dan [creativemarket.com](http://creativemarket.com). Untuk tipografi jenis *caligraphy* biasanya dipasarkan di [fontbundles.net](http://fontbundles.net) dengan harga 18-25 \$ AS. Penghasilan yang diperoleh perbulan berkisar antara 3 juta.

Selanjutnya wawancara dengan Mustakim, memulai usaha desain grafis tipografi pada tahun 2021. Tertarik dengan usaha desain grafis tipografi karena melihat banyak rekan-rekan pemuda *Gampong Balee Busu* sukses menjalani usaha ini. Melihat perekonomian yang meningkat setelah menjalani usaha desain

---

<sup>104</sup> Wawancara dengan Zikrillah, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 15 April 2022.

grafis tipografi membuat ini menjadi salah satu ketertarikannya pada usaha desain grafis tipografi. Mustakim terlebih dahulu harus mengikuti pelatihan desain grafis tipografi yang diadakan oleh Komunitas Village Creative agar dapat menghasilkan sebuah desain grafis tipografi, karena pada dasarnya ia tidak mempunyai pengalaman maupun pengetahuan sama sekali terkait desain grafis.<sup>105</sup>

Mustakim saat ini sudah menghasilkan 3 karya desain grafis tipografi yang di pasarkan melalui [fontbundles.net](https://fontbundles.net), dan [creativemarket.com](https://creativemarket.com). Adapun jenis tipografi yang sudah dihasilkan adalah jenis *script* dan *caligraphy*. Karena baru memulai usaha, desain grafis tipografinya belum begitu banyak dan juga Mustakim mempunyai pekerjaan lain selain menjalankan usaha desain grafis tipografi. Saat ini ia masih menjalani pekerjaan lamanya yaitu sebagai karyawan di salah satu tempat pangkas laki-laki. Mustakim mengerjakan desain grafis tipografinya saat ia senggang dan tentunya saat ide muncul di benaknya. Untuk mengerjakan sebuah desain grafis tipografi terlebih dahulu membuat sketsa pada kertas, baru kemudian di lanjutkan pengerjaannya melalui komputer atau laptop.

Latar belakang pertama kali pemuda *Gampong Balee Busu* memilih terjun dalam usaha desain grafis tipografi karena melihat usaha ini memiliki prospek yang menjanjikan dan juga faktor lingkungan. Banyak pemuda *Gampong Balee Busu* yang sudah menjalani usaha desain grafis tipografi dan mengalami peningkatan pada perekonomiannya, sehingga membuat usaha desain grafis tipografi terus dimininati. Untuk memulai usaha desain grafis tipografi ide, kreativitas, dan kemampuan menjadi pertimbangan ketika ingin memulai usaha

---

<sup>105</sup> Wawancara dengan Mustakim, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 17 April 2022.

pada bidang desain grafis lebih tepatnya tipografi. Namun demikian untuk modal juga tidak dapat dikatakan kecil, karena setiap pemuda yang tertarik untuk memulai usaha desain grafis tipografi diwajibkan memiliki komputer atau laptop pribadi dengan spesifikasi tinggi.<sup>106</sup>

Laptop dengan spesifikasi tinggi dibutuhkan karena untuk pengerjaan desain grafis tipografi yang maksimal membutuhkan banyak aplikasi pendukung. Karena pada dasarnya pertama kali proses pembuatan desain grafis tipografi yaitu secara manual, membuat sketsa pada kertas plano. Kemudian pengerjaannya dilanjutkan menggunakan laptop atau komputer untuk penyempurnaan agar dapat dipasarkan pada pasar online.<sup>107</sup>

Pemuda *Gampong Balee Busu* pada awalnya tidak memiliki kemampuan maupun pengetahuan khusus terkait desain grafis tipografi. Namun dengan mengikuti pelatihan, kemampuan dan bakat untuk menghasilkan karya desain grafis tipografi di peroleh. Untuk dapat terus berkembang dan mengasah kemampuannya pemuda *Gampong Balee Busu* memperbanyak referensi terkait pengetahuan desain grafis tipografi melalui internet. Melihat peluang pasar yang bagus membuat pemuda *Gampong Balee Busu* terus mengembangkan usahanya dan memilih bertahan pada usaha desain grafis tipografi.<sup>108</sup>

Pada dasarnya pemuda *Gampong Balee Busu* memilih desain grafis tipografi karena pada saat mengikuti pelatihan, dalam forum pelatihan hanya

---

<sup>106</sup> Wawancara dengan Arif Gunawan, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 19 April 2022.

<sup>107</sup> *Ibid.*

<sup>108</sup> Wawancara dengan Zikrillah, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 15 April 2022.

diajarkan segala hal terkait desain grafis tipografi.<sup>109</sup> Banyak macam jenis desain grafis seperti :<sup>110</sup>

- 1) *Branding design* yaitu seperti pembuatan logo, maskot, dan elemen-elemen lain yang mewakili kepribadian merk.
- 2) Desain grafis periklanan yaitu seperti pembuatan baliho, iklan digital, dan *banner* digital.
- 3) Desain grafis UI (*User Interface*) yaitu mendesain tampilan sebuah produk yang dapat dilihat oleh pengguna pada layar desktop, aplikasi seluler, aplikasi web, dan game.
- 4) Desain grafis publikasi seperti pembuatan katalog, laporan, buletin atau *newsletter*, dan majalah baik cetak maupun digital.
- 5) Desain grafis kemasan (*packaging*)
- 6) Desain grafis lingkungan seperti desain mural dinding.
- 7) *Motion* grafis atau animasi gerak, untuk membuat suatu objek terlihat dinamis dan menarik. Seperti animasi, video game, dan situs website.

Sebagian pemuda mengatakan akan konsisten pada usaha desain grafis tipografinya, meski ada pelatihan desain grafis lainnya. Namun ada juga pemuda yang tertarik dengan desain grafis jenis lain. Dari 30 pemuda *Gampong Balee Busu* terdapat 8 orang pemuda yang memiliki minat terhadap desain grafis jenis lainnya.

---

<sup>109</sup> Wawancara dengan Muhajir, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 13 April 2022.

<sup>110</sup> <https://journal.uny.ac.id/>, di akses pada 08 Juni 2022.

Riski Andika salah satu pemuda yang memilih bertahan pada satu usaha ini karena menurutnya tipografi ini bukan jenis desain grafis yang mudah di kerjakan. Membutuhkan ide-ide yang kreatif dan menarik dalam pengerjaannya, jika menjalankan desain grafis lainnya kemungkinan yang akan terjadi pengerjaan desain grafis tipografinya akan tertunda. Akibatnya berdampak pada akun creative market yang dimiliki, dimana hasil-hasil karya desain grafis akan jarang di posting dan akan membuat akun miliknya jarang ditemui.<sup>111</sup> Beda halnya dengan Reza Khatami, ia tertarik dengan desain grafis jenis lainnya karena ia ingin mengembangkan bakatnya dalam bidang desain grafis. Jika ada pelatihan desain grafis diselenggarakan, ia akan mengikuti pelatihan tersebut.<sup>112</sup>

Pemuda yang konsisten menjalankan usaha desain grafis tipografi memiliki tingkat pengembangan dan kemajuan yang berbeda dari pemuda yang menjalankan usaha desain grafis tipografi sebagai kerjaan *part time* nya. Konsisten merupakan suatu tindakan atau sikap yang sangat diperlukan dalam menjalankan suatu usaha. Untuk dapat menciptakan suatu usaha yang bertahan dalam jangka waktu yang lama dan menjadi usaha yang besar dan kuat, sikap konsisten perlu ditanam dalam diri pelaku usaha. Dapat dilihat pemuda *Gampong Balee Busu* yang menjalankan usaha desain grafis tipografi yang mendapat penghasilan besar merupakan mereka pemuda-pemuda yang memiliki tekad tinggi

---

<sup>111</sup> Wawancara dengan Riski Andika, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 10 April 2022.

<sup>112</sup> Wawancara dengan Reza Khatami, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 10 April 2022.

dan konsisten pada usahanya diwujudkan dengan tindakan yaitu kreativitas dalam menghasilkan karya desain grafis tipografi.<sup>113</sup>

Seperti yang dijelaskan diatas bahwa hal ini sesuai dengan teori yang dicantumkan peneliti pada bahasan kajian teori. Dimana kreativitas dapat diwujudkan apabila adanya dorongan dari dalam diri maupun dari lingkungan atau pengalaman. Adanya dorongan dari diri sendiri dimana mereka mempunyai keingintahuan yang besar terhadap desain grafis tipografi, dimana pemuda *Gampong Balee Busu* bersama-sama mencari tahu dengan mengikuti pelatihan. Selain dorongan dari diri sendiri, lingkungan juga mempengaruhi pemuda *Gampong Balee Busu* mempelajari desain grafis tipografi. Melihat pemuda di lingkungannya yang sudah banyak menjalankan usaha desain grafis tipografi membuat pemuda-pemuda lainnya tertarik untuk mengetahui desain grafis tipografi.

Dalam kajian teori yang dicantumkan peneliti terdapat beberapa karakteristik kreativitas, ditandai dengan mereka yang memiliki keingintahuan yang besar, tekun, percaya diri dan mandiri, merasa tertantang, berani mengambil resiko, dan mempunyai pola pikir divergen. Demikian hal itu di buktikan oleh pemuda *Gampong Balee Busu*, dimana dari rasa ingin tahu tersebut akhirnya mereka memutuskan untuk mengikuti pelatihan desain grafis untuk mengetahui dan mempelajari lebih lanjut terkait desain grafis tipografi. Dari hasil pelatihan mereka memperoleh suatu kreativitas dan bakat baru yang terus mereka kembangkan hingga mereka memutuskan untuk mencoba menjalankan usaha

---

<sup>113</sup> Hasil observasi pada kalangan pemuda yang menjalankan usaha desain grafis tipografi di *Gampong Balee Busu*. Pada tanggal 15 April 2022.

desain grafis tipografi. Dimana usaha tersebut dijalankan secara mandiri oleh setiap pemuda, setiap usaha pasti memiliki tantangan-tantangan tersendiri.

Seperti menghadapi daya saing antar pemuda, dimana mereka sama-sama menjalankan usaha desain grafis tipografi. Mereka memiliki tantangan tersendiri agar usaha mereka dapat berkembang, untuk mengatasi hal tersebut mereka harus menciptakan karya desain grafis tipografi dengan jenis yang berbeda-beda. Memperkaya ide, memperbanyak referensi, dan membaca peluang pasar adalah kunci yang harus dipegang kuat oleh setiap pemuda agar dapat terus mengembangkan usahanya.

Cara yang dilakukan pemuda *Gampong Balee Busu* untuk memperkaya idenya adalah dengan mengetahui jenis-jenis tipografi, dalam memperoleh referensi mereka dapat melihat dari berbagai creative market ataupun media sosial jenis tipografi bagaimana yang peminat pasarnya banyak, dan cara membaca peluang yang harus dilakukan adalah dengan memenuhi keinginan konsumen.

## 2. Strategi Pemuda *Gampong Balee Busu* Dalam Mengembangkan Kreativitas Usaha Desain Grafis Tipografi

Desain grafis mempunyai peranan yang cukup besar dalam kehidupan sehingga mendatangkan peluang yang tidak sedikit. Keahlian seseorang dalam desain grafis dapat dipelajari melalui pelatihan desain grafis, dan hobi. Bahkan tidak sedikit pula yang menjadikannya sebagai sebuah usaha, seperti usaha desain grafis tipografi yang digeluti oleh pemuda *Gampong Balee Busu*. Dalam menjalankan usaha desain grafis tipografi kreativitas sebagai kunci utama yang

sangat dipentingkan. Untuk mengembangkan kreativitas usaha desain grafis tipografi yang dilakukan pemuda *Gampong Balee Busu* tidak terlepas dari faktor internal dan eksternal setiap pemudanya. Ke dua faktor tersebut mempunyai peran penting dan sangat berpengaruh terhadap usaha yang dijalankannya. Faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, sedangkan eksternal yaitu peluang dan ancaman.

Adapun cara atau strategi yang dilakukan oleh pemuda *Gampong Balee Busu* dalam mengembangkan kreativitas ushanya dilihat dari empat faktor berikut :

#### 1. Kekuatan

Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi, dilihat dari pemuda *Gampong Balee Busu* yang memiliki kemampuan atau keterampilan menghasilkan karya desain grafis tipografi. Keterampilan tersebut diperoleh dari hasil mengikuti pelatihan desain grafis yang diadakan oleh Komunitas Village Creative. Saat ini sebanyak 30 pemuda dari *Gampong Balee Busu* sudah berkiprah pada usaha desain grafis tipografi. Dari 30 pemuda tersebut terdapat 7 pemuda yang menempuh pendidikan sampai sarjana, 4 pemuda yang menempuh pendidikan sampai Sekolah Menengah Pertama, dan 19 pemuda yang tamatan Sekolah Menengah Atas.<sup>114</sup>

Akmal Yusar mengatakan saat pelatihan diadakan, pemuda dengan tingkat pendidikan yang tinggi dan sudah terbiasa dengan teknologi yaitu laptop atau komputer mereka lebih cepat menerima apa yang diajarkan, meski dalam

---

<sup>114</sup> Hasil observasi pada kalangan pemuda yang menjalankan usaha desain grafis tipografi di *Gampong Balee Busu*. Pada tanggal 19 April 2022.

praktiknya tidak berjalan lancar. Setiap pemuda memiliki tingkat kreatif yang berbeda-beda dan nilai seni yang berbeda-beda.<sup>115</sup> Muhammad Nasir mengatakan untuk setiap pemuda yang menjalankan usaha tersebut dituntut untuk memperbanyak referensi terkait jenis-jenis tipografi, hal ini dapat menjadi salah satu sumber memperoleh ide-ide dalam menghasilkan karya desain grafis tipografi yang lebih beragam.<sup>116</sup>

Dalam hal kekuatan atau faktor internal ini dapat di katakan setiap pemuda *Gampong Balee Busu* memiliki keunggulan masing-masing dari setiap hasil karya desain grafis tipografinya. Setiap pelaku usaha desain grafis mereka di tuntut untuk dapat selalu menciptakan suatu karya yang baru tanpa adanya plagiasi karya desain. Karena hal tersebut adalah salah satu syarat yang wajib dipenuhi oleh setiap pelaku usaha desain grafis yang menggunakan platform creative market.<sup>117</sup>

Pemuda-pemuda yang sudah lama menjalankan usaha desain grafis tipografi terbilang memiliki produk atau hasil desain grafis tipografi yang lebih unggul daripada pemuda-pemuda yang baru bergabung. Dimana pemuda yang sudah lama berkiprah pada usaha desain grafis tipografi memiliki banyak jenis tipografi yang sudah di hasilkan dan sudah terjual banyak di berbagai platform creative market.<sup>118</sup>

---

<sup>115</sup> Wawancara dengan Akmal Yusar, pengurus Komunitas Village Creative. Pada tanggal 19 April 2022.

<sup>116</sup> Wawancara dengan Muhammad Nasir, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 19 April 2022.

<sup>117</sup> Hasil observasi pada kalangan pemuda yang menjalankan usaha desain grafis tipografi di *Gampong Balee Busu*. Pada tanggal 18 April 2022.

<sup>118</sup> Wawancara dengan Akmal Yusar, pengurus Komunitas Village Creative. Pada tanggal 19 April 2022.

Sidiq Fahmi mengatakan untuk setiap pemuda yang menjalankan usaha desain grafis tipografi agar selalu mengikuti pelatihan jika diadakan. Meskipun ia sudah menguasai tipografi, tetap hadir di setiap pelatihan guna untuk menambah wawasan tentang tipografi.<sup>119</sup>

Pada dasarnya setiap jenis tipografi memiliki masa pengerjaan yang berbeda-beda, tergantung pada kerumitan bentuk dan hasilnya. Dan ketekunan pemuda dalam masa pengerjaan juga mempengaruhi proses lama atau cepat hasil pengerjaan. Untuk penentuan harga setiap jenis desain grafis tipografi juga harus mengikuti sebagaimana umumnya, jangan terlalu tinggi dan terlalu rendah. Harga harus disesuaikan dengan kualitas desainnya.<sup>120</sup>

## 2. Kelemahan

Kelemahan merupakan faktor internal yang berasal dari diri sendiri. Dalam hal pengembangan kreativitas usaha desain grafis tipografi di lihat saat pelatihan di adakan terdapat beberapa pemuda yang memiliki keterhambatan. Pemuda yang menempuh pendidikan tinggi yaitu jenjang pendidikan sarjana dan Sekolah Menengah Atas mereka sudah paham dengan teknologi berupa komputer atau laptop. Mereka sudah terbiasa menggunakan teknologi tersebut, sedangkan mereka yang tamatan Sekolah Menengah Pertama sedikit telat menguasai

---

<sup>119</sup> Wawancara dengan Sidiq Fahmi, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 13 April 2022.

<sup>120</sup> Wawancara dengan Arif Gunawan, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 19 April 2022.

teknologi karena tidak terbiasa menggunakannya. Akibatnya selama masa pelatihan desain grafis mereka sedikit terlambat memperoleh hasil.<sup>121</sup>

Pemuda *Gampong Balee Busu* yang menjalankan usaha desain grafis tipografi biasanya berkumpul di warung-warung kopi terdekat saat mengerjakan desainnya. Meski usahanya di jalankan secara mandiri oleh setiap pemuda, namun mereka sering berkumpul saat mengerjakannya guna untuk dapat saling bertukar informasi.<sup>122</sup> Riski Andika mengatakan meski sudah lama berkiprah dalam usaha desain grafis tipografi, adakalanya merasa kesulitan mendapatkan ide. Karena saat ini banyak karya-karya desain tipografi yang hampir memiliki kemiripan satu sama lain.<sup>123</sup>

### 3. Peluang

Peluang merupakan situasi atau keadaan yang menguntungkan bagi suatu usaha. Disini pemuda *Gampong Balee Busu* melihat peluang dimana setiap ada peristiwa penting atau hari peringatan besar mereka memanfaatkannya untuk kemudian dapat menghasilkan sebuah karya desain grafis tipografi. Seperti pada bulan Februari, ada peringatan *valentine*. Peringatan *valentine* di rayakan oleh seluruh dunia, pada peristiwa tersebut pemuda dapat membuat tipografi jenis *calligraphy* atau *script* dimana ke dua jenis tipografi tersebut identik dengan huruf

---

<sup>121</sup> Hasil observasi pada kalangan pemuda yang menjalankan usaha desain grafis tipografi di *Gampong Balee Busu*. Pada tanggal 19 April 2022.

<sup>122</sup> Wawancara dengan Muhajir, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 13 April 2022.

<sup>123</sup> Wawancara dengan Riski Andika, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 10 April 2022.

yang feminim. Maksudnya disini adalah dengan memanfaatkan setiap momen atau tren yang sedang terjadi.<sup>124</sup>

Arif Gunawan mengatakan untuk memperluas atau mengembangkan usaha desain grafis tipografi, setiap orang yang menjalankan usaha desain grafis tipografi dapat memasarkan hasil karya desainnya ke berbagai situs atau platform creative market yang menyediakan ruang untuk penjualan hasil karya desain grafis tipografi. Maksudnya disini yaitu jangan hanya memasarkannya ke satu platform creative market, tetapi cobalah untuk memasuki setiap platform yang tersedia. Seperti pada usaha desain grafis tipografi, banyak platform creative market yang tersedia untuk penjualan hasil karya desain grafis tipografi, antara lain yaitu [creativemarket.com](https://creativemarket.com), [elements.envato.com](https://elements.envato.com), [myfonts.com](https://myfonts.com), [fontspring.com](https://fontspring.com), [creativefabrica.com](https://creativefabrica.com), [fontbundles.net](https://fontbundles.net), [thehungryjpeg.com](https://thehungryjpeg.com), dan [behance.net](https://behance.net).<sup>125</sup>

Platform creative market tersebut pada dasarnya memiliki keunggulan masing-masing dan berbeda antara satu sama lain. [Fontbundles.net](https://fontbundles.net) merupakan platform yang unggul dalam pemasaran tipografi jenis *calligraphy* dan *script*, [myfonts.com](https://myfonts.com) platform yang unggul untuk pemasaran tipografi jenis *brush* dan *retro*, [creativemarket.com](https://creativemarket.com) dan [creativefabrica.com](https://creativefabrica.com) platform yang unggul untuk tipografi jenis *serif*, *san serif*, dan *slab serif*.<sup>126</sup>

---

<sup>124</sup> Wawancara dengan Muhammad Nasir, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 19 April 2022.

<sup>125</sup> Wawancara dengan Arif Gunawan, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 19 April 2022.

<sup>126</sup> Wawancara dengan T. Fakhruddin, pengurus Komunitas Village Creative. Pada tanggal 19 April 2022.

Memfaatkan media sosial sebagai media promosi sangat penting dalam mengembangkan usaha. Salah satu cara yang dilakukan Andri Kurniawan adalah dengan membuat media sosial Instagram khusus untuk ia mempromosikan atau mengenalkan hasil karya desain grafis nya. Pada Instagram nya ia akan menautkan akun creative market yang digunakan untuk memudahkan jika ada yang berminat untuk membeli ataupun melihat-lihat.<sup>127</sup>

Facebook juga menjadi salah satu media promosi yang masih diminati pemuda *Gampong Balee Busu*. Mereka membuat akun khusus untuk memperlihatkan hasil-hasil karya desain grafisnya disana, dan tidak lupa mereka menautkan link akun creative market mereka agar dapat mempermudah peminat tipografi yang ingin membeli atau melihat-lihat hasil karya desain grafis tipografinya.<sup>128</sup>

#### 4. Ancaman

Ancaman adalah kondisi dimana dapat mengancam atau menghambat berjalannya suatu usaha. Plagiasi menjadi salah satu ancaman bagi setiap pelaku usaha desain grafis tipografi. Arif Gunawan mengatakan hal tersebut terkadang masih terjadi, jika mengetahui ada plagiasi produk di sarankan untuk segera melakukan *report* terhadap akun creative market tersebut untuk menghindari hal

---

<sup>127</sup> Wawancara dengan Andri Kurniawan pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 21 April 2022.

<sup>128</sup> Wawancara dengan Yusrizal, anggota dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 10 April 2022.

demikian terjadi lagi. Jika sudah melakukan *report* pihak creative market akan menindak lanjuti.<sup>129</sup>

Cara pintas seperti melakukan plagiasi terkadang dilakukan oleh pelaku usaha desain yang baru bergabung. Muhammad Nazar pernah mengalami dimana hasil karya desainnya di plagiasi oleh salah satu akun baru dari fontbundles.net. Ia menyadari akan hal tersebut yang kemudian langsung di *report*.<sup>130</sup> Reza Khatami juga mengatakan hal yang sama, dimana plagiasi karya desain grafis tipografi terkadang masih sering terjadi. Untuk mengatasi hal tersebut caranya hanya melakukan *report* terhadap akun tersebut atas pelanggaran hak cipta atau plagiasi karya.<sup>131</sup>

Keterbatasan sarana dan prasarana juga menjadi salah satu ancaman bagi pemuda dalam menjalankan usaha desain grafis tipografi. Seperti keterbatasan tempat dimana setiap pemuda *Gampong Balee Busu* ketika berkumpul mengerjakan desain grafis tipografi harus ke warung kopi. Tidak ada tempat yang tersedia di *gampong* seperti balai desa. Komputer atau laptop juga tidak disediakan dalam pelatihan desain grafis tipografi, setiap peserta pelatihan diwajibkan memiliki komputer atau laptop pribadi dengan spesifikasi yang lumayan tinggi. Di karenakan membutuhkan banyak aplikasi pendukung untuk proses *finishing* desain grafis tipografi.<sup>132</sup>

---

<sup>129</sup> Wawancara dengan Arif Gunawan, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 19 April 2022.

<sup>130</sup> Wawancara dengan Muhammad Nazar, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 15 April 2022.

<sup>131</sup> Wawancara dengan Reza Khatami, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 10 April 2022.

<sup>132</sup> Wawancara dengan Muhammad Zaki, pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative. Pada tanggal 13 April 2022.

Dari hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kreativitas pengembangan usaha desain grafis tipografi pemuda *Gampong Balee Busu* berdasarkan teknik analisis SWOT.

**Tabel 4.2 Analisis SWOT usaha desain grafis tipografi**

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan	Peluang
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterampilan</li> <li>• Ketekunan</li> <li>• Kualitas desain</li> <li>• Harga yang terjangkau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memanfaatkan setiap peristiwa penting</li> <li>• Memasarkan ke berbagai platform creative market</li> <li>• Peka memilih pasar</li> <li>• Promosi melalui media sosial</li> </ul>
Kelemahan	Ancaman
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesulitan menemukan ide</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plagiasi desain</li> <li>• Keterbatasan sarana dan prasarana</li> </ul>

Hasil analisis SWOT tersebut menunjukkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengembangan kreativitas usaha desain grafis tipografi. Hal ini seperti yang telah di sebutkan peneliti dalam kajian pustaka. Analisis SWOT di gunakan untuk dapat melihat permasalahan atau kendala dalam menjalankan usaha desain grafis tipografi.

Pada faktor internal yaitu kekuatan dilihat dari pemuda *Gampong Balee Busu* yang memiliki potensi, keterampilan, bakat atau kreativitas dalam menghasilkan karya desain grafis tipografi yang di perolehnya dari hasil mengikuti pelatihan desain grafis. Dimana pemuda-pemuda sebanyak 30 orang yang berusia dari 16 sampai 30 tahun yang memiliki keterampilan tersebut. Dari sekian banyak masyarakat *Gampong Balee Busu* mereka adalah 30 pemuda yang memiliki keunggulan di bandingkan pemuda lainnya, dimana mereka melek akan teknologi dan berani mencoba suatu usaha yang terbilang baru di kalangan masyarakat *gampong*. Dimana pemuda yang lainnya bekerja sebagai karyawan toko dan bertani, tetapi 30 pemuda ini mampu menghasilkan suatu karya desain tipografi dimana hasil karya tersebut di pasarkan sudah sampai ke tingkat global. Sehingga mereka memilih fokus dan mengembangkan usahanya.

Kelemahan dari pemuda yang menjalankan usaha desain grafis tipografi yaitu masih kesulitan menemukan ide-ide baru dalam menghasilkan suatu tipografi jenis baru. Meski sudah memperbanyak referensi terkait desain grafis tipografi mereka masih mengalami kesulitan, di karenakan saat ini banyak desain grafis tipografi yang hampir memiliki kemiripan antara satu sama lain. Cara mengatasi hal demikian adalah dengan melihat secara detail jenis tipografi yang dianggap mirip tersebut. Melihat dari segi apa letak kemiripannya dan berusaha sebisa mungkin di kemudian hari saat mengerjakan desain grafis tipografi agar tidak memiliki kemiripan dengan tipografi tersebut, dan dapat menghasilkan suatu desain grafis tipografi yang baru dan berbeda dari yang sudah-sudah ada.

Pemuda *Gampong Balee Busu* dan seluruh anggota Komunitas Village Creative lain juga berlaku bagi setiap pelaku usaha desain grafis memiliki peluang yang sangat besar di zaman ini. Sudah banyak perusahaan atau platform yang menyediakan ruang untuk mereka memasarkan hasil karya desain grafisnya. Setiap platform creative market memiliki keunggulan masing-masing, dan tingkat konsumen yang beragam. Semua pelaku usaha desain grafis tipografi memiliki kesempatan dan ruang yang disediakan untuk dapat mengembangkan kreativitas usahanya. Memanfaatkan setiap peristiwa penting dan fenomena yang sedang populer untuk dapat di jadikan peluang memperoleh ide kreatif dalam menghasilkan suatu karya desain grafis tipografi dengan jenis baru. Dan peka terhadap kebutuhan konsumen, yaitu melihat jenis tipografi seperti apa yang dibutuhkan dan banyak di minati di setiap creative market.

Ancaman sebagai kondisi yang harus di hindari disini yaitu plagiasi karya desain. Pemuda *Gampong Balee Busu* mengatasi masalah tersebut dengan cara tidak melakukan plagiasi karya karena jika melakukan plagiasi besar kemungkinan akun creative market tempat memasarkan karya-karya desainnya akan di tutup oleh pihak creative market. Jika hal itu terjadi pada mereka, yaitu karya desain grafis tipografinya di plagiasi oleh pihak lain mereka akan melakukan *report* terhadap akun tersebut dan nanti akan di proses oleh pihak creative market.

Keterbatasan sarana dan prasarana juga salah satu penghambat dalam menjalankan usaha desain grafisnya. Pemerintah *Gampong Balee Busu* kiranya dapat menyediakan fasilitas berupa tempat dan kelengkapan berupa komputer atau

laptop untuk pemuda-pemuda *gampong* agar dapat mempermudah mereka dalam mengembangkan bakat dan potensinya. Hal ini sangat penting untuk dijaga dan didukung oleh pemerintah *gampong* karena memiliki dampak yang positif bagi lingkungannya. Dimana pemuda *gampong* memiliki kesadaran dan melek akan teknologi dan mereka memanfaatkan teknologi dengan cara yang benar dan menguntungkan. Untuk menghindari masalah keterbatasan sarana dan prasarana pemuda memilih warung kopi terdekat sebagai tempat mereka berkumpul saat mengerjakan desain grafis tipografi.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Kreativitas Pemuda Dalam Pengembangan Usaha Desain Grafis Tipografi Di *Gampong Balee Busu* Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pemuda *Gampong Balee Busu* tertarik mengembangkan usaha desain grafis tipografi karena melihat peluang yang bagus dan menjamin dari usaha desain grafis tipografi, pemasarannya yang sudah sampai ke tingkat internasional, pendapatan dari hasil penjualan karya desain yang besar, dan lingkungan mereka yang dimana pemudanya banyak menjalankan usaha desain grafis tipografi itu juga menjadi satu hal yang membuat banyak pemuda *Gampong Balee Busu* lainnya tertarik mengembangkan usaha desain grafis tipografi. Selain itu usaha desain grafis tipografi juga dapat dijalankan secara mandiri dimana pelaku usaha tidak terikat perjanjian dengan perusahaan atau pemberi pekerjaan atau dimana dengan kata lain mereka disebut sebagai *freelance*.
2. Teknik analisis SWOT digunakan untuk menentukan strategi yang tepat dalam mengembangkan kreativitas usaha desain grafis tipografi yang dilakukan oleh pemuda *Gampong Balee Busu* adalah dengan mengikuti pelatihan desain grafis agar dapat memperoleh keterampilan atau bakat menghasilkan karya desain grafis tipografi, tekun dan memperbanyak

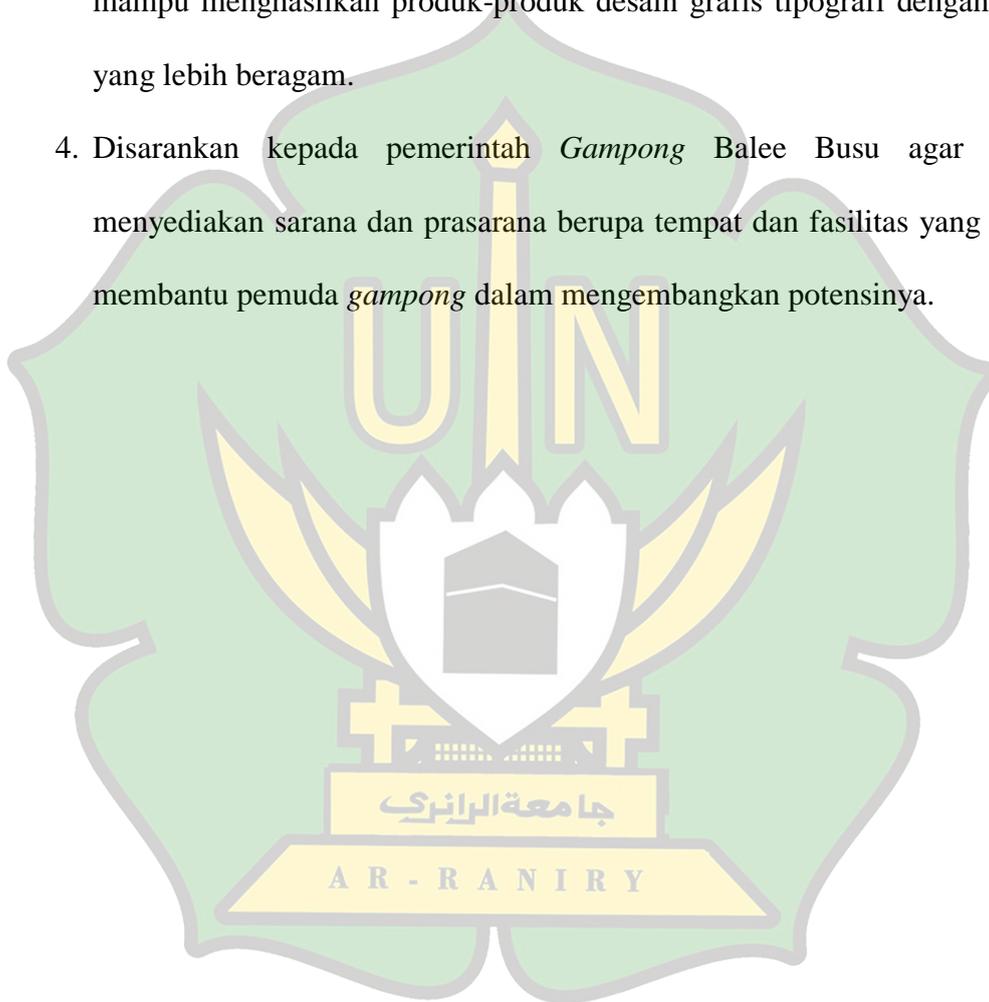
referensi terkait tipografi agar usahanya dapat berkembang. Menghasilkan desain grafis tipografi yang berkualitas dan memasarkannya sesuai dengan kualitas desain, memasarkan hasil karya desain grafis tipografinya ke berbagai platform creative market yang ada, memanfaatkan setiap peristiwa penting dan fenomena populer sebagai salah satu ide menghasilkan karya desain. Tidak terlepas dari itu, terdapat pula beberapa hal yang menyebabkan keterhambatan dalam mengembangkan kreativitas usaha desain grafis tipografi seperti halnya kesulitan mendapatkan ide, plagiasi karya, dan keterbatasan sarana dan prasana. Hal-hal yang menghambat tersebut dapat diatasi dengan memperbanyak referensi terkait jenis-jenis tipografi, menghindari plagiasi dengan cara melakukan *report* pada akun yang melakukan plagiasi terhadap karyanya. Keterbatasan sarana dan prasana dapat diatasi dengan memilih tempat yang mudah dijangkau, sebelum usulan yang diajukan kepada pemerintah *gampong* terpenuhi.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti, maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut :

1. Disarankan kepada pemuda *Gampong* Balee Busu yang menjalankan usaha desain grafis tipografi dari Komunitas Village Creative agar selalu saling menguatkan antar sesama dan menjalin hubungan baik dengan setiap anggota agar dapat berkembang bersama-sama.

2. Disarankan kepada pengurus Komunitas Village Creative agar lebih sering mengadakan rapat atau pertemuan dengan anggota kelompok bertujuan untuk meningkatkan kemampuan desain grafis tipografi anggotanya.
3. Disarankan kepada pemuda *Gampong Balee Busu* agar kedepannya mampu menghasilkan produk-produk desain grafis tipografi dengan jenis yang lebih beragam.
4. Disarankan kepada pemerintah *Gampong Balee Busu* agar dapat menyediakan sarana dan prasarana berupa tempat dan fasilitas yang dapat membantu pemuda *gampong* dalam mengembangkan potensinya.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdillah, Taufik, *Pemuda Dan Perubahan Sosial*, (Jakarta: LP3ES, 1994).
- Abdurrahman, Syaikh, *Tafsir Al-Qur'an Jilid 5*, (Jakarta: Darul Haq, 2015).
- Ali, Mohammad, dan Mohammad Ansori, *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012).
- Al- Jumanatul 'Ali Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: CV Penerbit J-ART, 2004).
- Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jawa Barat: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2007).
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Prakti Edisi Revisi 2010*, (Jakarta: Rineke Cipta, 2011).
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kumulatif*, (Jakarta: Kencana, 2006).
- Dharmawati, D. Made, *Kewirausahaan*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2016).
- Fahmi, Irham, *Manajemen Resiko Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2010).
- Fredy, Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama).
- Gunawan, Imam, *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara)
- Idrus, Muhammad, *Metode Penelitian Ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif)*, (Yogyakarta: Erlangga, 2009).
- Indonesia, Ikatan Bankir, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014).

- Kadarisman, M, *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005).
- Karyoto, *Proses Pengembangan Usaha*, (e-book, Setember 2021).
- Kusrianto, Adi, *Pengantar Tipografi : Untuk Pemakai CorelDRAW, InDesign, Illustrator dan Photoshop*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010).
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009).
- Leonardo Adi Dharma Widya dan Andreas James Darmawan, *Pengantar Desain Grafis*, (Jakarta: Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan, 2016).
- Mardizali, Jonni, *Membangun Ekonomi Kreatif Pemuda*, (Bogor: Lembaga Kreasi Pemuda Nusantara, 2017).
- Migotuwio, Namuri, *Desain Grafis : Kemarin, Kini, Dan Nanti*, (Lampung: Alinea Media Dipantara, 2020).
- Moleong , Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).
- Nisisusantro, Mulyadi, *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*, (Bandung: Alfabeta, 2012).
- Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013).
- Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi, *Kreativitas Dan Inovasi Di Tempat Kerja*, (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019).
- Robinson, Pearce, *Manajemen Stratejik Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian Jilid I*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1997).
- Siagian, Sondang P., *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995).

- Shihab, M. Quraish, *Mukjizat Al-Qur'an . Ditinjau Dari Aspek Kebahasaan, Isyarat Kebahasaan, Dan Pemberitaan Gaib*, (Bandung: Mizan, 2007).
- Shihab, M. Quraish, *Tafsir Al-Misbah Volume 4 Surah Al-An'am*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002).
- Sihombing, Danton, *Tipografi Dalam Desain Grafis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015).
- Siyoto, Sandu, dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Kediri: Literasi Media Publishing, 2015).
- Soefandi, Indra, dan Pramudya, S. Ahmad, *Strategi Mengembangkan Potensi Kecerdasan Anak*, (Jakarta: Bee Media Pustaka, 2014).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cetakan ke-22*, (Bandung: Alfabeta, 2015).
- Suryanto, Bambang, dan Dayanto, *Manajemen Bisnis Usaha Kecil*, (Tangerang: Tira Smart, 2018).
- Suprayoga, Imam, dan Tabroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003).
- Tanzeh, Ahmad, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009).
- Widjaja, Yani Restiani, dan Winarso, Widi, *Bisnis Kreatif Dan Inovasi*, (e-book, 2018).
- Zaria, Nurul, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006).

## Jurnal

Desnelita, Yenny, dkk, PKMS Pelatihan Desain Grafis Menuju Wirausaha Bagi Pemuda RT. 03 RW. 04 Kelurahan Umban Sari, (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Vol. 3, No. 2, Desember 2019.

Dewojati, R. Kuncoro Wulan, *Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan*, (Universitas Negeri Yogyakarta, Fakultas Bahasa dan Seni), Vol.7, No.2, Agustus 2009.

Graha, Dimas Tri Redha, *Perencanaan Strategis Industri Kreatif Sektor Desain Grafis Kota Malang Aktor Pemerintah Dinas Perindustrian*, (Jurnal Tata Kota Dan Daerah), Vol. 8, No. 2, 2016.

Hadiyati, Ernani, *Kreativitas Dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*, (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Maret 2011), Vol. 13, No. 1.

Hasanah, Lak Lak Nazhat El, *Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Di Daerah Istimewa Yogyakarta*, Jurnal Studi Pemuda, Vol. 4, No. 2, September 2015.

Noordyanto, Naufan, *Studi Tipografi Kawasan Di Yogyakarta*, (Jurnal Dekave, 2016), Vol. 9, No. 1.

Pinilas, Rifaldi, dkk, *Partisipasi Generasi Muda Dalam Pelaksanaan Pembangunan (Studi Kasus di Desa Damau Kecamatan Damau Kabupaten Talaud)*, Vol. 2, No.2, 2017.

Putri, Kartika, dkk, *Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha, Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha* (Studi

Pada Sentral Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo Jawa Timur),  
(Jawa Tengah : Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Dipenorogo  
Semarang, 2014).

R, Sutipyo, *Kreativitas, Pemacu Dan Penghambatnya Dalam Kehidupan  
Manusia*, (Jurnal Al-Misbah, Juli 2014), Vol. 2, No. 2.

### **Internet**

<http://adha.staff.gunadarma.ac.id/>, di akses pada tanggal 11 Januari 2022.

<https://perpustakaan.bappenas.go.id/>, di akses pada tanggal 22 Januari 2022.

<http://repository.upi.edu/>, di akses pada tanggal 08 Februari 2022.

<http://repository.radenfatah.ac.id/>, di akses pada tanggal 07 Februari 2022.

<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/>, di akses pada tanggal 15 Maret 2022.

<https://www.creativemarket.com/> di akses pada tanggal 6 Juni 2022.

<https://journal.uny.ac.id/>, di akses pada 08 Juni 2022.



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH  
Nomor: B-2277/Un.08/FDK/Kp.00.4/6/2022  
Tentang

Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

**Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi yang dituangkan ke dalam Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.

**Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;  
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;  
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;  
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;  
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;  
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1966, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;  
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 40 tahun 2008 tentang Statuta IAIN Ar-Raniry;  
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry;  
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2022, Tanggal 17 November 2021.

MEMUTUSKAN

**Menetapkan** : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry sebagai Pembimbing Skripsi Mahasiswa.

**Pertama** : Menunjuk Sdr. 1). Dr. T. Lombong Misbah, MA Sebagai Pembimbing UTAMA  
2). Zulfadli, M.Si Sebagai Pembimbing KEDUA

Untuk membimbing KRU Skripsi:

Nama : Rita Zahara  
NIM/Jurusan : 180404034/ Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)  
Judul : Kreativitas Pemuda dalam Pengembangan Usaha Desain Grafis Tipografi di Gampong Balee Busu Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie

**Kedua** : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;

**Ketiga** : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry tahun 2022 ;

**Keempat** : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.

**Kutipan** : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

A R - R A N I R Y

Ditetapkan di: Banda Aceh  
Pada Tanggal: 23 Juni 2022 M  
24 Dzulkaedah 1443 H

an. Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Dekan

Fakhri

**Tembusan:**

1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arsip.

**Keterangan:**

SK berlaku sampai dengan tanggal 23 Juni 2023 M



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
 Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
 Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.1236/Un.08/FDK-I/PP.00.9/03/2022  
 Lamp : -  
 Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,

1. Pengurus komunitas Village Creative
2. Aparatur Gampong Balee Busu
3. Pemuda Pekerja di Komunitas Village Creative

Assalamu'alaikum Wr.Wb.  
 Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **RITA ZAHARA / 180404034**  
 Semester/Jurusan : VIII / Pengembangan Masyarakat Islam  
 Alamat sekarang : Desa Balee Busu, Kecamatan Mutiara, Kabupaten Pidie

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Kreativitas Pemuda Dalam Pengembangan Usaha Desain Grafts Tipografi Di Gampong Balee Busu Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 15 Maret 2022  
 an. Dekan  
 Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Berlaku sampai : 22 Juli 2022

Drs. Yusri, M.L.I.S.



**PEMERINTAH KABUPATEN PIDIE  
KECAMATAN MUTIARA  
GAMPONG BALEE BUSU**

**SURAT KETERANGAN**

Nomor **AB 127 / LU / 2022**

Keuchik Gampong Balee Busu Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie, dengan ini menerangkan :

Nama : **RITA ZAHARA**  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Tempat/Tgl. Lahir : Lileu, 05-02-2000  
 Nim : 180404034

Benar telah memberi izin melakukan penelitian Skripsi dan pengumpulan data di Gampong Balee Busu Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie, dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul : **KREATIVITAS PEMUDA DALAM PENGEMBANGAN USAHA DESAIN GRAFIS TIPOGRAFI DI GAMPONG BALEE BUSU KECAMATAN MUTIARA KABUPATEN PIDIE.**

Demikian Surat Keterangan ini kami keluarkan untuk dapat dipergunakan dengan seperlunya.

Balee Busu, 18 Juni 2022  
 Keuchik Gampong Balee Busu,

  
**SAID ACHMAD, SH**

**AR - RANIRY**



**PEMERINTAH KABUPATEN PIDIE  
KECAMATAN MUTIARA  
GAMPONG BALEE BUSU**

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : **66/27/VI/2022**

Keuchik Gampong Balee Busu Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie, dengan ini menerangkan :

Nama : **RITA ZAHARA**  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Tempat/Tgl. Lahir : Lileu, 05-02-2000  
 Nim : 180404034

Mahasiswa diatas telah menyelesaikan Penelitian untuk memenuhi salah satu Kurikulum dalam Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam yang Berjudul : **KREATIVITAS PEMUDA DALAM PENGEMBANGAN USAHA DESAIN GRAFIS TIPOGRAFI DI GAMPONG BALEE BUSU KECAMATAN MUTIARA KABUPATEN PIDIE.**

Kami menerangkan yang bersangkutan telah melakukan penelitian dimulai tanggal 5 April sampai dengan 30 April 2022 di Gampong Balee Busu Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie. Demikian Surat Keterangan ini kami keluarkan untuk dapat dipergunakan dengan seperlunya.

Balee Busu, 18 Juni 2022

Keuchik Gampong Balee Busu,

A R - R A N I R Y

SAID ACHMAD, SH

## DAFTAR PEDOMAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan wawancara menjawab rumusan masalah.

Pertanyaan ditujukan kepada pengurus komunitas village creative dan pemuda

Gampong Balee Busu.

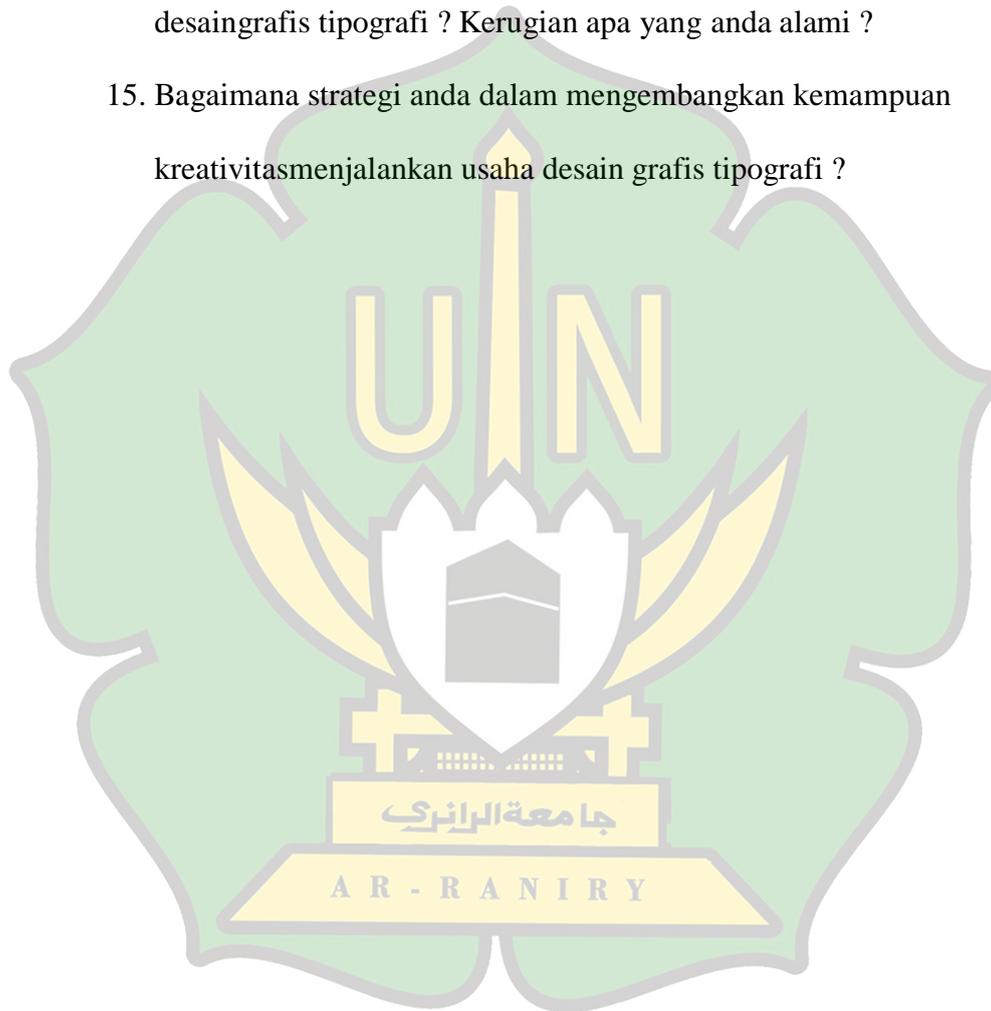
1. Siapa pendiri komunitas village creative ? Dan kapan didirikan ?
2. Apa tujuan dibentuknya komunitas village creative ?
3. Apakah komunitas village creative berpartisipasi aktif dalam membantu pemuda Gampong Balee Busu mengasah kreativitasnya mengolah desain grafis tipografi ?
4. Bagaimana awal mula kemampuan dalam mengolah desain grafis tipografi dipelajari oleh masyarakat/pemuda Gampong ?
5. Dari sekian banyak jenis desain grafis, mengapa memilih mengembangkan kreativitas di bidang tipografi dan menjadikannya sebagai suatu usaha ?
6. Apa kelebihan mengembangkan usaha desain grafis tipografi dengan usaha lainnya ?
7. Sudah menghasilkan berapa karya desain grafis tipografi ?
8. Berapa harga jual satu hasil karya desain grafis tipografi ?
9. Bagaimana dan kemana hasil desain grafis tipografi tersebut dipasarkan ?
10. Apakah ada kendala yang dialami dalam mengembangkan usaha desaignrafis tipografi ?

11. Software apa yang digunakan saat mengerjakan karya desain grafistipografi ?

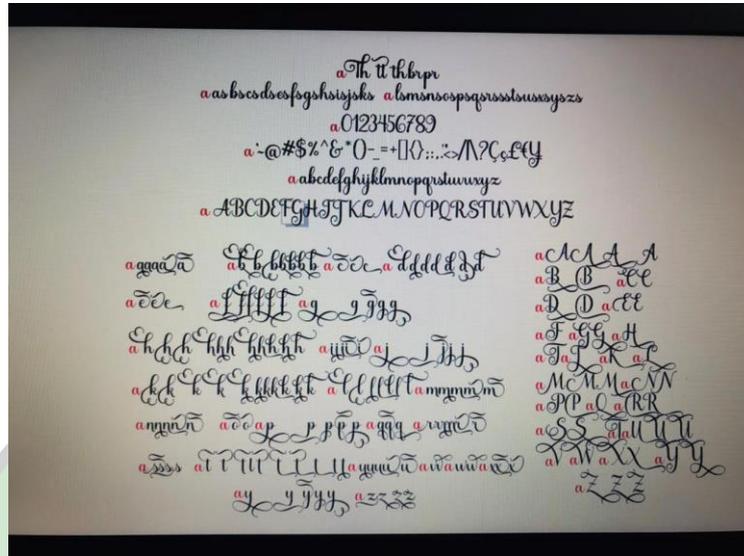
Pertanyaan diajukan kepada pemuda Gampong Balee Busu.

1. Sejak kapan anda mulai mengembangkan usaha desain grafis tipografi ?
2. Mengapa anda tertarik mengembangkan usaha desain grafis tipografi ?
3. Bagaimana awal mula anda belajar membuat karya desain grafis tipografi ?
4. Sudah menghasilkan berapa karya desain grafis tipografi ?
5. Berapa pendapatan perbulan dari hasil penjualan karya desain grafis tipografi ?
6. Berapa harga jual satu hasil karya desain grafis tipografi anda ?
7. Kemana dan bagaimana memasarkan hasil karya desain grafis tipografi ?
8. Siapa yang menjadi target pasar dalam penjualan hasil karya desain grafis tipografi anda ?
9. Apasaja jenis tipografi yang sudah dihasilkan ?
10. Bagaimana cara anda mendapatkan ide dalam membuat suatu karya desain grafis tipografi ?
11. Apakah ada persaingan yang terjadi dalam mengembangkan usaha desain grafis tipografi ? Baik persaingan internal maupun eksternal, bagaimana anda menghadapi persaingan tersebut ?
12. Apa yang menjadi kendala anda dalam mengembangkan usaha desain grafis tipografi ?

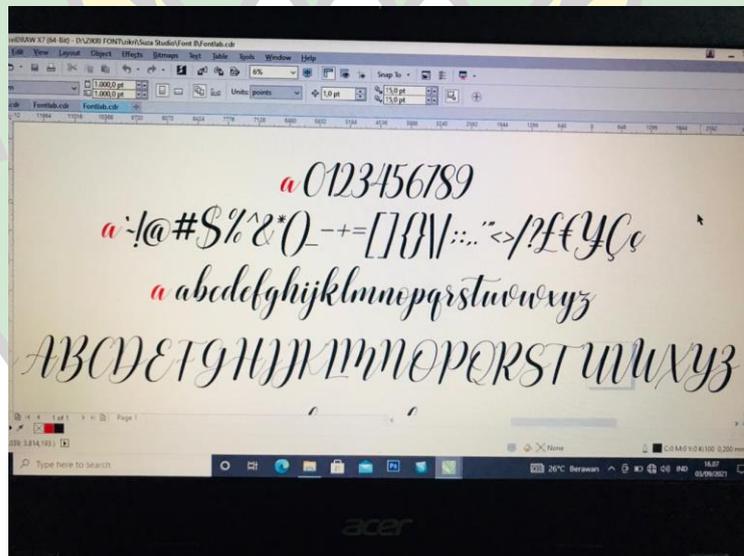
13. Dalam menghasilkan suatu karya desain, berapa lama anda membutuhkan waktu untuk menyelesaikannya ? Bagaimana cara anda memenuhi tenggat waktu tersebut ?
14. Apakah anda pernah mengalami kerugian saat menjalankan usaha desain grafis tipografi ? Kerugian apa yang anda alami ?
15. Bagaimana strategi anda dalam mengembangkan kemampuan kreativitas menjalankan usaha desain grafis tipografi ?



### DOKUMENTASI

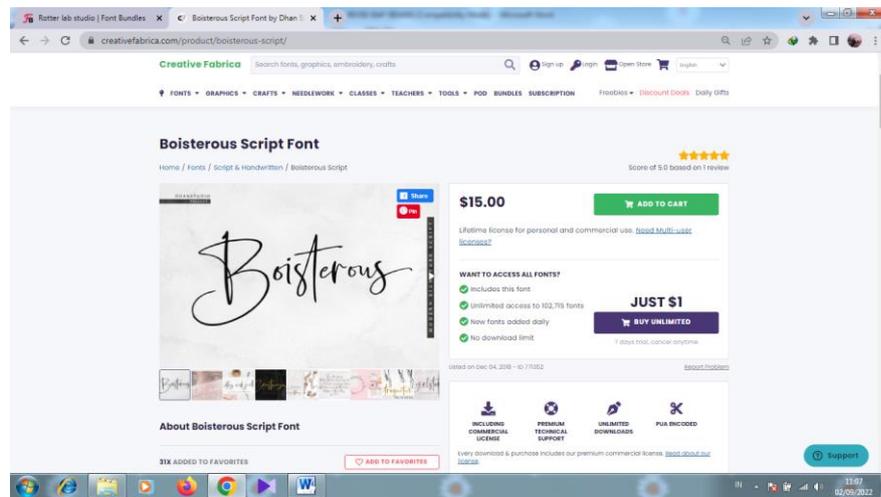


Contoh hasil karya desain grafis tipografi jenis script



Contoh hasil karya desain grafis tipografi jenis calligraphy





Salahsatu akun creative market pemuda *Gampong Balee Busu* di platform  
Creativefabrica.com



Situasi saat pelatihan desain grafis tipografi berlangsung



Situasi saat pelatihan desain grafis tipografi



Situasi saat pelatihan desain grafis tipografi



AI QUAD CAMERA  
Shot by HKL STUDIO

Situasi saat pelatihan desain grafis tipografi



Peneliti melakukan wawancara dengan pemuda *Gampong Balee Busu* dari  
Komunitas Village Creative



Peneliti melakukan wawancara dengan pemuda *Gampong Balee Busu* dari  
Komunitas Village Creative



Jajaran pengurus Komunitas Village Creative



Peneliti melakukan wawancara dengan pengurus Komunitas Village Creative



Peneliti melakukan wawancara dengan pemuda *Gampong Balee Busu* dari Komunitas Village Creative

**DOKUMENTASI SIDANG**



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Rita Zahara
2. Tempat / Tgl. Lahir : Lileu / 05 Februari 2000
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM : 180404034
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Balee Busu
  - a. Kecamatan : Mutiara
  - b. Kabupaten : Pidie
  - c. Provinsi : Nanggroe Aceh Darussalam
8. No. Telp / Hp : 082365913221

### Riwayat Pendidikan

9. SD / MI : SD Negeri 3 Beureunuen Tahun Lulus 2012
10. SMP / MTs : MTsN Beureunuen Tahun Lulus 2015
11. SMA / MA : MAN 1 Sigli Tahun Lulus 2018
12. Perguruan Tinggi : UIN Ar-Raniry Banda Aceh Tahun Lulus 2022

### Orangtua

13. Nama Ayah : M. Jafar
14. Nama Ibu : Nursyidah
15. Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
16. Pekerjaan Ibu : PNS
17. Alamat Orangtua : Desa Balee Busu Kec. Mutiara Kab. Pidie

### Pengalaman Kerja Sosial

- Organisasi Himpunan Mahasiswa Islam (HMI)  
Organisasi Himpunan Mahasiswa Prodi (HMP)

Banda Aceh, 02 September 2022  
Peneliti,

Rita Zahara  
NIM. 180404034