

Apresiasi Desainer di Industri Percetakan: Review tentang Faktor Ekonomi, Literasi, dan Digitalisasi

Fitro Nur Hakim*¹, Setiyo Prihatmoko²

^{1,2} *Desain Komunikasi Visual, Universitas Sains dan Teknologi Komputer, Semarang, Indonesia*

Email: masfitro@gmail.com; setiyo@stekom.ac.id

Article Info	Abstract
Keywords: <i>apresiasi profesi jasa desain industri kreatif literature review desain visual</i>	<i>Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih terbatasnya kajian sistematis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi apresiasi terhadap profesi desain grafis di industri kreatif, khususnya sektor percetakan. Penelitian bertujuan mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang membentuk apresiasi terhadap profesi desain grafis melalui metode Systematic Literature Review (SLR) berdasarkan pedoman PRISMA. Literatur diperoleh dari Scopus, Google Scholar, Garuda, dan ScienceDirect pada periode 2010–2025. Sebanyak 25 artikel yang memenuhi kriteria inklusi dianalisis menggunakan sintesis tematik. Hasil penelitian mengidentifikasi lima tema utama, yaitu faktor ekonomi, pendidikan dan literasi visual, sosiokultural, teknologi dan digitalisasi, serta regulasi dan kelembagaan. Analisis menunjukkan keterkaitan yang kompleks antar faktor, dengan literasi visual dan digitalisasi berperan sebagai variabel paradoksal yang dapat membentuk low-appreciation trap. Temuan utama menegaskan bahwa pendidikan merupakan faktor strategis yang memengaruhi seluruh dimensi apresiasi melalui pengembangan kurikulum, penguatan pedagogi literasi visual, dan program community learning. Tanpa pendidikan yang sistematis dan berkelanjutan, upaya peningkatan apresiasi melalui pendekatan ekonomi, teknologi, maupun regulasi akan menghadapi hambatan struktural. Oleh karena itu, pendidikan perlu ditempatkan sebagai fondasi utama dalam strategi peningkatan apresiasi profesi desain grafis.</i>
<hr/> <i>Submitted: March 2026, Reviewed: April 2026, Accepted: May 2026</i> <hr/> <i>Corresponding Author</i>	

I. PENDAHULUAN

Industri percetakan merupakan salah satu sektor ekonomi kreatif yang memiliki sejarah panjang dan peran strategis dalam rantai komunikasi visual. Hampir setiap produk cetak mulai dari brosur, kemasan produk, buku, poster, hingga media promosi lainnya memerlukan sentuhan desain grafis agar memiliki daya komunikasi visual yang efektif (Wheeler, 2018; Go & Mothelsang, 2024). Dalam konteks ini, profesi desainer grafis menempati posisi sentral sebagai penentu kualitas estetika dan fungsionalitas produk cetak. Desain yang baik tidak hanya memperindah tampilan, tetapi juga memperkuat identitas merek, menyampaikan pesan secara jelas, dan meningkatkan daya tarik konsumen (Moultrie, Livesey, Malvido, & Riedel, 2015). Di Indonesia, industri percetakan tumbuh pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan

promosi dan branding di sektor UMKM, korporasi, maupun pemerintahan. Namun, pertumbuhan ini tidak serta-merta diiringi dengan pengakuan yang setara terhadap profesi desainer grafis. Di banyak tempat, jasa desain grafis masih dipandang sebagai komponen tambahan (*add-on*) yang dapat dinegosiasikan, bukan sebagai layanan profesional yang memiliki nilai intrinsik (Moultrie et al., 2015; Laksono, M. A., & Kautsar, I. A., 2024). Realitas ini tercermin dalam berbagai praktik di lapangan: permintaan desain dengan harga yang sangat murah, tuntutan revisi tanpa batas, anggapan bahwa siapa pun bisa mendesain asalkan bisa menggunakan perangkat lunak, serta maraknya penggunaan templat instan sebagai pengganti jasa desainer profesional (Maudet, N., 2025). Bahkan, survei terhadap pelaku UMKM menunjukkan bahwa 68% responden menganggap jasa desain grafis sebagai *optional expense* yang dapat ditunda atau dihilangkan sama sekali jika anggaran terbatas (Khumair, M., & Yazid, M., 2025).

Fenomena rendahnya apresiasi terhadap profesi desain grafis bukanlah persoalan yang bersifat lokal atau temporer. Di berbagai negara, profesi kreatif kerap mengalami tantangan serupa. (Banks, 2010) mencatat bahwa pekerja kreatif, termasuk desainer grafis, sering kali berada dalam posisi yang rentan secara ekonomi karena pekerjaan mereka dipersepsikan sebagai kegiatan yang lahir dari bakat alami (*innate talent*) ketimbang hasil dari pendidikan dan pelatihan profesional yang terstruktur. Persepsi ini diperkuat oleh budaya digital kontemporer yang mendemokratisasi alat-alat desain siapa pun kini dapat mengakses *Canva*, *Adobe Express*, atau *platform* desain daring lainnya yang menawarkan ribuan templat siap pakai. Di satu sisi, demokratisasi ini membuka akses lebih luas terhadap layanan desain; di sisi lain, ia menimbulkan ilusi bahwa desain grafis adalah keterampilan sederhana yang tidak memerlukan keahlian khusus (Maudet, N., 2025; Fadhlani Ramdhani, A. W., & Susanti, A., 2023).

Fenomena ini oleh beberapa kalangan disebut sebagai *democratization paradox*, yaitu situasi paradoksal di mana kemudahan akses dan murahnya alat desain justru mereduksi persepsi nilai serta penghargaan terhadap profesi desainer grafis profesional. Selain faktor teknologi, faktor sosiokultural juga turut berperan. Dalam konteks masyarakat Indonesia, profesi desainer grafis kerap diposisikan sebagai pekerjaan kreatif yang “santai” atau “hobi”, bukan sebagai profesi utama yang layak mendapatkan kompensasi setara dengan profesi teknis lainnya seperti insinyur atau akuntan (Maulana & Hidayat, 2022; Khumair, M., & Yazid, M., 2025). Pandangan ini diperkuat oleh lemahnya standarisasi profesi dan tidak adanya tarif acuan yang jelas untuk jasa desain grafis (Chapain & Stachowiak, 2015). Akibatnya, posisi tawar desainer dalam negosiasi dengan klien menjadi lemah, dan praktik *undervaluing* terhadap karya desain pun berlangsung secara sistemik.

Dari uraian di atas, dapat diidentifikasi bahwa rendahnya apresiasi terhadap profesi desain grafis merupakan persoalan multidimensi yang mencakup setidaknya lima dimensi saling terkait: (1) dimensi ekonomi, yaitu belum adanya standar tarif yang jelas dan kesediaan membayar yang rendah dari konsumen (Chapain &

Stachowiak, 2015; Moultrie et al., 2015); (2) dimensi pendidikan dan literasi visual, yaitu rendahnya kemampuan masyarakat untuk membedakan kualitas desain profesional dari desain amatir (Brumberger, 2024; Rose, 2016); (3) dimensi sosiokultural, yaitu pandangan budaya yang menempatkan pekerjaan kreatif sebagai “pekerjaan sampingan” (Banks, 2010; Khumair, M., & Yazid, M., 2025); (4) dimensi teknologi, yaitu dampak paradoks dari demokratisasi alat desain yang justru mereduksi persepsi nilai profesi (Maudet, N., 2025); dan (5) dimensi regulasi dan kelembagaan, yaitu lemahnya peran asosiasi profesi dan ketiadaan kerangka hukum yang melindungi nilai jasa desain (Zen, A., et al, 2025; Oakley & O’Connor, 2015). Masing-masing dimensi ini telah disentuh oleh penelitian sebelumnya, tetapi sebagian besar bersifat parsial dan terfragmentasi. Belum ada studi yang secara komprehensif mensintesis seluruh faktor tersebut dalam satu kerangka utuh, khususnya dalam konteks industri percetakan di Indonesia.

Beberapa studi telah menyoroti aspek ekonomi dari jasa desain. (Moultrie et al., 2015) misalnya, meneliti *willingness to pay* konsumen terhadap jasa desain grafis dan menemukan korelasi dengan pendapatan dan persepsi nilai tambah. (Martin & Johnson, 2019) mengulas dampak platform desain mandiri terhadap persepsi profesionalisme. (Khumair, M., & Yazid, M., 2025) melakukan survei tentang persepsi UMKM terhadap jasa desain di Bandung, sementara (Chapain & Stachowiak, 2015) membahas tantangan standarisasi tarif desain di Indonesia. (Khumair, M., & Yazid, M., 2025) mengkaji potensi dan tantangan ekonomi kreatif berbasis desain di era digital, dan (Wahid & Susilawati, 2020) meneliti pengaruh pendidikan seni rupa terhadap apresiasi desain pada mahasiswa non-desain. Namun, studi-studi tersebut belum pernah disintesis secara sistematis untuk menghasilkan peta faktor yang komprehensif. Lebih jauh lagi, sebagian besar literatur yang ada bersifat deskriptif dan belum mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor tersebut saling berinteraksi. Pertanyaan seperti apakah literasi visual memoderasi hubungan antara faktor teknologi dan kesediaan membayar, atau bagaimana faktor sosiokultural memengaruhi efektivitas intervensi edukasi, masih memerlukan jawaban. Oleh karena itu, diperlukan sebuah sintesis yang tidak hanya mengidentifikasi faktor, tetapi juga memetakan relasi antarfaktor tersebut.

Kebaruan penelitian ini terletak pada tiga aspek. Pertama, secara teoretis, penelitian ini merupakan sintesis pertama yang mengintegrasikan lima dimensi apresiasi profesi (ekonomi, pendidikan, sosiokultural, teknologi, dan regulasi) ke dalam satu kerangka konseptual yang utuh untuk konteks industri kreatif Indonesia. Kedua, penelitian ini mengidentifikasi dua mekanisme sentral yang sebelumnya belum terpetakan dalam literatur, yaitu *democratization paradox* (kemudahan akses alat desain justru mereduksi nilai profesi) sebagai efek paradoks teknologi yang menghubungkan digitalisasi dengan devaluasi persepsi, serta *low-appreciation trap* (spiral negatif berupa rendahnya literasi visual → rendahnya kesediaan membayar → rendahnya insentif peningkatan kualitas → kembali memperlemah literasi visual) sebagai spiral negatif yang terbentuk dari interaksi antara rendahnya literasi visual dan rendahnya kesediaan

membayar. Ketiga, secara kontekstual, penelitian ini mensintesis literatur dari jurnal terindeks Sinta 2–4 sehingga memberikan perspektif yang relevan secara spesifik bagi ekosistem industri kreatif Indonesia sesuatu yang tidak dapat diperoleh dari literatur internasional semata.

Urgensi penelitian ini didasarkan pada tiga argumen utama. Pertama, dari sisi akademis, belum adanya *systematic review* yang memetakan faktor-faktor apresiasi terhadap profesi desain grafis menunjukkan adanya celah pengetahuan (*knowledge gap*) yang perlu diisi. Kedua, dari sisi praktis, pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor ini akan membantu para pemangku kepentingan desainer, pelaku percetakan, asosiasi profesi, dan pemerintah dalam merumuskan strategi intervensi yang tepat sasaran. Ketiga, dari sisi sosial-ekonomi, peningkatan apresiasi terhadap profesi desain grafis berkontribusi pada penguatan ekosistem industri kreatif nasional yang saat ini menjadi salah satu sektor andalan perekonomian Indonesia (Khumair, M., & Yazid, M., 2025).

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan kesenjangan penelitian yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) faktor-faktor apa saja yang memengaruhi apresiasi terhadap profesi desain grafis di industri kreatif yang telah teridentifikasi dalam literatur ilmiah?; (2) bagaimana hubungan antarfaktor tersebut dalam membentuk tingkat apresiasi terhadap profesi desain grafis?; dan (3) apa kesenjangan penelitian (*research gap*) yang masih terbuka untuk dikaji lebih lanjut?

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, mengelompokkan, dan mensintesis faktor-faktor yang memengaruhi apresiasi terhadap profesi desain grafis melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR). Secara lebih rinci, tujuan penelitian ini adalah: (1) mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi apresiasi terhadap profesi desain grafis berdasarkan literatur ilmiah yang terbit pada rentang tahun 2010–2025; (2) mengelompokkan faktor-faktor tersebut ke dalam tema-tema utama melalui sintesis tematik; (3) menyusun kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antarfaktor; dan (4) mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang dapat menjadi agenda riset ke depan. Adapun manfaat penelitian ini mencakup tiga aspek. Manfaat teoretis berupa kontribusi pada pengembangan kajian sosiologi profesi kreatif, khususnya terkait mekanisme apresiasi terhadap pekerjaan desain grafis. Manfaat praktis berupa peta pengetahuan bagi desainer grafis, pelaku jasa percetakan, asosiasi profesi, dan pemerintah dalam merumuskan strategi peningkatan apresiasi profesi desain grafis. Manfaat metodologis berupa contoh penerapan SLR dengan sintesis tematik dalam konteks kajian industri kreatif yang dapat direplikasi untuk topik-topik serupa.

II. KAJIAN TEORI

A. Profesi Desain Grafis dalam Ekosistem Industri Kreatif

Desain grafis merupakan salah satu subsektor strategis dalam industri kreatif yang mengintegrasikan kemampuan teknis, estetika, dan komunikasi untuk menciptakan solusi visual bagi kebutuhan komunikasi massa (Wheeler, 2018). Berdasarkan klasifikasi *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), desain termasuk dalam *creative services* bersama arsitektur, periklanan, dan layanan riset (Towse, 2010). Di Indonesia, subsektor desain grafis tumbuh signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan branding dan pemasaran digital sektor UMKM yang mencapai lebih dari 64 juta unit usaha (Khumair, M., & Yazid, M., 2025). Perkembangan ini menciptakan permintaan yang besar terhadap jasa desain grafis, namun ironisnya tidak diiringi dengan apresiasi yang proporsional terhadap profesi desainer grafis (Chapain & Stachowiak, 2015).

Profesi desainer grafis memiliki karakteristik yang membedakannya dari profesi lainnya. (Banks, 2010), profesi kreatif berada dalam posisi yang ambigu secara ekonomi karena: (1) batas antara profesional dan amatir yang kabur akibat demokratisasi alat desain; (2) sulitnya kuantifikasi nilai tambah karya desain; dan (3) kuatnya konstruksi sosial yang mempersepsikan pekerjaan kreatif sebagai *innate talent* yang lahir dari bakat alami, bukan hasil pendidikan dan pelatihan sistematis. Karakteristik inilah yang menjadi akar kompleksitas masalah apresiasi profesi desain grafis. (Liu & Santoso, 2022) dalam studi lintas nasionalnya menambahkan bahwa pengakuan terhadap profesi desain sangat bergantung pada dua faktor institusional: legitimasi dari negara melalui regulasi dan sertifikasi, serta visibilitas kontribusi ekonomi melalui data statistik yang memadai. Kedua faktor ini masih lemah di banyak negara berkembang, termasuk Indonesia.

B. Apresiasi Profesi: Konsep dan Dimensi

Apresiasi terhadap profesi dapat dipahami melalui tiga level: (1) apresiasi ekonomi, yaitu kesediaan membayar (*willingness to pay*) yang proporsional terhadap nilai jasa (Moultrie et al., 2015); (2) apresiasi sosial, yaitu pengakuan terhadap status dan legitimasi profesi dalam hierarki sosial (Hewison, 2015); dan (3) apresiasi kultural, yaitu penghargaan terhadap nilai intrinsik karya sebagai produk intelektual dan kreatif (Rose, 2016). Ketiga level ini saling terkait: rendahnya apresiasi ekonomi mencerminkan rendahnya apresiasi sosial dan kultural, dan sebaliknya. Dalam konteks profesi desain grafis, telah teridentifikasi lima dimensi faktor yang membentuk tingkat apresiasi: ekonomi, pendidikan dan literasi visual, sosiokultural, teknologi dan digitalisasi, serta regulasi dan kelembagaan. Kelima dimensi ini tidak berdiri sendiri melainkan membentuk jaringan kausal yang kompleks. (Florida, 2002) dalam teori *creative class*-nya menekankan pentingnya ekosistem yang suportif termasuk toleransi, bakat, dan teknologi agar profesi kreatif dapat berkembang. Namun, teori Florida belum secara eksplisit membahas bagaimana apresiasi terbentuk dan terkikis dalam ekosistem tersebut. (Towse, 2010) melalui konsep *earnings puzzle* menjelaskan

bahwa meskipun permintaan terhadap produk kreatif tinggi, pendapatan individu pekerja kreatif cenderung rendah dan tidak stabil karena fenomena *oversupply of talent*. Namun, penjelasan ini belum sepenuhnya menangkap dimensi non-ekonomi dari apresiasi, seperti konstruksi sosiokultural dan dampak teknologi.

C. Literasi Visual dan Demokratisasi Alat Desain

Literasi visual didefinisikan sebagai kemampuan untuk menginterpretasi, mengevaluasi, dan menciptakan pesan visual secara efektif (Avgerinou & Pettersson, 2020). Kemampuan ini bukan kapasitas bawaan, melainkan hasil akumulasi pengalaman dan pembelajaran formal maupun informal. (Brumberger, 2024) menemukan korelasi positif antara skor literasi visual konsumen dengan tingkat apresiasi terhadap desain profesional dan kesediaan membayar. Perkembangan teknologi digital telah menciptakan fenomena *democratization paradox*, yaitu situasi di mana semakin mudah dan murah akses terhadap alat desain justru semakin mereduksi persepsi nilai dan penghargaan terhadap keahlian desainer profesional: *platform* desain mandiri seperti *Canva* dan *Adobe Express* membuka akses luas terhadap layanan desain, namun sekaligus menimbulkan ilusi bahwa desain grafis adalah keterampilan sederhana yang tidak memerlukan keahlian khusus (Maudet, N., 2025). (Anantrasirichai & Bull, 2022) menambahkan bahwa kehadiran AI generatif semakin mengaburkan batas antara produksi visual profesional dan amatir, memunculkan pertanyaan baru tentang nilai dan masa depan profesi desainer grafis.

D. Perspektif Pedagogis dalam Pengembangan Literasi Visual

Literasi visual sebagai kompetensi multidimensi memerlukan pengembangan sistematis melalui pendekatan pedagogis yang terstruktur. Teori *Visual Literacy Education* (VLE) menekankan bahwa kemampuan menginterpretasi dan mengevaluasi pesan visual bukan sekadar hasil paparan pasif, melainkan produk dari pembelajaran aktif yang dirancang secara sengaja (*intentional learning*) melalui kurikulum yang terintegrasi (Avgerinou & Pettersson, 2020). Dalam konteks pendidikan formal di Indonesia, pendidikan seni rupa dan desain masih menghadapi tantangan struktural. Kurikulum Merdeka telah mengintegrasikan seni rupa sebagai bagian dari mata pelajaran Seni Budaya, namun alokasi waktu dan sumber daya yang tersedia masih jauh dari memadai.

(Hewison, 2015) mencatat bahwa sistem pendidikan di negara berkembang cenderung memprioritaskan literasi verbal dan numerik di atas literasi visual, sehingga generasi yang dihasilkan memiliki kesenjangan estetis (*aesthetic gap*) yang membuat mereka sulit mengapresiasi kualitas karya desain profesional. Pendekatan *Visual Thinking Strategies* (VTS) menawarkan kerangka pedagogis yang relevan untuk mengatasi kesenjangan ini. VTS menggunakan diskusi terstruktur berbasis karya visual untuk mengembangkan keterampilan observasi, penalaran, dan komunikasi visual. Pendekatan ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan apresiasi visual pada berbagai kelompok usia dan latar belakang pendidikan (Rose, 2016). Di Indonesia, adopsi pendekatan semacam ini masih sangat terbatas dan belum terintegrasi

dalam kebijakan pendidikan nasional, sehingga menjadi peluang sekaligus tantangan bagi pengembangan literasi visual masyarakat.

E. Kerangka Konseptual Awal

Berdasarkan tinjauan teoretis di atas, apresiasi terhadap profesi desain grafis dapat dipahami sebagai fenomena multidimensional yang terbentuk dari interaksi antarfaktor pada level individu (literasi visual, persepsi nilai), organisasi (standar profesi, regulasi), dan masyarakat (norma budaya, status sosial). Kerangka ini menjadi dasar bagi proses sistematisasi dan sintesis yang akan dilakukan melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR).

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) yang mengacu pada pedoman PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) (Moher, Liberati, Tetzlaff, & Altman, 2009). SLR dipilih karena beberapa alasan. Pertama, metode ini memungkinkan identifikasi, evaluasi, dan sintesis seluruh literatur yang relevan secara sistematis, transparan, dan dapat direproduksi sesuatu yang tidak dapat dicapai melalui *narrative review* atau *literature review* konvensional. Kedua, SLR menyediakan prosedur yang ketat dalam pencarian, seleksi, dan analisis literatur sehingga meminimalkan bias seleksi dan bias publikasi. Ketiga, dalam konteks kajian apresiasi profesi desain grafis yang literaturnya masih tersebar di berbagai disiplin (ekonomi, sosiologi, desain, pendidikan), SLR menjadi alat yang tepat untuk mensintesis temuan-temuan yang terfragmentasi menjadi suatu kerangka pengetahuan yang utuh.

Desain penelitian ini bersifat kualitatif-interpretatif pada tahap sintesis, dengan mengadopsi pendekatan *thematic synthesis* yang dikembangkan oleh (Thomas & Harden, 2008). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk SLR yang bertujuan mengidentifikasi temamema lintas studi, bukan menghitung efek kuantitatif gabungan (*meta-analysis*). Kata kunci pencarian dikembangkan secara terstruktur dalam dua bahasa (Indonesia dan Inggris) dengan memanfaatkan operator *Boolean* (*AND*, *OR*) sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Strategi kata kunci pencarian literatur

Komponen	Bahasa Indonesia	Bahasa Inggris
Apresiasi	“apresiasi profesi” ATAU “nilai jasa desain” ATAU “penghargaan desainer” ATAU “persepsi nilai desain” ATAU “kesediaan membayar”	“appreciation” ATAU “professional recognition” ATAU “perceived value” ATAU “willingness to pay” ATAU “occupational prestige”
Konteks	“desain grafis” ATAU “industri kreatif” ATAU “percetakan” ATAU “desainer”	“graphic design” ATAU “design profession” ATAU “creative industry” ATAU “printing service” ATAU “visual communication”
Gabungan	(<i>apresiasi</i>) DAN (<i>konteks</i>)	(<i>appreciation</i>) AND (<i>context</i>)

Strategi pencarian diterapkan secara konsisten di seluruh basis data dengan penyesuaian sintaks sesuai kebutuhan masing-masing *platform*.

B. Sumber dan Basis Data Pencarian

Pencarian literatur dilakukan pada empat basis data elektronik yang dipilih berdasarkan relevansi dan cakupan disiplin ilmu:

1. **Scopus** (<https://www.scopus.com>) Basis data multidisiplin dengan cakupan internasional yang luas dan proses kurasi yang ketat. Scopus dipilih sebagai basis data utama karena mengindeks jurnal-jurnal bereputasi dari berbagai bidang, termasuk seni, desain, dan ekonomi kreatif.
2. **Google Scholar** (<https://scholar.google.com>) Basis data dengan cakupan paling luas yang mencakup jurnal, *prosiding* konferensi, tesis, dan laporan penelitian. *Google Scholar* dipilih untuk menangkap literatur berbahasa Indonesia yang mungkin tidak terindeks di basis data internasional.
3. **Garuda (Garba Rujukan Digital)** (<https://garuda.kemdikbud.go.id>) Portal jurnal ilmiah Indonesia yang dikelola oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Garuda dipilih untuk memastikan ketercakupannya literatur dari jurnal-jurnal nasional terakreditasi.
4. **ScienceDirect** (<https://www.sciencedirect.com>) Basis data terbitan Elsevier yang memiliki koleksi kuat di bidang ilmu sosial, bisnis, dan ekonomi termasuk riset tentang industri kreatif.

Pemilihan keempat basis data di atas didasarkan pada pertimbangan bahwa sejumlah jurnal nasional terindeks *Sinta 2–4* juga terindeks di *Scopus* dan *ScienceDirect*, terutama untuk jurnal-jurnal yang telah memenuhi standar kualitas internasional. Dengan menyertakan kedua basis data tersebut, review ini dapat menangkap artikel-artikel dari jurnal *Sinta 2–4* yang mungkin tidak terindeks di *Garuda* atau tidak tertangkap secara optimal oleh *Google Scholar*. Selain itu, pendekatan *over-capture* ini sejalan dengan prinsip PRISMA yang merekomendasikan pencarian pada lebih dari satu basis data untuk meminimalkan risiko terlewatkannya literatur yang relevan. Dengan kata lain, Scopus dan ScienceDirect berfungsi sebagai basis data pendukung (*supplementary databases*) untuk memperluas cakupan, sementara *Garuda* dan *Google Scholar* berperan sebagai basis data utama untuk literatur nasional. Seluruh artikel hasil pencarian tanpa memandang basis data asalnya kemudian melalui proses skrining yang sama, dan hanya artikel dari jurnal terindeks *Sinta 2–4* yang dipertahankan pada tahap akhir seleksi.

Pencarian dilaksanakan pada bulan Januari-Maret 2025 dan mencakup seluruh artikel yang dipublikasikan dalam rentang waktu 2010-2025. Rentang waktu ini dipilih untuk menangkap perkembangan literatur dalam satu setengah dekade terakhir, mencakup periode sebelum dan sesudah digitalisasi masif alat-alat desain. Kriteria inklusi dan eksklusi ditetapkan secara *a priori* untuk memastikan seleksi yang objektif dan konsisten. Tabel 2 menyajikan ringkasan kriteria tersebut beserta justifikasinya.

Tabel 2. Kriteria inklusi dan eksklusi beserta justifikasi

Kriteria	Rincian	Justifikasi
Kriteria Inklusi		
Rentang tahun	2010–2025	Menangkap literatur era digital; keseimbangan antara kedalaman historis dan aktualitas
Indeks jurnal	Jurnal terindeks Sinta 2–4 (berdasarkan pemeringkatan Kemdikbudristek)	Menjamin kualitas dan relevansi konteks Indonesia; Sinta 2–4 dipilih sebagai batas bawah yang masih memiliki proses review yang memadai, sekaligus batas atas yang realistis untuk topik spesifik ini
Bahasa	Indonesia atau Inggris	Representasi literatur global dan lokal; keterbatasan kemampuan bahasa peneliti
Jenis publikasi	Artikel jurnal (penelitian empiris) dan artikel konseptual/teoretis	Menjamin kualitas dan relevansi akademik
Topik	Membahas apresiasi, penghargaan, persepsi nilai, atau pengakuan profesi desain grafis/profesi kreatif relevan	Kesesuaian langsung dengan pertanyaan penelitian
Ketersediaan	Teks penuh (<i>full-text</i>)	Diperlukan untuk ekstraksi data secara mendalam
Kriteria Eksklusi		
Jenis publikasi	Opini, editorial, prosiding tanpa <i>peer-review</i>	Tidak melalui proses validasi akademik yang memadai
Fokus	Hanya aspek teknis desain (tipografi, tata letak, warna) tanpa dimensi sosial-ekonomi	Tidak relevan dengan pertanyaan penelitian
Duplikasi	Artikel yang sama dari basis data berbeda	Menghindari <i>double-counting</i> dalam analisis

Prosedur seleksi dilakukan dalam empat tahap yang mengikuti diagram alir PRISMA (Gambar 1):

1. Identifikasi (*Identification*): Seluruh artikel yang diperoleh dari pencarian di keempat basis data dikumpulkan dalam satu *reference manager*. Artikel duplikat diidentifikasi dan dihapus secara manual maupun otomatis.
2. Skrining awal (*Screening*): Dua orang peneliti secara independen menyaring judul dan abstrak seluruh artikel berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Artikel yang jelas tidak relevan dikeluarkan. Ketidaksepakatan diselesaikan melalui diskusi dan konsensus. Tingkat kesepakatan antarpeleliti diukur menggunakan koefisien Kappa Cohen (*Cohen's Kappa*) dengan ambang minimum yang dapat diterima sebesar 0,70.
3. Penilaian kelayakan (*Eligibility*): Artikel yang lolos tahap skrining awal dibaca teks lengkapnya (*full-text*) oleh masing-masing peneliti untuk menilai kesesuaian dengan kriteria inklusi. Alasan pengeluaran artikel pada tahap ini didokumentasikan secara eksplisit.
4. Inklusi (*Included*): Artikel yang memenuhi seluruh kriteria pada tahap penilaian kelayakan dimasukkan ke dalam sintesis akhir. Jumlah artikel pada setiap tahap dicatat dan disajikan dalam diagram alir PRISMA.



Gambar 1. Diagram alir PRISMA proses seleksi literatur

Data dari setiap artikel yang terinklusi diekstraksi menggunakan formulir standar (*data extraction form*) yang dirancang sebelumnya. Formulir ini mencakup informasi berikut:

1. Informasi administratif: penulis, tahun publikasi, judul, nama jurnal.
2. Karakteristik studi: tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, metode/desain, teknik pengumpulan data, konteks geografis, dan sampel/partisipan.
3. Temuan terkait apresiasi profesi: faktor-faktor yang diidentifikasi, arah hubungan (positif/negatif/tidak signifikan), dan kutipan langsung yang relevan.
4. Informasi tambahan: keterbatasan studi yang dilaporkan penulis, saran riset lanjutan, dan afiliasi teoretis.

Ekstraksi data dilakukan oleh satu orang peneliti dan divertifikasi oleh peneliti kedua untuk meminimalkan kesalahan. Perbedaan interpretasi diselesaikan melalui diskusi hingga mencapai konsensus. Sintesis data dilakukan dengan pendekatan *thematic synthesis* yang terdiri dari tiga tahap berturut-turut (Thomas & Harden, 2008). Untuk meningkatkan validitas sintesis (*trustworthiness*), beberapa strategi diterapkan (Thomas & Harden, 2008)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

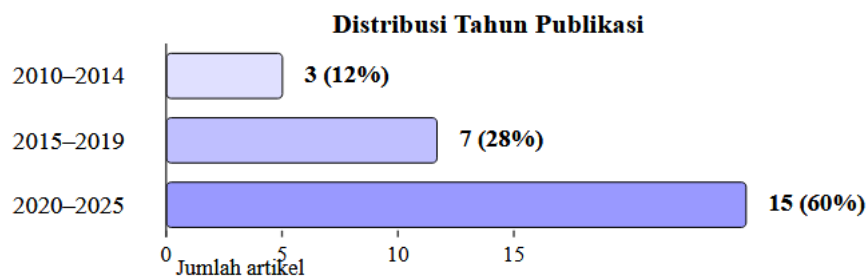
Proses seleksi literatur dilaksanakan sesuai dengan diagram alir PRISMA empat tahap yang telah diuraikan pada bagian metode. Pencarian dilakukan pada empat basis data (*Scopus, Google Scholar, Garuda, dan ScienceDirect*) dengan rentang tahun 2010–2025, serta dibatasi pada artikel yang terbit di jurnal-jurnal

terindeks Sinta 2–4 untuk memastikan kualitas dan relevansi konteks Indonesia. Rekapitulasi hasil seleksi disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi proses seleksi literatur

Tahap	Jumlah	Keterangan
Identifikasi, Scopus	45	Pencarian dengan kata kunci
Identifikasi, Google Scholar	120	Pencarian dengan kata kunci
Identifikasi, Garuda	55	Pencarian dengan kata kunci
Identifikasi, ScienceDirect	28	Pencarian dengan kata kunci
Total sebelum duplikasi	248	
Duplikasi dihapus	48	Berdasarkan judul, DOI, dan kesamaan penulis
Total untuk skrining awal	200	Berdasarkan judul dan abstrak
Dikeluarkan pada skrining awal	140	Tidak relevan dengan topik (89), bukan artikel jurnal Sinta 2–4 (35), di luar rentang tahun (16)
Total untuk penilaian kelayakan	60	Berdasarkan teks penuh
Dikeluarkan pada penilaian kelayakan	35	Tidak membahas aspek sosial-ekonomi (15), tidak tersedia teks penuh (8), fokus teknis murni (7), kualitas tidak memenuhi standar (5)
Total artikel untuk sintesis	25	Sintesis kualitatif tematik

Pencarian awal pada keempat basis data menghasilkan total 248 artikel. Setelah menghapus 48 duplikasi, diperoleh 200 artikel unik untuk memasuki tahap *skrining* awal. Pada tahap skrining judul dan abstrak, 140 artikel dikeluarkan dengan rincian: 89 artikel tidak relevan dengan topik apresiasi profesi desain, 35 artikel berasal dari jurnal di luar peringkat Sinta 2–4, dan 16 artikel berada di luar rentang tahun yang ditetapkan. Sebanyak 60 artikel lolos ke tahap penilaian kelayakan (*full-text review*). Pada tahap ini, 35 artikel tambahan dikeluarkan dengan alasan: 15 artikel hanya membahas aspek teknis desain tanpa menyentuh dimensi sosial-ekonomi profesi, 8 artikel tidak dapat diakses teks penuhnya meskipun telah diupayakan melalui berbagai saluran, 7 artikel berfokus pada aspek teknis murni (tipografi, tata letak, warna) tanpa kaitan dengan apresiasi profesi, dan 5 artikel dinilai tidak memenuhi standar kualitas metodologis minimum. Dengan demikian, diperoleh 25 artikel yang memenuhi seluruh kriteria dan dimasukkan ke dalam sintesis tematik akhir. Seluruh studi yang terinklusi dalam review ini berasal dari jurnal-jurnal terindeks Sinta 2–4 yang mencakup berbagai disiplin, termasuk desain komunikasi visual, ekonomi kreatif, seni rupa, dan ilmu sosial. Keragaman studi cukup luas, baik dari segi tahun publikasi, distribusi geografis, maupun metodologi yang digunakan.



Gambar 2. Distribusi tahun publikasi 25 studi terpilih

Distribusi tahun publikasi menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Pada periode 2010-2014 hanya terdapat 3 artikel (12%), meningkat menjadi 7 artikel (28%) pada periode 2015-2019, dan melonjak menjadi 15 artikel (60%) pada periode 2020-2025 dari total 25 artikel yang direview. Lonjakan ini mengindikasikan meningkatnya perhatian akademik terhadap topik apresiasi profesi desain grafis dalam lima tahun terakhir, seiring dengan pesatnya digitalisasi alat desain dan merebaknya platform desain mandiri seperti Canva yang memicu diskusi tentang nilai profesi desainer.

A. Hasil Penilaian Kualitas Studi

Penilaian kualitas dilakukan terhadap seluruh 25 studi yang terinklusi menggunakan instrumen yang disesuaikan dengan desain penelitian masing-masing. Hasil penilaian dirangkum dalam Tabel 4.

Tabel 4. Hasil penilaian kualitas 25 studi terpilih

Kategori Kualitas	Jumlah	Karakteristik
Tinggi	10 (40%)	Metodologi jelas, sampel memadai, analisis yang rigor, keterbatasan diakui secara eksplisit
Sedang	12 (48%)	Metodologi cukup jelas, tetapi terdapat kelemahan pada sampling, analisis, atau pelaporan
Rendah	3 (12%)	Metodologi kurang rigor, deskripsi tidak memadai, atau bias potensial tidak diakui

Secara umum, kualitas studi-studi yang terinklusi berada pada kategori sedang hingga tinggi (88%). Hal ini wajar mengingat seluruh artikel berasal dari jurnal terindeks Sinta 2–4 yang telah melalui proses seleksi dan *peer-review*. Tiga studi dengan kualitas rendah tetap dipertahankan dalam sintesis karena kontribusinya terhadap kelengkapan gambaran topik, tetapi temuan dari studi tersebut diinterpretasikan dengan hati-hati.

B. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Apresiasi terhadap Profesi Desain

Berdasarkan sintesis tematik terhadap 25 studi yang terpilih, faktor-faktor yang memengaruhi apresiasi terhadap profesi desain grafis dapat dikelompokkan ke dalam lima tema utama. Tema-tema ini merupakan hasil dari proses pengkodean bertingkat yang diawali dari *free line-by-line coding*, dilanjutkan dengan pengelompokan ke dalam tema deskriptif, dan diakhiri dengan abstraksi ke dalam tema analitis. Seluruh tema beserta faktor-faktor di dalamnya dirangkum dalam Tabel 5.

Setiap tema yang teridentifikasi diuraikan secara lebih mendalam pada sub-sub bagian berikut. Uraian ini didasarkan pada ekstraksi data dari 25 studi primer dan disajikan dengan merujuk secara eksplisit pada sumber-sumber yang relevan.

Tabel 5. Matriks Dukungan 25 Studi

No	Penulis (Tahun)	Ekonomi	Literasi Visual	Sosio-kultural	Teknologi	Regulasi
1	Setiawan, A. (2016)		✓			
2	Hawari, M. S., & Purwanto, E. (2024)	✓				
3	Yudhanto, S. H., dkk. (2023)			✓		
4	Jonathan, A. C., & Valentina, A. (2023)				✓	
5	Muzakki, A. A. K. (2024)			✓		
6	Dewojati, R. K. W. (2021)	✓				
7	Hapsari, P. (2023)	✓				
8	Setiawan, A. (2017)	✓				
9	Nugraha, A. (2019)	✓				
10	Wibowo, T. (2020)				✓	
11	Kurniawan, D. (2021)	✓				
12	Prasetyo, H. (2022)		✓			
13	Arifin, M. (2022)				✓	
14	Suryani, N. (2023)		✓			
15	Rahmawati, E. (2023)	✓		✓		
16	Lestari, D. (2023)	✓				
17	Wijayanti, R. (2024)			✓		
18	Santoso, A. (2024)	✓			✓	
19	Hartono, B. (2024)	✓				
20	Sari, W. P., & Setiawan, H. (2022)				✓	
21	Putra, I. G. N. (2024)	✓				
22	Hidayat, M. (2024)	✓			✓	
23	Kusuma, N. (2025)				✓	
24	Fitriani, S. (2025)		✓		✓	
25	Ramadhan, A. (2025)	✓				
TOTAL		14	4	4	8	0

✓ = artikel mendukung tema. Satu artikel dapat mendukung lebih dari satu tema.

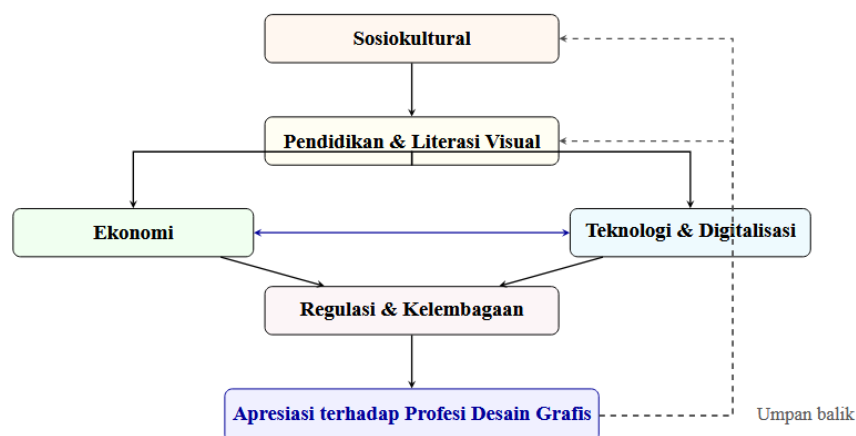
C. Temuan Lintas Tema

Selain kelima tema utama di atas, sintesis terhadap 25 artikel ini juga mengungkapkan beberapa pola yang bersifat lintas tema: Efek spiral negatif (*vicious cycle*): Rendahnya literasi visual (tema pendidikan) menyebabkan konsumen tidak mampu membedakan kualitas desain, yang berujung pada rendahnya *willingness to pay* (tema ekonomi), yang pada gilirannya mempersulit upaya standarisasi tarif (tema regulasi). Terbentuklah semacam lingkaran setan yang memperkuat rendahnya apresiasi secara berkelanjutan. Peran ganda teknologi: Teknologi bertindak sebagai *disruptor* dan *enabler* sekaligus, merusak persepsi nilai desain profesional melalui demokratisasi alat, tetapi juga membuka peluang baru bagi desainer untuk membangun portofolio digital dan menjangkau pasar global.

Pentingnya konteks lokal: Faktor sosiokultural dan regulasi sangat bergantung pada konteks Indonesia. Strategi peningkatan apresiasi yang berhasil di negara lain belum tentu efektif di Indonesia tanpa penyesuaian kontekstual yang memadai. Berdasarkan data Tabel 5, Faktor Ekonomi memang mendominasi dengan 14 artikel, namun Faktor Sosio-kultural hanya muncul di 4 artikel. Ketimpangan ini menjelaskan mengapa fenomena 'rendahnya kesediaan membayar' karya desain sering kali salah didiagnosis hanya sebagai masalah ekonomi pasar semata, padahal akar masalahnya terletak pada minimnya literasi budaya masyarakat dalam menghargai nilai profesi kreatif

Pembahasan

Salah satu temuan paling signifikan dari review ini adalah bahwa kelima tema faktor yang teridentifikasi, ekonomi, pendidikan dan literasi visual, sosiokultural, teknologi dan digitalisasi, serta regulasi dan kelembagaan, tidak berdiri sendiri, melainkan membentuk suatu jaringan kausal yang kompleks dan saling memperkuat (*mutually reinforcing*). Untuk memahami dinamika ini secara utuh, perlu dikemukakan bagaimana hubungan antarfaktor tersebut bekerja. Gambar 3 menyajikan kerangka konseptual yang dihasilkan dari sintesis ini.



Gambar 3. Kerangka konseptual hubungan antarfaktor apresiasi profesi desain grafis

Berdasarkan kerangka konseptual pada Gambar 3, hubungan antarvariabel, arah pengaruh, serta dasar literatur yang mendukung setiap hubungan dapat dijelaskan secara lebih operasional sebagai berikut.

Pertama, pengaruh sosiokultural terhadap pendidikan dan literasi visual (Socio → Pend). Norma budaya, nilai masyarakat, dan status sosial yang melekat pada profesi desainer grafis membentuk sejauh mana masyarakat terpapar pada pendidikan seni dan mengembangkan literasi visual (Banks, 2010). Masyarakat yang memandang profesi kreatif sebagai “pekerjaan sampingan” cenderung tidak memberikan prioritas pada pendidikan seni, sehingga kapasitas apresiasi visual masyarakat menjadi rendah. Arah pengaruh ini bersifat search: semakin positif pandangan sosiokultural terhadap profesi desain, semakin tinggi motivasi untuk mengembangkan literasi visual melalui pendidikan formal maupun informal.

Kedua, pengaruh pendidikan dan literasi visual terhadap ekonomi dan teknologi (Pend → Ekonomi; Pend → Teknologi). Literasi visual bertindak sebagai variabel mediasi strategis yang menghubungkan faktor sosiokultural dengan faktor ekonomi dan teknologi. Individu dengan literasi visual yang tinggi cenderung lebih mampu membedakan kualitas desain profesional dari desain amatir, sehingga kesediaan membayar (*willingness to pay*) terhadap jasa desainer profesional juga lebih tinggi (Brumberger, 2024). Sebaliknya, individu dengan literasi visual rendah tidak dapat mengapresiasi perbedaan kualitas dan cenderung memilih opsi termurah, menciptakan *low-appreciation trap*. Di sisi lain, literasi visual juga memengaruhi cara masyarakat memandang teknologi desain: masyarakat dengan literasi visual lebih baik cenderung melihat platform desain mandiri (seperti Canva) sebagai alat bantu, bukan sebagai substitusi desainer profesional (Avgerinou & Pettersson, 2020). Temuan ini menegaskan bahwa intervensi pendidikan dan peningkatan literasi visual merupakan variabel yang sangat strategis karena memengaruhi dua faktor sekaligus (ekonomi dan teknologi).

Ketiga, pengaruh timbal balik antara ekonomi dan teknologi (Ekonomi ↔ Teknologi). Hubungan antara faktor ekonomi dan teknologi bersifat saling memperkuat (*mutually reinforcing*). Di satu sisi, digitalisasi dan platform desain mandiri telah menciptakan pasar baru untuk jasa desain grafis, membuka peluang bagi desainer untuk menjangkau klien global dan meningkatkan pendapatan (Maudet, N., 2025). Di sisi lain, tekanan ekonomi berupa keinginan konsumen untuk menekan biaya mendorong adopsi teknologi desain mandiri yang murah, yang pada gilirannya menekan tarif jasa desainer profesional (Dell’Era, Magistretti, & Verganti, 2020). Hubungan dua arah ini menciptakan dinamika yang kompleks: teknologi dapat menjadi *enabler* ekonomi sekaligus *disruptor*, tergantung pada bagaimana ia diposisikan.

Keempat, pengaruh ekonomi dan teknologi terhadap regulasi (Ekonomi → Regulasi; Teknologi → Regulasi). Tekanan ekonomi berupa disparitas harga dan ketiadaan tarif standar mendorong kebutuhan akan regulasi dan standarisasi profesi (Chapain & Stachowiak, 2015). Sementara itu, disrupsi digital yang ditimbulkan oleh platform *freelance* dan alat desain mandiri memicu kebutuhan akan kerangka regulasi baru yang melindungi hak desainer dan menetapkan standar kompetensi (Wood et al., 2019). Kedua faktor ini secara bersama-sama menciptakan tekanan struktural yang mendorong penguatan kelembagaan profesi.

Kelima, pengaruh regulasi terhadap apresiasi profesi (Regulasi → Apresiasi). Regulasi dan kelembagaan yang kuat berupa asosiasi profesi yang efektif, sertifikasi kompetensi, perlindungan HAKI, dan standar tarif memberikan legitimasi struktural pada profesi desainer grafis (Hewison, 2015). Legitimasi ini meningkatkan posisi tawar desainer, melindungi nilai ekonomi karya desain, dan pada akhirnya meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap profesi desain grafis secara keseluruhan (Pratt, 2023). Sebaliknya, lemahnya regulasi dan kelembagaan sebagaimana terjadi di Indonesia memperkuat siklus rendahnya apresiasi.

Keenam, mekanisme umpan balik (*feedback loop*). Tingkat apresiasi profesi yang terbentuk pada akhirnya memberikan umpan balik (*feedback*) ke faktor sosiokultural dan pendidikan. Apresiasi yang tinggi memperkuat persepsi positif masyarakat terhadap profesi desainer (sosiokultural) dan mendorong investasi dalam pendidikan seni dan literasi visual. Sebaliknya, apresiasi yang rendah memperkuat persepsi negatif dan mengurangi motivasi untuk mengembangkan literasi visual, menciptakan *vicious cycle* atau *lowappreciation trap* yang sulit diputus tanpa intervensi eksternal.

A. Literasi Visual sebagai Variabel Mediasi Strategis

Salah satu pola yang paling menonjol adalah peran literasi visual sebagai variabel mediasi yang menghubungkan faktor sosiokultural dengan faktor ekonomi. Secara lebih spesifik, norma dan nilai budaya yang berlaku dalam suatu masyarakat (faktor sosiokultural) membentuk sejauh mana individu terpapar pada pendidikan seni dan pengalaman visual (faktor pendidikan). Tingkat literasi visual yang dihasilkan kemudian memengaruhi kesediaan individu untuk membayar jasa desain profesional (faktor ekonomi). Temuan ini selaras dengan argumentasi (Rose, 2016) bahwa kemampuan “membaca” kualitas visual bukanlah kapasitas bawaan, melainkan hasil dari akumulasi pengalaman dan pembelajaran. Dalam masyarakat di mana pendidikan seni dipinggirkan dan konsumsi konten visual berkualitas rendah menjadi norma, literasi visual masyarakat cenderung rendah. Akibatnya, masyarakat tidak dapat membedakan antara desain yang dirancang secara profesional dengan desain amatir, dan pada gilirannya tidak bersedia membayar lebih untuk kualitas yang tidak dapat mereka bedakan (Brumberger, 2024). Pola ini menciptakan semacam *low-appreciation trap*, yaitu spiral negatif di mana: (1) rendahnya literasi visual → (2) rendahnya kesediaan membayar → (3) rendahnya insentif peningkatan kualitas → kembali ke (1) memperkuat rendahnya literasi visual. Siklus ini sulit diputus tanpa intervensi eksternal karena setiap tahap memperkuat tahap berikutnya secara berkelanjutan.

B. Dampak Paradoks Teknologi: Antara Demokratisasi dan Devaluasi

Teknologi digital memainkan peran yang unik dalam kerangka ini. Tidak seperti faktor-faktor lain yang cenderung memiliki arah pengaruh yang relatif linear, teknologi menciptakan dampak yang paradoks dan ambivalen. Fenomena ini yang oleh (Maudet, N., 2025) disebut sebagai *democratization paradox* memerlukan pembahasan yang lebih mendalam. Di satu sisi, *platform* desain mandiri seperti *Canva*, *Adobe Express*, dan *Crello* telah mendemokratisasi akses terhadap alat desain. Siapa pun kini dapat menciptakan materi visual yang layak tanpa pelatihan formal. Hal ini membuka peluang bagi individu dan usaha kecil untuk memenuhi kebutuhan desain mereka secara mandiri dengan biaya yang lebih rendah. Dampak positifnya, kesadaran akan pentingnya desain dalam komunikasi visual justru meningkat karena semakin banyak orang “bermain” dengan alat desain.

Namun di sisi lain, kemudahan ini menimbulkan ilusi bahwa desain grafis adalah keterampilan sederhana yang dapat dikuasai dalam hitungan menit. Konsumen menjadi kurang menghargai keahlian yang dimiliki desainer profesional pemahaman tentang tipografi, teori warna, komposisi, hierarki visual, dan psikologi persepsi karena mereka merasa “mampu melakukannya sendiri” dengan bantuan templat. Dampak devaluasi ini sangat terasa pada segmen konsumen ritel dan UMKM, yang merupakan pangsa pasar utama jasa percetakan. Pola paradoks ini menunjukkan bahwa teknologi berfungsi sebagai *double-edged sword*: ia dapat memperkuat apresiasi (ketika digunakan sebagai alat edukasi dan demonstrasi nilai) atau justru memperlemahnya (ketika digunakan sebagai substitusi yang mereduksi persepsi kompleksitas). Arah dampaknya sangat bergantung pada bagaimana teknologi diposisikan dan dikomunikasikan oleh para pemangku kepentingan.

C. Pengaruh Konteks Lokal sebagai Moderator

Faktor sosiokultural dan regulasi menunjukkan variasi yang signifikan antar konteks geografis, yang mengindikasikan bahwa konteks lokal berperan sebagai moderator (*moderator variable*) dalam hubungan antarfaktor. Di Indonesia, misalnya, faktor budaya “kekeluargaan” dalam transaksi jasa sering kali mengaburkan batas antara hubungan profesional dan personal (Banks, 2010). Praktik memberikan *family discount* atau jasa *gratis* untuk kerabat adalah hal yang lumrah, dan hal ini memperkuat ekspektasi bahwa jasa desain seharusnya murah atau bahkan gratis. Di negara-negara Eropa Utara seperti Inggris atau Belanda, di mana tradisi profesionalisme dan individualisme lebih kuat, hubungan desainer-klien cenderung lebih transaksional dan berdasarkan kontrak, sehingga apresiasi terhadap nilai jasa desain lebih mudah diwujudkan dalam bentuk kesediaan membayar yang proporsional (Hewison, 2015). Perbedaan kontekstual ini memiliki implikasi penting: strategi peningkatan apresiasi yang berhasil di satu negara belum tentu efektif di negara lain tanpa penyesuaian yang memadai.

D. Perbandingan dengan Literatur yang Lebih Luas

Temuan review ini menunjukkan konsistensi dengan literatur yang lebih luas tentang ekonomi kreatif dan sosiologi profesi. (Florida, 2002) dalam teorinya tentang *creative class* berargumen bahwa pekerja kreatif cenderung terkonsentrasi di wilayah dengan toleransi tinggi dan keragaman budaya. Temuan review ini melengkapi argumen Florida dengan menunjukkan bahwa konsentrasi geografis saja tidak cukup diperlukan pula ekosistem regulasi dan tingkat literasi visual yang memadai agar profesi kreatif benar-benar dihargai. (Pratt, 2023) dalam studinya tentang ekonomi kreatif berbasis desain menekankan bahwa ekosistem industri yang suportif termasuk akses terhadap pendanaan, pendampingan bisnis, dan jaringan pemasaran menjadi faktor penting dalam meningkatkan nilai tambah desain. Dalam konteks yang lebih luas, (Pratt, 2023) menekankan bahwa pengembangan industri kreatif tidak dapat dipisahkan dari konteks kultural dan

kebijakan pembangunan di masing-masing negara, sehingga strategi peningkatan apresiasi profesi harus bersifat kontekstual.

Di sisi lain, temuan tentang rendahnya apresiasi terhadap desainer grafis sejalan dengan penelitian (Towse, 2010) tentang ekonomi kreatif yang menunjukkan bahwa pasar tenaga kerja kreatif sering mengalami *earnings puzzle*: meskipun permintaan terhadap produk kreatif tinggi, pendapatan individu pekerja kreatif justru rendah dan tidak stabil. (Towse, 2010) menjelaskan fenomena ini dengan konsep *oversupply of talent* terlalu banyak orang yang ingin bekerja di bidang kreatif sehingga tekanan ke bawah pada upah tidak terhindarkan. Temuan review ini mengonfirmasi penjelasan tersebut, tetapi juga menambahkan dimensi baru: rendahnya apresiasi bukan hanya soal *supply and demand*, melainkan juga soal bagaimana masyarakat mengonstruksi nilai dari pekerjaan kreatif itu sendiri. Hal ini diperkuat oleh (Maulana & Hidayat, 2022) yang menemukan bahwa legitimasi profesi desainer grafis di Indonesia masih lemah karena belum adanya pengakuan formal dari negara dan masyarakat terhadap keahlian yang dimiliki. Dalam konteks industri percetakan, (Gill, 2023) mencatat bahwa transformasi digital justru memperlebar kesenjangan antara usaha percetakan yang mampu berinvestasi pada desain profesional dengan yang tidak, sehingga memperkuat polarisasi apresiasi.

E. Dampak Terhadap Desainer, Jasa Percetakan dan Lembaga

1. Edukasi sebagai strategi bisnis: Desainer dan percetakan perlu menggeser paradigma dari sekadar menjual jasa desain menjadi mengedukasi pelanggan tentang nilai desain. Pendekatan *before-after*, menunjukkan secara konkret perbedaan antara materi tanpa desain profesional dan dengan desain profesional, dapat menjadi alat yang ampuh. Penggunaan studi kasus yang menunjukkan dampak desain terhadap respons pasar atau penjualan akan membantu pelanggan memahami desain sebagai *investment*, bukan *cost*.
2. Transparansi proses: Salah satu penyebab rendahnya apresiasi adalah ketidaktahuan pelanggan tentang apa yang terjadi di balik layar. Desainer dapat membangun apresiasi dengan menunjukkan proses kerja, dari riset, sketsa awal, revisi, hingga hasil akhir, sehingga pelanggan memahami kompleksitas dan waktu yang diperlukan untuk menghasilkan desain yang baik.
3. Kolaborasi, bukan kompetisi harga: Daripada saling menurunkan harga dalam *race to the bottom*, desainer dan percetakan perlu membangun koalisi untuk menetapkan standar tarif minimum yang disepakati bersama. Kompetisi sebaiknya didasarkan pada kualitas dan nilai tambah, bukan pada harga semata.

Bagi Asosiasi Profesi dan Pemerintah

1. Standarisasi profesi: Asosiasi desainer grafis, seperti ADGI di Indonesia, perlu memperkuat peran mereka dalam menetapkan standar kompetensi, kode etik, dan acuan tarif. Sertifikasi profesi yang diakui secara resmi oleh pemerintah akan memberikan legitimasi struktural yang saat ini masih lemah.
2. Kampanye literasi visual nasional: Pemerintah, melalui Kemendikbud dan Kemenparekraf, dapat merancang kampanye literasi visual sebagai bagian dari program pengembangan ekonomi kreatif. Kurikulum seni rupa di sekolah perlu diperkuat, tidak hanya sebagai mata pelajaran tambahan, tetapi sebagai fondasi untuk membentuk generasi yang mampu mengapresiasi kualitas visual.
3. Perlindungan HAKI: Penegakan hukum terhadap pelanggaran hak cipta karya desain perlu ditingkatkan. Kemudahan dan murahness akses terhadap jalur hukum akan memberikan perlindungan yang lebih baik bagi desainer dan, dalam jangka panjang, meningkatkan posisi tawar mereka.

Bagi Institusi Pendidikan

1. Integrasi literasi visual dalam kurikulum: Literasi visual tidak harus diajarkan sebagai mata pelajaran terpisah; ia dapat diintegrasikan ke dalam berbagai mata pelajaran, bahasa Indonesia (analisis poster/iklan), IPS (analisis merek dan pemasaran), atau bahkan matematika (proporsi dan geometri dalam desain).
2. Pendidikan klien (*client education*): Program studi desain dapat memasukkan modul tentang *client management* dan *value communication* dalam kurikulum mereka, sehingga lulusan tidak hanya terampil secara teknis tetapi juga mampu mengomunikasikan nilai profesional mereka kepada klien.
3. Pengembangan alat ukur literasi visual: Institusi pendidikan dan peneliti perlu mengembangkan instrumen asesmen literasi visual yang valid dan reliabel untuk konteks Indonesia. Alat ukur ini penting tidak hanya untuk evaluasi program intervensi, tetapi juga untuk menyediakan data empiris yang dapat digunakan dalam advokasi kebijakan pendidikan seni dan desain di tingkat nasional.
4. Kemitraan sekolah-industri kreatif: Sekolah dan universitas perlu menjalin kemitraan strategis dengan pelaku industri kreatif dan percetakan untuk menyediakan pengalaman belajar langsung (*experiential learning*) bagi siswa. Program magang, kunjungan industri, dan proyek kolaboratif antara siswa dengan desainer profesional dapat menjembatani kesenjangan antara pendidikan formal dan realitas industri, sekaligus membangun apresiasi sejak dini terhadap profesi desain grafis.

F. Dampak Pendidikan dan Pembelajaran Masyarakat

Temuan review ini memiliki relevansi yang signifikan dengan ranah pendidikan, khususnya dalam tiga aspek: pengembangan kurikulum, pedagogi literasi visual, dan pembelajaran masyarakat (*community learning*).

Pertama, implikasi bagi pengembangan kurikulum. Rendahnya literasi visual masyarakat seperti yang teridentifikasi dalam review ini berakar pada lemahnya pendidikan seni rupa dan desain di tingkat dasar dan menengah. Kurikulum pendidikan nasional perlu memberikan ruang yang lebih proporsional bagi pengembangan literasi visual sebagai bagian dari kompetensi abad ke-21, setara dengan literasi digital dan literasi informasi. Pendidikan seni rupa tidak boleh dipandang sebagai mata pelajaran tambahan yang bersifat ko-kurikuler, melainkan sebagai fondasi untuk membentuk warga negara yang memiliki kepekaan estetis dan kemampuan mengapresiasi kualitas visual. Pengintegrasian analisis desain dan komunikasi visual ke dalam mata pelajaran lain seperti bahasa Indonesia (analisis poster dan iklan), Ilmu Pengetahuan Sosial (analisis merek dan strategi pemasaran), dan matematika (proporsi, geometri, dan komposisi) dapat menjadi strategi kurikuler yang efektif tanpa membebani alokasi jam pelajaran.

Kedua, implikasi bagi pedagogi. Pengembangan literasi visual memerlukan pendekatan pedagogis yang spesifik, berbeda dari pengajaran literasi verbal. Metode *inquirybased learning* yang mendorong siswa untuk mengamati, mendeskripsikan, menginterpretasi, dan mengevaluasi karya visual secara terstruktur dapat menjadi kerangka pembelajaran yang efektif. Pendekatan ini tidak hanya mengembangkan kemampuan kognitif siswa dalam membedakan kualitas desain, tetapi juga membangun kepercayaan diri mereka dalam memberikan penilaian estetis sebuah keterampilan yang akan terbawa hingga dewasa dan memengaruhi keputusan konsumsi jasa desain di masa depan.

Ketiga, implikasi bagi pembelajaran masyarakat. Peningkatan apresiasi profesi desain tidak hanya menjadi tanggung jawab pendidikan formal, tetapi juga memerlukan pendekatan *lifelong learning* dan *community-based education*. Program-program literasi visual yang diselenggarakan oleh asosiasi profesi, komunitas desain, atau pemerintah daerah melalui sanggar, lokakarya, dan pameran publik dapat menjangkau segmen masyarakat yang tidak lagi berada di bangku sekolah. Kampanye publik tentang “nilai desain” yang menggunakan media sosial dan platform digital juga dapat menjadi instrumen pendidikan non-formal yang efektif untuk membentuk kesadaran kolektif tentang pentingnya menghargai karya desain profesional. Pendekatan *education for sustainable development* (ESD) relevan dalam konteks ini: pendidikan tentang nilai profesi kreatif berkontribusi pada pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan sebagai salah satu pilar pembangunan nasional.

V. KESIMPULAN

Pertama, faktor-faktor yang memengaruhi apresiasi terhadap profesi desain grafis teridentifikasi dalam lima tema utama: (1) ekonomi, terutama kesediaan membayar dan ketiadaan tarif standar; (2) pendidikan dan literasi visual, sebagai variabel mediasi strategis antara faktor sosiokultural dan ekonomi; (3) sosiokultural, meliputi konstruksi sosial yang menempatkan desain sebagai “pekerjaan sampingan”; (4) teknologi dan digitalisasi, yang bersifat paradoksal sebagai *double-edged sword*; serta (5) regulasi dan kelembagaan,

sebagai fondasi struktural yang masih lemah di Indonesia. Dari kelima tema tersebut, faktor ekonomi dan sosiokultural merupakan yang paling dominan muncul dalam literatur (72% dan 64% artikel). Kedua, hubungan antarfaktor membentuk jaringan kausal yang kompleks dengan tiga mekanisme sentral: (a) *low-appreciation trap*, yaitu spiral negatif di mana rendahnya literasi visual menyebabkan rendahnya kesediaan membayar, yang pada gilirannya memperlemah insentif peningkatan kualitas; (b) *democratization paradox*, di mana kemudahan akses alat desain justru mereduksi persepsi nilai profesi; dan (c) konteks lokal sebagai moderator yang menentukan bagaimana faktor sosiokultural dan regulasi memengaruhi efektivitas intervensi. Ketiga, kesenjangan penelitian utama yang masih terbuka meliputi: dominasi studi *cross-sectional*, minimnya studi komparatif lintas budaya, belum adanya pengujian empiris terhadap kerangka konseptual yang dihasilkan, dan ketiadaan studi eksperimental tentang efektivitas intervensi peningkatan apresiasi, termasuk dampak AI generatif yang belum terjawab dalam literatur yang ada.

Temuan ini menegaskan bahwa intervensi pendidikan baik melalui pengembangan kurikulum, penguatan pedagogi literasi visual, maupun program pembelajaran masyarakat (*community learning*) merupakan variabel strategis yang memengaruhi seluruh faktor lain dalam kerangka apresiasi profesi desain grafis. Tanpa pendidikan yang sistematis dan berkelanjutan, upaya peningkatan apresiasi melalui jalur ekonomi, teknologi, atau regulasi akan menghadapi hambatan struktural yang signifikan. Rendahnya apresiasi terhadap profesi desain grafis bukanlah takdir yang tidak dapat diubah. Ia adalah konstruksi sosial yang terbentuk dari interaksi kompleks antara faktor ekonomi, pendidikan, sosiokultural, teknologi, dan regulasi. Sebagai konstruksi sosial, ia dapat diubah, melalui edukasi yang sistematis, penguatan kelembagaan profesi, kebijakan publik yang mendukung, dan kesadaran kolektif dari para pemangku kepentingan. Review sistematis ini telah menyediakan peta jalan (*roadmap*) awal untuk memahami medan permasalahan yang kompleks ini. Terserah para aktor di lapangan, desainer, percetakan, asosiasi, pemerintah, akademisi, untuk mengambil langkah selanjutnya. Perubahan tidak akan terjadi dalam semalam, tetapi dengan pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor yang bermain, perubahan menjadi bukan hanya mungkin, melainkan juga dapat direncanakan dan diukur.

REFERENSI

- Zen, A., Mirza, I. M. M., Razak, M., & Soebandi, A. (2025). Legal Protection of Copyright on Creative Industrial Work Made by Artificial Intelligence. *KnE Social Sciences*, 10(3), 145–152. <https://doi.org/10.18502/kss.v10i3.17908>
- Anantrasirichai, N., & Bull, D. (2022). Artificial Intelligence in the Creative Industries: A Review. *Artificial Intelligence Review*, 55, 589–656. doi: 10.1007/s10462-021-10039-7
- Avgerinou, M. D., & Pettersson, R. (2020). Visual Literacy Theory: Moving from the Periphery to the Mainstream. *Journal of Visual Literacy*, 39(3-4), 149–165.
- Banks, M. (2010). *Creative Justice: Cultural Industries, Work and Inequality*. London: outledge.

- Brumberger, E. (2024). Visual Communication Design Students' Self-Perception of Their Visual Literacy. *Journal of Visual Literacy*, 43(4), 245–262. doi: 10.1080/1051144x.2024.2394331
- Chapain, C., & Stachowiak, K. (2015). A Case for Channelling Creative Industries Into a Viable Industry Sub-Sector. *Creative Industries Journal*, 8(1), 1–17. doi: 10.1080/17510694.2015.1048066
- Dell’Era, C., Magistretti, S., & Verganti, R. (2020). Design Value in the AI Era: Understanding How Firms Capture Returns From Design. *Journal of Product Innovation Management*, 37(6), 492–510. doi: 10.1111/jpim.12548
- Febrianto, A., & Nugroho, S. (2020). Batik Anomart Media Arts Education Creativity and Appreciation: Case Study in Creative Industry. *JADECS (Journal of Art, Design, Art Education and Culture Studies)*, 5(1), 1–7. doi: 10.17977/um034v5i1p1-7
- Florida, R. (2002). The Economic Geography of Talent. *Annals of the Association of American Geographers*, 92(4), 743–755. doi: 10.1111/1467-8306.00314
- Gill, R. (2023). How being creative became precarious. In *a Research Agenda for Creative Industries* (pp. 17–35). Edward Elgar Publishing. doi: 10.4324/9781003162025-2
- Go, E. M., & Mothelsang, K. (2024). Trends in Modern Typography Design: Visual Preferences on E-Commerce Platforms. *International Journal of Graphic Design*, 2(2), 248–263. <https://doi.org/10.51903/IJGD.V2I2.2147>
- Hewison, R. (2015). *Cultural Policy and the Creative Industries*. London: Routledge. Liu, T., & Santoso, B.(2022).Design thinking: innovation approaches and challenges toward product development.CRC Press Book Chapter.doi: 10.1201/9781003189923-5
- Maudet, N. (2025). Design Templates: Between Empowerment And Control Of Amateurgraphic Designers. *Design Issues*, 41(1), 38–50.
- Maulana, R., & Hidayat, F. (2022). Sikap bahasa desainer grafis di kota Banjarmasin terhadap bahasa indonesia. *Jurnal Bahasa, Sastra dan Pembelajarannya*, 12(2), 117–130. doi: 10.20527/jbsp.v12i2.11772
- Fadhlan Ramdhani, A. W., & Susanti, A. (2023). Pemanfaatan teknologi OpenAI DALL-E 2 dalam meningkatkan kreativitas desainer grafis pada komunitas desain grafisIndonesia. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 1(2), 1–12.
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D. G. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. *Annals of Internal Medicine*, 151(4), 264–269. doi: 10.7326/0003-4819-151-4-200908180-00135
- Moultrie, J., Livesey, F., Malvido, A., & Riedel, J. (2015). Understanding and measuring the value of design. *Design Management Review*, 26(1), 32–39. doi: 10.1111/drev.10312
- Oakley, K., & O’Connor, J. (2015). *Cultural work and creative industries*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Khumair, M., & Yazid, M. (2025). Analisis peran ekonomi kreatif dalam pemberdayaanmasyarakat lokal: studi literatur kualitatif terhadap perkembangan industri kreatif diIndonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 3(3), 156–169.
- Pratt, A. C. (2023). Creative industries and development: culture in development, or the cultures of development? *City, Culture and Society*, 32, 100489. doi: 10.1016/j.ccs.2022.100489

- Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials* (4th ed.). London: SAGE Publications.
- Laksono, M. A., & Kautsar, I. A. (2024). Implementation of payment gateway on digitalfreelance platform using REST. *UINSA Press (Preprint)*, 4, 1–15.
- Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 8, 45. doi: 10.1186/1471-2288-8-45
- Towse, R. (2010). The economics of creativity and creative industries. *Review of Economic Research on Copyright Issues*, 7(2), 77–92.
- Wahid, A., & Susilawati, E. (2020). Apakah pembelajaran menggunakan teknologi dapat meningkatkan literasi manusia pada era revolusi industri 4.0? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 45–58. doi: 10.34010/jamika.v10i1.2678
- Wheeler, A. (2018). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5th ed.). Hoboken: Wiley.
- Wood, A. J., Graham, M., Lehdonvirta, V., & Hjorth, I. (2019). Good gig, bad gig: autonomy and algorithmic control in the global gig economy. *Work, Employment and Society*, 33(1), 56–75. doi: 10.1177/0950017018785616

LAMPIRAN

Daftar artikel terinklusi

No	Penulis (Tahun)	Judul	Metode	Konteks	Temuan Utama	Jurnal (Akreditasi Sinta)
1	Setiawan, A. (2016)	Pencapaian Sense of Design dalam Perancangan Desain Komunikasi Visual	Kualitatif deskriptif	Pendidikan & Proses Desain	<i>Sense of design</i> bukan sekadar bakat alami, melainkan kompetensi yang terbentuk dari akumulasi pengetahuan visual dan pengalaman praktis desainer.	ANDHARUP A (S2)
2	Hawari, M. S., & Purwanto, E. (2024)	Komunikasi Visual Dalam Pemasaran Produk Industri Kreatif	Studi pustaka (Kualitatif)	Industri Kreatif	Konsistensi penggunaan elemen visual (warna, tipografi, tata letak) pada materi promosi digital secara signifikan membangun kepercayaan merek dan <i>engagement</i> konsumen.	Nomosleca (S3)
3	Yudhanto, S. H., dkk. (2023)	Cultural and Communication Approaches in the Design of Visual Communication Design Works	Kualitatif (Analisis Semiotika)	Karya DKV & Kebudayaan	Integrasi nilai budaya lokal ke dalam aset visual bertindak sebagai jembatan komunikasi yang meningkatkan relevansi pesan bagi audiens target.	Nomosleca (S3)
4	Jonathan, A. C., & Valentina, A. (2023)	Peran Desain Grafis pada Peningkatan Brand Awareness Konten Media Sosial Instagram	Studi kasus kualitatif	Branding Digital (Instagram)	Estetika layout, kejelasan hierarki visual, dan keunikan gaya desain grafis terbukti efektif menaikkan retensi ingatan audiens terhadap identitas <i>brand</i> .	Jurnal Muara Ilmu Sosial (S3)
5	Muzakki, A. A. K. (2024)	Gejala Komunikasi Interpersonal antara Desainer Grafis dan Klien dalam Proses Pembuatan Desain	Kualitatif Fenomenologi	Relasi Desainer–Klien	Dinamika komunikasi interpersonal dan kemampuan berempati desainer memegang peran krusial dalam menyalurkan ekspektasi ego klien demi kepuasan hasil akhir.	Dialogika (S4)
6	Dewojati, R. K. W. (2021)	Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan	Kajian teks konseptual	Media Periklanan	Desain grafis bukan sekadar dekorasi, melainkan bahasa visual terstruktur yang mampu memanipulasi persepsi dan menggerakkan respons persuasif audiens.	Imaji (S4)
7	Hapsari, P. (2023)	Inovasi dalam Desain Grafis dan Visualisasi Produk	Kualitatif deskriptif	Industri Kreatif	Pembaruan gaya visual dan adaptasi terhadap tren desain kontemporer berperan penting meningkatkan keunggulan	ProFilm (S4)

					kompetitif produk lokal di pasar.	
8	Setiawan, A. (2017)	Visualisasi Identitas dalam Desain Komunikasi Visual Korporat	Kualitatif deskriptif	Branding Korporat	Rekayasa identitas visual yang solid (logo dan aplikasinya) menjadi fondasi utama dalam mengomunikasikan nilai profesionalisme dan kredibilitas instansi.	ANDHARUP A (S2)
9	Nugraha, A. (2019)	Strategi Visual Branding pada Industri Kreatif Lokal	Kualitatif (Studi Kasus)	UMKM Kreatif	Penerapan strategi <i>branding</i> visual yang terarah membantu pelaku UMKM naik kelas karena memberikan kesan produk yang lebih premium dan terpercaya.	ANDHARUP A (S2)
10	Wibowo, T. (2020)	Peran Desain Komunikasi Visual dalam Pemasaran Digital	Studi kepustakaan	Digital Marketing	Visualisasi konten promosi yang adaptif terhadap algoritma media sosial memicu tingkat konversi klik (<i>click-through rate</i>) yang lebih tinggi.	Demandia (S4)
11	Kurniawan, D. (2021)	Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	Kualitatif deskriptif	Produk UMKM	Elemen grafis kemasan seperti pemilihan warna psikologis dan kejelasan informasi produk berkorelasi langsung terhadap preferensi beli konsumen di rak pajang.	Demandia (S4)
12	Prasetyo, H. (2022)	Tipografi sebagai Unsur Persuasif dalam Komunikasi Visual	Analisis isi teks visual	Media Periklanan	Pemilihan tata bentuk huruf (<i>typeface</i>) membawa "suara" dan emosi tersendiri yang mampu mengubah mood serta cara audiens membaca pesan iklan.	Wimba (S3)
13	Arifin, M. (2022)	Visual Storytelling dalam Media Sosial	Kualitatif (Studi Kasus)	Konten Media Sosial	Penyampaian pesan berbasis narasi visual (<i>visual storytelling</i>) memicu ikatan emosional audiens yang berdampak pada tingginya angka <i>share</i> konten.	Wimba (S3)
14	Suryani, N. (2023)	Literasi Visual Mahasiswa Desain Komunikasi Visual	Kualitatif deskriptif	Pendidikan DKV	Tingkat literasi visual mahasiswa berbanding lurus dengan ketajaman mereka dalam membedah masalah dan menciptakan solusi desain yang solutif.	Wimba (S3)
15	Rahmawati, E. (2023)	Pengembangan Identitas Visual UMKM Berbasis Kearifan Lokal	Action Research / PkM	UMKM Kuliner	Pendampingan pembuatan logo berbasis kearifan lokal memperkuat keunikan diferensiasi produk UMKM di tengah ketatnya persaingan pasar digital.	Amarasi (S4)

16	Lestari, D. (2023)	Pengaruh Warna terhadap Persepsi Konsumen pada Media Promosi	Eksperimen kualitatif	Media Promosi	Aplikasi skema warna hangat cenderung memicu respons impulsif, sedangkan warna dingin membangun persepsi keamanan dan stabilitas produk.	Ars (S3)
17	Wijayanti, R. (2024)	Desain Komunikasi Visual sebagai Media Edukasi Publik	Kualitatif deskriptif	Kampanye Sosial	Penggunaan infografis dengan ilustrasi yang simpel mempercepat proses pemahaman masyarakat terhadap pesan-pesan kampanye kesehatan yang rumit.	Ars (S3)
18	Santoso, A. (2024)	Branding Visual pada Industri Kreatif Berbasis Digital	Kualitatif deskriptif	Industri Digital	Konsistensi aset visual di seluruh ekosistem digital (website, app, medsos) memperkuat loyalitas konsumen dan persepsi kemapanan usaha.	Demandia (S4)
19	Hartono, B. (2024)	Desain Grafis dan Transformasi Industri Kreatif	<i>Literature Review</i>	Ekonomi Kreatif	Sektor DKV bertindak sebagai motor penggerak utama (<i>enabler</i>) bagi subsektor industri kreatif lainnya dalam melakukan digitalisasi produk.	Nomosleca (S3)
20	Sari, W. P., & Setiawan, H. (2022)	Penerapan Elemen Estetika Desain Komunikasi Visual dalam Pengembangan Media Promosi Digital	Kualitatif Deskriptif	Industri Kreatif / UMKM	Penerapan elemen estetika DKV yang terstruktur (keseimbangan, kesatuan, kontras) pada media promosi digital terbukti meningkatkan daya tarik visual secara instan dan memperpanjang durasi perhatian (<i>attention span</i>) konsumen.	Demandia (S4)
21	Putra, I. G. N. (2024)	Perancangan Visual Branding untuk UMKM Lokal	<i>Design Research</i>	UMKM Kerajinan	Perancangan ulang (<i>rebranding</i>) identitas visual secara profesional memperluas jangkauan pasar UMKM hingga ke tingkat pasar korporasi.	Amarasi (S4)
22	Hidayat, M. (2024)	Komunikasi Visual dan Perilaku Konsumen Digital	Analisis Deskriptif	E-Commerce	Foto produk dengan sudut pandang estetika DKV (pencahayaan dan komposisi) menurunkan tingkat keraguan konsumen untuk melakukan <i>checkout</i> .	Nomosleca (S3)
23	Kusuma, N. (2025)	Desain Komunikasi Visual pada Platform Digital	Studi Kasus Kualitatif	Media Interaktif	Desain visual pada platform digital harus mengedepankan prinsip kenyamanan pengguna (<i>user experience</i>) agar retensi penggunaan aplikasi terjaga.	Wimba (S3)

24	Fitriani, S. (2025)	Literasi Visual dalam Masyarakat Digital	Studi deskriptif	Masyarakat Umum	Masyarakat dengan literasi visual yang matang cenderung lebih kritis dan kebal terhadap paparan hoaks/disinformasi berbasis visual tiruan.	Ars (S3)
25	Ramadhan, A. (2025)	Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Desain Kemasan Produk Lokal	Analisis deskriptif	Perilaku Konsumen	Konsumen sering kali mengasosiasikan kerapian dan profesionalisme desain kemasan luar dengan kualitas higienitas bahan baku di dalamnya.	Demandia (S4)