

Market & Income Shifts Impact of 2D-Digital Illustrators in the Generative AI Era in Social Media Peers

[Pengaruh Generative AI terhadap Pasar dan Pendapatan Illustrator Digital 2D di Media Sosial]

¹Iqbal Oktavialdi,

²Mochamad Rizal Yulianto

¹⁾ Program Studi Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Email : rizaldo@umsida.ac.id

Abstract. This research investigates the impact of generative artificial intelligence (AI) on the sustainability of income among digital illustrators, employing a qualitative descriptive method supported by data triangulation through interviews with both illustrators and clients. The findings reveal that the rapid development of generative AI has significantly influenced the digital illustration ecosystem, particularly in terms of market demand, client preferences, and competitive dynamics. From the artists' perspective, challenges include reduced commission opportunities, changing community interactions, and the necessity to adopt adaptive strategies such as diversifying marketing platforms, enriching portfolios, and maintaining consistent visibility on social media. Clients, on the other hand, tend to weigh the efficiency, cost, and uniqueness of human-made works against AI-generated illustrations, leading to nuanced shifts in consumption behavior. The study highlights that illustrators who actively sustain engagement and expand their promotional reach across multiple platforms have greater resilience in maintaining their client base, despite the overwhelming speed and volume of AI outputs. Furthermore, the research underscores the importance of adaptive strategies—ranging from pricing structures to preventive measures against income decline—as crucial efforts for illustrators to remain competitive. In conclusion, although AI poses a disruptive force by accelerating production and lowering costs, human illustrators maintain a distinctive value rooted in originality, creativity, and professional trust-building with clients. This research contributes to the business and creative industry discourse by presenting empirical insights on the challenges and strategies faced by illustrators, while also reflecting client-side perspectives on quality, trust, and purchasing motivation.

Keywords - Generative AI; Digital Illustration; 2D Art; Digital Artists' Income; Social Media Marketing; Creative Economy; Qualitative Research; Interview Triangulation

I. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan teknologi digital, peluang eksplorasi dalam dunia seni menjadi semakin terbuka. Bagi para seniman yang ingin mencoba media baru, teknologi digital menawarkan akses terhadap audiens yang lebih luas. Hal ini memberi peluang bagi para ilustrator untuk membangun karier secara mandiri tanpa bergantung pada perantara atau institusi formal. Permintaan terhadap karya ilustrasi digital diperkirakan akan terus meningkat di masa mendatang, didorong oleh berbagai faktor seperti pertumbuhan pasar daring, keragaman penggunaan, serta peluang kolaborasi dan kemitraan kreatif.

Transformasi dari ilustrasi konvensional ke ilustrasi digital juga membawa implikasi terhadap interaksi sosial dan komunikasi visual, khususnya melalui media sosial. Ilustrasi digital saat ini berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi, membangun identitas visual personal atau merek, serta memperkuat daya tarik visual dalam lingkungan interaktif yang luas. Dalam konteks ini, ilustrasi digital tidak lagi hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi telah berkembang menjadi bahasa visual yang kuat dalam dinamika komunikasi modern.

Kemunculan berbagai platform daring juga memperkuat eksistensi ilustrator digital dalam industri kreatif. Platform seperti *DeviantArt* telah lama menjadi ruang populer bagi para ilustrator untuk menampilkan karya, menawarkan jasa komisi, mengikuti kompetisi, serta berinteraksi dengan komunitas global. Selain itu, platform lain seperti *ArtStation*, *Pixiv*, *Fiverr*, *Behance*, dan *Vgen* turut menyediakan sarana bagi ilustrator digital untuk membangun portofolio dan menjual jasa mereka secara profesional[1].

Dalam jurnal *Applications of Generative AI in the Creative Sector* oleh Andrei McCall, dijelaskan bahwa generative AI telah membawa transformasi besar dalam sektor kreatif, tidak hanya mempercepat proses produksi tetapi juga memperluas cakupan ide dan bentuk artistik yang bisa diwujudkan. Teknologi seperti GAN, transformer,

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

dan diffusion model memungkinkan seniman menghasilkan karya visual, musik, hingga arsitektur dengan efisiensi tinggi. Namun, makalah ini juga menekankan risiko etis seperti bias data, krisis otoritas karya, serta ancaman terhadap nilai autentik dari karya manusia[2].

Di sisi lain, kemajuan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) telah masuk ranah seni visual, menimbulkan penyimpangan di kalangan praktisi dan akademisi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kekhawatiran terhadap kemungkinan AI menggantikan peran seniman manusia. Fenomena ini muncul setelah salah satu penghargaan seni tahunan, *Colorado State Fair*, dimenangkan oleh karya yang dihasilkan melalui AI bernama *Midjourney*. Kejadian ini memicu perdebatan luas dalam komunitas seni visual.

Beragam respons muncul terkait fenomena tersebut. Beberapa pihak mendukung penggunaan AI sebagai alat bantu dalam proses desain, sementara pihak lainnya menyampaikan kekhawatiran bahwa AI dapat mengancam keberlangsungan profesi kreatif. Kontroversi semakin menguat setelah beredarnya karya-karya AI di media sosial yang diduga merupakan hasil plagiasi terhadap karya seniman lain. Para pendukung menganggap AI dapat mempercepat proses kreatif, sedangkan penentang menilai bahwa AI berpotensi menggantikan otoritas seniman manusia serta disalahgunakan untuk tujuan komersial, mengingat hasilnya dapat diperoleh secara cepat dan instan[3].

Fenomena keresahan tersebut diperkuat oleh temuan dalam studi Kunihiro Miyazaki et al. (2024) yang meneliti persepsi publik terhadap generative AI melalui analisis Twitter. Mereka menemukan bahwa ilustrator merupakan salah satu kelompok dengan sentimen paling negatif terhadap generative AI, terutama karena kekhawatiran akan penyalahgunaan karya mereka tanpa izin dalam proses pelatihan AI. Ketakutan kehilangan pekerjaan, penurunan permintaan untuk komisi ilustrasi manual, serta kecaburan antara karya manusia dan mesin menjadi sorotan utama. Penelitian ini menunjukkan bagaimana dampak AI tidak hanya teknologis, tetapi juga menyentuh aspek emosional dan ekonomi para pelaku kreatif[4].

Kekhawatiran terhadap dampak Generative AI terhadap karier di bidang kreatif semakin meningkat, terutama di kalangan profesional yang telah merasakan langsung konsekuensinya. Sejumlah penulis, penerjemah, dan ilustrator melaporkan kehilangan pekerjaan atau menurunnya nilai ekonomi dari karya mereka akibat kemunculan teknologi ini. Sekitar 26% ilustrator dan 36% penerjemah menyatakan telah kehilangan pekerjaan karena keberadaan AI generatif. Selain itu, 37% ilustrator dan 43% penerjemah mengaku bahwa penghasilan dari pekerjaan mereka mengalami penurunan nilai. Ketika ditanya tentang prospek ke depan, sekitar 65% penulis fiksional dan 57% penulis non-fiksional percaya bahwa penghasilan mereka di masa mendatang akan terdampak secara negatif oleh teknologi ini. Kekhawatiran ini bahkan lebih tinggi di kalangan penerjemah dan ilustrator, masing-masing mencapai 77% dan 78%[5].

Di tengah perkembangan ini, penting untuk menyoroti aspek perlindungan hak kekayaan intelektual, terutama dalam konteks ilustrasi digital. Pelanggaran hak cipta masih sering terjadi di Indonesia, dan hal ini tidak hanya merugikan pencipta secara ekonomi tetapi juga secara moral. Oleh karena itu, upaya perlindungan terhadap karya ilustrasi digital harus diperkuat guna memastikan penghargaan terhadap hak dan otoritas pencipta tetap terjaga [6].

Jurnal penelitian ini ditulis untuk meneliti seberapa besar dampak dari keberadaan AI pada era ini terhadap mata pencarian utama para ilustrator digital secara keseluruhan sebagai ancaman utama mereka. Penelitian ini harapan kedepannya mampu membuka wawasan terhadap khalayak awam untuk memahami bagaimana karya seni digital itu tidak semerta-merta menghasilkan gambar untuk mereka gunakan, dibaliknya ada banyak tahapan-tahapan kreatif penting yang hanya dapat dilakukan manusia bukan mesin. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat seperti rekomendasi kebijakan dari perusahaan AI terkait standar publikasi, solusi, prosedur sampai pengetahuan untuk mengindustrialisasikan karya hasil AI agar kedepannya tidak ada masalah atau isi plagiasi lainnya didunia ilustrasi.

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah sejauh mana kemunculan Generative AI memengaruhi pendapatan para digital artist atau ilustrator dua dimensi yang mempromosikan jasa mereka melalui media sosial. Dengan meningkatnya popularitas platform seperti Midjourney, DALL·E, dan Stable Diffusion, banyak karya visual yang dulunya dibuat secara manual kini dapat dihasilkan dengan bantuan AI secara lebih cepat dan hemat biaya. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran di kalangan ilustrator, terutama mereka yang mengandalkan penghasilan dari sistem komisi atau pesanan ilustrasi pribadi melalui jaringan media sosial.

Untuk menjawab isu ini, peneliti akan melakukan analisis terhadap perbandingan pendapatan digital artist sebelum dan setelah kehadiran masif Generative AI, serta mengeksplorasi persepsi sosial dalam komunitas seniman digital di ranah online. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah AI berperan sebagai alat bantu semata atau justru menjadi pesaing langsung bagi kreator manusia dalam pasar ilustrasi digital.

Rumusan Masalah

: Adapun Rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perkembangan Generative AI mempengaruhi pendapatan digital illustrator dua dimensi?
2. Bagaimana persepsi komunitas di media social terhadap karya manusia berbanding dengan karya berbasis AI?

	<p>3. Apa saja strategi yang digunakan digital illustrator untuk tetap bersaing di era AI?</p>
Tujuan Penelitian	<p>: Adapun Tujuan penelitian dari studi ini adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis terhadap perbedaan pendapatan digital illustrator dua dimensi sebelum dan sesudah maraknya Generative AI. 2. Mengidentifikasi persepsi terhadap keberadaan Generative AI dalam lingkup pasar ilustrasi digital. 3. Mengukur dampak Generative AI terhadap minat pengguna media social untuk memesan ilustrasi dari ilustrator manusia 4. Menggambarkan strategi adaptasi para ilustrator dalam menghadapi persaingan dengan Generative AI
Pertanyaan Penelitian	<p>: Bagaimana pengaruh kemunculan Generative AI terhadap pendapatan dan peluang kerja digital artist/illustrator dua dimensi dalam lingkup pertemuan media sosial sebelum dan setelah maraknya teknologi tersebut?</p>
Kategori SDG's	<p>: Penelitian ini sejalan dengan <i>SDG 8: Decent Work and Economic Growth</i>, yang menekankan pentingnya pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Munculnya <i>Generative AI</i> dalam bidang ilustrasi digital dua dimensi telah memengaruhi pendapatan banyak digital artist yang bergantung pada sistem komisi melalui media sosial. Inovasi ini, meskipun mempercepat produksi visual, juga menimbulkan risiko tergantikannya peran manusia oleh teknologi. Hal ini dapat mengancam keberlanjutan ekonomi pekerja kreatif independen di era digital. Oleh karena itu, penelitian ini berkontribusi untuk mengevaluasi dampak nyata AI terhadap keberlangsungan pekerjaan layak di sektor kreatif digital. Temuan ini penting dalam konteks target SDG 8.3 dan 8.5, yang mendukung kewirausahaan dan kesetaraan akses terhadap pekerjaan produktif[7].</p>

II. TINJAUAN PUSTAKA

Istilah *ilustrator dua dimensi* merujuk pada seniman yang menciptakan karya visual pada bidang datar (dua dimensi), baik melalui teknik digital maupun tradisional. Karya mereka umumnya digunakan untuk berbagai keperluan seperti ilustrasi buku, komik, desain karakter, hingga pengembangan gim. Menurut definisi dari Big Red Illustration, ilustrasi dua dimensi merupakan seni gambar yang dibuat secara manual maupun digital yang menampilkan visual dalam dua dimensi, yaitu tinggi dan lebar[8].

Sementara itu, *Generative Artificial Intelligence (Generative AI)* merupakan cabang dari kecerdasan buatan yang menggunakan model pembelajaran mendalam (*deep learning*) untuk menghasilkan konten baru, seperti teks, gambar, maupun audio. IBM mendefinisikan teknologi ini sebagai model deep learning yang mampu menciptakan konten berkualitas tinggi berdasarkan data pelatihan yang telah diberikan[9].

Platform media sosial seperti *Behance*, *DeviantArt*, dan *VGen* menyediakan ekosistem daring bagi para seniman digital untuk menampilkan karya, menerima pesanan komisi, serta memperluas jaringan profesional mereka. *Behance* dikenal sebagai platform daring utama untuk memamerkan dan menemukan karya kreatif[10], sementara *DeviantArt* berperan sebagai komunitas seni daring yang menghubungkan seniman dengan para penggemar[11]. Adapun *VGen* secara khusus memfasilitasi komisi digital antara seniman manusia dan klien kreator—seperti VTuber dan streamer—with kebijakan eksplisit yang menolak penggunaan teknologi AI tanpa izin dari seniman terkait[12].

Penelitian mengenai pengaruh teknologi terhadap pendapatan seniman digital telah dilakukan oleh sejumlah akademisi, salah satunya Novaković. Dalam studinya, ia menyoroti bahwa media sosial seperti Instagram menjadi platform utama promosi sekaligus sumber penghasilan bagi banyak ilustrator digital, terutama melalui sistem komisi dan pemasaran langsung kepada audiens global. Novaković menyatakan bahwa banyak seniman menganggap Instagram sebagai platform utama untuk mempromosikan karya mereka dan sebagai sumber pendapatan utama karena sifatnya yang visual dan cakupan pengguna yang luas[13].

Kemunculan Generative AI seperti *Midjourney* dan *DALL·E* telah mengubah lanskap pasar ilustrasi digital secara signifikan. Dejan Grba dalam bukunya menjelaskan bahwa penggunaan model generatif dalam seni digital turut menantang konsep tradisional mengenai otoritas pencipta, originalitas, dan kreativitas dalam seni visual[14]. Perkembangan ini menimbulkan kekhawatiran di kalangan ilustrator terkait ketahanan posisi mereka dalam pasar kerja digital yang semakin kompetitif.

Laporan yang dirilis oleh *UNCTAD* menyoroti pentingnya pengelolaan arus data digital dan pemanfaatan AI agar sejalan dengan pencapaian *Sustainable Development Goals (SDG)*, termasuk dalam aspek pekerjaan yang layak.

UNCTAD menegaskan bahwa bagaimana data digital dikelola akan berdampak besar terhadap kemampuan global dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan[15].

Selain itu, laporan dari *International Labour Organization (ILO)* secara tegas mengaitkan keberadaan platform kerja digital dengan SDG 8, yaitu terkait pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi. Laporan tersebut menyatakan bahwa platform kerja digital berpotensi memberi manfaat bagi pekerja dan pelaku usaha, serta masyarakat secara umum. Namun, potensi positif tersebut hanya dapat terealisasi jika peluang kerja yang tersedia memiliki kualitas yang layak [16]. Oleh karena itu, dalam konteks pekerja kreatif digital, perlunya regulasi dan perlindungan hukum menjadi semakin penting agar mereka tidak terjebak dalam kondisi kerja yang merugikan atau kehilangan sumber penghasilan yang stabil.

III. METODE

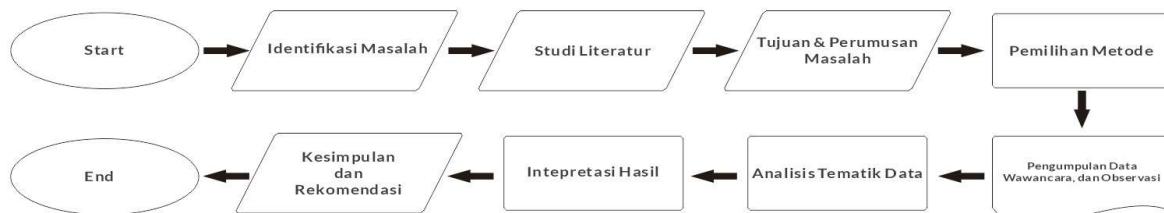
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali dan memahami secara mendalam dampak kemunculan Generative AI terhadap pendapatan digital artist/illustrator dua dimensi dalam lingkup pertemanan media sosial[17]. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai pengalaman, persepsi, dan strategi para ilustrator dalam menghadapi perubahan teknologi[18].

Untuk memperoleh hasil penelitian yang memadai dan sesuai dengan tingkat ketelitian yang diharapkan, digunakan pendekatan kualitatif deskriptif sebagai metode pengumpulan data. Dalam konteks menelaah pengaruh Generative AI terhadap sektor pasar ilustrasi digital secara global, diperlukan temuan awal yang berfungsi sebagai pijakan bagi studi lanjutan. Temuan ini idealnya diperoleh melalui proses riset kualitatif. Oleh karena itu, teknik focus group dipilih sebagai instrumen utama untuk memperoleh wawasan mengenai pengalaman, pandangan, serta persepsi dari kelompok responden yang dipilih secara selektif[19].

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur kepada ilustrator digital aktif yang menggunakan media sosial sebagai platform utama promosi dan transaksi komisi. Selain itu, data pendukung diambil dari observasi konten yang diunggah di platform seperti Twitter, Instagram, dan ArtStation, untuk menganalisis tren interaksi dan engagement sebelum dan sesudah AI popular[20].

Data yang diperoleh dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola-pola umum dalam narasi responden, terutama terkait perubahan pendapatan, strategi adaptasi, dan persepsi terhadap AI. Metode ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kontekstual mengenai disruptif AI di industri ilustrasi digital, serta menyediakan masukan strategis bagi pelaku industri kreatif dan pembuat kebijakan[21].

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang serta tantangan riset di masa mendatang yang berkaitan dengan hubungan antara seniman dan Generative AI, melalui analisis terhadap tanggapan subjektif atas sejumlah pertanyaan yang telah dirumuskan dengan target wawancara 5 orang Illustrator yang sudah berkecimpung dibidang ini lebih dari 5 tahun, dan 5 orang konsumen yang kerap membeli jasa ilustrasi semenjak sebelum maraknya generative AI dan masih menggunakan jasa tersebut hingga sekarang[22].



Gambar 1. Rancangan Penelitian

Poin-poin wawancara yang diajukan untuk Illustrator:

Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada illustrator bertujuan untuk menggali latar belakang profesional, strategi pemasaran, dan tingkat pemahaman terhadap generative AI, serta bagaimana teknologi ini memengaruhi pekerjaan mereka. Beberapa pertanyaan awal menekankan pada pengalaman, platform pemasaran, dan interaksi mereka dengan AI, baik sebagai pengguna maupun penolak teknologi tersebut. Selanjutnya, pertanyaan diarahkan untuk mengidentifikasi perubahan tren pasar dan komunitas sejak munculnya generative AI, termasuk pengaruhnya terhadap demand dan jumlah pesanan. Pertanyaan juga membahas model monetisasi yang digunakan, persepsi nilai karya, serta langkah-langkah pencegahan yang diambil untuk mengantisipasi penurunan pendapatan. Terakhir, wawancara berupaya memahami pandangan mereka mengenai masa depan industri ilustrasi digital dalam konteks berkembangnya AI generatif.

Poin-poin yang diajukan untuk konsumen/klien digital ilustrasi:

Pertanyaan kepada konsumen dirancang untuk mengungkap preferensi, perilaku pembelian, dan persepsi mereka terhadap ilustrasi buatan manusia dibandingkan generative AI. Pertanyaan awal menilai tingkat familiaritas dan intensitas konsumsi karya ilustrasi sebelum dan sesudah hadirnya AI. Fokus berikutnya adalah memahami motivasi pembelian, perubahan fenomena di media sosial, dan alokasi anggaran yang bersedia mereka keluarkan. Pertanyaan juga mengeksplorasi kecenderungan konsumen untuk memilih AI atau manusia berdasarkan faktor harga, kecepatan, dan kualitas, serta mengevaluasi pengalaman buruk maupun positif dalam berinteraksi dengan illustrator. Tujuan akhirnya adalah menangkap pandangan konsumen mengenai nilai emosional dan artistik dari karya ilustrasi manusia dibandingkan hasil AI.

Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menerapkan empat kriteria *trustworthiness*, yaitu kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas[23]. Kredibilitas diuji melalui triangulasi sumber, dengan mewawancarai ilustrator dari latar belakang dan platform yang berbeda untuk memperoleh pandangan yang bervariasi [24]. Selain itu, dilakukan pula *member check*, yakni proses mengonfirmasi kembali hasil wawancara dan interpretasi peneliti kepada narasumber untuk memastikan bahwa data yang disajikan sesuai dengan maksud sebenarnya. Transferabilitas dicapai melalui penyajian *thick description* atau deskripsi yang mendalam mengenai konteks narasumber dan praktik ilustrasi digital yang mereka jalankan, sehingga hasil penelitian dapat dipahami dan diterapkan dalam konteks serupa oleh peneliti lain. Untuk menjaga dependabilitas, peneliti mendokumentasikan secara menyeluruh seluruh tahapan penelitian, mulai dari pengumpulan data, proses transkripsi wawancara, hingga analisis data, agar memungkinkan pihak lain melakukan audit trail bila diperlukan. Sementara itu, konfirmabilitas dijaga dengan mencatat refleksi pribadi selama proses penelitian (refleksivitas), serta menyimpan bukti-bukti pendukung seperti kutipan langsung dari narasumber dan dokumentasi visual karya ilustrasi, agar interpretasi data dapat dipertanggungjawabkan secara objektif.

Analisis Tematik

Mengambil referensi metode penelitian analisis tematik. Analisis tematik ada beberapa langkah yang perlu dilakukan yakni[25]:

1. Familiarisasi(mengenal) data:
Peneliti membaca atau mendengarkan transkrip wawancara berulang kali agar memahami isi secara mendalam. Proses ini penting untuk menangkap nuansa, pola, dan makna yang muncul dari jawaban responden.
2. Membuat kode inisial:
Memberi label singkat pada potongan data yang relevan. Kode-kode ini berfungsi memecah data mentah menjadi unit analisis yang lebih terkelola.
3. Mencari bahasan tema awal:
Kode-kode yang mirip atau saling berkaitan dikelompokkan menjadi kategori besar.
4. Peninjauan tema:
Memastikan konsistensi. Pada tahap ini, peneliti memeriksa apakah data yang dikelompokkan sudah mendukung tema, serta mengevaluasi apakah antar tema jelas berbeda atau perlu digabung/dipecah ulang.
5. Penulisan narasi tematik:
Tema-tema yang ditemukan dirangkai dalam bentuk cerita penelitian yang koheren. Narasi ini biasanya dilengkapi dengan kutipan langsung dari wawancara untuk memperkuat argumen, serta dikaitkan dengan literatur relevan agar temuan lebih bermakna.

IV. PEMBAHASAN

4.1 Daftar Responden

Sejumlah enam responden yang bersedia untuk diwawancara dalam penelitian ini. Responden-responden merupakan praktisi maupun klien yang sudah berkecimpung dengan topik ini lebih dari lima tahun bahkan ada yang lebih dari sepuluh tahun.

Tabel 1: Responden wawancara

Kode Responden	Nama Lengkap / Inisial	Peran	Profil Singkat	Tahun Mulai Berkecimpung	Catatan Khusus
A1	Nugroho	Artist / Illustrator	Pendiri circle Reverie Alternative , debut di Comic Frontier (Comifuro) Jakarta 2016, pengalaman mengkomersilkan karya di platform online sejak 2012	2012	Berpengalaman di penjualan online dan event offline
A2	Yudi	Artist / Illustrator	Pendiri circle Nantoka Workshop , debut di Comic Frontier (Comifuro) Jakarta 2016, pengalaman mengkomersilkan karya di platform online sejak 2012	2012	Pemilik studio kreatif, juga berkolaborasi dengan investor
A3	Karen	Artist / Live2D Specialist	Live2D artist yang aktif secara internasional sejak 2019, dikenal sebagai “mama” dari banyak VTuber indie	2019	Fokus di komisi dan proyek internasional
C1	Riza	Client / Game Developer	Pendiri studio Platomenti (tercatat di Steam), telah menerbitkan beberapa judul game	2018	Fokus dalam pemesanan ilustrasi untuk kebutuhan game assets
C2	Yasu	Client / Investor	Investor utama Nantoka Workshop milik Yudi	2016	Terlibat dalam pembiayaan proyek ilustrasi komersial
C3	Januar	Client / Pelanggan Tetap	Pelanggan <i>repeat order</i> yang rutin menggunakan jasa ilustrasi digital	2021	Memesan untuk kebutuhan personal dan koleksi

4.2 Hasil Analisis Tematik

A. Familiarisasi (Mengenal) Data

Tahap awal dalam analisis tematik adalah proses familiarisasi, di mana peneliti membaca, mendengarkan, dan memahami data secara menyeluruh. Dalam penelitian ini, data yang dianalisis berasal dari enam wawancara mendalam dengan ilustrator dan klien yang aktif di ekosistem ilustrasi digital dua dimensi. Responden ilustrator mencakup individu dengan latar belakang beragam, mulai dari pendiri circle kreatif di acara Comic Frontier hingga artis internasional yang berfokus pada layanan Live2D. Sementara itu, responden dari sisi klien meliputi pengembang *game indie*, investor, serta pelanggan setia yang rutin melakukan komisi ilustrasi.

Melalui pembacaan berulang terhadap transkrip, peneliti menemukan adanya pola yang berulang dan nuansa khusus dari jawaban responden. Ilustrator cenderung menekankan dampak Generative AI pada aspek demand dan eksposur di media sosial, serta bagaimana algoritma platform memperkuat dominasi konten berbasis AI. Sebaliknya, klien lebih sering menyoroti persoalan harga, efisiensi, serta nilai emosional yang melekat pada karya manusia. Familiarisasi ini juga memperlihatkan adanya variasi pengalaman: ada ilustrator yang mengalami penurunan permintaan, ada yang stabil, serta ada yang justru melihat peluang baru untuk diversifikasi.

B. Pemberian Kode Awal

Dari transkrip, sejumlah kode awal yang sering muncul antara lain:

Tabel 2: Pengkodean Awal

Pernyataan Wawancara yang Sering Muncul	Responden
“penurunan demand”	A1, A2
“algoritma sosial media mendominasi”	A2, A3, C2
“karya AI tidak bernyawa”	A1, C2, C3
“AI hanya bagus sekilas, tapi banyak cacat”	A2, A3
“AI membantu referensi ide”	A1, A2, C1
“loyalitas pada human touch”	C1, C2, C3
“harga lebih murah di AI”	C1, C2, C3

C. Identifikasi Tema

Dari kode awal tersebut, terbentuk beberapa tema utama:

- Tekanan Pasar dan Algoritma

AI dinilai mampu menghasilkan karya lebih cepat dan murah, sehingga memengaruhi traffic algoritma media sosial yang dulu berbasis *sharing antar-teman*. Hal ini menekan visibilitas karya ilustrator manusia dan berpotensi mengurangi pesanan. “semenjak adanya tiktok sistem di internet sendiri berubah menjadi sistem yang sangat terpaku pada algoritma. Yang dimana sebelumnya adalah sistem sharing teman antar teman ataupun mutuals. Tapi semenjak sistem algoritma ini diterapkan ke banyak media sosial, karena Generative AI ini jauh lebih cepat dari para artist/illustrator maka secara langsung dan massive mempengaruhi traffic algoritmanya dan memonopoli.” (A2), dan statement

pendukung lagi yakni “Beberapa client masih memilih illustrator manusia yang murni tanpa AI. Tetapi beberapa yang ingin mengejar waktu dan efisiensi budget karena lebih murah akhirnya memilih menggunakan AI. Jadi memang ada penurunan demand yang dirasakan” (A1).

- Kualitas dan Nilai Emosional Karya

Walaupun hasil AI kadang terlihat bagus secara sekilas, para ilustrator dan klien menekankan adanya kekurangan fundamental: anatomi, storytelling, hingga “nyawa” dalam karya. Klien seperti Riza(C1) dan Yasu(C2) menegaskan bahwa AI tidak bisa menghadirkan *soul* atau makna emosional yang melekat pada karya manusia. “Nggak sih kalo aku mungkin bisa dibilang AI itu ga punya jati diri. Kalopun sekarang generate bisa dengan style yang lebih konsisten tapi bagiku tetep ga ada jati dirinya.” (C1), “AI tidak bisa memenuhi apa yang sebenarnya saya mau apa lagi yang berbayar. Contohnya seperti I minusnya gambar AI itu kamu tidak bisa revisi” (C2), “Saat ini saya lebih memilih menggunakan jasa manusia. Karena artist ini bisa mengolah apa yang inginkan. Ketika saya bantu bisa minta pendapat artist untuk saran. Walaupun secara cost lebih mahal saya lebih menerima hal seperti itu.”(C3).

- Fenomena Pro-Kontra dalam Komunitas

Beberapa ilustrator menerima AI sebagai alat untuk meningkatkan eksposur (contohnya komunitas Jepang), tetapi sebagian besar masih menolak penggunaannya secara komersial karena dianggap merusak pasar dan membanjiri media sosial dengan visual berkualitas rendah. Hal ini menciptakan garis pemisah yang jelas antara kubu pro dan kontra di komunitas seni. “Kalau yang saya amati orang-orang di Facebook ini pada alergi dengan fenomena Generative AI seperti ini terutama lingkungan pertemanan saya juga banyak creator tentu saja kejadian seperti itu tidak mengindahkannya. Terlebih lagi Generative AI banyak mengambil karya illustrasi di luar sana untuk bahan pembelajaran(machine learning) tanpa adanya persetujuan pemilik karya tersebut. Ketika Generative AI hanya dijadikan sebagai tools bantuan ini tentu masih bisa diterima bukan sebagai hasil akhir.

Kalau di Twitter(X) karena yang saya follow adalah artist-artist jepang. Disini mereka lebih welcome dengan Generative AI saya melihat produk-produk yang dijual di Fantia, DL-Site sudah bisa bebas menjual karya hasil AI. Sepertinya selama hal-hal tersebut jelas dilabeli bahwa itu karya AI orang-orang tidak ada masalah bahkan ada pangsa pasar tersendiri.” (C3).

- Strategi Adaptasi dan Diversifikasi

Ilustrator mencoba mempertahankan relevansi dengan meningkatkan rutinitas unggahan, menjaga kualitas portofolio, serta memanfaatkan platform donasi atau komisi internasional. Klien menilai bahwa kombinasi AI untuk *concept art* dan manusia untuk eksekusi akhir menjadi pola yang lebih seimbang. “Jalani saja terus sambil menaikkan kualitas gambar, sering-sering upload portofolio agar orang tahu market kita dimana, marketnya siapa.” (A3), “Mencoba menaikkan traffic dengan lebih rutin memposting di media sosial dan meningkatkan engagement supaya tidak tergesur algoritma.”(A1), “Tetap berkarya secara konsisten kalau diumpamakan seperti Spongebob melawan Neptunus membuat Crabby Patty. Dalam kisah tersebut spongebob hanya membuat satu Crabby Patty, sedangkan Neptunus membuat ribuan tapi yang dipilih adalah milik Spongebob jadi mau bagaimanapun AI sekarang ujungnya yang dipilih adalah tetap karya manusia.”(A2). “AI Biasanya digunakan untuk mereferensi dan kemudian hasilnya dilemparkan ke Illustrator(manusia) untuk dibuatkan karya. Dan hanya sebatas referensi bukan sebagai hasil akhir dari hasil promptnya.”(C1).

- Ekspektasi dan Loyalitas Konsumen

Walaupun harga AI lebih murah, konsumen tetap cenderung loyal kepada ilustrator manusia karena faktor komunikasi, fleksibilitas revisi, dan kreativitas tambahan yang sering melampaui ekspektasi klien. Misalnya, Januar tetap menggunakan jasa ilustrator karena bisa memberi masukan dan menerima ide balik dari seniman. “Karena kalau untuk artist yang memang sudah dapat dipercaya itu hasilnya bagus sekali dan bisa di arahkan. Itu point pentingnya.”(C2). “Dari pengalaman saya ada langganan yang sering saya sewa untuk karya-karya yang saya inginkan. Dia sangat pandai mencari inisiatif soal background untuk gambar yang saya minta. Saya pernah ketika pesan art untuk ulang tahun saya kemudian saya minta kejutan darinya. Komposisi, background, dan lain-lainnya diserahkan sepenuhnya kepada artist itu. Bahkan ia memberikan semacam bonus behind the scene bagaimana karya tersebut jadi dari progress awal hingga akhir.”(C3).

D. Tinjauan Tema

Tekanan Pasar dan Algoritma

Tema ini sudah konsisten karena didukung pernyataan langsung dari ilustrator (A1, A2) yang menyindir perubahan sistem algoritma dan dampak langsungnya pada permintaan ilustrasi. Narasi juga diperkuat dengan kutipan klien yang menyatakan adanya pergeseran ke AI karena faktor kecepatan dan biaya. Tema ini jelas berbeda dari “Kualitas dan Nilai Emosional” karena fokusnya pada mekanisme pasar dan distribusi karya, bukan persepsi artistik.

Kualitas dan Nilai Emosional Karya

Tema ini memiliki dasar yang kuat dari data klien (C1, C2, C3) yang menekankan soul, identitas, revisi, dan interaksi kreatif sebagai faktor pembeda karya manusia. Konsistensi tema ini cukup terjaga karena pernyataan yang muncul saling melengkapi. Ia tidak tumpang tindih dengan tema “Ekspektasi dan Loyalitas Konsumen”, meski ada keterhubungan: kualitas emosional menjadi salah satu alasan loyalitas, tetapi secara konseptual tetap dapat dipisahkan.

Fenomena Pro-Kontra dalam Komunitas

Tema ini relevan dan muncul kuat dari pernyataan C3 tentang perbedaan sikap komunitas di Facebook (lebih menolak) dan Twitter/Fantia (lebih menerima). Data mendukung adanya polarisasi, tetapi jumlah kutipan masih terbatas. Untuk menjaga konsistensi, tema ini bisa digabung dengan “Kualitas dan Nilai Emosional” bila ingin lebih ringkas, karena keduanya membahas aspek sosial dan persepsi, meskipun tetap bisa berdiri sendiri sebagai dimensi komunitas.

Strategi Adaptasi dan Diversifikasi

Tema ini konsisten karena didukung berbagai kutipan dari ilustrator (A1, A2, A3) serta klien (C1). Data menunjukkan upaya menjaga visibilitas, kualitas, serta diversifikasi pasar. Tema ini sangat penting karena menjadi jawaban langsung terhadap pertanyaan penelitian terkait strategi bertahan di era AI. Ia berdiri independen dan melengkapi tema “Tekanan Pasar”, sehingga sebaiknya dipertahankan sebagai tema tersendiri.

Ekspektasi dan Loyalitas Konsumen

Tema ini jelas konsisten karena diperkuat oleh klien (C2, C3) yang menekankan kepuasan, fleksibilitas, dan nilai tambah yang diberikan ilustrator manusia. Tema ini saling melengkapi dengan “Kualitas dan Nilai Emosional”, namun fokusnya lebih pada perilaku konsumen dan relasi bisnis. Oleh karena itu, keduanya sebaiknya tetap dipisahkan agar terlihat dimensi kualitas karya vs. perilaku pasar.

Rekomendasi Peninjauan

Secara umum, struktur tema sudah terjaga konsistensinya. Tekanan Pasar dan Strategi Adaptasi saling melengkapi dari sisi tantangan dan respons. Kualitas Karya dan Loyalitas Konsumen beririsan, dan akan digabungkan dengan alasan kedua tema sama-sama menyoroti dimensi non-ekonomi, yakni persepsi kualitas karya manusia serta alasan klien tetap memilih ilustrator meskipun AI lebih murah.. Sementara itu, Fenomena Pro-Kontra Komunitas sebaiknya diperkaya dengan lebih banyak data, atau dipertimbangkan untuk digabung bila bukti atau jumlah data masih terbatas.

Selebihnya penulis telah menyediakan tabel juga untuk mempermudah dalam interpretasi dari tinjauan tema-tema yang dimunculkan. Tabel terdiri dari kolom Tema, Data Pendukung, Potensi Overlapping (tumpang tindih), dan Keputusan untuk mempertahankan tema atau menghilangkannya, bahkan digabungkan dari topik pembahasan dalam narasi analisis berikutnya.

Tabel 3: Tinjauan Tema

Tema	Data Pendukung	Potensi Overlapping	Keputusan
Tekanan Pasar dan Algoritma	Kutipan ilustrator (A1, A2) tentang algoritma TikTok/Instagram yang lebih berpihak pada output cepat; pernyataan klien soal efisiensi biaya dengan AI.	Beririsan dengan “Strategi Adaptasi” karena sama-sama membahas dampak pasar.	Dipertahankan sebagai tema tersendiri karena fokus pada tantangan struktural(berkaitan dengan pondasi sistem ekonomi dan masyarakat).
Nilai Artistik dan Loyalitas Konsumen (Gabungan Kualitas & Ekspektasi)	Testimoni klien (C1–C3) tentang “jati diri” karya, storytelling, fleksibilitas revisi, pengalaman emosional, serta alasan tetap setia kepada ilustrator; kutipan konsumen tentang inisiatif seniman yang melampaui ekspektasi.	Sebelumnya beririsan antara dua tema, kini digabung agar lebih ringkas dan menghindari repetisi.	Dipertahankan sebagai tema tunggal yang menyoroti nilai emosional karya manusia sekaligus perilaku konsumen yang loyal.
Fenomena Pro-Kontra dalam Komunitas	Pernyataan C3 mengenai perbedaan sikap komunitas di Facebook (menolak) dan Twitter/Fantia (lebih menerima).	Berdekatkan dengan tema Nilai Artistik dan Loyalitas Konsumen karena sama-sama terkait persepsi, tetapi fokus komunitas berbeda.	Dipertahankan, namun disarankan untuk diperkaya dengan tambahan data agar lebih kuat.
Strategi Adaptasi dan Diversifikasi	Kutipan ilustrator (A1–A3) mengenai konsistensi posting, peningkatan kualitas portofolio, diversifikasi platform; pernyataan klien (C1) tentang kombinasi AI untuk konsep dan manusia untuk eksekusi akhir.	Ada keterhubungan dengan Tekanan Pasar karena membahas respon terhadap kondisi pasar.	Tetap menjadi tema inti karena secara langsung menjawab rumusan masalah terkait strategi bertahan.

E. Narasi Analisis Tematik

Narasi Analisis Dampak Generative AI terhadap Pendapatan dan Peran Illustrator

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga ilustrator (*Karen, Nugroho, dan Yudi*), teridentifikasi adanya variasi dampak yang ditimbulkan oleh kehadiran teknologi Generative AI terhadap pendapatan mereka. Sebagian ilustrator, seperti *Yudi*, mengaku mengalami penurunan pesanan ilustrasi yang cukup signifikan akibat klien beralih ke layanan AI-art generator yang lebih cepat dan murah. Di sisi lain, *Karen* dan *Nugroho* melaporkan kondisi pendapatan yang relatif stabil, meskipun keduanya mengungkapkan kekhawatiran terhadap potensi penurunan di masa mendatang apabila tren penggunaan AI semakin masif.

Temuan ini memiliki relevansi dengan studi kuantitatif yang menunjukkan bahwa meskipun AI generatif tidak secara signifikan menurunkan pendapatan seniman, terdapat perlambatan pertumbuhan kesempatan kerja bagi pekerja kreatif[26]. Hal ini mengindikasikan bahwa dampak AI terhadap ekonomi kreatif cenderung bersifat tidak langsung—bukan menurunkan penghasilan secara drastis, tetapi menghambat ekspansi pasar dan pembukaan peluang baru.

Selain persoalan pendapatan, para ilustrator juga menyoroti aspek eksistensi dan identitas profesional mereka. *Nugroho* dan *Yudi*, misalnya, menegaskan bahwa meskipun AI dapat menghasilkan

karya dengan cepat, karya ilustrator manusia tetap memiliki nilai lebih karena adanya cerita, pengalaman, dan craftsmanship yang tidak bisa direduksi menjadi sekadar algoritma. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menekankan pentingnya human touch dalam karya seni digital sebagai faktor yang membedakan dan masih diminati kolektor maupun penikmat seni[27]. Dengan demikian, walaupun terjadi penurunan jumlah pesanan, mereka tetap mempertahankan strategi diferensiasi berbasis kualitas dan personalisasi.

Di sisi lain, Karen menambahkan bahwa AI justru membuka ruang untuk redefinisi peran ilustrator. Sebagai Live2D artist yang banyak bekerja dengan klien internasional, ia memandang AI bukan hanya sebagai ancaman, melainkan juga alat bantu untuk mempercepat proses tertentu, seperti ideation atau rough sketch. Namun, menurutnya, keunggulan utama tetap pada detail ekspresi karakter, fluiditas animasi, dan konsistensi desain yang tidak mampu ditandingi oleh AI sepenuhnya. Perspektif ini menunjukkan bahwa ada segmen profesional yang bersikap lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, seraya menjaga posisi tawar dengan keterampilan spesifik yang sulit digantikan.

Selain itu, upaya mitigasi juga terlihat dalam bentuk diversifikasi sumber pendapatan. Beberapa ilustrator tidak lagi hanya mengandalkan komisi, tetapi juga membuka layanan berlangganan seperti Patreon, Pixiv Fanbox, hingga penjualan asset pack yang bisa digunakan oleh komunitas kreator indie. Langkah ini sesuai dengan strategi bisnis kreatif yang disarankan dalam studi terbaru, yakni diversifikasi model monetisasi untuk menjaga keberlanjutan di tengah disruptif teknologi[28]. Dengan demikian, ilustrator yang berhasil beradaptasi bukan hanya bertahan, tetapi justru memperluas pasar mereka melalui inovasi dalam penawaran jasa dan produk.

Narasi Perspektif Klien terhadap Penggunaan Generative AI

Wawancara dengan tiga klien (*Riza, Januar, dan Yasu*) mengungkapkan alasan utama mereka mempertahankan atau mengurangi penggunaan jasa ilustrator manusia. Klien yang tetap menggunakan ilustrator menekankan faktor kualitas artistik, orisinalitas, dan komunikasi kreatif yang sulit digantikan AI. Sementara itu, klien yang beralih sebagian ke AI lebih mengutamakan kecepatan pengerjaan dan efisiensi biaya.

Hasil ini sejalan dengan temuan yang menyimpulkan bahwa Generative AI dapat meningkatkan efisiensi dan mempercepat proses kreatif, namun menimbulkan tantangan terkait keaslian karya, hak cipta, dan keunikan visual [29]. Dalam konteks bisnis kreatif, klien cenderung memilih solusi hybrid—menggunakan AI untuk tahap eksplorasi ide (concept art) dan ilustrator manusia untuk eksekusi akhir yang membutuhkan sentuhan artistik personal.

Dari sisi konsumen, salah satu temuan penting adalah perubahan ekspektasi terhadap harga dan kecepatan produksi. Riza, misalnya, menilai bahwa AI menawarkan opsi murah dan cepat untuk menghasilkan aset visual dalam pengembangan game. Namun, ia tetap memilih bekerja sama dengan ilustrator manusia ketika membutuhkan kualitas naratif, konsistensi gaya, dan komunikasi yang intensif. Hal ini menegaskan bahwa keputusan penggunaan AI atau ilustrator manusia sangat bergantung pada konteks kebutuhan klien, bukan sekadar soal biaya semata.

Yasu sebagai investor lebih menekankan pada efisiensi dan *return on investment*. Menurutnya, AI dapat memangkas biaya awal dalam tahap eksplorasi ide, namun untuk produk akhir yang dipasarkan, ia tetap lebih percaya pada karya manusia. Hal ini sejalan dengan riset bisnis kreatif yang menunjukkan bahwa karya seni manusia masih memiliki daya jual lebih tinggi di pasar premium, sementara karya AI lebih sering diposisikan sebagai alternatif untuk kebutuhan produksi massal hal ini selaras dengan penelitian terkait dengan dampak AI dalam keseimbangan pasar. Dengan demikian, AI dan ilustrator manusia dapat saling melengkapi, bukan sepenuhnya bersaing dalam pasar ilustrasi digital.

Di sisi konsumen individu, seperti Januar, terdapat faktor emosional dan relasional dalam memutuskan untuk tetap menggunakan jasa ilustrator manusia. Ia menekankan bahwa pengalaman personal—mulai dari diskusi ide, proses revisi, hingga kepuasan saat menerima karya final—merupakan nilai tambah yang tidak bisa diberikan oleh AI. Bahkan pengalaman buruk sekalipun, seperti keterlambatan atau miskomunikasi, tidak mengurangi kecenderungannya untuk tetap mendukung seniman manusia karena ada aspek *human engagement* yang dianggap penting. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen tidak hanya ditentukan oleh harga, melainkan juga oleh keterikatan emosional yang terbentuk dalam transaksi kreatif.

Narasi Strategi Adaptasi Ilustrator dalam Ekosistem Baru

Hasil triangulasi antara data wawancara dan studi bisnis mengindikasikan bahwa strategi adaptasi menjadi faktor kunci untuk mempertahankan posisi di pasar kreatif. Ilustrator yang aktif mempelajari AI sebagai alat pendukung cenderung lebih optimistis dalam menghadapi perubahan, sedangkan yang menolaknya sepenuhnya cenderung merasakan dampak negatif lebih cepat.

Kondisi ini mendukung pendekatan integrasi teknologi dalam proses kreatif: AI digunakan untuk mempercepat tahap riset visual, generasi ide awal, atau pembuatan *rough sketch*, sementara sentuhan akhir tetap dilakukan secara manual untuk memastikan kualitas dan orisinalitas.

Selain mempertahankan kualitas artistik dan diferensiasi gaya, pengayaan portofolio serta rutinitas unggahan di media sosial terbukti menjadi elemen penting dalam menjaga visibilitas seorang ilustrator di tengah kompetisi dengan generative AI. Algoritma platform digital, seperti Instagram, Twitter/X, maupun TikTok, sangat dipengaruhi oleh konsistensi aktivitas unggah konten. Ilustrator yang secara rutin menampilkan hasil karya, baik dalam bentuk sketch harian, progres pengkerjaan komisi, atau portofolio final, memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan attensi audiens dan memunculkan engagement. Walaupun kecepatan produksi manusia tentu tidak dapat menyaingi keluaran generative AI yang instan dan masif, keberlanjutan eksistensi dalam linimasa pengguna menjadi semacam “perlawanan pasif” untuk menegaskan keberadaan kreator manusia di ruang digital yang semakin padat konten otomatisasi.

Lebih jauh, strategi diversifikasi platform juga perlu menjadi perhatian utama. Setiap platform digital memiliki basis pengguna serta perilaku algoritmik yang berbeda, sehingga menyandarkan pemasaran karya hanya pada satu media sosial berpotensi membatasi jangkauan. Dengan memanfaatkan berbagai kanal seperti Instagram, Twitter/X, Pixiv, DeviantArt, hingga Patreon atau Pixiv Fanbox, ilustrator dapat memperluas peluang untuk menjaring klien dari ekosistem yang beragam. Hal ini sekaligus mengurangi risiko ketika satu platform mengalami perubahan algoritma atau penurunan engagement. Praktik ini tidak hanya meningkatkan resiliensi terhadap guncangan pasar akibat hadirnya AI, tetapi juga memperkuat posisi ilustrator sebagai entitas yang aktif, adaptif, dan relevan dalam lanskap industri kreatif yang semakin dinamis.

4.3 Kesimpulan

Mengenai perubahan pendapatan sebelum dan sesudah maraknya AI telah dijawab dengan menunjukkan adanya variasi pengalaman. Ada ilustrator yang mengalami penurunan signifikan, ada yang stabil, serta ada yang justru melihat peluang baru melalui diversifikasi monetisasi.

Sementara itu, yang berkaitan dengan persepsi klien dan konsumen juga telah dijawab. Klien cenderung menggunakan AI untuk kebutuhan eksplorasi ide karena efisiensi biaya, namun tetap memilih ilustrator manusia untuk hasil akhir yang membutuhkan kualitas artistik, narasi, dan interaksi emosional. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjawab pertanyaan penelitian secara langsung, tetapi juga memberikan gambaran komprehensif mengenai dinamika pasar, komunitas, dan perilaku konsumen di era Generative AI.

Mengenai strategi adaptasi ilustrator terjawab melalui temuan tentang konsistensi publikasi karya, pengayaan portofolio, dan perluasan pasar lintas platform.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak generative AI terhadap industri ilustrasi digital memiliki dua sisi yang kontras. Di satu sisi, AI telah memberikan tekanan yang signifikan terhadap stabilitas pendapatan dan permintaan jasa ilustrator, terutama karena kecepatan produksi dan biaya yang jauh lebih rendah. Namun di sisi lain, fenomena ini mendorong ilustrator untuk berinovasi dalam strategi bertahan, seperti pengayaan portofolio, peningkatan konsistensi publikasi karya di media sosial, hingga perluasan pasar melalui multi-platform.

Strategi adaptasi yang dijalankan para ilustrator menjadi temuan penting yang memperlihatkan adanya ketahanan (resilience) dalam menghadapi disruptif teknologi. Diversifikasi platform, konsistensi unggahan, serta diferensiasi gaya artistik terbukti menjadi bentuk perlawanan pasif terhadap dominasi AI di media sosial. Keberhasilan dalam menjaga relevansi ini menunjukkan bahwa meskipun AI memiliki keunggulan teknis, nilai tambah berupa kreativitas, personalisasi, dan hubungan manusiawi tetap menjadi kunci bagi keberlangsungan karier ilustrator digital.

Dari perspektif klien, muncul pergeseran preferensi antara memilih layanan AI yang praktis dan ekonomis, atau tetap mendukung karya manusia yang dianggap lebih autentik dan emosional. Hal ini menegaskan bahwa nilai seni tidak semata ditentukan oleh harga dan efisiensi, tetapi juga oleh pengalaman personal, interaksi sosial, serta keunikan gaya artistik yang sulit ditiru oleh teknologi. Hasil penelitian ini memperlihatkan adanya pergeseran motif konsumsi yang semakin berorientasi pada efisiensi biaya dan kecepatan. Namun demikian, loyalitas terhadap karya manusia tetap bertahan karena faktor emosional, relasional, dan orisinalitas yang tidak bisa digantikan AI. Dengan demikian, walaupun AI mampu mendominasi pada level produksi massal dan kebutuhan praktis, karya ilustrator manusia masih memiliki daya tarik kuat di segmen pasar premium serta dalam konteks kolaborasi kreatif yang membutuhkan komunikasi intensif.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa dampak generative AI tidak hanya terlihat pada aspek ekonomi, tetapi juga dalam dinamika sosial di komunitas seniman digital. Perubahan pola interaksi di media sosial, banjir karya dari AI, dan pro-kontra yang timbul dalam komunitas kreatif menunjukkan bahwa AI turut memengaruhi identitas profesional dan solidaritas antar-ilustrator. Hal ini menandakan bahwa isu AI dalam seni tidak bisa dilepaskan dari konteks sosial yang lebih luas, di mana perdebatan tentang legitimasi, keaslian, dan nilai karya manusia akan terus berlangsung.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberadaan AI memang membawa perubahan besar, tetapi bukan berarti menghapus eksistensi illustrator manusia. Justru, situasi ini menjadi titik balik untuk mengembangkan daya saing melalui strategi adaptasi yang berfokus pada keaslian, konsistensi, dan diversifikasi pasar. Perlawan bukan hanya bersifat teknis, melainkan juga kultural, di mana seniman mempertahankan relevansi dengan menunjukkan identitas kreatif yang unik di tengah derasnya arus otomatisasi.

Saran untuk Penelitian Lanjutan (Research Gap)

Penelitian ini berbasis kualitatif deskriptif dengan wawancara, sehingga belum menyajikan data kuantitatif tentang besaran penurunan atau kestabilan pendapatan. Studi lanjutan dapat menggunakan survei dengan jumlah responden lebih besar untuk menghasilkan data statistik yang lebih representatif.

Saat ini penelitian masih fokus pada lingkup lokal/Indonesia. Perbandingan dengan data dari negara lain yang memiliki regulasi atau ekosistem berbeda akan memperkaya pemahaman tentang variasi dampak AI dalam pasar kreatif global.

Masih ada gap dalam hal perlindungan hukum terhadap karya ilustrasi digital yang dilibatkan dalam dataset AI. Studi lanjutan dapat menelaah lebih jauh tentang kebijakan hak cipta, lisensi, dan regulasi AI.

Penelitian ini menyinggung strategi diversifikasi, namun belum secara mendalam membahas model bisnis baru yang bisa muncul akibat AI (misalnya hybrid human–AI collaboration service). Hal ini dapat menjadi arah eksplorasi penting untuk penelitian berikutnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Selama proses penyusunan penelitian ini, penulis mendapatkan dukungan, doa, dan semangat dari berbagai pihak yang tidak ternilai harganya.

Penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada keluarga tercinta, terutama kedua orang tua, adik, serta istri yang selalu memberikan doa, kasih sayang, serta motivasi dalam setiap langkah perjalanan akademik ini. Dukungan mereka menjadi pondasi utama yang menguatkan penulis dalam menghadapi setiap tantangan. Tidak luput juga dukungan dan bimbingan dari dosen-dosen selama proses penggeraan tugas akhir ini. Serta terimakasih banyak atas rekan-rekan media sosial yang bersedia menjadi volunteer wawancara penelitian ini.

REFERENSI

- [1] I. M. M. Yusa *et al.*, *Ilustrasi Digital: Teori dan Penerapan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=QNj2EAAAQBAJ>
- [2] A. McCall, “Applications of Generative AI in the Creative Sector,” Nov. 2024, [Online]. Available: https://www.researchgate.net/publication/386050395_Applications_of_Generative_AI_in_the_Creative_Sector
- [3] A. N. Fadilla, P. M. Ramadhani, and H. Handriyotopo, “Problematika Penggunaan AI (Artificial Intelligence) di Bidang Ilustrasi : AI VS Artist,” *CITRAWIRA J. Advert. Vis. Commun.*, vol. 4, no. 1, pp. 129–136, June 2023, doi: 10.33153/citrawira.v4i1.4741.
- [4] K. Miyazaki, T. Murayama, T. Uchiba, J. An, and H. Kwak, “Public perception of generative AI on Twitter: an empirical study based on occupation and usage,” *EPJ Data Sci.*, vol. 13, no. 1, p. 2, Jan. 2024, doi: 10.1140/epjds/s13688-023-00445-y.
- [5] S. P. Team, “SoA survey reveals a third of translators and quarter of illustrators losing work to AI,” The Society of Authors. Accessed: June 04, 2025. [Online]. Available: <https://societyofauthors.org/2024/04/11/soa-survey-reveals-a-third-of-translators-and-quarter-of-illustrators-losing-work-to-ai/>
- [6] J. Restuningsih, K. Roisah, and A. P. Prabandari, “Perlindungan Hukum Ilustrasi Digital Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta,” *Notarius*, vol. 14, no. 2, pp. 957–971, Dec. 2021, doi: 10.14710/nts.v14i2.43787.

- [7] U. Rani, R. K. Dhir, and N. Gobel, "Digital labour platforms and their contribution to development outcomes," in *The Elgar Companion to Decent Work and the Sustainable Development Goals*, M. Moore, C. Scherrer, and M. Van Der Linden, Eds., Edward Elgar Publishing, 2025, pp. 562–575. doi: 10.4337/9781035300907.00056.
- [8] admin, "Exploring the Difference Between 2D and 3D Illustration," Big Red Illustration. Accessed: June 04, 2025. [Online]. Available: <https://bigredillustration.com/articles/exploring-the-difference-between-2d-and-3d-illustration/>
- [9] "What is generative AI?," IBM Research. Accessed: June 04, 2025. [Online]. Available: <https://research.ibm.com/blog/what-is-generative-AI>
- [10] "Guide: Intro to Behance," Behance Helpcenter. Accessed: June 04, 2025. [Online]. Available: <https://help.behance.net/he/en-us/articles/204483894-Guide-Intro-to-Behance>
- [11] "DeviantArt - Discover The Largest Online Art Gallery and Community." Accessed: June 04, 2025. [Online]. Available: <https://www.deviantart.com/about>
- [12] "About | VGen." Accessed: June 04, 2025. [Online]. Available: <https://vgen.co/about>
- [13] J. Novaković, "Instagram and artistic platforms as revenue streams for artists in Serbia," *INSAM J. Contemp. Music Art Technol.*, no. 6, pp. 103–113, July 2021, doi: 10.51191/issn.2637-1898.2021.4.6.103.
- [14] D. Grba, "The Mechanical Turkness: Tactical Media Art and the Critique of Corporate AI," Institute for Philosophy and Social Theory, 2024. doi: 10.5281/ZENODO.14205010.
- [15] *Digital economy report 2021: cross-border data flows and development : for whom the data flow*. Geneva: United Nations, 2021.
- [16] I. L. Office, *World Employment and Social Outlook 2021: The Role of Digital Labour Platforms in Transforming the World of Work*. Genève 22: International Labour Organisation (ILO), 2021.
- [17] Y. Tang, N. Zhang, M. Ciancia, and Z. Wang, "Exploring the Impact of AI-generated Image Tools on Professional and Non-professional Users in the Art and Design Fields," June 15, 2024, *arXiv*: arXiv:2406.10640. doi: 10.48550/arXiv.2406.10640.
- [18] S. Ali and C. Breazeal, "Studying Artist Sentiments around AI-generated Artwork," Nov. 22, 2023, *arXiv*: arXiv:2311.13725. doi: 10.48550/arXiv.2311.13725.
- [19] S. Sáez-Velasco, M. Alaguero-Rodríguez, V. Delgado-Benito, and S. Rodríguez-Cano, "Analysing the Impact of Generative AI in Arts Education: A Cross-Disciplinary Perspective of Educators and Students in Higher Education," *Informatics*, vol. 11, no. 2, p. 37, June 2024, doi: 10.3390/informatics11020037.
- [20] P. Hikmah Febryan, A. Kusuma Negara, and M. Farell Altivan Ramadhan, "ANALISIS PENGGUNAAN AI DALAM ALGORITMA SOSIAL MEDIA : SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW," *JATI J. Mhs. Tek. Inform.*, vol. 9, no. 1, pp. 1095–1102, Dec. 2024, doi: 10.36040/jati.v9i1.12613.
- [21] B. Williams, "Semi-structured interview thematic analysis using AI tools," *Insight7 - AI Tool For Interview Analysis & Market Research*. Accessed: June 04, 2025. [Online]. Available: <https://insight7.io/semi-structured-interview-thematic-analysis-using-ai-tools/>
- [22] J. Shi, R. Jain, R. Duan, and K. Ramani, "Understanding Generative AI in Art: An Interview Study with Artists on G-AI from an HCI Perspective," Oct. 19, 2023, *arXiv*: arXiv:2310.13149. doi: 10.48550/arXiv.2310.13149.
- [23] S. K. Ahmed, "The pillars of trustworthiness in qualitative research," *J. Med. Surg. Public Health*, vol. 2, p. 100051, Apr. 2024, doi: 10.1016/j.gimedi.2024.100051.
- [24] M. Megheirkouni and J. Moir, "Simple but Effective Criteria: Rethinking Excellent Qualitative Research," *Qual. Rep.*, Mar. 2023, doi: 10.46743/2160-3715/2023.5845.
- [25] S. K. Ahmed *et al.*, "Using thematic analysis in qualitative research," *J. Med. Surg. Public Health*, vol. 6, p. 100198, Aug. 2025, doi: 10.1016/j.gimedi.2025.100198.
- [26] C. A. Makridis, "The Impact of Generative Artificial Intelligence on Artists," *SSRN Electron. J.*, p. 22, Mar. 2025, doi: 10.2139/ssrn.5179390.
- [27] K. Zhang, Z. Yuan, and H. Xiong, "The Impact of Generative Artificial Intelligence on Market Equilibrium: Evidence from a Natural Experiment," Oct. 10, 2024, *arXiv*: arXiv:2311.07071. doi: 10.48550/arXiv.2311.07071.
- [28] L. Bellaiche *et al.*, "Humans versus AI: whether and why we prefer human-created compared to AI-created artwork," *Cogn. Res. Princ. Implic.*, vol. 8, no. 1, p. 42, July 2023, doi: 10.1186/s41235-023-00499-6.
- [29] W. Chu, D. Baxter, and Y. Liu, "Exploring the impacts of generative AI on artistic innovation routines," *Technovation*, vol. 143, p. 103209, May 2025, doi: 10.1016/j.technovation.2025.103209.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.