

Transkrip

Membangun kepercayaan diri

Kita sudah membicarakan semua cara berbeda untuk menghasilkan uang, tetapi dalam video ini, fokus kami adalah dalam membangun kepercayaan diri. Tentu, Anda tahu apa modelnya, tetapi bagaimana Anda membangkitkan kepercayaan diri untuk mengatakan, "Berikan saya uang Anda." Ini adalah hal yang sulit. Sulit bagi seorang kreatif untuk memiliki rasa saya menderita rendah diri jadi saya selalu cenderung meremehkan pekerjaan saya sendiri.

Jika Anda seorang kreatif yang memiliki *imposter syndrome* atau pernah menghadapi tantangan melihat bagaimana orang akan membajak konten gratis, semua hal-hal itu. Sulit untuk tiba-tiba berkata, "Hei, sudah waktunya bagi kalian untuk mulai memberi saya uang untuk apa yang saya lakukan." Seringkali sebagai orang kreatif, ini adalah semacam percakapan yang aneh.

Jadi, dalam video ini kita akan berbicara tentang bagaimana membangun kepercayaan diri itu sehingga Anda menempatkan diri Anda pada posisi di mana Anda bertanya dengan cara yang Anda butuhkan dan Anda tahu persis apa yang pantas Anda dapatkan.

Jadi, langkah pertama untuk memastikan bahwa Anda membangun kepercayaan diri dalam menghasilkan uang adalah dengan memahami nilai Anda, memahami keahlian Anda. Dalam

Creative Communities Learning Lab

<https://creativeeconomy.britishcouncil.org/projects/creative-communities-learning-lab/>

Kursus: Cara memonetisasi layanan kreatif Anda



video-video sebelumnya, saya berbicara tentang memahami seperti apa organisasi Anda, seberapa besarkah Anda, nilai yang Anda bawa ke atas meja dalam negosiasi. Namun melebihi tingkatan negosiasi itu sendiri, adalah tentang mengetahui apa nilai-nilai Anda, mengetahui apa keahlian Anda, dan mengetahui bahwa itu adalah kontribusi yang sangat penting. Anda tahu, jika Anda adalah seorang profesional kreatif, Anda tahu bahwa ada semacam hal-hal yang terjadi di kepala Anda. Ada hal-hal yang Anda ciptakan yang tidak dapat dilakukan orang lain dan hanya Anda sendiri yang memahami betapa berharganya, betapa uniknya itu, dan betapa uniknya keahlian Anda. Hanya dengan memiliki itu di kepala Anda dan memastikan bahwa ketika Anda berbicara kepada orang-orang, Anda memulainya dengan hal tersebut. Anda menunjukkan kepada orang-orang bahwa Anda tidak hanya memiliki banyak hal yang dapat dibanggakan sehingga Anda berhak atau apa pun itu. Namun hanya tentang benar-benar menempatkan diri Anda pada posisi di mana Anda mengakui bahwa Anda telah mencapai sesuatu, di mana Anda berharga dan bagaimana Anda sedang menciptakan hal-hal yang sangat penting, serta bagaimana orang lain harus mendukungnya.

Jadi, satu cara adalah dengan Anda masuk dan Anda mengakui nilai pekerjaan yang Anda lakukan. Bahwa itu dihargai, itu berharga, dan kita akan mengingat hal ini, bukan? Nilai selalu hanya terikat pada persepsi, Anda tahu, saham, barang-barang koleksi, bahkan uang. Semua hal itu terikat pada apa yang orang yakini tentang nilai mereka dan apa yang orang yakini tentang nilai itu, dan apa yang mungkin diyakini orang lain tentang nilai itu. Cukup menyedihkan ketika kita memang ada di dunia di mana kontribusi para seniman lebih sering diremehkan daripada tidak.

Jadi, harus dimulai dengan kita menilai sebagaimana seharusnya pekerjaan yang kita lakukan dan benar-benar mempercayai bahwa karya kreatif yang kita lakukan adalah sesuatu yang tidak hanya berharga bagi kita melalui hasil kreatif kita, tetapi juga memiliki nilai finansial yang nyata. Posisikan diri Anda pada tempat itu. Hal ini perlu dibuat, orang-orang perlu membayar untuknya.

Berikutnya, jadi, Anda mengerti di mana nilai Anda tetapi hal lain adalah Anda perlu memperjelas posisi pasar Anda. Di manakah Anda duduk dalam pasar ini dan apa keunggulan kompetitif Anda? Apa yang ditawarkan pekerjaan Anda secara spesifik kepada pasar yang ada. Dengan demikian, Anda tahu, orang-orang harus mendatangi Anda. Dan ini membantu untuk,



katakanlah, dana sponsor. Dalam contoh dana sponsor yang saya katakan di video sebelumnya, Anda mungkin tidak memiliki pencapaian seorang selebritas. Tidak apa-apa. Anda memang bukan seorang selebriti. Anda tidak memiliki acara TV. Tidak apa-apa, tetapi mungkin keunggulan kompetitif Anda adalah bahwa Anda memiliki audiens utama yang sangat kuat yaitu orang-orang... yang sering dijangkau oleh pembawa acara TV. Seperti, audiens Anda bukan orang-orang yang dapat dijangkau oleh mereka. Dalam situasi ini, jika saya ingin berbicara dengan audiens tertentu, Anda adalah orang yang menjangkau kelompok audiens tersebut. Itu adalah sebuah keunggulan kompetitif di posisi pasar yang sangat kuat.

Jadi, atau, Anda tahu, menemukan bahwa ada sebuah *brand* dan Anda adalah pencipta konten yang berada di posisi terbaik untuk membuat sesuatu bagi mereka. Benar, ada gaya seni tertentu yang mereka cari. Ada *podcast* khusus yang mereka inginkan. Dan itu hanya dapat disediakan oleh Anda sendiri. Ada jenis tertentu untuk semacam konten video yang mana Anda adalah ahli yang sebenarnya dalam pembuatannya dan Anda yang memajukannya, sehingga itulah yang Anda gunakan. Anda dapat mengatakan, "Ya, Anda tahu Anda bisa pergi ke orang lain yang dapat membuat video, tetapi saya memiliki gaya khusus ini dan Anda mungkin ingin mempertimbangkan untuk bekerja dengan saya karena saya menawarkan ini dan ini sangat berbeda dari semua yang ada di pasar."

Dan kemudian, yang terakhir adalah menentukan harga pekerjaan Anda dengan benar. Jadi di mana pada poin sebelumnya saya mengatakan, kita perlu menghargai diri kita sendiri. Nilai itu benar-benar perlu diterjemahkan ke dalam penetapan harga. Saya tahu ini adalah dunia yang menantang di mana, Anda tahu, Facebook atau Google, atau semua *platform* lainnya, selalu menetapkan harga yang menguntungkan bagi mereka. Jadi, Anda perlu mengaturnya pada posisi yang harganya dapat menguntungkan bagi Anda. Itu sebabnya saya katakan jika Anda menerapkan model berlangganan, Anda tidak bisa hanya memberi harga yang Anda tahu akan diberikan orang. Misalnya jika Anda meminta 50 sen kepada sekelompok orang, mereka mungkin memberikannya kepada Anda. Anda mungkin mendapatkan banyak sumbangan 50 sen. Itu memang selisih yang sangat rendah tetapi juga berarti Anda mematok nilai pekerjaan Anda dengan harga seperti itu. Dalam jangka panjang, hal tersebut akan merugikan.

Satu hal yang saya pelajari adalah jika saya menghadiri sebuah pertemuan untuk suatu kesepakatan produksi dan saya tidak memberi harga layanan saya dengan benar, maka orang-

www.britishcouncil.org



orang yang mendengarkan presentasi saya mungkin berpikir bahwa saya bukan pemain yang pantas. Jika saya menetapkan harga terlalu rendah, mungkin karena saya tidak dapat memberikan kualitas layanan yang mereka harapkan. Jadi, bahkan dalam menentukan harga dan memiliki kepercayaan diri terhadap harga tersebut, itu akan menandakan banyak hal kepada calon mitra yang Anda temukan.

Memahami siapa Anda, memahami apa keahlian Anda, memahami keahlian apa yang ada di pasar Anda, dan bagaimana Anda menciptakan keunggulan kompetitif dengan kontribusi kreatif Anda, serta menetapkan harga yang sesuai dengan nilai karya kreatif yang Anda lakukan, semuanya ini akan membuat Anda lebih percaya diri karena Anda memahami apa yang Anda sediakan di atas meja. Jadi, Anda tahu apa yang perlu didengarkan oleh orang lain, Anda hanya perlu mengkomunikasikannya sekarang.

Anda menjadi percaya diri dengan mengatakan, "Ini adalah sejumlah biaya yang harus dibayarkan untuk bekerja dengan saya." Adalah semacam tantangan terutama ketika, sekali lagi, kita berada dalam lingkungan ekonomi yang menantang, tetapi jika Anda mengambil setiap kontrak di luar sana, Anda sebenarnya akan mendevaluasi nilai Anda sendiri. Jadi, terus bergerak maju, dengan mengetahui apa yang Anda butuhkan untuk menjadi mitra yang dapat menerima bayaran, dan menemukan mitra yang akan mengakui nilai itu, akan sangat membantu Anda untuk bergerak maju dan menciptakan bisnis yang berkelanjutan.