

Penerjemahan Kreatif *Brief* Dalam Proses Berpikir Perancangan Desain

Ainal Husna¹, Elsa Izaty Permatasari²,
Amelia Isti Fahmi³, Rachma Hayu Wardani⁴

Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Jl. Parangtritis Km. 6.5, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55143, Indonesia

Email: ainalhusna73@gmail.com¹, elsa.izaty@gmail.com²,
ameliaistifahmi@gmail.com³, & rachmasyafardan@gmail.com⁴

Submitted: 20xx-mm-dd

Published: 20xx-mm-dd

Accepted: 20xx-mm-dd

DOI: 10.24036/dekave.v11i1.xxxx

Abstrak

Desainer atau yang dikenal sebagai konseptor dalam pemecahan masalah harus memiliki kreativitas dalam proses berpikir. Desainer bekerja dengan merumuskan ide dan gagasan kedalam bentuk visual melalui tahapan berpikir kreatif. Kreatif *brief* merupakan pedoman yang dimiliki oleh desainer dalam membuat desain. Penelitian ini ingin melihat bagaimana proses berfikir dalam penerjemahan kreatif *brief* kedalam bentuk visual. Penelitian untuk melihat proses dan memperoleh pemaknaan dari individu maupun kelompok desainer yang bekerja menggunakan kreatif *brief*. Penelitian ini akan dilakukan dengan metode pendekatan fenomenologi interpretative berfokus kepada makna yang terdapat pada objek penelitian dengan melihat kepada psikologi kognitif. Data penelitian akan bersifat narasi atau uraian dari responden secara lisan maupun data dokumen tulisan melalui wawancara dan pengamatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tahapan dalam proses kreatif pada perancangan desain berdasarkan kreatif *brief*.

Kata kunci: proses berpikir, kreatif *brief*, psikologi kognitif, fenomenologi

Pendahuluan

Desainer dengan proses kreatif perancangan desain merupakan satu kesatuan yang tidak bisa terlepas. Proses pembuatan desain tidak hanya dilihat dari hasil karya desain, namun dapat dilihat dari proses perancangan yang dilalui oleh desainer. Desain dibuat dengan proses yang cukup panjang dengan pengaruh dari desainer dalam merefleksikan memori, ingatan yang baru terjadi atau ingatan yang sudah lama, dan pengalaman kedalam bentuk visual. Proses desain diawali dengan tahapan penerjemahan kreatif *brief* kedalam bentuk visual di dalam proses berfikir kreatif. Proses kreatif desain merupakan tahapan awal yang akan dilakukan oleh desainer dan berkaitan erat dengan psikologi kognitif dari seorang desainer ketika memvisualkan ide- ide dan konsep yang digunakan sebagai acuan untuk mengerjakan desain dengan bentuk jabaran yang lebih spesifik.

Wacana mengenai proses kreatif yang dilakukan oleh desainer selalu dikesampingkan untuk dibahas dalam penelitian yang berfokus hanya kepada artefak atau desain yang sudah jadi. Bagian yang penting dan menjadi urgensi untuk dilakukan penelitian seharusnya mencakup kepada bagaimana proses penerjemahan kreatif *brief* yang dilakukan desainer dalam proses berfikir kreatif desain. Proses penerjemahan dapat dilihat dengan menggunakan psikologi kognitif dari desainer dalam menerjemahkan kreatif *brief* kedalam bentuk visual. Kreatif *brief* dapat membantu desainer mengetahui gambaran target *audience* dan desain yang dibutuhkan oleh *client* (Salim & Hartanto, 2022). Proses kreatif memiliki kesulitan untuk melihat bagaimana proses berfikir desainer untuk menemukan bentuk dari pecahan-pecahan ide dan konsep yang terdapat didalam kreatif *brief*.

Desainer dengan psikologi kognitif dalam penerjemahan kreatif *brief* dalam proses berfikir kreatif merupakan tahapan bagaimana pemaaham tentang persepsi, alur pikiran dan proses pemecahan masalah kedalam bentuk visual (Puspasari, 2014). Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana proses penerjemahan kreatif *brief* kedalam bentuk visual dalam berfikir kreatif dari psikologi kognitif desainer. Penerjemahan Bahasa verbal kedalam Bahasa visual dengan cara komunikasi visual dalam membaca, bereaksi, mempersepsi, mengamati, mengartikan, memaknai, mempelajari imajinasi-imajinasi visual yang diterima desainer (Alizamar & Couto, 2016). Psikologi kognitif berlandaskan kepada fenomena dari hasil penglihatan dan persepsi yang didasari ingatan atau pengetahuan terdahulu desainer.

Penelitian ini akan berfokus kepada hubungan psikologi kognitif dengan proses kreatif dengan pendekatan fenomenologi untuk melihat tahapan dari penerjemahan kreatif *brief* pada proses berfikir kreatif desain.

Hubungan Psikologi Kognitif dengan Proses

Desain komunikasi visual bukan hanya merancang desain, namun mencakup kedalam perancangan pesan-pesan untuk mendapat respon untuk melihat bagaimana sensai dari cara melihat dengan peristiwa yang ada didalam ingatan pendek (kognisi). Psikologi kognitif menurut Chaplin dalam (Ramadanti et al., 2022), merupakan satu bidang yang berhubungan dengan wilyah psilogi manusia dalam pemahaman, perhatin, pemrosesan informasi, pemecahan masalah, niat dan keyakinan.

Dari paparan sebelumnya dapat dilihat hubungan psikologi kognitif sangat berperan besar dalam proses berfikir kreatif desainer menerjemahkan kreatif *brief* kedalam bentuk visual. Komunikasi dalam dalam desain dapat terlihat

dalam proses kreatif yang dilakukan oleh desainer dalam membuat rancangan desain dengan membentuk, memilih warna, tekstur, dan pola dalam menerjemahkan ide-ide. Psikologi kognitif dalam memahami persepsi desainer dalam menerjemahkan kreatif *brief* dengan bagaimana stimulus dari emosi desainer bekerja menyampaikan pesan kedalam bentuk visual.

Persepsi, penginderaan, dan belajar merupakan dasar dari kognitif dengan menekankan pentingnya proses didalam diri manusia pada pikirannya. Psikologi kognitif adalah ilmu psikologi yang berupaya memahami bentuk-bentuk sarana empiris yang terstruktur dari hasil pengamatan manusia dan berkaitan dengan persepsi informasi, pemahaman, proses berfikir, dan hasil dari proses pemecahan masalah (Ramadanti et al., 2022).

Metode

Metode pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk melihat paparan dari pengalaman hidup desainer dalam karya desain. pendekatan fenomenologi interpretative digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengalaman hidup, eksistensial, keaslian menjadi fokus dari penelitian ini (Frechette et al., n.d.). Fenomenologi pada objek penelitian dengan melihat kepada psikologi kognitif dalam penerjemahan, persepsi dan belajar desainer dalam proses berfikir kreatif menerjemahkan kreatif *brief* desain.

Teknik pengumpulan data melalui proses wawancara semiterstruktur kepada empat orang desainer yang memiliki latar belakang pendidikan yang sama yaitu mahasiswa desain komunikasi visual. Wawancara dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara desainer dalam menerjemahkan kata atau kalimat kedalam bentuk visual berdasarkan kreatif *brief*. Pemilihan empat narasumber dipertimbangkan untuk melihat seberapa berpengaruh pendidikan yang ditempuh dalam menentukan hasil desain.

Wawancara pertamakali dilakukan oleh peneliti kepada Adam yang merupakan mahasiswa Pascasarja Isi Yogyakarta. Adam memiliki pengalaman bekerja sebagai desainer yang cukup beragam semenjak kuliah S1. Adam selain bekerja sebagai desainer juga bekerja sebagai *Art director* (AD) disebuah agensi desain. AD merupakan bagian penerima kreatif *brief* dari klien dan membuat kreatif *brief* untuk desainer dan juga fotografer yang bekerja dibawah AD. Alasan diatas adalah pertimbangan yang diambil oleh peneliti untuk mejadikan Adam sebagai salah satu narasumber dalam penelitian ini.

Wawancara dilakukan hari Senin tanggal 13 Februari 2023 di kampus Pascasarjana Isi Yogyakarta. Karena wawancara dilakukan kepada teman sendiri, membuat janji bertemu dengan Adam dapat dilakukan dengan mudah dan langsung bersedia untuk diwawancarai. Wawancara dengan Adam berlangsung selama 1 jam pada wawancara pertama. Awalnya peneliti ingin melanjutkan percakapan dengan Adam untuk mengajukan pertanyaan yang timbul dari pembahasan wawancara pertama. Namun, kali ini Adam tidak bisa bertemu dan tidak menyanggupi dikarenakan sedang melakukan penelitian untuk kebutuhan Tesisnya yang berada di kota lain.

Berikutnya peneliti mewawancarai Alif yang biasa bekerja disebuah agensi desain sebagai seorang desainer. Wawancara dilakukan pada hari Minggu tanggal 19 Februari 2023 di kos narasumber daerah Krapyak Kulon, Panggunharjo, Sewon, Bantul. Pemilihan Alif sebagai narasumber adalah pengalam bekerja yang berbeda dengan Adam yaitu, Alif memiliki pengalaman bekerja dengan studio desain. Perbedan tersebut dapat menjadi memperbanyak informasi yang didapat dengan sudut pandang lain. Peneliti menghubungi Alif untuk membuat janji pada awalnya adalah jam 19.00 WIB untuk diwanwancara dan berlangsung selama 44 menit.

Narasumber berikutnya adalah Vian dan Arga, desainer yang bekerja secara *freelance* merupakan mahasiswa semester enam Isi Yogyakarta. Peneliti

menempatkan Fian dan Arga sebagai narasumber adalah untuk menemukan informasi yang berbeda dari dua narasumber yang sudah diwawancarai. Pertimbangan peneliti karena setiap desainer memiliki cara yang berbeda-beda dalam menceritakan proses kreatif yang mereka lalui dalam membuat desain. Wawancara pertama dilakukan di Kopi Nuri, Sewon. Pada hari Minggu tanggal 26 Februari 2023 dengan durasi wawancara keduanya selama 29 menit. Setelah mendengarkan wawancara, peneliti melakukan wawancara lebih mendalam kepada Fian dan Arga untuk menggali informasi secara detail mengenai desain yang pernah dibuat. Wawancara dilakukan di Kantin Seni Rupa Isi Yogyakarta pada hari Senin tanggal 6 Maret 2023. Wawancara kedua bersama Vian berlangsung selama 32 menit, sedangkan wawancara dengan narasumber Arga berlangsung selama 25 menit.

Proses wawancara dilakukan dengan cara semiterstruktur yang mengacu kepada daftar pertanyaan yang sudah disiapkan. Daftar pertanyaan bertujuan untuk membuat arah percakapan lebih terstruktur dan tidak keluar dari topik pertanyaan. Pendekatan yang dilakukan pewawancara dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dikategorikan menjadi dua bagian secara bertahap. Pertanyaan pertama, pewawancara menanyakan mengenai latar belakang pendidikan yang mempengaruhi narasumber untuk menjadi seorang desainer. Berikutnya, pewawancara menanyakan pengalaman pertama narasumber dalam membuat desain dan desain seperti apa yang pernah dibuat. Selanjutnya, pewawancara mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan topik penelitian. Menanyakan mengenai pengalaman bekerja menggunakan kreatif *brief* dan bagaimana upaya dari seorang desainer untuk memahami kreatif *brief*. Pertanyaan terakhir yang diajukan oleh pewawancara adalah meminta narasumber menceritakan proses bekerja dengan kreatif *brief*.

Selama proses wawancara, peneliti juga mengajukan beberapa pertanyaan yang tidak ada didalam daftar pertanyaan. Dalam proses wawancara, peneliti

mencatat poin-poin penting dengan buku dan meminta izin kepada nara sumber untuk mengambil foto gambar atau desain yang sedang dijelaskan. Alat perekam dalam wawancara ini menggunakan telpon seluler. Namun, kekurangan dari alat perekam yang digunakan adalah hasil rekaman wawancara yang terdengar kurang jelas ketika adanya suara lain yang ikut masuk kedalam hasil rekaman.

Perekam wawancara menggunakan aplikasi *Voice recorder* yang tersedia di telepon seluler dengan hasil rekaman berupa *file* audio dengan format (.m4a). Transip dilakukan dengan cara memutar *audio* rekaman dengan alat bantu *earpods* agar suara rekaman dapat terdengar dengan jelas. Rekaman yang didengarkan akan ditranskripsi dengan bantuan *google doc* dengan cara mengaktifkan *voice typing*. Setelah itu peneliti bisa mengulang kata yang disebutkan dari rekaman setelah menekan tombol mikrofon dengan pengaturan bahasa Indonesia. Cara ini dapat mempermudah peneliti dalam proses transkrip dan tidak memakan banyak waktu. Transkrip wawancara menggunakan tersebut memiliki kekurangan, karena bahasa yang tidak baku akan diketik dengan kata baku secara otomatis. Beberapa kata yang tidak baku akan diketik secara manual menggunakan *keyboar*. Setelah semua transkrip selesai, peneliti kembali membaca dan memasukan beberapa foto yang dibahas didalam wawancara. Adapun percakapan yang berada di luar konteks dari pembahasan, tidak dicantumkan dalam transkrip wawancara.

Setelah melakukan transkripsi, lanjut ke tahapan analisis data menggunakan pengodean yang dilakukan dengan dua tahapan. Data hasil wawancara berupa transkrip wawancara dan laporan wawancara. Proses reduksi data ini menandai pertanyaan-pertanyaan penting narasumber dengan menyematkan ke dalam kode. Hasil dari pengodean pada tahap awal ditemukan opini-opini yang menjadi indikator dari cara seorang desainer menerjemahkan kata atau kalimat kedalam bentuk visual. Namun, indikator tersebut belum terfokus kepada inti

permasalahan dan perlu untuk direduksi lagi untuk memperoleh opini yang menjadi *variable* utama untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pengkodean tahap kedua, dilakukan dengan membaca ulang kode-kode pada tahap pertama yang menghasilkan empat kode akhir. Kode akhir akan dikelompokkan mewakili setiap sub kategori yang akan diuraikan kedalam pembahasan untuk menjawab permasalahan penelitian. Kesulitan pada tahap pengodean ini adalah pada saat menyeleksi kode-kode yang belum spesifik dan bisa saja kemungkinan penulis melewati kode-kode penting lain seharusnya masuk kedalam kategori.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan proses pengumpulan data dan hasil analisis yang telah dilakukan peneliti mendapatkan data yang membahas mengenai proses seorang desainer menerjemahkan kreatif *brief* dalam proses berfikir kreatif desain. Proses tersebut menjabarkan tahapan yang dilalui oleh desainer dalam membedah kata atau kalimat. Dalam sebuah penelitian mengatakan bahwa banyak desainer yang tidak dapat menceritakan apa yang sedang dibuat dalam desain atau pesan apa yang ingin disampaikan melalui desain (Tomes et al., 1998). Berbeda dengan pandangan diatas, dalam penelitian ini dapat menunjukkan bagaimana desainer dapat menceritakan proses dari pembuatan desain dengan penerjemahan kreatif *brief* kedalam bentuk visual.

Mencari Keyword dalam Kreatif Brief

Kreatif *brief* merupakan pedoman kerja yang digunakan oleh desainer dalam membuat desain yang diberikan oleh klien. Dalam wawancara yang telah dilakukan, para narasumber memberikan jawaban yang mengarahkan kepada proses menentukan *keyword* yang akan dikembangkan ke dalam bentuk visual.

WR #1:...misalnya, februari, mereka februari ini mau...ee tema...*valenti*, itu tu awalnya aku dapet *client* yang *café*, jadi februari lah...jadi *brief* nya dari mereka, mau bulan ini promo, *cople*, temanya romantis...

WR #2:...ngertiin atau nge-*breakdown* dari *Brief* itu, ya secara general dulu sih..."

WR #3:... ngegaris bawah ngegaris bawah gitu mbak, ada berapa *keyword* yang bisa nih dicari visualnya...

Berdasarkan Respon dari narasumber mengenai cara mencari *keyword* untuk mempermudah proses penerjemahan *brief*, ada satu narasumber yang memiliki cara berdesa dalam menemukan *keyword*.

WR #4:...yang pertama kita memahami *Brief* nya dulu, eee sama seperti yang sudah di jelasin, memang, *Brief* nya berarti, tergantung dengan kebutuhan, *output design* atau ilustrasi, Biasanya kalau ilustrasi atau desain, pastikan ada konsep-konsep tertentu yang diangkat atau ada pesan yang pengen disampein...

Dengan jawaban dari empat orang narasumber dapat disimpulkan bahwa, setiap desainer memiliki pola tersendiri dalam menemukan *keyword* dari sebuah *brief* kreatif. Menjadi hal pertama yang harus dilakukan oleh seorang desainer untuk menemukan *keyword* dalam *brief* kreatif untuk menentukan bentuk visual seperti apa yang ingin dibuat. Penelitian ini menemukan tahapan mencari *keyword* dalam *brief* kreatif dan menjadi proses yang berulang-ulang dilakukan oleh masing-masing desainer.

Identitas Visual

Indikasi visual adalah cara dari seorang desainer membentuk atau mengolah *keyword* kedalam bentuk visual. Proses dari setiap kata mana saja yang bisa dihasilkan melalui referensi dan elemen apa yang diambil dari referensi tersebut. Dalam proses penerjemahan kreatif *brief*, tahapan indikasi visual

merupakan tahapan hasil pemikiran dari seorang desainer yang telah melakukan eksplorasi ide.

WR #1:...jadi ada *descendants*-nya, ada referensinya nih kayak gini...

WR #2:...kata kunci teknologi, apa pendidikan gitu-gitu nah habis itu, kita *breakdown* berarti *font*-nya itu harus ada yang kek robot, tapi bukan robot sih kayak *futuristik* gitu-gitu ya udah...

WR #3:...UMKM sebagai bumbu pemulihan, pulih, pulih itu berarti aku membuat, Apa ya? Analoginya Itu baterai. Baterai yang dicas...

WR #4:...Hal pertama yang aku sadarin dari buah Delima itu ternyata, buah Delima Ketika dipotong itu, punya dua sisi...

Temuan-temuan ini merujuk kepada cara seorang desainer mengindikasikan visual dari *keyword*. Gambaran ini memberikan gambaran tahap-tahap yang dilakukan berulang-ulang oleh seorang desainer dalam membuat desain.

Indikasi Warna

Indikasi warna dalam proses penerjemahan kreatif *brief* tidak ditemukan dalam jawaban dari narasumber narasumber kedua dan ketiga.

WR #1:...ini promo, *cope*, temanya romantis...warnanya turunan dari warna *getline*...

WR #4:...kemudian pemilihan warna itu karena emang udah ada permintaan khusus tinggal kita yang ngasih referensi, ini warna-warna terangnya...

Dari jawaban narasumber diatas dapat dikatakan bahwa mengindikasikan warna dalam desain sudah menyesuaikan dengan permintaan yang ada di dalam kreatif *brief*. Proses pengindikasikan warna dapat dilakukan bersamaan dengan proses mengindikasikan visual dari penerjemahan kreatif *brief*.

Mengatur Posisi Elemen-elemen Visual

Proporsi atau penempatan elemen-elemen visual dapat diindikasikan dalam wawancara yang dilakukan terhadap narasumber keempat.

WR #4:...yaaa dan gambarannya itu, kalau di logo jadinya ada di, di paling bawah ya kok *make* yang di paling bawah ini adalah simplifikasinya dari bentuk rumah yang punya, yang punya makna juga sebuah pondasi gitu dan komandan apa istilahnya, buah yang di atas ini aku gambarin sebagai eee bisnis yang berkembang...

Mengatur posisi dari elemen-elemen visual juga memerlukan penggambaran yang dapat dipahami sebagai sarana penyampai pesan kepada target *audience*. Hasil jawaban wawancara ini memberi gambaran bahwa dalam proses penerjemahan kreatif *brief* dapat menghasilkan susunan dari elemen-elemen visual yang memiliki bentuk. Empat temuan ini merupakan hasil dari pengkodean dan analisis data. Tahapan-tahapan yang terjadi berulang-ulang ketika seorang desainer menerjemahkan kreatif *brief* dalam bentuk visual.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan analisis wawancara, ditemukan empat tahapan yang dilakukan berulang-ulang oleh desainer dalam menerjemahkan kreatif *brief* kedalam bentuk visual. Seluruhan tahapan yang dilakukan oleh desainer dipengaruhi dengan bagaimana mencari *keyword* dalam sebuah kreatif *brief* agar menghasilkan desain sesuai dengan keinginan klien. Mereka memiliki cara dan referensi yang luas untuk mengolah *keyword* menjadi elemen-elemen visual yang akan disusun menjadi sebuah desain. Bekerja menggunakan kreatif *brief* dapat memudahkan desainer untuk membuat desain dan menjadi panduan bekerja bagi desainer.

Rujukan

- Alizamar, A., & Couto, N. (2016). Psikologi Persepsi dan Desain Informasi: Sebuah Kajian Psikologi Persepsi dan Prinsip Kognitif untuk Kependidikan dan Desain Komunikasi Visual.
<http://repository.unp.ac.id/21480/1/8.%20Psikologi%20Perpsepsi%20Sertifikat%20GABUNGAN%202.pdf>
- Frechette, J., Bitzas, V., Aubry, M., Kilpatrick, K., & Tremblay, L.-T. (n.d.). Capturing Lived Experience: Methodological Considerations for Interpretive Phenomenological Inquiry.
<https://doi.org/10.1177/1609406920907254>
- Puspasari, M. E. (2014). Psikologi Kognitif Dalam Proses Kreatif. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 7(1), 7–12.
<https://doi.org/10.31937/ultimart.v7i1.374>
- Ramadanti, M., Sary, C. P., & Suarni, S. (2022). PSIKOLOGI KOGNITIF (Suatu Kajian Proses Mental dan Pikiran Manusia). *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan*, 8(1), Article 1.
<https://doi.org/10.30863/ajdsk.v8i1.3205>
- Salim, A. K., & Hartanto, D. D. (2022). ANALISIS PENTING CREATIVE BRIEF PADA INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(0), Article 0.
- Tomes, A., Oates, C., & Armstrong, P. (1998). Talking design: Negotiating the verbal–visual translation. *Design Studies*, 19(2), 127–142.
[https://doi.org/10.1016/S0142-694X\(97\)00027-6](https://doi.org/10.1016/S0142-694X(97)00027-6)