



DIGITAL
TALENT
SCHOLARSHIP



VOCATIONAL SCHOOL GRADUATE ACADEMY

Junior Graphic Design

Hari #3- : - Menciptakan karya desain

Lokasi Pelatihan: ... (Tuliskan lokasi pelatihan)



KOMINFO



#JADIJAGOANDIGITAL

Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Menciptakan Karya Desain

Deskripsi Singkat

Mata Pelatihan ini memfasilitasi pembentukan kompetensi dalam menciptakan karya desain.

Tujuan Pelatihan

Setelah mengikuti seluruh rangkaian pembelajaran pada mata pelajaran ini, peserta mampu menciptakan karya desain.

Materi Yang akan disampaikan:

- Menjelaskan cara menetapkan kata kunci yang berkaitan dengan data awal & kebutuhan mood/karakter visual melalui proses brainstorming.
- Menjelaskan cara menentukan konsep desain berdasarkan kata-kata kunci.
- Menjelaskan cara mengembangkan karakter/mood visual sesuai arahan dari konsep desain.
- Menjelaskan cara mengembangkan sketsa thumbnail sesuai konsep kreatif yang telah ditentukan.
- Menjelaskan cara memodifikasi sketsa kasar sesuai dengan sketsa thumbnail. Menjelaskan cara mengembangkan sketsa berwarna sesuai dengan sketsa kasar yang telah disesuaikan dengan design brief.

Outcome/Capaian Pelatihan:

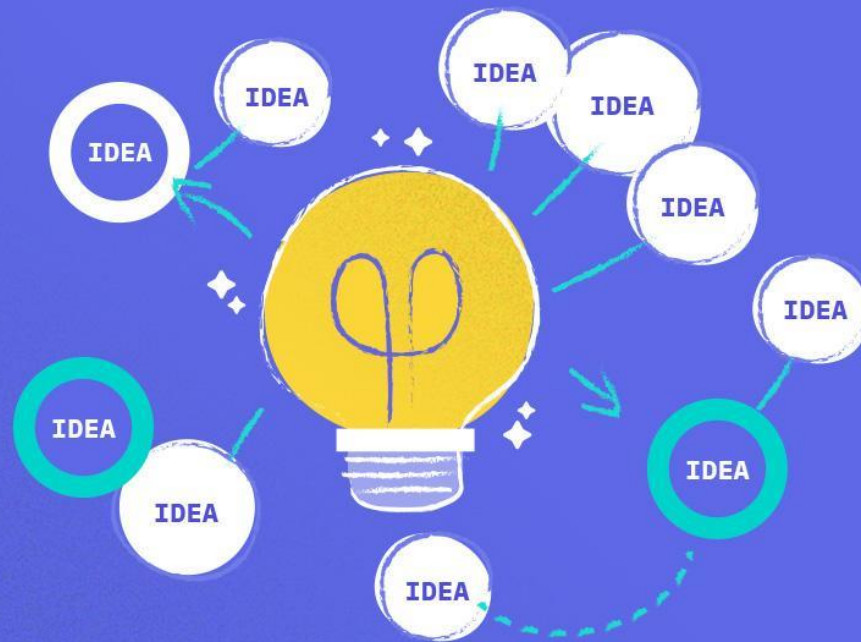
1. Mengidentifikasi design brief atau project brief.

Mengumpulkan data awal

Setelah melakukan Design Thinking pada awal sesi, beberapa data yang sudah terkumpul dapat menjawab beberapa pertanyaan terkait brief dari Klien, diantaranya:

1. Apakah brief dari klien tersedia?
1. Apakah data hasil riset awal (kuantitatif dan kualitatif) tersedia?
1. Apakah hasil riset tersebut penting dan berkaitan dengan permasalahan klien?
1. Apakah ada referensi visual yang bisa membantu memecahkan permasalahan?
1. Apakah referensi visual tersebut diterima Creative Director/ Klien dan bisa dikembangkan menjadi gagasan kreatif?

Proses Brainstorming



Brainstorming, untuk mengumpulkan gagasan secara spontan dari anggota tim. Tim ini terdiri dari creative writer (atau penulis iklan), art director (pengarah seni), desainer grafis, dan dipimpin oleh kepala tim yang disebut grup head.

Proses Brainstorming



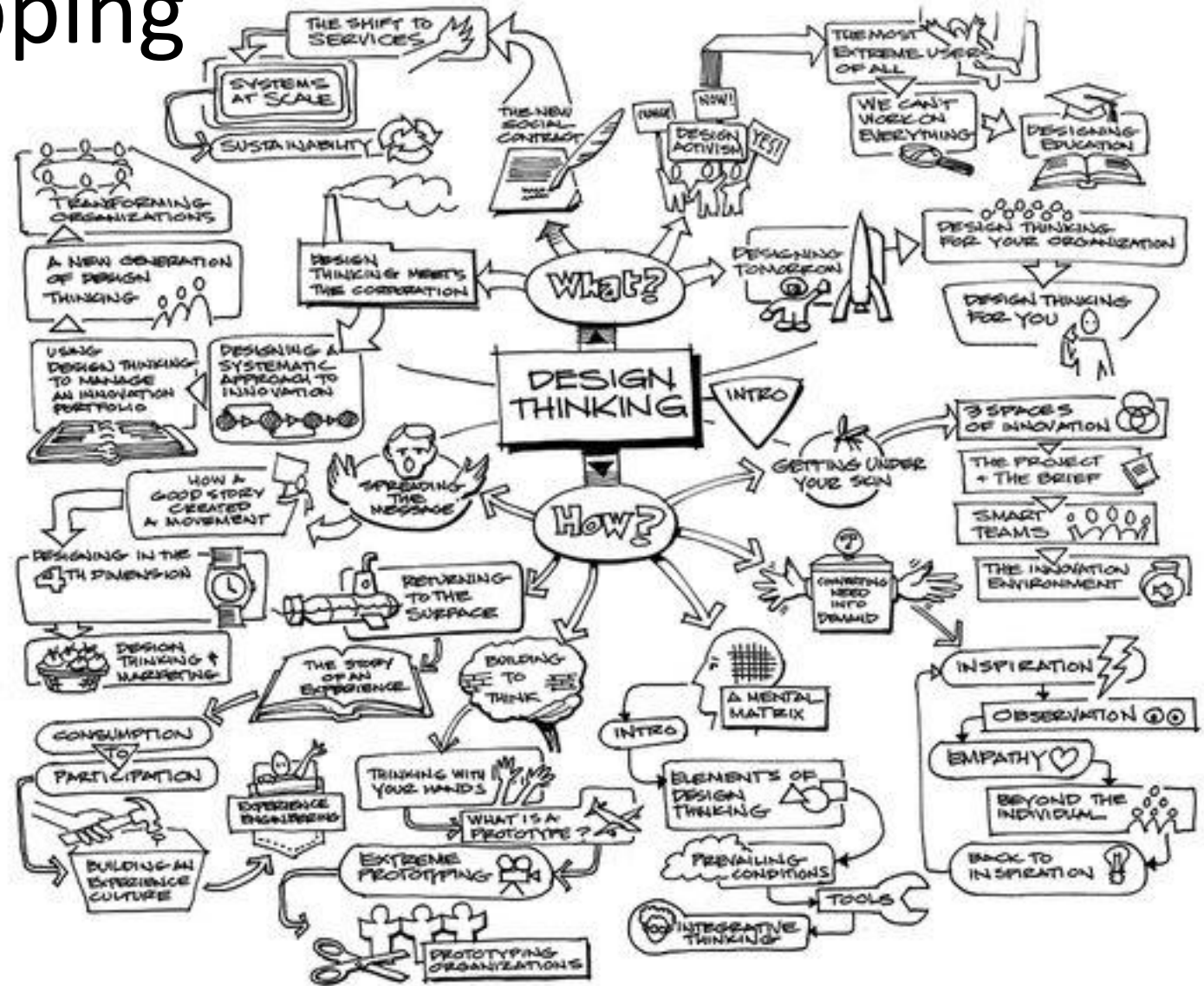
- Klien memberi brief yang berisi permasalahan
- Account selaku pihak penghubung antara klien dengan jasa kreatif, menyampaikan pada pimpinan jasa kreatif, berikut penawaran harga.
- Creative Director mengetahui, lalu memberi mandat kepada grup head untuk melakukan brainstorming, guna memecahkan permasalahan
- Grup head dan tim melakukan brainstorming, terdiri atas creative writing dan art director. Jika perlu ditambah visualizer untuk memperjelas konsep ide.

Proses Brainstorming

- Hasil brainstorming berupa konsep ide
- Gagasan ide diketahui oleh Creative Director
- Dipresentasikan kepada klien, diikuti oleh account
- Klien menerima gagasan tersebut.

Proses Mind Mapping

- Mind map merupakan metode pemetaan berpikir kreatif yang dikembangkan oleh Tony Buzan. Mind map merujuk pada pola berpikir divergen, yang menunjukkan adanya percabangan pada beberapa kata kuncinya.
- Pola ini membantu desainer untuk mendapatkan gambaran visual yang diinginkan oleh klien, dan membatasi ide-ide lain di luar itu.

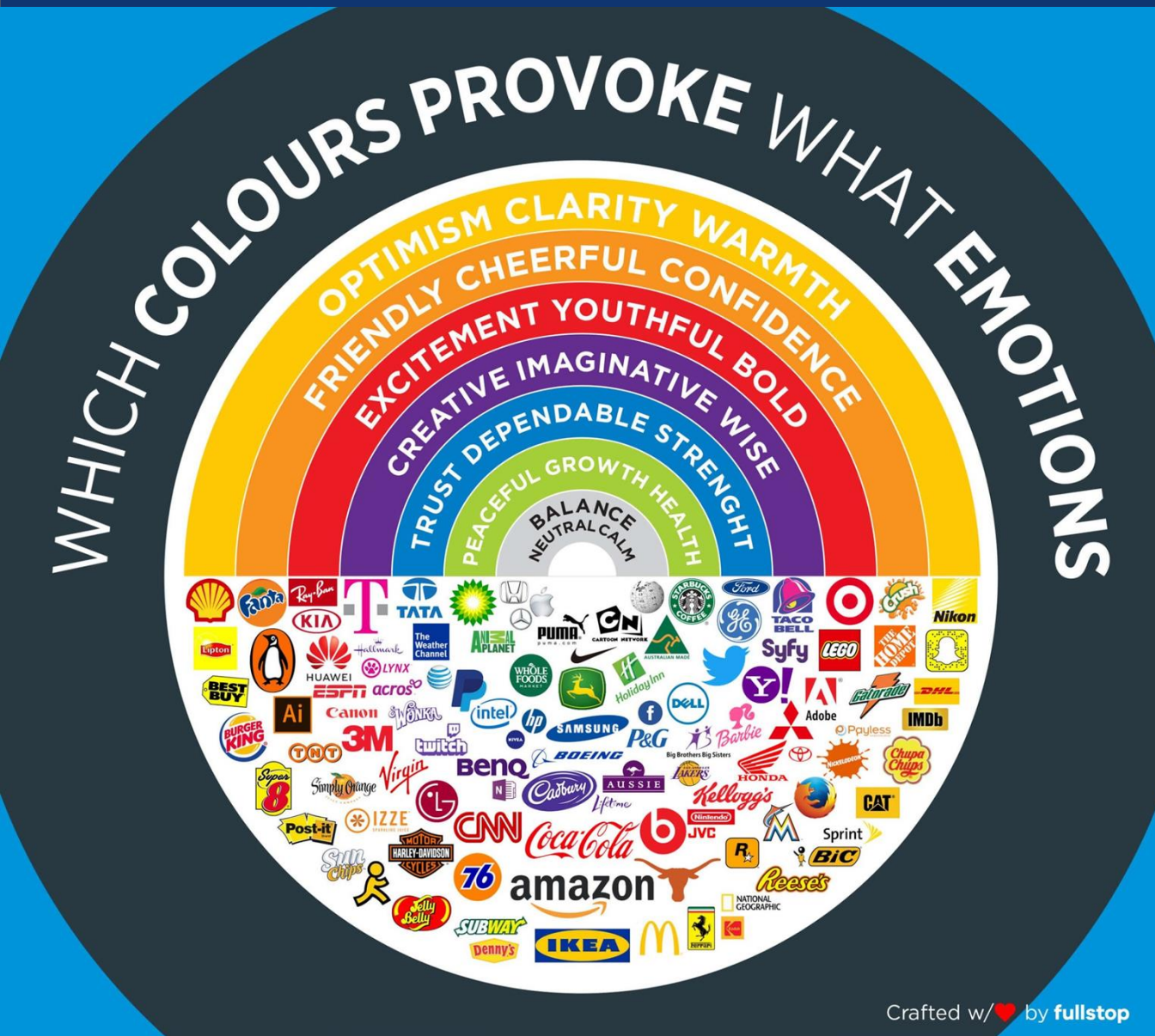


Menentukan Kata Kunci

- Kata kunci atau keyword lazim digunakan dalam berbagai keperluan, misalnya untuk menambah pemetaan mind map, atau browsing terkait dengan ide dan referensi.
- Pada desain, kata kunci bisa menjadi pemaknaan denotasi yang kemudian diolah menjadi unsur desain. Semisalkan foto, ilustrasi, atau bunyi huruf.
- Pemilihan kata kunci yang tepat dapat untuk menguatkan ide gagasan, berdasarkan permintaan klien.

Menentukan Kata Kunci

Cara	Contoh
1. Menetapkan satu kata yang umum, seolah kita memposisikan diri sebagai konsumen dari klien tersebut.	1. Contoh misalnya “makanan ringan”. Ini membantu dalam memulai membuat mindmap.
2. Membuat persamaan kata, dan memilih yang lebih populer.	2. “Snack” dipilih dari kata “makanan ringan”, “cemilan”, dan “kudapan”. Kata “snack” bisa membantu dalam membuat tagline yang populer.
3. Menetapkan keyword yang lebih spesifik untuk menunjukan pembeli yang juga spesifik.	3. “Snack anak-anak”. Selain untuk spesifikasi mind map, kata kunci ini bisa dikembangkan menjadi inisiatif promosi dan aktivitas yang berhubungan dengan anak-anak.
4. Tentukan jenis terkait keyword tersebut, bisa dibuat ke dalam varian yang lebih spesifik lagi berdasarkan jenisnya.	4. Contoh snack kering, di antara pilihannya ada wafer, biskuit, keripik.
5. Fokus dan menentukan batasan, agar ide yang kita kembangkan tidak meluas ke hal lain diluar konteks.	5. Jika yang dibuat snack kering, maka tidak memasukan daftar snack basah seperti agar-agar, dst.



Mengembangkan Karakter/ Mood Visual

Karakter atau mood visual bisa diartikan sebagai citra yang secara emosional menjadi identitas dari klien tersebut.

Contohnya pada brand Apple, Samsung dan Xiaomi, warna hitam adalah Apple, biru adalah Samsung dan jingga (orange) adalah Xiaomi.

GRAY

Stability, Security, Strength of Character, Authority & Maturity

GREEN

Life, Growth, Environment, Healing, Money, Safety, Relaxation & Freshness

BLUE

Peace, Stability, Calmness, Confidence, Tranquility, Sincerity, Affection & Integrity

PURPLE

Royalty, Luxury, Dignity, Wisdom, Spirituality, Passion, Vision & Magic

RED

Danger, Passion, Darling, Romance, Style, Excitement, Urgency & Energetic

ORANGE

Confidence, Success, Bravery & Sociability

YELLOW

Joy, Cheerfulness, Friendliness, Intellect, Energy, Warmth, Caution & Cowardice

BLACK & WHITE

Sophisticated
FORMALITY *Style*
Luxurious Elegance
Expensive *Authority*



Apple

Menggunakan warna hitam dan atau putih sebagai warna utama yang memiliki makna *Elegance, Expensive, Luxurious*.

BLUE

conservative
LOYALTY **wisdom** RELAXING
CALM CONFIDENCE *serenity*
peace security **IDEALISTIC**
honesty responsible



Samsung

Menggunakan warna biru sebagai warna utama yang memiliki makna *Loyalty, Calm, Security*.

ORANGE

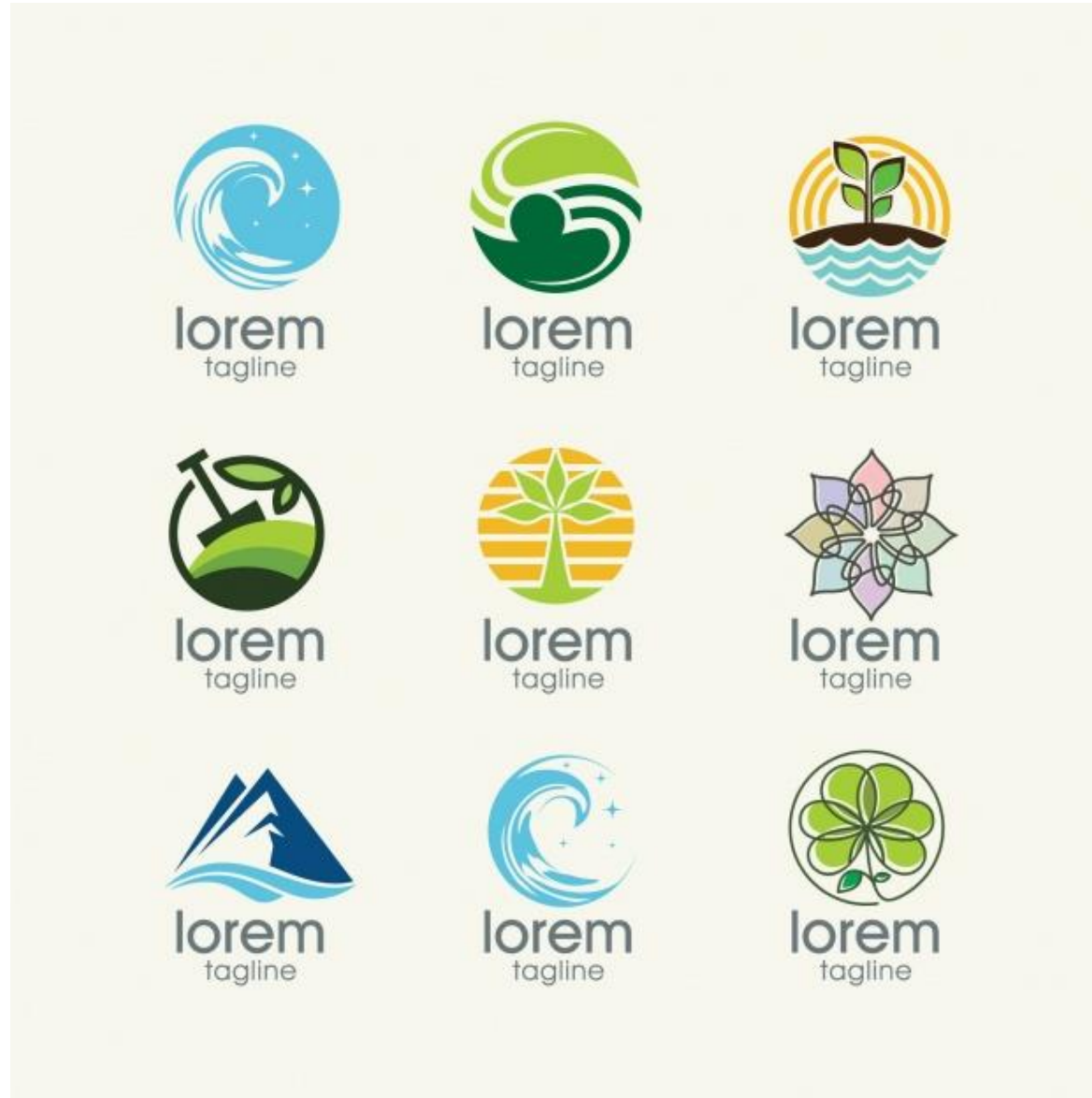
IMPULSE WARMTH
SUCCESS **clarity** SOCIAL
OPTIMISM *creativity* NEW
ENCOURAGEMENT IDEAS
freedom **motivation**



Xiaomi

Menggunakan warna jingga (orange) sebagai warna utama yang memiliki makna *Friendly, Warmth, Creativity*.

Cara	Contoh
1. Adanya batasan: Karakter atau mood visual tidak keluar dari konsep yang akan dibuat.	1. Jika membuat logo berkonsep alam, maka tidak membuat logo berkonsep hi-tech.
2. Mengikuti arahan yang berada dalam lingkup konsep	2. Apa yang diinginkan klien? Misalnya font berkesan elegan, hanya menggunakan dua warna.
3. Menentukan tanda yang merepresentasikan konsep desain.	3. Representasi dari alam misalnya gambar gunung, tumbuhan, sungai.
4. Menentukan elemen visual yang menginterpretasikan konsep desain	4. Warna hijau menginterpretasikan dedaunan, biru menginterpretasikan air, garis lurus menginterpretasikan ketegasan.
5. Berfikir terbuka dan Menerima masukan	5. Saran dari anggota tim, atasan, atau masyarakat menjadi pertimbangan desainer.



Membuat Sketsa Karya Desain

- Menciptakan Karya Desain

Mengembangkan Sketsa Thumbnail

Sketsa thumbnail adalah kumpulan dari beberapa alternatif desain, yang dikembangkan dari gagasan yang telah dirumuskan sebelumnya. Sketsa thumbnail menggambarkan secara garis besar mengenai komposisi desain. Untuk awalan, bisa dibuat dengan menggunakan pensil.



Mengembangkan Sketsa Thumbnail

- Sketsa thumbnail lalu dibuat dengan menggunakan komputer untuk menampilkan struktur dari elemen-elemen desain yang merepresentasikan ide, untuk dipresentasikan kepada klien.
 - Warna : Primer, sekunder, shade, tint
 - Bentuk : Persegi, bulat, poligon
 - Garis : Repetisi, linear, diagonal
 - Typo : Serif, sanserif, handwritting
 - Tekstur : Halus, kasar



Mengembangkan Sketsa Thumbnail



- Sketsa thumbnail yang telah dibuat diperbesar, dan disertai dengan detail unsur-unsur desain (jika telah disetujui klien).
- Sketsa dummy yang telah diperbaharui (jika ada revisi dari klien) dan dibuat dalam ukuran besar.
- Modifikasi sketsa thumbnail dalam ukuran besar, lebih mendetail, merupakan kunci dari gagasan ide yang dibuat desainer terhadap permintaan dari klien.



(a)



(b)



Blue indicates **Clear Space**. The blue area must be kept free of other elements. Grey padding indicates **Safe Zone**.

The minimum required clear space is defined by the measurement "x" (equal to the space between descent line and baseline / cap height and median line).

Minimum logotype width



Favicon, social profile and app icons



Minimum logotype width



Favicon, social profile and app icons



Grayscale logotype version

Booking.com



Grayscale favicon, social profile icon

Booking.com



Logotype colors



003560
RGB / 0 53 128
CMYK / 100 84 26 0
PANTONE (PMS) 294



009FE3
RGB / 0 159 227
CMYK / 75 22 0 0
PANTONE Process Cyan Uncoated

Mengembangkan Sketsa Berwarna

- Sketsa berwarna merupakan bentuk komperhensive dari sketsa kasar.
- Sketsa berwarna sudah memiliki acuan warna yang disebut *color chip*.
- Contohnya pada media cetak: Jika hijau, berapa rumus CMYK nya?
- Pada media layar digital: Jika hijau, berapa rumus RGB nya?

Menyesuaikan Sketsa Berwarna

- Sketsa berwarna harus bisa dikonfigurasi pada saat dihadapkan pada warna hitam-putih.
- Sketsa berwarna memiliki aturan, pada saat pengaplikasian pada warna-warna lain, yaitu warna-warna yang boleh diaplikasikan dan tidak boleh diaplikasikan.



Menyesuaikan Sketsa berwarna dengan design brief

- Sketsa berwarna tersebut sudah sesuai dengan data-data awal?
- Sketsa berwarna tersebut memiliki keterikatan dengan mind map yang sudah dibuat?
- Sketsa berwarna tersebut sudah sesuai dengan gagasan yang dicapai pada saat melakukan brainstorming?
- Karakter/ mood visual sketsa tersebut tidak melanggar arahan konsep desain?
- Sketsa berwarna tersebut dan menjawab permasalahan desain

Kesimpulan

- Kata kunci digunakan untuk untuk menentukan mind mapping ide dan referensi
- Pemilihan kata kunci yang tepat dapat untuk menguatkan ide gagasan, berdasarkan permintaan klien.
- Karakter mood visual merepresentasikan citra identitas client
- Sketsa thumbnail menggambarkan secara garis besar mengenai komposisi desain.

Mengembangkan Wujud Karya Desain

Mengembangkan wujud purwarupa desain bisa dilakukan dengan mempertahankan branding yang sudah ada sebelumnya.

Mempertahankan branding pada warna, font, logo, dan layout atau memberikan diferensiasi yang tetap mempertahankan beberapa prinsip desain atau mengganti sebagiannya.



Perbedaannya terletak pada gradasi warna varian yang disertai penekanan (emphasis).



Selain itu, Karya desain tidak boleh merubah BIG IDEA yang sudah ditetapkan klien. Contohnya, alternatif desain tidak boleh merubah logo, besar logo, atau posisinya, dan warnanya. Kecuali dengan alasan tertentu

- Cek List untuk Pengembangan wujud karya desain / penentuan konsep strategis.

No.	Cek List	Ya	Tidak
1.	Apakah karya desain sudah sesuai dengan tujuan dan penyelesaian permasalahan yang ingin dicapai		
2.	Apakah karya desain sudah sesuai dengan hasil brainstorming awal		
3.	Apakah karya desain sudah sesuai dengan dengan peta pemikiran yang diharapkan		
4.	Apakah karya desain sudah memenuhi seluruh aspek kata kunci yang ditetapkan		
5.	Apakah karya desain sudah sesuai dengan karakter/mood visual yang diarahkan		
6.	Apakah karya desain sudah dikembangkan sesuai dengan sketsa thumbnail dari konsep kreatif		
7.	Apakah karya desain sudah sesuai dengan sketsa kasar		
8.	Apakah karya desain sudah sesuai dengan sketsa berwarna		
9.	Apakah karya desain sudah sesuai dengan <i>design brief</i>		
10.	Apakah karya desain sudah sesuai dengan media yang akan digunakan		
11.	Apakah karya desain sudah memenuhi kaidah elemen/visualisasi karya desain		
12.	Apakah karya desain sudah memenuhi kaidah komposisi elemen visual/ layout karya desain		
13.	Apakah karya desain sudah menyesuaikan komposisi elemen visual/ layout dengan prinsip desain dan objektif		
14.	Apakah karya desain sudah diturunkan dalam (minimal) tiga turunan ide		

Mendiskusikan Wujud Karya Desain

Mendiskusikan Wujud Karya Desain

- Setelah sebelumnya, desainer membuat desain sesuai dengan brief yang diberikan. Maka pada tahapan ini desainer mendiskusikan alternatif karya desainnya dengan pihak-pihak yang terkait dengan desain tersebut.
- Untuk membantu desainer, maka kami berikan beberapa pertanyaan di bawah ini sebagai panduan dalam berdiskusi.

Untuk berdiskusi tentang kesesuaian alternative wujud karya desain dapat dilakukan dengan melengkapi pertanyaan berikut:

1. Apakah karya desain sudah mendapat persetujuan dari creative director?

2. Apakah karya desain sudah mendapat persetujuan dari account executive (yang menjembatani hubungan antara desainer dengan klien)?

3. Apakah karya desain sudah mendapatkan persetujuan dari klien?

Menciptakan Purwarupa/ Dummy Karya Desain

- Setelah sebelumnya, desainer mendiskusikan alternatif karya desainnya dengan pihak-pihak yang terkait dengan desain tersebut. Maka selanjutnya desainer harus merealisasikan desain terpilihnya kedalam bentuk desain dummy atau prototype.
- Untuk membantu desainer, maka kami berikan beberapa pertanyaan di bawah ini sebagai panduan dalam merealisasikan dummy desain.

Untuk mewujudkan purwarupa/dummy sesuai hasil diskusi wujud karya desain dapat dilakukan dengan melengkapi pertanyaan berikut:

1. Apakah media penyampaian karya desain sudah ditetapkan?

2. Apakah standar ukuran dari kertas, bidang, ruang, atau media yang digunakan untuk mengaplikasikan karya desain sudah ditetapkan?

3. Apakah teknik cetak, digital atau teknik aplikasi karya desain sudah ditetapkan?

4. Apakah teknik penjiilidan/ teknik finishing dari karya desain sudah ditetapkan?

Untuk membuat dan mewujudkan purwarupa secara rapi dan komprehensif sesuai dengan konsep desain dapat dilakukan dengan melengkapi pertanyaan berikut:

- 1. Apakah purwarupa karya desain sudah sesuai media penyampaian?**

2. Apakah ukuran purwarupa karya desain sudah sesuai dengan standar ukuran dari media yang ditetapkan?

3. Apakah teknik cetak/ teknik aplikasi karya desain sudah sesuai dengan hasil yang diinginkan?

4. Apakah teknik penjilidan/ teknik finishing dari purwarupa karya desain sudah sesuai dengan hasil yang diinginkan?

5. Apakah purwarupan karya desain sudah mendapat persetujuan dari creative director atau client?

6. Apakah purwarupa karya desain sudah mendapat persetujuan dari account executive (yang menjembatani hubungan antara desainer dengan klien)

7. Apakah purwarupa karya desain sudah mendapatkan persetujuan dari klien?

Referensi

- <https://www.instagram.com/gradienzcoffee/>
- <https://id.pinterest.com/pin/75224256249310784/>
- <https://fullstop360.com/blog/logo-design-color-guide-latest-trends/>
- <https://bratus.co/sectors/industrial/long-van-group/>

Terima Kasih