



DESIGN BRIEF

Fransiska Rachel

DESIGN BRIEF

NOUN

- 1 *'Kirov had received only a vague brief about his current project'*

SYNONYMS

instructions, directions, directives, briefing

information, guidelines, guidance

remit, mandate

informal gen, rundown, low-down



Design brief, atau panduan pekerjaan desain, ibarat resep makanan semakin lengkap dan akurat makan semakin efektif dan enak makanan yang disajikan.

Setiap pekerjaan desain akan membutuhkan panduan/brief yang unik dan khusus dibuat agar dapat menghasilkan desain yang sesuai/tepat.



Brief sangat penting untuk membantu klien dan designer untuk **berkomunikasi** dalam bahasa/kerangka/konteks yang sama.

Brief yang baik memberikan semua informasi dasar yang diperlukan oleh desainer untuk menghasilkan pekerjaan yang sesuai dengan ekspektasi klien.

DUA INFORMASI DASAR

Design brief/panduan desain yang baik seperti apa? Jawabannya, brief yang baik adalah brief yang bisa membuat desainer siap menjalankan proyek,

Deskripsi pekerjaan: cakupan proyek, informasi tentang klien dan produk/event, hasil desain yang dibutuhkan.

Project management: deliverable (desain final yang diinginkan klien), timeline (waktu pengerjaan) dan budget

1. PERKENALAN DAN PAHAMI EKSPEKTASI PEKERJAAN

Di tahap awal ini merupakan saat yang tepat untuk mengenal lebih jauh tentang ekspektasi pekerjaan, yang akan membantu kamu untuk memutuskan apakah kamu orang tepat untuk pekerjaan dan dapat memenuhi ekspektasi tersebut.

PERKENALAN

Komunikasi : mulai dengan beberapa pertanyaan yang membantu mengenal klien dan apa yang mereka butuhkan (jika sudah kenal dengan kliennya, bagian ini bisa diabaikan)

Informasi umum tentang proyek, nama proyek, siapa kliennya, berapa besar timnya, apa saja yang klien sudah lakukan terkait proyek ini, dst

How do they find you?

- Dari siapakah mereka mengenal kamu, dari teman kerja atau situs pencari kerja atau lainnya?
- Sudahkah mereka melihat portofolio kamu?
- Kenapa mereka tertarik untuk bekerja sama?



EKSPEKTASI PEKERJAAN

Tahap selanjutnya:, pahami tentang cakupan pekerjaan lebih lanjut:

What do they want from you?

- Produk apa yang mereka inginkan
- Hasil akhir (final artwork) apa yang mereka inginkan
- Kapasitas tim klien (untuk mengukur seberapa besar keterlibatan kamu dalam proyek, contoh: apakah sampai hadir dalam presentasi atau sebatas produksi saja), atau apakah mereka memiliki tim kreatif/internal

INFORMASI DASAR TENTANG KESIAPAN MATERI DAN PERENCANAAN

- Di bagian manakah kamu akan dibutuhkan
- Siapa sajakah yang akan terlibat dalam proyek, apakah ada tim lain?
- Materi apa saja yang sudah dimiliki dan disiapkan, apakah semua di-desain dari awal, dsb.

Pertanyaan-pertanyaan ini penting agar

cepat memahami cakupan pekerjaan apa yang ditawarkan klien

mengukur kemampuan sendiri serta cakupan pekerjaan secara riil.

dapat memutuskan apakah cocok/mau mengambil pekerjaan ini atau tidak?

2. MELENGKAPI BRIEF

DAFTAR INFORMASI YANG WAJIB ADA DALAM BRIEF PEKERJAAN DESAIN:

Teknis pekerjaan. Apakah hasil akhir yang diharapkan?

- Ukuran, bentuk, mock up, dst
- Dalam media apa saja artwork akan digunakan, kebanyakan di media cetak atau digital, atau online, dst.
- Apakah bentuk/format dari final artwork yang diinginkan? Bentuk flattened/template atau format yang bisa diedit, eg. psd, work template, powerpoint templates, dst.

Tenggat waktu atau deadline pengerjaan. Jika desain lebih dari 1, pastikan apakah deadline-nya sama untuk semua.

Anggaran/budget. Umumnya klien akan meminta desainer mengirimkan penawaran harga/quotation setelah memberikan detail pekerjaan.



diskusi lebih jauh tentang produk, target user, referensi desain, dan informasi lainnya yang dibutuhkan dalam mendesain.

BRANDING ?

Jika proyeknya seputar branding, ada beberapa detail informasi lain yang diperlukan, seperti:

Spesifik untuk proyek branding/rebranding:

- Untuk proyek rebranding, apakah yang klien ingin ubah/tidak puas dari brand yang ada?
- Apakah mereka memiliki branding guideline?
- Apakah mereka membutuhkan kamu untuk memproduksi branding guideline? — jika ya, maka kamu perlu melibatkan penulis kopi (copy writer) dalam proyek ini.

Untuk proyek desain logo, apakah logonya berupa tipografi, gambar atau keduanya?

PRO TIPS: STOP BERASUMSI!

branding or rebranding ?

Selalu kirimkan brief yang sudah dilengkapi sesuai hasil diskusi/meeting, kirim serta minta konfirmasi dari klien.

3. PAHAM TENTANG BRAND/PRODUK



—terjemahan: apakah obyeknya (disini berarti brand/produknya) dan apa kegunaannya? Semakin detail informasi yang diketahui tentang brand/perusahaan dan tujuan bisnisnya, semakin kenal dan semakin mudah memahami klien.

**who are they &
what they do?**

Peroleh informasi yang selengkap-lengkapnya tentang jati diri brand/produk:

cerita/sejarah/filosofi produk

branding guidelines

tagline, kreatif element-nya

hal yang menarik/menjual (key selling point) dari brand/produknya, jika dirasa perlu

kompetitor, apa yang mereka kagumi/sukai atau tidak suka

referensi desain yang mereka sukai, dan kenapa



Informasi detail khusus untuk proyek branding/rebranding:

rencana atau tujuan brand/produk kedepannya— terutama dalam proyek rebranding

sejarah/latar belakang kenapa brand ini ada, jika dirasa perlu (terutama kalau foundernya orang terkenal atau sejarahnya cukup fenomenal)

4. KENALI TARGET AUDIENCE

Siapa yang menjadi target dari desain yang akan kamu hasilkan? Siapa target audience-nya?

PRO TIPS: TEPAT SASARAN

Target audience untuk pekerjaan desain bisa jadi lebih spesifik — karena desain dibuat untuk keperluan dan konteks yang lebih spesifik, seperti social media campaign/brosur/billboard/banner ads digital, dst.

Jadi pastikan deskripsi target audience disini adalah **target audience yang sesuai untuk pekerjaan desainnya.**

KATEGORI UNTUK MENDESKRIPSIKAN AUDIENCE :

1. usia dan gender/jenis kelamin
2. status ekonomi, acuan yang sering digunakan adalah Socio economic status/SES
3. interest/ketertarikan/hobi/passion/habit

PRO TIPS:

Minta client memilih profil instagram/influencer yang sesuai dengan aspirasi audiencenya. Agar lebih akurat kadang dibutuhkan referensi/contoh target audience-nya di dunia nyata, manfaatkan instagram untuk memilih contoh atau aspirasi persona. .



5. TONE OF VOICE DAN KEY MESSAGE

Tone of voice berkaitan erat dengan pencitraan yang ingin dicapai brand di mata konsumen/target audience-nya.

Kesan apa yang ingin ditinggalkan kepada audience?

kepribadian/karakteristik brand ketika diperkenalkan dan ingin disampaikan ke target audience.

Pro :

Minta client memberikan 3-5 kata untuk mendeskripsikan produknya



6. METODE ATAU ALUR KERJA

Bekerja sama akan lebih mudah dan efektif jika kedua pihak saling memahami bagaimana alur kerja masing-masing, tidak dicantumkan dalam brief, tapi dicantumkan dalam kontrak

DESAINER harus menjelaskan:

- 1. menjelaskan alur kerja desain**
- 2. materi yang dibutuhkan dari klien, seperti logo, kode warna.**
- 3. jika ada materi atau komponen yang harus diproduksi secara terpisah/outourcing, informasikan hal ini kepada klien terutama jika membutuhkan waktu dan budget extra.**
- 4. tahapan kerja dan keterlibatan klien di tahapan tertentu, termasuk revisi**
- 5. hasil akhir yang mereka peroleh**



Untuk kelancaran komunikasi dalam proyek, selalu mintakan informasi ini dari KLIEN:

siapa person-in-charge (PIC), yang menjadi sumber informasi selama proyek berlangsung.

bentuk presentasi desain yang disampaikan: prototipe, mock up, powerpoint, print out, atau bentuk file digital sudah cukup

siapa yang menjadi pengambil keputusan atau bagaimana keputusan diambil terutama terkait approval .



9 STEPS TO CREATING A KILLER BRIEF FOR YOUR GRAPHIC DESIGNER

1 // INTRO

Describe your business in 1 short paragraph.
What is your 'elevator story'?

2 // FEELINGS

What feelings do you want your brand to evoke?

3 // LOOK + FEEL

What aesthetic are you looking for?

4 // BRAND POSITION

Are you a Target or Chanel?

5 // LIKES + DISLIKES

What brand do you like and dislike? Why?

6 // COMPETITORS

Who are your closest competitors?
What makes you different, unique?

7 // NEEDS

What exactly do you need at the end of the project?

8 // BUDGET

How much \$ have you allocated for the project?

9 // TIMELINE

When do you need the project to be completed?



GET THE ADMINISTRATION/CLEARANCE DONE BEFORE YOU START WORKING

Mulai bekerja setelah klien mengirimkan **persetujuan resmi untuk bekerja sama**, dalam bentuk kontrak kerja, surat perintah kerja, Purchase order/PO, atau lainnya.

Selalu **irimkan rekap dari hasil diskusi/pertemuan** dari setiap tahapan dan revisi dan minta tanggapan dari klien.

Pastikan budget, deadline dan termin pembayaran (term of payment) disetujui kedua pihak.



GOOD LUCK !

<https://desainerhaus.com/2018/03/02/hal-wajib-dalam-design-brief-atau-panduan-pekerjaan-desain/>

LATIHAN

Anda diwajibkan mencari pasangan dalam pembuatan desain. 1 orang sebagai klien dan lainnya bertindak sebagai desainer.

Buatlah / susun desain brief sesuai hasil diskusi