



BUKU INFORMASI

MENERAPKAN DESIGN BRIEF

M.74100.005.02



KEMENTERIAN KETENAGAKERJAAN R.1.
DIREKTORAT JENDERAL PEMBINAAN PELATIHAN DAN PRODUKTIVITAS
DIRECTORAT BINA STANDARISASI KOMPETENSI DAN PELATIHAN KERJA

Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 51 Lt. 6.A Jakarta Selatan
2019

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	2
BAB I PENDAHULUAN	4
A. Tujuan Umum	4
B. Tujuan Khusus	4
BAB II MENYUSUN DESIGN BRIEF	5
A. Pengetahuan yang Diperlukan dalam Menyusun Design Brief	5
1. Cara menyusun <i>design brief</i> untuk pengembangan desain berdasarkan <i>project brief</i>	5
2. Cara penyusunan design brief untuk pihak ketiga berdasarkan project brief	6
B. Keterampilan yang Diperlukan dalam Menyusun Design Brief	7
C. Sikap Kerja dalam Menyusun Design Brief	8
BAB III MELAKSANAKAN DESIGN BRIEF	9
A. Pengetahuan yang Diperlukan dalam Melaksanakan Design Brief	9
1. Cara penguraian proyek desain secara komprehensif	9
2. Cara menyatakan tujuan berdasarkan design brief	10
3. Cara menyimpulkan ruang lingkup desain berdasarkan Project brief	11
4. Cara menentukan khalayak sasaran sesuai project brief	11
5. Cara menentukan media desain sesuai dengan tujuan desain	13
6. Cara melaksanakan waktu pengerjaan desain sesuai jadwal	14
7. Cara pembagian tugas dan tanggung jawab sesuai proyek desain	16
B. Keterampilan yang Diperlukan dalam Melaksanakan Design Brief	16
C. Sikap Kerja yang Diperlukan dalam Melaksanakan Design Brief	16
DAFTAR PUSTAKA	17
A. Dasar Perundang-undangan	17
B. Buku Referensi	17
C. Majalah atau Buletin	17
D. Referensi Lainnya	17

DAFTAR PERALATAN/MESIN DAN BAHAN -----	17
A. Daftar Peralatan/Mesin-----	17
B. Daftar Bahan-----	17
LAMPIRAN -----	17
Lampiran 1 Desain Brief Template-----	18
DAFTAR PENYUSUN -----	19

BAB I

PENDAHULUAN

A. Tujuan Umum

Setelah mempelajari modul ini peserta latih diharapkan mampu Menerapkan Design Brief.

B. Tujuan Khusus

Adapun tujuan mempelajari unit kompetensi melalui buku informasi Menerapkan Design Brief ini guna memfasilitasi peserta latih sehingga pada akhir pelatihan diharapkan memiliki kemampuan sebagai berikut:

1. Menyusun Design Brief untuk pengembangan konsep desain berdasarkan project brief; design brief disusun berdasarkan project brief untuk pihak ketiga; mampu menjelaskan serta menyusun design brief untuk pihak ketiga.
2. Melaksanakan Design Brief, dapat menguraikan proyek desain secara komprehensif; dapat menjelaskan cara penguraian proyek desain secara komprehensif; mampu menguraikan proyek desain; dapat menjelaskan cara menyatakan tujuan desain sesuai project brief.

BAB II

MENYUSUN *DESIGN BRIEF*

C. Pengetahuan yang Diperlukan dalam Menyusun *Design Brief*

Design Brief adalah panduan tertulis untuk sebuah proyek desain yang dikembangkan bersama oleh desainer dan pihak ketiga. Panduan tertulis/*design brief* ini menjadi cetak biru yang diinginkan dari sebuah desain. *Design brief* sebagai serangkaian instruksi spesifik dan detail yang harus diikuti untuk mencapai desain yang ideal. Bentuk desain brief bisa berupa rincian tertulis naratif yang sudah disusun secara sistematis berupa poin-poin oleh desainer berdasarkan *project brief*.

Design Brief merupakan definisi awal dari masalah desain dan kemungkinan deskripsi strategi untuk menyelesaikannya.

1. Cara menyusun *design brief* untuk pengembangan desain berdasarkan *project brief*.

Brief merupakan komponen penting dari banyak proyek desain dan dapat memainkan sejumlah peran dalam suatu proyek. Fungsi *Design brief* dapat memfasilitasi untuk mengklarifikasi ruang lingkup, maksud dan tujuan untuk berbagai pihak yang terlibat dalam proses pembangunan proyek desain. Kemudian brief dapat memberikan garis besar kasar arah proyek, yang memungkinkan kebebasan dan ruang lingkup luas bagi mereka yang terlibat. Jenis informasi yang akan dimasukkan dalam *design brief* seperti:

- Tentang Perusahaan/*Company overview*
- Deskripsi Proyek / *Project overview*
- Tujuan / *key objective*,
- Sasaran / *target group*,
- Tanggal Waktu / *deadline & Jadwal / timeline*,
- Ketentuan Khusus/*requirements*.
- Media / *output*

CREATIVE BRIEF DOCUMENT (CBD)	
DATE :	
REQUESTOR :	
1. Creative output requested:	
a. Objective :	
b. Type of work :	
c. Size :	
d. Material :	☐ Printing ☐ Video ☐ Digital ☐ Other _____
2. Deadline :	
3. Content :	
a. Program name/title :	
b. Key messages :	
c. Sub messages :	
4. Creative Asset :	
(i.e. Partner Logo, Event Logo, etc - If available)	
5. Reference :	
(i.e. visual, video, etc - If there's any)	
5. Other information required :	
<i>Please fill out the CBD and send the soft file to:</i>	
<i>-PIC of Content & Creative: rico.susilo@astralife.co.id</i>	
<i>cc: sari.pranoto@astralife.co.id</i>	
<i>-You can attach the reference in the email if there's any</i>	

Gambar 2.1. Contoh Bentuk Desain Brief Berupa Poin-Poin

2. Cara penyusunan design brief untuk pihak ketiga berdasarkan project brief.

Brief untuk pengembangan konsep desain disusun sesuai komponen jenis informasi. Cara menyusun design brief untuk pihak ketiga tentunya berasal dari desainer/tim desainer, Pihak ketiga berupa tim diluar desainer/pihak klien. Tentunya jenis informasi yang disampaikan harus jelas dan sudah sesuai dengan project brief.

Orang-orang yang memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan design brief

- Pemilik usaha/ownership
- Klien/customer/partner
- Pemilik bersama/co-ownership/stakeholder
- Desainer & tim

Langkah pertama adalah mengidentifikasi siapa yang akan dianggap sebagai “pemilik usaha/ ownership terhadap proyek”. Pemilik usaha berarti orang mengetahui dengan jelas usaha miliknya dan memiliki akuntabilitas tinggi dalam memberikan keputusan. Jika proyek berhasil, siapa yang akan menerima pujian? Jika proyek tidak berhasil siapa yang akan bertanggung jawab. Biasanya pemilik yang mewakili sebuah grup perusahaan dengan kebutuhan bisnis di bidang desain, rekan pemilik dari bidang desain.

Klien atau customer, kebanyakan desainer menggunakan istilah klien/pelanggan secara berlebihan. Sehingga menganggap klien tidak mengerti desain dan cenderung menyalahkan klien atas desain sudah jadi nanti. Lebih baik berbicara tentang “bermitra/partner kerja.” dengan orang-orang disuatu proyek, untuk memunculkan tanggung jawab dimasing-masing peran antara desainer dengan mitra sebagai klien, atau mitra desainer dalam mengerjakan proyek. Pemilik bersama/ownership telah melakukan rapat diawal proyek. Sekarang saatnya menentukan siapa yang akan menjadi bagian tim dalam menyusun design brief. Biasanya terdiri dari daftar pemangku kepentingan/stakeholders, desainer, penulis/writer, tim teknis. Terdiri dari kurang lebih 10 orang yang benar-benar akan terlibat dalam pelaksanaan proyek sehari-hari. Tim proyek design brief ini perlu dijaga relatif kecil dan memang orang-orang yang akan membantu desainer.

Tujuan sebenarnya dari design brief adalah untuk membuat brief desain selengkap dan bermanfaat mungkin. Pada akhir seberapa lama juga ditentukan oleh persyaratan khusus dalam proyek dan kompleksitasnya. Design brief dibutuhkan ketika ingin memulai proyek desain dan sudah mengisi project brief terlebih dahulu. Design brief harus dikomunikasikan secara efektif.

C. Keterampilan yang Diperlukan dalam Menyusun *Design Brief*

1. Menyusun design brief untuk pengembangan konsep desain berdasarkan project brief
2. Menyusun design brief untuk pihak ketiga berdasarkan project brief

C. Sikap kerja

Harus bersikap cermat, teliti dan taat asaz dalam:

1. Menyusun design brief untuk pengembangan konsep desain berdasarkan project brief
2. Menyusun design brief untuk pihak ketiga berdasarkan project brief

BAB III

MELAKSANAKAN *DESIGN BRIEF*

A. Pengetahuan yang Diperlukan dalam Melaksanakan *Design Brief*

Berapa Berapa lama seharusnya desain brief dilakukan?" Jawabannya adalah, "selama diperlukan." Semakin cepat kebutuhan proyek desain, maka semakin cepat design brief disusun dan dilaksanakan, selama diperlukan. "Banyak sekali desainer mengatakan bahwa mereka telah diminta berulang kali untuk membuat desain brief secepat mungkin.

Setelah menyusun, kemudian seorang desainer/tim melaksanakan design brief yang telah disusun, dengan cara:

1. Cara penguraian proyek desain secara komprehensif.

Bagian ini sering disebut dengan deskripsi proyek/project overview, dimana desainer mampu menguraikan proyek desain secara lengkap dan sesuai dengan project brief dari klien. Bagian ini akan berhubungan jelas dengan ruang lingkup proyek dan tujuan klien. Berisi kebutuhan bisnis dan tujuan proyek, hasil yang diinginkan, dan kepemilikan proyek. Deskripsi proyek biasanya berisi ringkasan proyek berbentuk format narasi. Selain itu terdapat informasi tentang perusahaan/company overview, seperti visi misi dan tujuan perusahaan. Serta kategorikan perusahaan/category review, mengacu pada industri spesifik dimana produk dan layanan perusahaan terlibat. Tentunya terdapat kontak dan nama-nama orang yang akan terlibat.



Gambar 3.1. Happy Meal McDonald

Contoh, perusahaan McDonalds, kebanyakan orang mengatakan "makanan cepat saji." Tentu, McDonald menyajikan makanan cepat saji direstorannya, Namun pada awalnya terlibat dalam kategori hiburan. Seluruh konsep yang menjadikan McDonald sebagai pemimpin industri makanan cepat saji didunia, yakni memiliki konsep tempat bagi keluarga untuk dapat bersenang-senang. Didalam McDonald, biasa terdapat taman bermain untuk anak-anak dan orang tua dapat memantau dan mendampingi anaknya, Produknya Happy Mewals dengan berisi permainan, puzzle dan mainan kecil serta maskot dari McDonald itu sendiri si badut Ronald McDonald. Semuanya tentang beristirahat sejenak, bersenang-senang bersama anak-anak. Mereka fokus pada hiburan tersebut karena pesaing makanan cepat saji lainnya berfokus pada penawaran makanannya.

2. Cara menyatakan tujuan desain sesuai Project brief.

Dalam hampir setiap proyek desain, ada semacam judul pekerjaan untuk proyek tersebut, seperti "Desain brosur baru untuk produk xyz," atau "Desain ulang pemanggang roti Model 1234. "Dengan semua wajah baru pada merek dan branding, permintaan yang paling sering didapatkan adalah, "Bisakah Anda mendesain logo produk saya?

Sebagai contoh, apakah hanya karena perusahaan secara rutin inovasi baru pada brosur setiap enam bulan? Atau apakah brosur saat ini berisi informasi yang sudah ketinggalan zaman yang harus direvisi? Mungkin saat ini brosur tidak efektif di pasar. Apakah produk atau layanan baru dan belum memiliki brosur? Sebagai seorang desainer, perlu tahu mengapa kita sedang diminta untuk melakukan proyek ini. Jika desainer tidak mengerti mengapa desainer harus melakukan sesuatu, mungkin tidak akan melakukan pekerjaan dengan sangat baik. Jika desain adalah disiplin ilmu untuk memecahkan masalah, maka desainer perlu tahu persis apa itu masalahnya. Jika tujuannya tidak, diperlukan pertemuan pendahuluan terlebih dahulu untuk menggali tujuan desain kepada pemilik usaha/stakeholder/klien bahwa jawaban tersebut harus ditemukan sebelum kita melangkah lebih jauh. Tentukan tujuan bisnis dari project brief apakah itu untuk meningkatkan kesadaran merek, memperkenalkan produk baru, meningkatkan penjualan atau yang lainnya?

3. Cara menyimpulkan ruang lingkup desain berdasarkan Project brief

Ruang lingkup desain berisi daftar terperinci dari semua yang diharapkan akan diberikan oleh proyek ini. Suatu tantangan yang sering kita temui ketika pertama kali bekerja dengan klien baru adalah mendefinisikan, pada tingkat yang cukup terperinci, ruang lingkup proyek. Seringkali perusahaan tahu apa yang mereka inginkan dengan ekspektasi proyek tingkat tinggi, tetapi belum sampai pada hal-hal sepele - tetapi itulah tujuan desainer.

Ruang Lingkup proyek desain adalah bagian dari perencanaan proyek yang melibatkan menentukan dan mendokumentasikan daftar tujuan proyek tertentu, hasil, fitur, fungsi, tugas, tenggat waktu, dan akhirnya biaya. Dengan kata lain, itu adalah apa yang perlu dicapai dan pekerjaan yang harus dilakukan untuk menyelesaikan suatu proyek. Penting untuk menentukan ruang lingkup lebih awal dalam proyek karena dapat sangat mempengaruhi jadwal atau biaya (atau keduanya) proyek di jalurnya.

Di bawah ini adalah gambaran untuk mendefinisikan ruang lingkup dengan benar.

- Kerangka waktu/enggat waktu/timeline proyek desain
- Persetujuan/persyaratan proyek desain tertentu (ketentuan khusus/requirements)
- Anggaran untuk proyek desain

4. Cara menentukan khalayak sasaran sesuai Project brief.

Menentukan khalayak sasaran/target group/target audiens, Audiens sebenarnya digambarkan hanya dalam beberapa kata. Beberapa contoh termasuk: "wanita dan laki-laki, delapan belas hingga tiga puluh," "ibu," "Remaja," "pemegang saham," "eksekutif," dan yang populer "Semuanya!" Perlu tahu lebih banyak dari itu. Apa jenis wanita delapan belas hingga tiga puluh? Di mana mereka tinggal? Tingkat apa pendidikan yang mereka miliki? Apa minat mereka? Apakah "ibu" termasuk nenek? Ibu muda? Ibu yang sudah dewasa?

Oleh karena itu, menjadi penting untuk menggambarkan semua audiens target selengkap mungkin dalam design brief. Berikan perhatian khusus untuk perbedaan nasional, budaya, regional, dan gender, terutama untuk penawaran global. Cara menentukannya dapat

bertanya kepada klien dan menganalisa produk/layanan perusahaan terhadap target audience. Persis siapa yang akan melihat dan merespons desain Anda?



Gambar 3.2 Target Groups

Target Group berisi:

- Pekerjaan (eksekutif / karyawan swasta / ibu rumah tangga / dsb)
- jenis kelamin (laki-laki / perempuan)
- usia rata-rata (misalkan, 5-15th)
- kebangsaan / lokasi (internasional / lokal / suatu negara)
- Kelas Sosial / social class (bawah / menengah ke bawah / menengah / menengah ke atas / atas)
- Personal Attributes (misalkan, orang tua yang memiliki anak/ anak-anak yang menyukai boneka / orang yang sederhana / pecinta alam / orang-orang pecinta musik pop)
- preferensi gaya hidup (biasanya berhubungan dengan suatu brand, seperti target audiens anak-anak berhubungan dengan suatu brand mainan)

5. Cara menentukan media desain sesuai dengan tujuan desain

Menentukan media desain yang akan desainer buat berhubungan dengan tujuan desain / key objective dari sebuah proyek desain. Kebutuhannya pastilah berbeda-beda. Contohnya sebuah perusahaan memiliki tujuan untuk melakukan rebranding untuk kemasan produk makanan mereka karena sudah tidak menarik lagi dipasaran, padahal target audiece mereka adalah untuk dikonsumsi anak-anak muda, oleh karena itu dibutuhkan media yang berhubungan dengan anak-anak muda, seperti social media yang sangat lekat dengan keseharian mereka. Dibutuhkan rebranding kemasan makanan dengan desain ditujukan untuk anak-anak muda.

Pada umumnya media desain dibagi menjadi:

- Media Digital, terdiri dari, Social Media post(facebook, instagram, youtube video), TV, Website, Aplikasi, Billboard Digital, semua media online.



Gambar 3.3 Media Digital

- Media Cetak terdiri dari, kemasan, buku, poster, koran, billboard, spanduk, dsb.



Gambar 3.4 Media Cetak

Media Desain dapat dibagi juga berdasarkan periklanan menjadi:

- ATL – Above The Line.
 - Target audiens yang luas
 - Lebih untuk menjelaskan sebuah konsep atau ide. Tidak ada interaksi langsung dengan audiens.
 - Media yang digunakan biasanya TV, Radio, Majalah, Koran, Billboard, media online, internet bisa lewat website, blog ataupun sosmed.
- BTL – Below The Line.
 - Target Audiens Terbatas
 - Media atau kegiatannya memberikan audiens kesempatan untuk merasakan, menyentuh atau berinteraksi bahkan langsung action membeli.
 - Media yang digunakan Event, Sponsorship, Sampling, Point of Sale (POS) materials, Consumer Promotion, Trade Promotion dan lain-lain.

6. Cara melaksanakan waktu pengerjaan desain sesuai jadwal

Dengan mengikuti jadwal kerja yang sudah disepakati bersama antar klien dan desainer. Desainer dan tim perlu bekerjasama untuk membagi tugas sehingga tidak melewati tenggat waktu yang telah disepakati. Usahakan untuk memberikan tenggat waktu lebih

awal dari batas yang sudah disepakati, sehingga ada waktu lebih jika proyek belum terselesaikan.

ESTIMATED TIMELINE: BRANDING YUGO							
Month	Date & Day						
	Mon	Thu	Wed	Thr	Fri	Sat	Sun
October	30	1	2	3	4	5	6
	Start Project & Contract	Present Moodboard	Sketch	Sketch	Sketch	Sketch	
	Moodboard	Big Ideas	Big Ideas		Revision (if)	Present Logo	
	Down Payment Logo	Give Feedback				Give Feedback	
	Give core value from Yugo						
	7	8	9	10	11	12	13
	Digitalize	Present Digitalize Logo	Revision (if)	Logo Preview JPEG	Graphic Element & Illustration	Graphic Element & Illustration	Present Graphic Element & Illustration
			Present Revision (if)				
			Give Feedback	Full Payment Logo			Give Feedback
				Down Payment Collateral Design			
	14	15	16	17	18	19	20
	Mock Up Packaging	Mock Up Proposal	Revision (if)	Present Revision (if)	Revision (if)	Final Artwork All	Submit All Designs to Ka Ivan, Yugo
	Mock Up Menu	Present Mock Up All		Deck Presentation	Present Revision (if)	All Design convert to PDF	End of Project & Contract
		Give Feedback		Give Feedback	Give Feedback	Give Feedback	Full Payment Collateral Design
	21	22	23	24	25	26	27
	Maintenance (if)	Maintenance (if)	Maintenance (if)				
	Maintenance (if)	Maintenance (if)	Maintenance (if)				
	28	29	30	31			

Gambar 3.5 Contoh Jadwal Kerja 1



Gambar 3.6 Contoh Jadwal Kerja 2

7. Cara pembagian tugas dan tanggung jawab sesuai proyek desain

Pembagian tugas dalam sebuah tim sangat dibutuhkan, sehingga mendapatkan hasil yang maksimal dengan tenggat waktu tertentu. Untuk itu pembagian tugas di bagi berdasarkan:

- Kemampuan Desainer/jabatan tertentu (thinker - artdirector or executor-designer)
- Bidang Desainer (illustration, branding, motion, instalation)
- Kecepatan Kerja dan Waktu Desainer (seberapa cepat desainer mengerjakan pekerjaan tersebut)

B. Keterampilan dalam Melaksanakan Design Brief

1. Menguraikan proyek desain secara komprehensif
2. Menyatakan tujuan desain sesuai project brief
3. Menyimpulkan ruang lingkup desain berdasarkan project brief
4. Menentukan khalayak sasaran sesuai project brief
5. Menentukan media desain sesuai tujuan desain
6. Melaksanakan waktu pengerjaan desain sesuai jadwal
7. Mengerjakan pembagian tugas dan tanggung jawab sesuai proyek desain

C. Sikap kerja

Harus bersikap cermat, teliti dan taat asaz dalam:

1. Menguraikan proyek desain secara komprehensif
2. Menyatakan tujuan desain sesuai project brief
3. Menyimpulkan ruang lingkup desain berdasarkan project brief
4. Menentukan khalayak sasaran sesuai project brief
5. Menentukan media desain sesuai tujuan desain
6. Melaksanakan waktu pengerjaan desain sesuai jadwal
7. Mengerjakan pembagian tugas dan tanggung jawab sesuai proyek desain

DAFTAR PUSTAKA

A. Dasar Perundang-undangan

1. -

B. Buku Referensi

Judul	:	Creating The Perfect Design Brief
Pengarang	:	Peter L. Phillips
Penerbit	:	Allworth Press
Tahun terbit	:	2004
Judul	:	How to write a design brief
Pengarang	:	Shikatani Locrix
Penerbit	:	Toolkit
Tahun terbit	:	2013
Judul	:	Tinjauan Desain Grafis
Pengarang	:	Aried Adityawan & Tim Litbang Concept
Penerbit	:	-
Tahun terbit	:	2011

C. Majalah atau Buletin

1. -

D. Referensi Lainnya

1. International Design Conference

Judul : The Functions of The Design Brief
Tahun : Dubrovnik – Croatia, May 21 – 24, 2012

DAFTAR PERALATAN/MESIN DAN BAHAN

A. Daftar Peralatan/Mesin

No.	Nama Peralatan/Mesin	Keterangan
1.	Koneksi dengan sambungan internet	
2.	Laptop	

B. Daftar Bahan

No.	Nama Bahan	Keterangan
1.	Alat Tulis	Setiap peserta
2.	Alat Warna/Pulpen/spidol/stabilo	Setiap peserta
3.	Kertas Lebar HVS A3	Setiap peserta

LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR PENYUSUN MODUL

NO.	NAMA	PROFESI
1.	Michael Karmelius Kristiantowi, S.sn	• Ass. Expert WSC Kazan 2019 • Expert WS ASEAN 2020