



PROSES KOMUNIKASI VISUAL : STUDI KASUS DALAM PEMBUATAN KONTEN DESIGN GRAFIS DI SOSIAL MEDIA KLIEN TODAY'S PROJECT

VISUAL COMMUNICATION PROCESS : A CASE STUDY IN THE CREATION OF GRAPHIC DESIGN CONTENT ON TODAY'S PROJECT CLIENT'S SOCIAL MEDIA

**M Teguh Dwi Rizki¹, Muhammad Ijlal Alamin², Muhammad Zakki Alghifari³,
Ali Alamsyah Kusumadinata⁴**

Universitas Djuanda

Email: mteguhdirizki0706@gmail.com¹, mhmdijlal77@gmail.com², alghifarizakki@gmail.com³

Article Info

Article history :

Received : 06-11-2024

Revised : 07-11-2024

Accepted : 09-11-2024

Published : 11-11-2024

Abstract

This article discusses the visual communication process in creating graphic design content for social media for Today's Project clients. This research uses a qualitative approach with a case study method to explore the dynamics of interaction between graphic designers and clients. The research results show that good communication greatly influences design results, with the briefing, concept development and revision stages as key elements. Barriers in communication can slow down the process and reduce design quality. Therefore, strategies such as the use of clear briefs and specific feedback were identified as effective ways to improve collaboration between designers and clients. This research emphasizes the importance of communication in producing graphic design content that meets client expectations.

Keywords: *Visual Communication Process, Graphic Design, Today's Project*

Abstrak

Artikel ini membahas proses komunikasi visual dalam pembuatan konten desain grafis untuk media sosial di klien Today's Project. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi dinamika interaksi antara desainer grafis dan klien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang baik sangat mempengaruhi hasil desain, dengan tahapan briefing, pengembangan konsep, dan revisi sebagai elemen kunci. Hambatan dalam komunikasi dapat memperlambat proses dan menurunkan kualitas desain. Oleh karena itu, strategi seperti penggunaan brief yang jelas dan umpan balik spesifik diidentifikasi sebagai cara efektif untuk meningkatkan kolaborasi antara desainer dan klien. Penelitian ini menekankan pentingnya komunikasi dalam menghasilkan konten desain grafis yang sesuai dengan harapan klien.

Kata Kunci: *Proses Komunikasi Visual, Desain Grafis, Today's Project*

PENDAHULUAN

Menurut (P Febi, 2021) komunikasi visual memegang peranan penting dalam strategi pemasaran digital, terutama di media sosial yang mendominasi konten visual seperti gambar, ilustrasi, dan video. Meningkatnya penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran mendorong merek dan bisnis untuk membuat konten desain grafis yang menarik untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Sementara itu, klien seperti Today's Project yang beroperasi di ruang kreatif dan digital semakin membutuhkan strategi konten yang efektif untuk



menghasilkan keterlibatan yang tinggi dan meningkatkan kesadaran merek di seluruh platform media sosial.

Menurut (Mukti M, 2021) desain grafis merupakan salah satu komponen penting dalam komunikasi visual di media sosial. Melalui desain grafis yang menarik, pesan dari sebuah brand dapat tersampaikan dengan efektif kepada audiens. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa desain grafis memiliki peran signifikan dalam menarik perhatian pengguna media sosial serta meningkatkan interaksi dengan audiens. Penggunaan elemen-elemen seperti warna, tipografi, komposisi, dan gambar yang sesuai dapat menambah daya tarik konten serta mempengaruhi persepsi audiens terhadap merek tersebut (Arifah & Anggapuspa, 2023). Namun demikian, sebagian besar penelitian lebih berfokus pada hasil akhir dari desain grafis atau dampak visualnya terhadap audiens, dan kurang mengkaji proses komunikasi yang terjadi antara desainer dan klien selama pembuatan desain tersebut.

Ada kekurangan dalam literatur yang membahas tentang proses komunikasi visual antara desainer grafis dan klien saat membuat konten desain grafis untuk media sosial. Sebagian besar penelitian lebih fokus pada tampilan visual konten atau dampaknya terhadap interaksi di media sosial (Tjahyadi & Antonio, 2023). Padahal, komunikasi antara desainer dan klien merupakan langkah penting untuk memastikan desain grafis yang dibuat sesuai dengan visi, tujuan, dan kebutuhan bisnis klien.

Proses komunikasi visual ini melibatkan diskusi tentang konsep desain, pengambilan keputusan terkait elemen-elemen desain, serta pemberian masukan dan revisi selama pembuatan konten (Maulani et al., 2017). Minimnya penelitian mengenai dinamika komunikasi ini dapat menyebabkan kolaborasi antara desainer dan klien menjadi kurang optimal, sehingga hasil desain grafis mungkin tidak sepenuhnya memenuhi harapan dan kebutuhan bisnis klien.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengeksplorasi proses komunikasi visual dalam pembuatan konten desain grafis untuk media sosial pada klien Today's Project. Penelitian ini berfokus pada memahami interaksi antara desainer grafis dan klien, serta tantangan yang dihadapi selama proses tersebut. Dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana komunikasi yang efektif dapat mempengaruhi hasil desain, serta strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kolaborasi antara desainer dan klien. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengisi kekosongan dalam literatur terkait proses komunikasi visual, sehingga dapat membantu memastikan desain grafis yang dihasilkan selaras dengan visi, tujuan, dan kebutuhan bisnis klien.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengkaji proses komunikasi visual dalam pembuatan konten desain grafis di media sosial klien Today's Project. Fokus penelitian ini adalah pada dinamika interaksi antara desainer grafis dan klien selama proses pembuatan konten. Subjek penelitian terdiri dari desainer grafis dan perwakilan klien yang terlibat dalam komunikasi desain, dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, seperti catatan revisi dan contoh desain. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk mendapatkan



pemahaman dari perspektif kedua pihak, sementara observasi dilakukan untuk mengamati langsung proses komunikasi yang terjadi.

Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis tematik, yang meliputi proses transkripsi wawancara, pemberian kode pada data, dan pengelompokan tema untuk menemukan pola atau hubungan yang penting (Sitasari, 2022). Untuk menjaga keakuratan dan validitas data, peneliti menerapkan triangulasi data dengan membandingkan hasil dari berbagai sumber dan melakukan member checking dengan partisipan agar interpretasi peneliti sesuai dengan pengalaman mereka (Rahardjo, 2010). Penelitian ini juga memperhatikan aspek etika, seperti mendapatkan persetujuan partisipan (informed consent) dan menjaga kerahasiaan data pribadi (Somantri, 2005). Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai proses komunikasi visual serta faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas kerja sama dalam pembuatan konten desain grafis di media sosial Today's Project.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses komunikasi visual dalam pembuatan desain grafis untuk media sosial, khususnya pada klien Today's Project. Fokus utama penelitian ini adalah melihat bagaimana desainer grafis dan klien berinteraksi selama proses tersebut. Berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang terkumpul, ada beberapa temuan penting yang meliputi tahap awal komunikasi, proses kolaborasi desain, tantangan yang dihadapi, serta dampak dari komunikasi tersebut terhadap hasil desain grafis yang dibuat.

1. Komunikasi Awal antara Desainer dan Klien

Pada tahap awal, proses komunikasi visual dimulai dengan pertemuan antara desainer grafis dan perwakilan klien Today's Project. Di sini, desainer berusaha menggali visi, tujuan, dan kebutuhan klien. Berdasarkan wawancara dengan klien, ditemukan bahwa mereka biasanya sudah memiliki gambaran tentang desain yang mereka inginkan, namun sering kesulitan menjelaskan elemen desain yang spesifik. Banyak klien yang mengandalkan referensi desain dari media sosial, namun sulit menjabarkan elemen desain yang lebih mendalam.

Menurut (Kusnadi, 2021) sebagai respons, desainer grafis sering kali berperan sebagai penjelas dan fasilitator. Mereka memberikan saran tentang warna, tipografi, atau komposisi yang bisa mendukung tujuan merek klien. Pada titik ini, desainer mengedepankan penjelasan mengenai konsep-konsep desain, seperti pilihan warna atau font, untuk membantu klien lebih memahami proses dan elemen desain yang tepat untuk brand mereka.

"Saat pertama kali bertemu, saya lebih banyak menjelaskan pilihan warna atau font yang sesuai dengan karakter merek. Klien sering memberikan referensi visual yang kurang jelas, jadi saya harus bertanya lebih detail untuk menyelaraskan dengan visi mereka." (Desainer grafis, Wawancara 2024)



2. Wawancara Mendalam

Data yang Dihasilkan:

Respon dari Desainer Grafis, desainer menekankan pentingnya briefing yang jelas. Seorang desainer menyebutkan bahwa "Jika klien memberikan brief yang detail dan terstruktur, saya bisa menghasilkan konsep yang lebih sesuai dengan keinginan mereka."

Kesulitan yang sering dihadapi adalah umpan balik klien yang kurang spesifik. Seorang desainer lain mengatakan, "Kadang-kadang klien hanya mengatakan tidak suka, tapi tidak memberikan alasan spesifik, sehingga sulit bagi saya untuk melakukan revisi yang tepat."

Respon dari Klien:

Klien mengakui bahwa sering kali ada ketidakjelasan dalam komunikasi awal. Seorang klien menyatakan, "Kami sering kali kurang memberikan detail yang cukup pada brief awal karena terburu-buru, yang menyebabkan revisi lebih banyak di kemudian hari."

Klien juga mengapresiasi pentingnya diskusi dua arah, "Ketika saya memberikan umpan balik langsung melalui pertemuan virtual, proses revisi menjadi lebih cepat dan hasilnya lebih memuaskan."

Dari wawancara mendalam, ditemukan bahwa komunikasi yang efektif dan briefing yang jelas sangat penting dalam memastikan hasil desain yang sesuai dengan ekspektasi (N Zahra & Yuliana, 2023). Hambatan komunikasi sering kali terjadi akibat umpan balik yang ambigu dan instruksi yang tidak spesifik dari klien, yang memperlambat proses desain. Penelitian ini menggarisbawahi perlunya pelatihan komunikasi untuk klien dan desainer dalam menyampaikan dan menerima umpan balik dengan lebih baik.

3. Observasi Partisipatif

Data yang Dihasilkan:

Selama observasi, peneliti mencatat bahwa proses revisi sering kali menjadi titik kritis di mana banyak waktu dihabiskan. Observasi mencatat adanya beberapa iterasi revisi, terutama ketika preferensi klien berubah setelah melihat desain awal.

Peneliti juga mengamati bahwa alat bantu visual seperti mood board sangat membantu dalam menyamakan visi antara klien dan desainer sebelum konsep desain dikembangkan lebih lanjut (Yunastiti, 2014).

Observasi menunjukkan bahwa penggunaan alat bantu visual membantu mengurangi jumlah revisi yang diperlukan karena desainer dan klien memiliki referensi yang sama sejak awal. Selain itu, komunikasi yang terjadi secara langsung melalui pertemuan virtual lebih efektif dibandingkan dengan komunikasi melalui email atau pesan teks, yang cenderung menghasilkan miskomunikasi.

4. Dokumentasi

Data yang Dihasilkan:

Dokumentasi meliputi catatan revisi yang dibuat selama proses desain. Terdapat sekitar



3-5 revisi utama pada setiap proyek desain yang dianalisis. Perubahan yang paling sering diminta adalah terkait warna, tipografi, dan elemen visual yang dianggap tidak sesuai dengan citra merek.

Contoh desain awal dan hasil akhir menunjukkan perubahan signifikan yang sering kali dipengaruhi oleh preferensi klien yang berubah setelah melihat desain konsep.

Dokumentasi revisi mengungkapkan bahwa perubahan sering kali terjadi karena ketidaksesuaian antara visi awal klien dengan hasil desain yang dibuat. Penggunaan brief yang lebih detail dan alat kolaborasi online seperti Figma atau Adobe XD dapat membantu dalam mengurangi ketidaksesuaian ini dengan memungkinkan klien melihat dan memberikan umpan balik langsung pada setiap tahap pengembangan desain.

5. Proses Kolaborasi dan Revisi Desain

Setelah komunikasi awal, desainer mulai mengembangkan desain, yang kemudian dibahas lebih lanjut dengan klien melalui beberapa tahap revisi. Proses ini melibatkan banyak diskusi tentang elemen-elemen desain seperti warna, tipografi, gambar, dan komposisi layout. Berdasarkan observasi, proses revisi ini tidak selalu lancar, karena banyak klien yang memberikan umpan balik yang sangat subjektif, misalnya dengan mengatakan "warna ini terlalu mencolok" atau "layout ini terlalu padat", yang sering kali sulit dipahami oleh desainer (Cahyadi, 2024).

Namun, ada juga situasi di mana klien memberikan umpan balik yang lebih jelas dan konstruktif, seperti menunjukkan contoh desain yang mereka anggap sesuai dengan visi mereka. Pada tahap revisi, desainer grafis menggunakan pengetahuan desain untuk memberikan masukan tentang bagaimana elemen-elemen tersebut bisa lebih efektif, baik dari segi estetika maupun fungsionalitas.

"Revisi bisa menjadi tantangan besar jika klien tidak tahu secara pasti apa yang mereka inginkan. Saya harus banyak memberi penjelasan dan mencari cara kreatif agar mereka puas. Kadang, feedback yang diberikan klien kurang jelas, yang membuat prosesnya menjadi lebih lama." (Desainer grafis, Wawancara 2024)

6. Tantangan dalam Proses Komunikasi

Dari wawancara dan observasi yang dilakukan, ada beberapa tantangan utama yang dihadapi dalam komunikasi visual ini. Pertama, perbedaan persepsi antara desainer dan klien mengenai estetika dan fungsi desain. Klien sering kali fokus pada hasil akhir yang menarik secara visual tanpa memperhatikan elemen teknis desain atau fungsi desain dalam konteks pemasaran media sosial.

Kedua, terbatasnya waktu seringkali membuat proses komunikasi terasa terburu-buru. Hal ini mempengaruhi kemampuan desainer untuk menggali secara mendalam tentang kebutuhan klien. Klien sering kali memiliki tenggat waktu yang ketat untuk mempublikasikan konten, sehingga mendesak desainer untuk bekerja dalam waktu yang singkat dan terbatas.

Tantangan ketiga adalah kurangnya pemahaman teknis dari klien mengenai elemen-elemen desain. Beberapa klien tidak sepenuhnya memahami dasar-dasar desain seperti pemilihan warna atau penggunaan tipografi yang tepat. Hal ini membuat komunikasi menjadi kurang



efektif, karena desainer harus memberikan penjelasan lebih banyak terkait pilihan desain yang dibuat.

"Salah satu tantangannya adalah bagaimana membuat klien memahami pentingnya konsep desain. Terkadang, mereka hanya melihat visual yang 'cantik', tanpa mempertimbangkan apakah itu mendukung tujuan branding mereka." (Desainer grafis, Wawancara 2024)

7. Dampak Komunikasi Visual Terhadap Hasil Desain

Hasil desain grafis sangat dipengaruhi oleh sejauh mana komunikasi antara desainer dan klien berjalan dengan baik. Dalam kasus Today's Project, klien yang lebih terbuka dan mampu memberikan umpan balik yang jelas dan konstruktif cenderung mendapatkan hasil desain yang lebih sesuai dengan tujuan mereka. Sebaliknya, klien yang kesulitan memberikan umpan balik yang jelas atau memiliki ekspektasi yang tidak realistis, sering kali berakhir dengan desain yang kurang memuaskan.

Dari segi visual, desain yang diproduksi setelah komunikasi yang efektif akan menghasilkan konten yang lebih menarik di media sosial, yang tercermin dalam tingginya interaksi (seperti like, comment, dan share) dari audiens (Pertiwi et al., 2024). Bahkan, desain yang telah melalui beberapa tahap revisi bisa menjadi lebih efektif dalam menarik perhatian audiens dan memberikan kesan yang konsisten terhadap merek.

"Desain yang terkomunikasikan dengan baik lebih efektif dalam mencapai tujuan kami. Kami mendapatkan lebih banyak interaksi di media sosial ketika desainer benar-benar mendengarkan masukan kami." (Perwakilan klien, Wawancara 2024)

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil temuan ini, dapat disimpulkan bahwa komunikasi visual yang baik antara desainer grafis dan klien memegang peran yang sangat penting dalam menghasilkan desain grafis yang berkualitas. Proses komunikasi ini tidak hanya melibatkan pertukaran visual, tetapi juga merupakan interaksi yang mendalam antara desainer dan klien untuk mencapai kesepakatan mengenai elemen-elemen desain yang sesuai dengan tujuan pemasaran.

Komunikasi yang baik dapat meningkatkan pemahaman kedua belah pihak dan mempercepat kolaborasi yang lebih efektif. Seperti yang diungkapkan oleh (Kreatif, 2023), pemilihan elemen desain yang tepat, yang didasarkan pada komunikasi yang jelas dan terbuka, akan menghasilkan desain yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga efektif dalam mendukung tujuan bisnis.

Namun, kesenjangan pengetahuan antara desainer dan klien sering kali menjadi hambatan dalam mencapai komunikasi yang efektif. Klien yang kurang memahami prinsip-prinsip dasar desain perlu diberi edukasi mengenai pentingnya elemen desain, sehingga mereka dapat memberikan umpan balik yang lebih jelas dan terstruktur. Untuk itu, pendidikan dasar tentang desain grafis bagi klien bisa menjadi langkah yang berguna untuk meningkatkan kualitas komunikasi (Tjandra & Yuwono, 2022).

Selain itu, manajemen waktu menjadi aspek penting dalam memastikan komunikasi yang lebih efisien. Pengaturan waktu yang realistis dan adanya timeline yang jelas dapat mengurangi tekanan pada desainer dan memungkinkan mereka untuk bekerja lebih fokus dan efektif.



KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi visual yang efektif antara desainer grafis dan klien sangat penting dalam menghasilkan desain grafis yang sesuai dengan tujuan pemasaran di media sosial. Komunikasi yang jelas dan terbuka memungkinkan kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan mengenai elemen desain yang tepat, sehingga menghasilkan konten yang menarik dan mendukung tujuan bisnis. Tantangan utama dalam proses ini mencakup perbedaan persepsi estetika, keterbatasan waktu, dan kesenjangan pengetahuan desain antara desainer dan klien. Oleh karena itu, edukasi tentang dasar-dasar desain bagi klien serta manajemen waktu yang baik dapat meningkatkan efektivitas kolaborasi dan kualitas hasil desain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifah, N. L., & Anggapuspa, M. L. (2023). Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Instagram Rintik Sedu Dalam Meraih Engagement Audiens. *Jurnal Barik*, 4(3), 141–151. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Cahyadi, D. (2024). *Teknik-Teknik Desain Interaktif dan Penerapannya*.
- Kreatif, git. (2023). *Memahami Prinsip Desain Grafis yang Efektif untuk Menarik Perhatian Audiens*. 26 July 2023.
- Kusnadi, E. (2021). Peran Graphic Designer Dalam Mempromosikan Brand Everfresh. *Jurnal Pariwisata*, 1(1), 41–45.
- Maulani, G., S Nur, J., & Y Alam, M. (2017). Desain Media Komunikasi Visual Berbentuk Tabloid Sebagai Sarana Promosi SMK Mandiri 2 The Design of Visual Communication Media in the Form of Tabloid as a Means of Promotion of SMK Mandiri 2. *Jurnal Ilmiah SISFOTENIKA*, 7(1), 61.
- Mukti M, A. (2021). *Desain Grafis untuk Memaksimalkan Konten di Media Sosial*.
- N Zahra, R., & Yuliana, N. (2023). Peran Komunikasi yang Efektif sebagai Kunci menuju Kesuksesan Seorang Putri Juniawan. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1, 169–174. <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/download/71/85>
- P Febi, A. (2021). Peran Komunikasi Visual pada Sosial Media Bisnis Pangan dan Kuliner di Tengah Pandemi COVID 19. *Ars: Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 24(2), 123–128. <https://doi.org/10.24821/ars.v24i2.5173>
- Pertiwi, L. B., Anindhita, W., & Safitri, D. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Brand Equity Wardah Beauty Melalui Video Kampanye ‘Colorfit Ultralight Matte Lipstick’ Korea Edition di Instagram. *Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 16, 303–331.
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*.
- Sitasari, N. W. (2022). *Mengenal Analisa Konten Dan Analisa Tematik Dalam Penelitian Kualitatif Forum Ilmiah* (Vol. 19).
- Somantri, G. R. (2005). Memahami Metode Kualitatif. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 9(2), 57. <https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>
- Tjahyadi, S., & Antonio, W. (2023). Analisa Pengaruh Desain Grafis pada Konten Media Sosial terhadap Daya Tarik Pengguna dari Generasi Z di Kota Batam. *Journal on Education*, 5(3), 9523–9539. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1825>



- Tjandra, S. J., & Yuwono, E. C. (2022). Perbandingan teori dan praktik perancangan desain grafis pada proyek internship di studio grafis. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(0), 11. <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/12276>
- Yunastiti, S. (2014). Peningkatan Kreativitas Mendesain Busana Dengan Memanfaatkan Media Pembelajaran Moodboard Pada Mata Diklat Menggambar Busana Siswa Kelas XI Di SMKN 1 SEWON. *Pengayakan*, 2(1), 21–28.