



Faktor-Faktor dalam

Perancangan Desain



Perancangan dalam komunikasi visual dapat diartikan sebagai penuangan ide, gagasan, konsep perancangan ke dalam wujud yang komunikatif terhadap kebutuhan tertentu dari pihak tertentu atau atas inisiatif sendiri.

Perancangan dapat diawali dengan membuat beberapa ***Lay-Out*** untuk mendapat komposisi desain yang paling tepat ditinjau dari segi artistik, komunikatif, persuasi dan berkarakter kuat.

Alternatif rancangan menunjukkan kekayaan ide wawasan visual dan skala kreatifitas perancang dalam menentukan satu alternatif rancangan yang terbaik dengan berlandaskan **hukum-hukum, kesatuan, keberagaman, keseimbangan, irama, harmoni dan proporsi.**



Hal tersebut berkaitan dengan tujuan perancangan yang secara garis besar menjabarkan apa yang hendak dicapai dalam sebuah perancangan desain dan tentunya didasarkan pada **ANALISIS DATA**.

Ada beberapa faktor yang dapat dijadikan patokan/acuan dalam perancangan/pembuatan sebuah desain, yaitu :

1. **Identifikasi Fokus**
2. **Kesan Artistik**
3. **Mekanis**
4. **Publik dan lingkungan**
5. **Lokasi Geografis dan Demografi**
6. **Warna**
7. **Bentuk**
8. **Tipografi**
9. **Gender**



IDENTIFIKASI FOKUS

Identifikasi fokus mengacu pada titik berat desain sebagai media penyampaian pesan suatu institusi/perusahaan . Hal ini terkait dengan atribut apa yang ingin dikomunikasikan melalui desain tersebut. Misalnya tentang service, kualitas produk dan sebagainya. Dengan memiliki identitas fokus, arah desain menjadi semakin jelas.

Misalnya Desain untuk perusahaan air minum yang ingin memfokuskan diri pada kualitas produk, akan cenderung menggunakan tampilan desain yang mendukung citra kemurnian dan manfaat yang bisa didapat konsumen jika mengkonsumsi produk tersebut.



KESAN ARTISTIK

Kesan artistik adalah kata kunci sebuah desain yang sukses. Bagaimanapun juga kita berurusan dengan masalah visual, yaitu tampilan, yang tentunya tak semata-mata dinilai secara keindahan. Indah disini tentunya tak semata-mata dinilai secara artistik, namun nilai-nilai artistik mesti tetap ditempatkan sebagai garda depan.

Sebuah desain haruslah mampu menarik perhatian publik untuk melihatnya dan kemudian mengingatkannya dalam pikiran. Haruslah pula mempunyai ciri khas yang membedakannya dengan desain-desain lain. Jangan terlalu aneh, cukup berbeda saja. Tak juga harus benar-benar lain hingga tak ada yang menyamainya, namun lebih penting untuk "*eye catching*".



MEKANIS

Mekanis di sini diartikan sebagai kepraktisan. Desain yang baik adalah desain yang relatif praktis. Tak perlu bertele-tele, harus singkat, padat dan jelas.

Desain haruslah mampu ditangkap dan diingat bahkan dalam pikiran bawah sadar publik. Tidak perlu memaksa menggunakan banyak warna dan atau ilustrasi yang teramat kompleks. Karena desain tersebut mungkin digunakan dalam berbagai kepentingan, ukuran, media, kondisi, dan publik yang berbeda. Adakalanya sebuah desain digunakan dalam ukuran relatif besar, semisal untuk poster atau baliho. Namun adakalanya juga desain diaplikasikan dalam ukuran relatif kecil, seperti brosur, halaman web dan sebagainya.



PUBLIK DAN LINGKUNGAN SEKITAR

Publik dan lingkungan sekitar memainkan peran signifikan dalam menentukan keberhasilan desain. Kepada publik dan lingkungan macam apakah bisnis/perusahaan Anda berinteraksi? Bagaimana dinamisme publik dan lingkungan disekitar Anda? Karena, publik dan lingkungan yang relatif dinamis membutuhkan penanganan yang relatif dinamis pula.

Sebuah desain yang saat ini dianggap modern dan representatif dengan kondisi publik, beberapa waktu ke depan belum tentu masih cocok untuk digunakan.



GEOGRAFI, DEMOGRAFI & PSIKOGRAFI

Geografi

Lokasi geografis juga teramat penting untuk dipertimbangkan. Bagaimana Kondisi sosial, politik, dan ekonomi lingkungan geografis tempat Anda berada? Hal ini sangat penting, karena baik desain bervisi global maupun lokal mempunyai kelebihan dan kelemahan masing-masing.

Demografi

Sangat penting untuk mendefinisikan usia publik yang Anda tuju. Misalnya, apakah publik yang Anda tuju adalah golongan anak-anak, remaja, dewasa atau orang tua? Perlunya mendefinisikan batasan usia publik ini tentunya tak berlaku secara kaku, namun setidaknya dengan memberikan batasan pada usia berapa publik paling potensial dapat membantu untuk menfokuskan diri dalam menentukan berbagai aspek pembuatan desain dan juga materi promosi lainnya.

Psikografi

Hal ini menyangkut status masyarakat dalam kelas sosial. Selain itu, tentunya juga berkaitan dengan gaya hidup berikut kepribadian. Maka dalam sebuah desain tentunya juga harus menyesuaikan kelas sosialnya dengan gaya hidup yang seperti apa. Jangan sampai sebuah desain menjadi hambar karena tidak sesuai psikografinya.



WARNA

Pilihan warna juga harus menjadi pertimbangan saat Anda membuat sebuah desain. Warna, sebagaimana juga bentuk dan tulisan merupakan media penyampai pesan.

Secara naluriah manusia menggunakan dan mempersepsikan warna dengan suatu konsep. Terkadang banyak yang tidak sadar bahwa warna mempunyai makna yang bisa dipetakan. Banyak yang menggunakan warna karena dasar kesukaan saja, dan kurang mempertimbangkan berbagai aspek penting lainnya. Warna juga bisa digunakan untuk memperkuat nilai pesan yang hendak disampaikan melalui desain. Karena pilihan warna mengindikasikan preferensi sifat dan sikap yang dimiliki bisnis/perusahaan bersangkutan.



10



BENTUK (*Shape*)

Bentuk merupakan bagian integral dalam desain. Jika warna mengkomunikasikan nuansa dan makna, maka bentuk adalah *symbolisme* yang mewadahnya.

Bentuk mempunyai arti secara universal, dan bisa dirunut hingga ke dalam batas kesadaran alam pikir manusia. Bentuk adalah hal yang menyusun persepsi kita akan dunia baik secara visual maupun secara psikologis. Bentuk digunakan untuk menegaskan pesan yang hendak disampaikan, sehingga pemilihan dan penggunaan bentuk yang tepat amatlah vital dalam menentukan berhasil tidaknya penyampaian pesan tersebut.



TIPOGRAFI

Tipografi, berkaitan dengan penggunaan teks dalam desain, termasuk pemilihan *font* (huruf), ukuran, peletakan dan berbagai atribut lainnya. Dalam hubungannya dengan desain komunikasi visual, huruf dan tipografi adalah elemen penting yang sangat diperlukan guna mendukung proses penyampaian pesan verbal maupun visual.

Berikut adalah beberapa hal yang terkait erat dengan tipografi.

Type Face (Huruf)

Ada banyak faktor yang menjadi penentu penamaan sebuah huruf yang digunakan. Hal ini berkaitan dengan nama-nama huruf yang memiliki karakter tertentu.

Klasifikasi Huruf

*Huruf bisa diklasifikasikan ke dalam 5 kategori besar berdasarkan bentuk dan nuansa yang ditimbulkannya. Kategori ini cukup representatif untuk dijadikan bahan referensi. 5 kategori huruf : **Roman, Egyptian, San Serif, Script,** dan **Miscellaneous***



GENDER

Sebagaimana semua hal di dunia ini, desain komunikasi visual juga erat kaitannya dengan masalah gender. Gender disini mengacu pada preferensi seksual mana yang akan ditampilkan dan dijadikan orientasi suatu desain.

Hal ini tentunya amat terkait dengan golongan gender manakah yang menjadi publik desain tersebut. Hal yang amat jelas terlihat adalah pilihan warna, semisal warna-warna pastel lebih cenderung cocok dengan gender perempuan, sedangkan warna tegas lebih mengacu pada gender laki-laki. Dalam melakukan pengembangan desain, masalah identifikasi orientasi gender ini sangat penting untuk ditegaskan sejak awal, sehingga ada semacam konsistensi dan korelasi antara beragam produk desain.

Dalam dunia desain komunikasi visual, faktor-faktor dalam perancangan desain memegang peranan penting dalam perencanaan dan keberhasilan suatu media. Melalui Faktor-faktor tersebut dapat memilih dan merencanakan media untuk saling mendukung dan selaras dalam satu tujuan.

Maka elemen-elemen desain dapat dimaksimalkan dalam perancangan suatu media sehingga komunikasi dapat tercapai terhadap target audience yang dituju secara efektif dan efisien.

Terima Kasih
Senirupa_uny@2010
