

Metode Perancangan Desain Komunikasi Visual (desain grafis)

Nama: Nira ustina

Kelas: IK6A

Nim: 171910006

Tahap pertama adalah memahami khalayak sasaran. Bagaimana persepsi yang dimiliki saat ini oleh merek dari produk atau layanan dari klien. Hal-hal apa sajakah yang menyebabkan khalayak menggunakan atau menolak produk atau layanan tersebut ?

Tahap kedua adalah tahap memahami industri dan pesaing dari produk/layanan yang dimiliki oleh klien.

Bagaimana situasi dan kondisi industri kategori dari produk/layanan tersebut dalam dua tahun terakhir dan dua tahun ke depan?

Siapa sajakah pemainnya?

Siapa yang memimpin pasar?

Bagaimana kekuatan dan kelemahannya, terutama bila ditinjau dari kaca mata citra?

Tentunya tidak boleh ketinggalan pemahaman luar dalam terhadap produk/layanan yang dimiliki oleh klien.

Misalnya, keunggulannya dibandingkan pesaing lain, karakter yang terbentuk selama ini, citra yang ingin dibangun dan apakah citra tersebut sesuai dengan realita yang ditawarkan

Riset pradesain dapat dijalankan dengan metode kuantitatif lewat survei dan eksperimen. Secara kualitatif dapat dilaksanakan wawancara mendalam, focus group dan observasi.

Tahapan pradesain ini juga menguji atribut desain. Bagaimana asosiasi khlayak terhadap warna dan bentuk yang dipilih?

Apakah desain tampil beda dengan pesaing?

Apakah desain tampil beda dengan pesaing?

Apakah desain menarik dan sensitif terhadap kebutuhan khlayak?

Temuan riset pradesain akhirnya menghasilkan petunjuk desain (design brief) yang menjadi instrumen dalam menerjemahkan bahasa positioning ke dalam bahasa visual.

Dari beberapa paparan metode perancangan desain komunikasi visual yang bersifat komersial ataupun sosial di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pendekatan kreatif konvergen dan divergen berbasiskan data verbal-visual, serta didukung riset yang mendalam, sangat berguna untuk mempertajam analisis, sintesis dan evaluasi perancangan desain komunikasi visual tersebut.

Kristalisasinya dimanfaatkan untuk menentukan tujuan kreatif, strategi kreatif dan rencana kreatif yang dihadirkan dalam bentuk bahasa gambar, bahasa teks maupun bahasa bunyi yang efektif, komunikatif dan persuasif.