



Gejala Komunikasi Interpersonal antara Desainer Grafis dan Klien dalam Proses Pembuatan Desain

Akhmad Abu Khasan Muzakki

Fakultas Dakwah, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia.

E-mail: abuhasanmuzakki@gmail.com

Alamat Kampus: Jalan Jendral Sudirman No. 30 Panancangan Cipocok Jaya, Sumurpecung, Kec. Serang, Kota Serang, Banten 42118.

Korespondensi Penulis: abuhasanmuzakki@gmail.com

Abstract. *Interpersonal communication is a type of communication that is often encountered and used in daily activities. Likewise, this type of communication is used in the design creation process, especially in interactions between graphic designers and clients. In practice, graphic designers often face challenges in understanding client needs, processing ideas, and making creative decisions. Challenges that often arise in the design process include mismatching client expectations, inconsistent requests, misunderstandings in translating client needs into designs, as well as various other external challenges that can influence design results. Phenomenon in the field shows that designers often experience internal conflict when balancing creativity with client requests. Therefore, understanding the dynamics of intrapersonal communication in the design process is crucial in order to produce work that meets the client's expectations without sacrificing creativity and aesthetic value in a graphic design.*

Keywords: *Intrapersonal Communication, Design, Graphic Designer, Client, Design Process*

Abstrak. Komunikasi interpersonal merupakan jenis komunikasi yang sering dijumpai dan digunakan dalam aktifitas keseharian. Begitupula jenis komunikasi ini digunakan pada proses pembuatan desain, terutama dalam interaksi antara desainer grafis dan klien. Dalam praktiknya, desainer grafis sering menghadapi tantangan dalam memahami kebutuhan klien, mengolah ide, serta mengambil keputusan kreatif. Tantangan yang sering muncul dalam proses desain meliputi ketidaksesuaian ekspektasi klien, permintaan yang tidak konsisten, serta kesalahpahaman dalam menerjemahkan kebutuhan klien ke dalam desain, serta berbagai macam tantangan eksternal lain yang dapat memengaruhi hasil desain. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa desainer sering kali mengalami konflik internal saat menyeimbangkan kreativitas dengan permintaan klien. Oleh karena itu, memahami dinamika komunikasi intrapersonal dalam proses desain menjadi krusial agar dapat menghasilkan karya yang sesuai dengan harapan klien tanpa mengorbankan kreativitas dan nilai estetika dalam sebuah desain grafis.

Kata Kunci: Komunikasi Intrapersonal, Desain, Desainer Grafis, Klien, Proses Desain

1. PENDAHULUAN

Pekerjaan desain grafis menuntut pemahaman terhadap esensi dunia visual dan seni (estetika). Sebab desain grafis menerapkan elemen-elemen dan prinsip-prinsip desain (komposisi) dalam memproduksi sebuah karya visual. Desain grafis menerapkan beberapa prinsip, yakni: Kesederhanaan, Keseimbangan, Kesatuan, Penekanan, dan Repetisi. Sedangkan elemen-elemen yang diusungnya meliputi Garis, Bentuk, Ruang, Tekstur, dan Warna. Dan pada akhirnya sang penikmat karya visual akan memberikan penilaian, seperti apa yang dikatakan Kant: Nilai Estetis dan Nilai Ekstra. Nilai estetis diperoleh melalui penggunaan elemen-elemen dan prinsip-prinsip. Sedangkan nilai ekstra muncul: gerakan (animasi), percepatan, lambaian, suasana panas, atmosfer tenang dan lain sebagainya.

Dalam dunia desain grafis, seorang desainer grafis profesional akan mengkomersilkan karya ataupun buah kreatifitasnya kepada para calon klien yang mengakibatkan keduanya terlibat dalam gaya atau jenis komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal secara umum adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, masing-masing orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut saling mempengaruhi persepsi lawan komunikasinya. Bentuk khusus komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi diadik. DeVito berpendapat bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi diantara dua orang yang telah memiliki hubungan yang jelas, yang berhubungan dengan beberapa cara.

Namun dalam praktiknya, komunikasi antara desainer grafis dan klien seringkali mengalami beberapa hambatan. Diantaranya seperti ketidaksesuaian antara hasil desain dengan ekspektasi klien, permintaan klien yang tidak konsisten, sampai kesalahpahaman desainer dalam menangkap kebutuhan klien. Maka dari itu, penelitian ini akan membahas terkait gejala yang ditemui di lapangan antara desainer grafis dengan klien, dan kemudian dikaitkan dengan disiplin ilmu komunikasi yang akan mengupas bagaimana gejala-gejala yang disebutkan bisa terjadi dan diatasi.

2. LATAR BELAKANG

Desain grafis diartikan sebagai aplikasi keterampilan seni serta komunikasi untuk kebutuhan industri dan bisnis, yang meliputi berbagai penjualan produk dan periklanan, yang menciptakan identitas visual untuk institusi, lingkungan grafis, produk dan perusahaan, yang secara visual menyempurnakan sebuah pesan dalam publikasi. 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.

Bidang desain grafis mencakup berbagai aspek dalam dunia pemasaran dan periklanan, di mana peran utamanya adalah menciptakan identitas visual bagi institusi, produk, serta perusahaan. Identitas visual ini tidak hanya berfungsi sebagai representasi sebuah brand, tetapi juga menjadi alat komunikasi yang mampu membangun citra dan memperkuat hubungan antara bisnis dan konsumennya. Dalam praktiknya, desain grafis digunakan untuk mengembangkan elemen-elemen visual yang menarik dan informatif, mulai dari logo, kemasan produk, hingga materi promosi seperti iklan digital dan cetak. Selain itu, dalam konteks publikasi, desain grafis menjadi elemen penting yang membantu memperjelas dan memperindah penyampaian pesan, sehingga audiens dapat memahami informasi dengan lebih baik. Dengan kemampuannya untuk menyempurnakan komunikasi visual, desain grafis memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi serta meningkatkan daya tarik suatu produk atau institusi di mata masyarakat.

Hasil desain grafis sangat dipengaruhi oleh sejauh mana komunikasi antara desainer dan klien berjalan dengan baik. 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.

Dalam proses desain grafis, komunikasi yang baik antara desainer dan klien menjadi fondasi utama dalam menciptakan hasil yang memuaskan. Ketika seorang klien mampu menyampaikan ide dan kebutuhannya dengan jelas, desainer dapat lebih mudah menerjemahkan gagasan tersebut ke dalam bentuk visual yang sesuai. Sebaliknya, komunikasi yang kurang efektif sering kali menjadi penghambat dalam proses ini. Misalnya, seorang klien yang hanya memberikan instruksi umum tanpa detail yang memadai bisa membuat desainer kebingungan dalam menentukan arah desain yang tepat.

Selain itu, umpan balik yang diberikan klien juga memiliki peran krusial dalam penyempurnaan hasil desain. Klien yang mampu memberikan kritik dan saran yang spesifik akan mempercepat proses revisi, sehingga desain yang dihasilkan lebih sesuai dengan ekspektasi. Sebaliknya, klien yang kurang jelas dalam memberikan umpan balik atau mengubah konsep secara

mendadak tanpa alasan yang kuat dapat menyebabkan proses pengerjaan menjadi lebih lama dan melelahkan.

Pada akhirnya, keterbukaan dan kejelasan dalam komunikasi bukan hanya menguntungkan desainer, tetapi juga klien itu sendiri. Dengan menjalin kerja sama yang baik, kedua belah pihak dapat mencapai tujuan yang diinginkan dengan lebih efisien, menciptakan desain yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan yang diinginkan.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. penelitian kualitatif pada dasarnya adalah satu kegiatan sistematis untuk menemukan suatu teori dalam sebuah realita sosial bukan menguji teori atau hipotesis. Sehingga, secara epistemologis paradigma kualitatif senantiasa mengakui adanya fakta empiris dilapangan yang dijadikan sumber pengetahuan akan tetapi teori yang ada tidak dijadikan sebagai tolak ukur verifikasi. Dalam penelitian kualitatif ini, proses penelitian menjadi lebih penting dari pada sekedar hasil. Dalam penelitian kualitatif, proses menjadi hal yang amat harus diperhatikan, dimana peneliti sebagai pengumpul instrumen harus mampu menempatkan dirinya pada posisi seobjektif mungkin sehingga data yang dikumpulkan menjadi data yang mampu untuk di pertanggungjawabkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mendukung hasil penelitian ini, saya mewawancarai seorang Desainer Grafis bernama Wawan. Dalam wawancara ini, pernyataan dari Wawan selaku desainer grafis memperkuat temuan dalam studi ini bahwa komunikasi interpersonal antara desainer dan klien memainkan peran sentral dalam proses penciptaan desain grafis. Wawan mengungkapkan bahwa salah satu tantangan utama dalam profesinya adalah menerjemahkan keinginan klien yang sering kali bersifat abstrak dan berubah-ubah ke dalam bentuk visual yang konkret. Ia menjelaskan bahwa tidak jarang klien datang dengan referensi yang tidak konsisten, atau bahkan memberikan instruksi yang bertentangan dengan tujuan desain awal. Hal ini memerlukan kemampuan komunikasi yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga empatik dan fleksibel.

Wawan juga menekankan pentingnya komunikasi intrapersonal, yaitu bagaimana dirinya harus berdialog secara internal untuk menyaring masukan klien dan menyesuaikannya dengan nilai estetika dan prinsip desain yang ia pegang. Ia mengaku sering mengalami dilema antara menjaga orisinalitas karya dengan tuntutan klien yang kadang terlalu mendikte hasil akhir. Kondisi ini menunjukkan adanya gejala konflik internal yang sejalan dengan temuan dalam kajian ini.

“Seringkali misalkan klien kita kasih jatah untuk revisi dua kali, tapi malah revisian yang mereka kasih itu masih general gitu. Kaya mereka minta background nya dirubah, kirain cuma rubah objek background nya aja, ternyata color pallete nya juga minta dirubah.” Kata Wawan dalam wawancara yang kami lakukan via telepon.

Dalam pembahasan lebih lanjut, terlihat bahwa kualitas komunikasi sangat mempengaruhi efisiensi kerja dan hasil desain. Ketika klien memberikan brief yang jelas dan terbuka terhadap masukan profesional, proses desain berjalan lebih lancar. Namun, jika komunikasi tidak efektif, proses menjadi lebih panjang dan berpotensi menimbulkan ketegangan. Oleh karena itu,

keterampilan komunikasi interpersonal dan intrapersonal yang baik sangat dibutuhkan oleh seorang desainer grafis.

Secara keseluruhan, wawancara ini memperkuat kesimpulan bahwa keberhasilan dalam proses desain grafis bukan hanya bergantung pada kemampuan teknis, tetapi juga pada kemampuan membangun relasi komunikasi yang sehat dan produktif dengan klien.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal antara desainer grafis dan klien memiliki peran krusial dalam menentukan kualitas dan keberhasilan hasil desain. Hambatan komunikasi seperti ketidaksesuaian ekspektasi, ketidakjelasan brief, dan permintaan yang berubah-ubah terbukti menjadi tantangan yang sering dihadapi dalam proses desain. Selain itu, komunikasi intrapersonal dalam diri desainer, seperti dialektika antara idealisme kreatif dan tuntutan klien, juga menjadi faktor penting yang memengaruhi proses pengambilan keputusan.

Wawancara dengan Wawan, seorang desainer grafis profesional, menguatkan bahwa kemampuan komunikasi yang baik, baik secara interpersonal maupun intrapersonal, menjadi kunci dalam menciptakan desain yang tidak hanya sesuai dengan permintaan klien tetapi juga tetap menjaga nilai estetika dan orisinalitas karya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang efektif, keterbukaan antar pihak, serta saling memahami peran masing-masing menjadi landasan utama dalam membangun kerja sama yang produktif antara desainer dan klien. Hal ini tidak hanya berdampak pada hasil desain yang maksimal, tetapi juga membentuk hubungan profesional yang sehat dan berkelanjutan.

REFERENSI

- Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 337–342. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2611>
- Kolopita, N., Sumual, H., & Heydemans, C. D. (2023). Pengembangan game edukasi dasar desain grafis untuk sekolah menengah kejuruan. *Edutik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 3(4), 567–576. <https://doi.org/10.53682/edutik.v3i4.7652>
- Rizki, M. T. D., Alamin, M. I., Alghifari, M. Z., & Kusumadinata, A. A. (2024). 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]. *Prosiding Seminar Nasional*, 5017–5024.
- Safrudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian kualitatif. *Journal of Social Science Research*, 3(2), 1–15.
- Sitepu, V. (2016). Vinsensius Sitepu. *Jurnal Tidak Diketahui*, 19(5), 1–23.