

ANALISIS PROSES DESAIN DI TEMPAT MAGANG DAN DI KULIAH DENGAN MENGGUNAKAN TEORI *DESIGN THINKING*

Juan Eric Christian¹, Listia Natadjaja²

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Humaniora dan Ilmu Kreatif, Universitas Kristen Petra,
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email: juan.eric12345@gmail.com

Abstrak

Design Thinking merupakan proses dimana seorang desainer melakukan analisa permasalahan, menuang ide-ide, lalu bereksperimen dengan ide yang didapat oleh desainer, hingga proses uji coba dan sampai ke *final*. Di dalam *design thinking* itu sendiri terdapat lima tahapan yang harus dilakukan oleh seorang desainer agar bisa mengetahui keinginan dari konsumennya, lima tahapan tersebut yaitu, *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Lima hal ini berguna agar seorang desainer dapat dengan mudah mengetahui masalah yang ada dan menemukan solusi dari masalah tersebut. Teori *design thinking* ini digunakan di dalam setiap proses desain, mulai dari di tempat belajar atau kuliah hingga di tempat kerja atau di dunia profesional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan proses pembuatan desain di tempat magang dan di kuliah dengan penerapan *design thinking* apakah perbedaan tersebut berdampak bagi karya-karya yang akan di sajikan. Analisis ini menggunakan menggunakan pendataan deskriptif kualitatif dengan metode komparasi yang berdasarkan pengalaman penulis, dan analisis penulis. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa teori *design thinking* ini sangat diperlukan dan dibutuhkan guna mempercepat pencarian masalah dan solusi ide dari masalah tersebut. Selain itu *design thinking* juga berpengaruh pada hasil desain yang dibuat untuk target *audience*, apakah desain yang sudah dibuat sesuai dengan keinginan konsumen.

Kata kunci: Metode *Design Thinking*, Proses Pembuatan Desain, Tahapan *Design Thinking*.

Abstract

Title: *Analysis of the Design Process in Internships and in Lectures Using Design Thinking Theory*

Design Thinking is a process where a designer analyzes the problem, pours out ideas, and experiment with those ideas, from the trial process to the final result. In design thinking, there are five stages that must be completed by a designer to know what consumers want. These stages are empathize, define, ideate, prototype, and test, which the designer can use to find out existing problems and their solutions. This design thinking theory is used in every design process, from academic settings to the workplace or the professional world. This study aims to determine design process differences in courses and during the internship, whether the differences in design thinking have an impact on the works that will be presented. This analysis uses qualitative descriptive data collection with a comparative method based on the author's and analysis. The results of this analysis show that the theory of design thinking is indispensable and necessary to accelerate the search for problems and their innovative solutions. Moreover, design thinking also affects the results of designs for the target audience, considering the wishes of consumers.

Keywords: *Design Thinking Method, Design Making Process, Design Thinking Stages.*

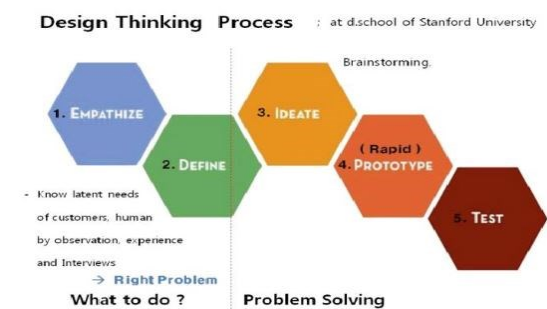
Pendahuluan

Di jaman yang serba digital ini, kata *design graphic* sudah tidak asing bagi kalangan desainer, bahkan orang awam yang membutuhkan jasanya. Menurut Jessica Helfand dalam bukunya (Rotovision 2002), *Design Graphic* merupakan kombinasi yang kompleks antara teks dan gambar, angka dan grafik, foto dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran

khusus dari seseorang yang bisa menggabungkan elemen-elemen tersebut, sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang unik, berguna, dan mudah di ingat. Di dalam *design graphic* itu sendiri terdapat proses perancangan desain yang mengacu pada konsep dan teknis dalam pembuatan desain. Selain itu *Design Graphic* juga mencakup pada kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu desain yang sesuai dengan apa yang diinginkan.

Maka dari itu seorang desainer perlu dan harus membuat sesuatu yang *up to date*. Untuk beradaptasi dengan perkembangan jaman di dunia desain, seorang desainer harus memahami keinginan dari target audience atau target sasaran desain yang dibuat, dalam hal ini teori *design thinking* harus digunakan oleh seorang desainer untuk mengetahui apa yang diinginkan target audiencenya, ataupun desain yang ingin dibuatnya.

Bagaimana seorang desainer mampu membuat karya yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan target audiencenya? Teori *design thinking* merupakan proses dimana designer melakukan analisa permasalahan, menuangkan ide-ide, lalu bereksperimen dari ide yang desainer pikirkan tadi, hingga proses uji coba dan sampai ke final. Menurut Kelly dan Brown (2018), design thinking merupakan pendekatan yang berpusat pada manusia terhadap inovasi yang mereka ambil dari perangkat perancang untuk memenuhi kebutuhan setiap orang. Di dalam *desing thinking* memiliki lima tahapan yang harus dilakukan agar seseorang desainer bisa mengetahui keinginan dari konsumennya secara baik dan benar, lima tahapan tersebut yaitu, empathize, define, ideate, prototype, dan test.



Sumber : Design Thinking Process Stanford University (2019). <https://dschool.stanford.edu/>

Gambar 1. Tahapan *design thinking*

Tahap *empathize* merupakan tahapan yang dimana seorang penulis mampu membayangkan atau memposisikan desain tersebut dari berbagai macam sudut pandang pengguna desain atau konsumen. Hal ini berguna agar desainer bisa memahami apa yang diinginkan dan di harapkan dari konsumen. Lalu tahap *define* merupakan tahap seorang desainer menganalisis apa saja keinginan dan kebutuhan dari konsumen tersebut, dan hal tersebut dapat di catat sebagai dasar ide-ide yang akan di kembangkan nantinya. Selanjutnya tahap *ideate* merupakan tahap pencarian solusi dari masalah yang tadi sudah di temukan, hal ini bisa di lakukan bersama dua atau lebih orang agar ide, masukan dan solusi semakin luas dan bisa dari berbagai sudut pandang. Langkah selanjutnya merupakan tahap *prototype* tahap ini dapat dilakukan dengan pembuatan desain yang di dasari dari solusi dan ide-ide yang sudah di dapat

sebelumnya, hal ini mampu mempermudah desainer dan konsumen dalam menilai desain tersebut masih kurang di bagian apa. Dan tahap terakhir merupakan tahap test dimana karya yang sudah dibuat akan diuji coba ke beberapa konsumen, agar mampu mempertimbangkan apakah hasil desain tersebut sesuai harapan atau tidak.

Pada bahasan jurnal ini penulis mengangkat teori *design thinking* yang sangat berguna dalam menganalisa kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana di setiap tahapannya teori *design thinking* ini terfokus pada kepuasan konsumen terhadap hasil yang di dapatkan, dan tahapan di awal seorang desainer akan menganalisa masalah apa yang timbul atau yang ada untuk menghasilkan desain-desain yang sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

Setelah penulis mengakhiri proses magang di perusahaan x, penulis terinspirasi untuk membuat jurnal ini dengan menganalisa proses desain di tempat magang dan di kuliah dengan menggunakan teori *design thinking*. Dikarenakan proses yang penulis alami saat magang di perusahaan x terasa berbeda dengan apa yang di ajarkan atau yang di terima di tempat kuliah. Latar belakang penulis ingin menganalisa mengenai proses pembuatan desain di tempat magang dan di kuliah dengan penerapan design thinking adalah penulis melihat beberapa perbedaan proses pembuatan desain yang ada di dalam kuliah dan di dunia kerja. Dari perbedaan tersebut apakan berpengaruh atau berdampak bagi karya-karya desain yang di sajikan.

Diharapkan dengan adanya karya tulis ini, seorang desainer mampu membuat desain untuk target audiencenya bisa memaksimalkan dengan implementasi *design thinking* tersebut. Dan juga bisa memberikan wawasan lebih luas mengenai penerapan teori *design thinking* di kalangan desainer.

Metode Penelitian

Sumber data

Dalam pembuatan jurnal inim tentu ada beberapa data yang dibutuhkan untuk mendukung proses tercapainya tujuan dari analisis ini, antara lain

1. Data primer

Data primer adalah pengumpulan data analisis yang di peroleh dari wawancara atau observasi seorang penulis. Selain itu data primer meruapakan data yang dibutuhkan penulis yang data tersebut didapat melalui narasumber secara langsung, contohnya melakukan wawancara.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang di ambil oleh penulis secara tidak langsung atau dengan kata lain data tersebut dapat di peroleh melalui studi pustaka dan

sumber data lainnya. Contoh data sekunder yaitu, dokumentasi perusahaan, laporan, data yang di peroleh dari majalah, data yang diperoleh dari internet dan masih banyak lagi.

Metode pengumpulan data

Menurut Lofland sebagaimana yang telah dikutip oleh Lexy. J. Moleong dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Kualitatif bahwa, sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya berupa data tambahan seperti dokumen, foto-foto, dan lain-lain. Dalam analisis kali ini, penulis menggunakan observasi yang dimana data kali ini yang dimaksud adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh. Selain data observasi penulis juga menggunakan data komparasi, data komparasi merupakan teknik pengumpulan data yang didalam data tersebut terdapat dua kondisi atau dua pembanding di dalam penelitiannya, yang akan dilihat apakah kedua pembanding tersebut sama atau memiliki perbedaan.

Teknik Analisa Data

pada penulisan analisis ini, teknik analisis data yang penulis gunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif dengan metode analisis komparasi. Metode ini membuat penulis dapat menganalisis yang fokus pada pengamatan yang mendalam hingga menemukan hasil dari analisis tersebut, dan hasilnya akan dihubungkan dengan teori-teori yang digunakan oleh penulis. Berikut merupakan langkah-langkah penelitian deskriptif kualitatif dengan metode analisis komparasi :

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data, dimulai dengan membuat ringkasan, menelusuri tema, dan lain sebagainya, dengan maksud untuk menyisihkan data atau informasi yang tidak relevan, kemudian data tersebut dapat ditarik kesimpulannya.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif, dengan tujuan untuk menggabungkan beberapa informasi agar tersusun dalam bentuk yang mudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan

Pada langkah ini peneliti harus diuji kebenarannya dan kecocokannya, dan analisis tersebut disimpulkan menjadi lebih jelas dan terperinci.

Teori

Design Graphic

Menurut Jessica Helfand , desain grafis adalah kombinasi yang kompleks antara teks dan gambar, angka dan grafik, foto dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seorang yang bisa menggabungkan elemen-elemen tersebut, sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang unik, sangat berguna, mengejutkan atau subversif, dan mudah diingat.

Brand Communication

Menurut Arenggoasih, brand communication adalah kemampuan komunikasi suatu merek yang memberikan hasil yang positif kepada pemilih sehingga akan menimbulkan kepercayaan terhadap suatu merek.

Teori Design Thinking

Design Thinking merupakan proses pembuatan desain yang dimana desainer melakukan analisa sebelum membuat desain, dari analisa tersebut akan muncul permasalahan yang ada, dan dari masalah yang ada akan di pikirkan solusi yang berupa ide-ide untuk memberikan solusi dari masalah yang di temukan. Dari ide-ide tersebut desainer akan bereksperimen untuk karyanya, hingga menuju ke proses uji coba guna memperoleh *feedback* dari konsumen, lalu di perbaiki hingga sesuai dengan keinginan konsumen. Teori design thinking menurut Kelly dan Brown (2018), design thinking merupakan pendekatan yang berpusat pada manusia terhadap inovasi yang mereka ambil dari perangkat perancang untuk memenuhi kebutuhan setiap orang, hal ini bisa saja melalui teknologi dan persyaratan untuk kesuksesan bisnis. Selain itu Brown juga mengatakan bahwa setiap orang yang mampu berkis secara desain itu memiliki beberapa tahapan, berikut merupakan tahapan-tahapan dalam design thinking :

1. *Empathize*

Tahap *empathize* merupakan tahap dimana seorang penulis berpikir secara desain membayangkan desain tersebut dari berbagai macam sudut pandang, perspektif, pengguna desain, dan konsumen. Hal ini berguna agar desainer mampu mengerti apa yang diinginkan dari konsumennya. Selain itu seorang desainer juga dapat menempatkan dirinya sebagai *audience* agar desainer dapat benar-benar memahami apa kebutuhan dan keinginan dari konsumennya.

2. Define

Setelah mendapatkan apa keinginan dan kebutuhan konsumen, desainer perlu menggambarkan pandangan dari sisi konsumen, hal ini digunakan sebagai acuan dasar dari ide-ide yang akan di kembangkan nantinya. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat *list* kebutuhan konsumen.

3. Ideate

Setelah mendapatkan *list* kebutuhan konsumen, desainer mulai menggambarkan solusi-solusi yang diperlukan, hal ini dapat dilakukan lebih dari dua orang agar ide, masukan, dan solusi semakin banyak dan dapat dilihat dari berbagai sudut pandang.

4. Prototype

Ide-ide, solusi-solusi yang sudah di dapat akan di implementasikan sebagai patokan dalam memulai desain. Hal ini mampu mempermudah seorang desainer dalam membuat desainnya apakah desain tersebut sudah sesuai dengan solusi yang tadi dibuat.

5. Test

Tahap ini merupakan tahap akhir dalam *design thinking*, karya yang tadinya sudah dibuat akan di uji coba ke beberapa konsumen. Dari situ desainer mampu mempertimbangkan apakah hasil desain yang sudah dibuat sesuai dengan harapan atau tidak. Jika dirasa kurang desainer akan mendapat masukan untuk membuat desain yang lebih baik dan melakukan perbaikan pada desain yang sudah dibuat.

Data Analisis

Berawal dari magang LEAP CII di perusahaan x, penulis merasa adanya perbedaan dalam proses membuat suatu desain antara di tempat magang dan di kuliah, dan teori yang berhubungan dengan proses pembuatan desain grafik adalah teori *design thinking*. Teori *design thinking* tak akan lepas dari proses desain dimanapun berada, mulai dari di kuliah hingga di tempat profesional seperti di tempat kerja atau di tempat magang. Tetapi di setiap tempat memiliki beberapa perbedaan pada saat mengimplementasikannya sebagaimana dibutuhkannya. *Design thinking* itu sendiri merupakan proses atau tahapan seorang desainer membuat desainnya mulai dari menganalisa apa yang di inginkan dari konsumennya, lalu apa kendala yang ada, lalu mencari solusi-solusi dari masalah tersebut berupa ide-ide yang dapat dituangkan ke karya hingga ke proses pengujian hasil desainnya. Namun di setiap tempat memiliki perbedaan dalam *design thinking* itu sendiri, mulai dari tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* hingga ke tahap *test* di setiap tempat memiliki perbedaan-perbedaan, dikarenakan *design thinking* sangat diperlukan agar desain yang dibuat sesuai dengan apa yang di

harapkan dari konsumen itu sendiri. Dengan ditulisnya penelitian ini diharapkan pembaca mampu mengetahui perbedaan apa yang di alami dalam mendesain dengan implementasi *design thinking*, dan mampu mengerti secara mendetail pentingnya pemahaman teori *design thinking* di dalam dunia desain.

Analisis Penerapan Teori

Teori *design thinking* selalu digunakan dalam menganalisis sebuah karya, Namun di setiap tempat memiliki perbedaan dalam *design thinking* itu sendiri, mulai dari tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* hingga ke tahap *test* di setiap tempat memiliki perbedaan-perbedaan, dikarenakan *design thinking* sangat diperlukan agar desain yang dibuat sesuai dengan apa yang di diharapkan dari konsumen itu sendiri. Disini penulis akan membandingkan dengan 3 situasi yang berbeda, ada implementasi saat dikuliah, di kelas service learning UMKM, dan di tempat magang. Yang dimaksud pada saat di kuliah yakni, pembelajaran biasa pada saat teori dan pada saat praktek seperti pada mata kuliah, dasar design, Desain Komunikasi Visual 1, Media Komunikasi Visual, dan masih banyak lainnya. Sedangkan untuk kelas service learning merupakan mata kuliah penjurusan, yang penulis ambil ini mata kuliah penjurusan packaging, dan pada saat itu tugas yang di dapat membuat redesign kemasan UMKM. Selanjutnya untuk di tempat magang penulis disini bekerja di desain grafik yang juga membuat dan menganalisa proses desain. Disini penulis akan membandingkan dengan 3 situasi yang berbeda, ada implementasi saat dikuliah, di kelas service learning UMKM, dan di tempat magang. Yang dimaksud pada saat di kuliah yakni, pembelajaran biasa pada saat teori dan pada saat praktek seperti pada mata kuliah, dasar design, Desain Komunikasi Visual 1, Media Komunikasi Visual, dan masih banyak lainnya. Sedangkan untuk kelas service learning merupakan mata kuliah penjurusan, yang penulis ambil ini mata kuliah penjurusan packaging, dan pada saat itu tugas yang di dapat membuat redesign kemasan UMKM. Selanjutnya untuk di tempat magang penulis disini bekerja di desain grafik yang juga membuat dan menganalisa proses desain.

Tabel 1. Tabel Analisis Penerapan Teori *Design Thinking*

No	Tahapan Design Thinking	Pemaknaan tahap teori	Implementasi saat di kuliah	Implementasi saat di kelas Service Learning UMKM	Implementasi saat di tempat magang
1.	<i>Empathize</i>	Tahap dimana seorang desainer menempatkan dirinya sebagai target audience untuk mengetahui kebutuhan, tujuan serta keinginan dari target audiencenya, setelah itu seorang desainer perlu melakukan pendekatan secara empati guna mengetahui tentang emosi, pengalaman, dan situasi. Hal ini dapat dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan masih banyak cara lainnya	<ul style="list-style-type: none"> • brief dari dosen • menganalisa brief dari dosen • memahami brief tugas melalui kelas teori sebelum kelas studio. • Melakukan observasi melalui media internet 	<ul style="list-style-type: none"> • Mendapat brief dari dosen dan di analisa • mewawancarai klien UMKM • mencari kebutuhan keinginan dari klien seperti apa • cari referensi di internet. 	<ul style="list-style-type: none"> • mendapat brief kerja dari art director dan menganalisa target audience kliennya • menanyakan secara langsung ke art director apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh klien.
2.	<i>Define</i>	Setelah desainer mendapat kebutuhan dan keinginan target audiencenya, hal tersebut akan digunakan sebagai acuan dasar untuk ide-ide karya yang akan dikembangkan dan dibuat.	<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan thumbnail sesuai brief tugas 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan moodboard sesuai keinginan dan kebutuhan dari UMKM • Mendata apa saja yang dibutuhkan oleh klien 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan moodboard sesuai keinginan klien di dapat dari art
3.	<i>Ideate</i>	Setelah mengidentifikasi kebutuhan yang ada atau kebutuhan yang diperlukan, desainer perlu menggambarkan solusi-solusi yang diperlukan. Hal ini dapat dilakukan bersama tim untuk memperoleh solusi tersebut dengan menggabungkan semua kreativitas atau ide dari tim.	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari solusi secara mandiri melalui referensi-referensi desain 	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari solusi bersama teman sekelompok 	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan <i>brainstorming</i> bersama art director, atau rekan-rekan desainer lainnya
4.	<i>Prototype</i>	Ide yang sudah didapat dari sebelumnya perlu diimplementasikan sebagai patokan dalam mendesain, hal ini mampu mempermudah desainer dalam meneliti hal apa saja yang kurang dari desainnya, bahkan hal tersebut dapat mempermudah target audience dalam membenahi desain dari desainer hingga hasil yang diinginkan.	<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan <i>thumbnails</i> yang sudah di terima oleh dosen atau asisten dosen 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat beberapa alternatif-alternatif desain yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan klien UMKM 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan beberapa alternatif desain final

5.	<i>Test</i>	Dari karya yang sudah dibuat oleh desainer akan dilakukan sebuah uji coba dengan target audience. Dari situ desainer dapat mempertimbangkan hasil yang sudah desainer buat sudah sesuai dengan harapannya atau tidak	<ul style="list-style-type: none"> • hasil dari desain tersebut hanya dimulai oleh para dosen 	<ul style="list-style-type: none"> • Penerangan kepada klien UMKM mengenai desain yang sudah dibuat • menjelaskan keseluruhan dari desain-desain yang sudah dibuat 	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil desain dari desainer akan di berikan ke klien
----	-------------	--	--	--	---

Analisis Tabel Komparasi

Berdasarkan table diatas, dapat di ketahui tahap-tahap dalam *design thinking* sangat dibutuhkan oleh desainer dalam mencari solusi bagi beberapa permasalahan yang ada saat melakukan proses pembuatan desain, selain itu dapat dilihat ada perbedaan yang mendasar di dalam proses pembuatan desain yang ada di kuliah, dan di tempat magang.

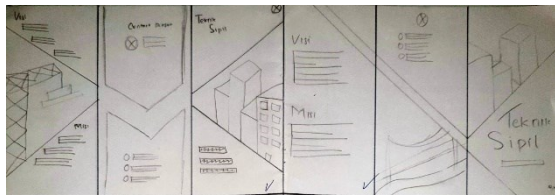
Analisis Tahap Empathize

Diawali dengan tahap *empathize* dimana seorang desainer mampu menempatkan dirinya sebagai terget audience, untuk mengetahui kebutuhan, tujuan serta keinginan dari terget audience. Saat di kuliah tahap *empathize* ini dapat dilihat pada saat seorang mahasiswa menganalisa brief yang didapat dari dosennya, selain itu kelas teori yang di terima oleh mahasiswa juga berperan penting pada tahap ini. Saat *design thinking* ini di implementasikan saat kelas *service Learning* tahap *empathize* dapat dilihat dari penulis mewawancarai klien UMKM, guna untuk mengumpulkan data tentang kebutuhan, tujuan serta keinginan dari klien tersebut, hingga menemukan apa tujuan akhir yang ingin di buat oleh penulis. Pada saat di tempat magang berbeda lagi karena pada tahap ini dapat dilihat melalui penulis mendapatkan brief dari art director, dan menganalisa brief klien tersebut, selain itu juga dapat menanyakan langsung kepada art director apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh klien. Pada tahap ini memili perbedaan-perbedaan yang cukup signifikan dimana, pada saat di kuliah biasa tahap *empathize* ini kurang kelihatan dikarenakan semua terbatas di ruang lingkup kuliah, dan target audiencenya hanya dosen atau asisten dosen, lain hal pada saat kuliah *service learning* di sini mungkin tahap *empathize* sudah dapat kelihatan karena penulis melakukan wawancara langsung terhadap klien UMKM, dan pada saat di tempat magang penulis benar-benar merasakan tahap *empathize* ini karena pada saat di tempat magang penulis merasakan bekerja secara nyata, dan kliennya tidak ada hubungan terikat dengan penulis.

Analisis Tahap Define

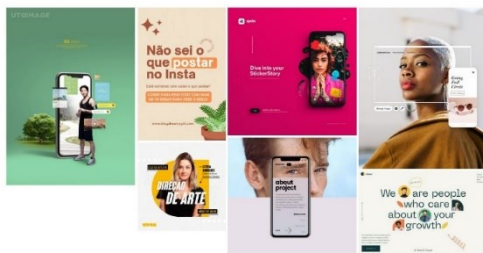
Selanjutnya di tahap *define*, tahap ini merupakan tahap yang mengumpulkan semua ide-ide karya

yang akan dibuat menjadi satu yang digunakan sebagai acuan dasar untuk mengembangkan ide-ide tersebut. Saat dikuliah tahap *define* ini dilakukan pada saat penulis membuat *thumbnail* sesuai brief tugas yang didapat dari dosen.



Gambar 2. Thumbnail pada saat di kuliah

Pada saat di kelas *service learning* tahap ini dilakukan dengan pembuatan dan pengumpulan moodboard yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan klien UMKM yang penulis dapat dari wawancara secara langsung, pada tahap ini penulis mendata apa saja yang dibutuhkan oleh klien mulai dari desain, desain packaging, logo, dan masih banyak lagi. Lalu pada saat di tempat magang proses *define* dilakukan dengan pembuatan moodboard atau menganalisa moodboard sesuai keinginan klien, moodboard ini di dapat dari art director sesuai keinginan dan kebutuhan klien.



youngful/relevant dynamic futuristic humble (approachable) minimalist

Gambar 4. Moodboard ditempat magang

Analisis Tahap Ideate

Setelah tahap *define* sudah selanjutnya masuk ke tahap *ideate*, tahap *ideate* dimana desainer mulai mencari solusi-solusi dari setiap masalah yang ditemukan, pencarian solusi ini dapat dilakukan bersama dengan tim. Pada saat di kuliah biasa, hal ini kurang terimplementasikan secara utuh dikarenakan rata-rata tugas di dalam kuliah sifatnya individu jadi pada tahap ini di kuliah kurang terlihat dikarenakan prosesnya hanya dilakukan dengan mencari referensi-referensi desain secara individu atau menanyakan ke teman atau para asisten dosen. Sedangkan saat di kuliah *service learning* tahap ini mulai terlihat, dikarenakan proses ini dilakukan bersama tim, maka penulis bersama dengan kelompok, melakukan pemecahan masalah yang di hadapi dan mencari solusi dari masalah tersebut, hingga solusi tersebut sudah dapat memenuhi

keinginan dan kebutuhan klien UMKM. Pada saat di tempat magang tahap ini dilakukan dengan *brainstorming* bersama art director atau dengan rekan-rekan desainer lainnya, hingga menemukan solusi dari kebutuhan klien. Dapat dilihat pada tahap ini setiap tempat memiliki implementasi yang berbeda, di tempat kuliah hanya terbatas di ruang lingkup kuliah sedangkan di tempat magang lebih luas dan dapat mengumpulkan ide-ide dari orang lain atau dari desainer lainnya.

Analisis Tahap Prototype

Selanjutnya tahap *prototype* merupakan pengimplementasian ide ke dalam sebuah desain, dimana ide-ide yang sudah diperoleh tadi di implementasikan yang dimana hal ini mampu mempermudah desainer dalam meneliti hal apa saja yang kurang dari desainnya, dan bahkan hal tersebut mampu mempermudah target audience membenahi desainnya sesuai keinginannya. Pada saat dikuliah tahap ini di lakukan dengan pembuatan *tightissue* yang didasari dari *thumbnail* yang sudah diterima oleh asisten dosen atau dosen, *tightissue* ini merupakan desain yang berasal dari *thumbnail* tetapi layout, detail, warna, dan lain sebagainya sudah di kembangkan dan dapat dilihat seperti hasil final. Hal ini dilakukan oleh penulis sebelum melakukan proses final. Pada saat di kelas *service learning* hal ini dilakukan dengan pembuatan beberapa alternatif-alternatif desain yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan klien UMKM, hal ini dilakukan guna untuk mendapat detail spesifik desain yang diinginkan oleh klien UMKM. Saat di tempat magang hal ini dilakukan dengan pembuatan beberapa alternatif desain final, yang kemudian di ajukan ke art director yang akan dilihat oleh art director apakah desain penulis sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan klien.

Analisis Tahap Test

Setelah itu masuk ke tahap *test*, pada tahap ini desainer akan melakukan uji coba karyanya dengan target audiencenya, dari situ desainer mampu mempertimbangkan hasil yang desainer buat sudah sesuai dengan harapan klien atau tidak, jika dirasa kurang maka desainer akan mendapat masukan untuk membuat desain yang lebih baik dan melakukan perbaikan pada desain tersebut. Pada saat ini di kuliah biasa tahap ini kurang terlihat dikarenakan hasil dari desain yang sudah dibuat hanya dinilai oleh para dosen, jadi mahasiswa hanya bisa memperbaiki desainnya di tugas lainnya dengan karakter desain yang berbeda. Pada saat di kuliah *service learning* tahap ini dilakukan dengan memberikan penjelasan kepada klien UMKM mengenai seluruh desain yang sudah dibuat, hal ini berguna agar desain yang sudah dibuat mendapatkan *feedback* dari klien, apakah klien UMKM sudah puas

dengan hasil desain yang sudah di buat atau tidak, jika dirasa kurang maka penulis dan tim akan memperbaiki desain sampai sesuai dengan harapan klien UMKM. Selanjutnya pada saat di tempat magang tahap *test* ini dilakukan dengan hasil desain dari desainer akan diberikan ke klien, agar klien tersebut dapat melihat dan menilai hasil desain yang sudah jadi, ataupun biasanya hasil karya tersebut di perlihatkan ke beberapa *art director* untuk melihat dan menilai apakah hasil desain tersebut sudah sesuai apa tidak, jika sudah sesuai hasil karya tersebut akan diteruskan ke klien, jika tidak dan masih dirasa kurang *art director* akan memberikan beberapa revisi untuk memaksimalkan hasil desain tersebut.

Kesimpulan

Pada analisis ini yang berjudul “Analisis Proses Desain di Tempat Magang dan di Kuliah Dengan Menggunakan Teori *Design Thinking* “ Penulis mampu mengambil kesimpulan bahwa proses desain di tempat yang berbeda memiliki ciri khas dan pengimplementasian *design thinking* yang berbeda-beda antara di tempat kuliah biasa, di tempat kuliah *service learning*, dan di tempat magang atau di tempat kerja. Perbedaan ini memiliki alasan dan tujuan masing-masing, jika dilihat dari sisi perkuliahan dan saat di kuliah, implementasi *design thinking* ini cukup terbatas di karenakan di batasi oleh ruang lingkup perkuliahan, dan mahasiswa di ajarkan untuk melakukan proses desain *step by step*, mulai dari pembuatan *thumbnail* hingga ke *tightissue* hal ini di lakukan untuk mengukur kreativitas mahasiswa dalam berkarya, sedangkan saat di tempat magang hal ini tidak dilakukan dikarenakan membutuhkan waktu dan proses yang cukup panjang, maka dari itu di tempat magang proses tersebut di ganti dengan pembuatan beberapa alternatif desain. Selain itu implementasi *design thinking* di setiap tempat dalam proses pembuatan desain pasti memiliki perbedaan yang disebabkan

dari beberapa faktor, mulai dari kebijakan tempat yang berbeda, kebutuhan dalam mendesain, efektifitas dalam proses desain, dan masih banyak lagi. Seperti halnya pada tahapan *define*, pada saat di kuliah implementasi *design thinking* berupa pembuatan *thumbnail*, lalu pada mata kuliah *service learning* UMKM dan di tempat magang berupa pembuatan *moodboard* yang sesuai dengan keinginan klien.

Daftar Pustaka

Bogdan R, Taylor S. (1975). *Introducing to qualitative methods: Phenomenological*. New York: A Wiley Interscience Publication.

Brown, T. (2008). *Design Thinking*. Harvard Business Review

Kelley, D., & Brown, T. (2018). *An introduction to Design Thinking*. Institute of Design Thinking at Stanford. Diakses dari : <https://sis.binus.ac.id/2017/12/18/design-thinking-2/>

Lazuardi, M.L., & Sukoco, I. (2019). *Design Thinking David Kelly & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek*. Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi, 2(1), 1-11.

Nazir (2005, 8). *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia

Yulius, Y., & Pratama, Edo. (2021). *Metode Design Thinking dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual*. Jurnal Besaung Universitas Indo Global Mandiri.

DOI: <http://dx.doi.org/10.36982/jsdb.v6i2.1720>