

Penerapan Strategi Komunikasi dalam Proses Kerja Proyek *Residence*

Cerrien Liem

Desain Interior, School of Design, Universitas Pelita Harapan
cerrienl@gmail.com

Phebe Valencia

Desain Interior, School of Design, Universitas Pelita Harapan
phebe.valencia@uph.edu

ABSTRAK

Strategi setiap perusahaan mencerminkan sistem perusahaan dalam menghadapi suatu proyek, bagaimana suatu perusahaan mengelola sistem kerja para karyawannya dalam menghadapi pekerjaannya dan bagaimana *output* proses kerja tersebut terlihat pada proyek ketika selesai. Layaknya seperti pada perusahaan interior yang memiliki suatu strategi tersendiri dalam menjalankan proses mendesain suatu proyek. Strategi perusahaan tersebut yang menjadi tolak ukur lancarnya proses mendesain apa yang telah dipercayakan klien. Hal utama yang penting dalam suatu strategi kerja adalah komunikasi, yang mana hal tersebut sangat berpengaruh dalam perusahaan desain saat melakukan proses desain. Komunikasi desain sebagai kunci yang menghubungkan interaksi pada internal maupun eksternal perusahaan. Desain dapat membentuk suatu komunikasi yang bekerja sebagai pendekatan untuk menyelidiki hal yang memiliki sudut pandang berbeda. Sehingga, komunikasi desain bekerja sebagai intervensi ketika melakukan kegiatan mendesain yang melibatkan penemuan suatu teknik dan prosedur desain untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai pada proyek.

Metode yang digunakan adalah kualitatif. Data-data dikumpulkan melalui *fieldnote* dan wawancara semasa program magang selama sembilan bulan. Tujuannya adalah untuk memahami peran strategi komunikasi yang menjadi panduan desainer dalam melakukan proses desain sehingga tercapai hasil desain pada proyek *residence*.

Desain proyek *residence* berpatokan pada preferensi klien. Maka, komunikasi dalam proses desain penting untuk penyesuaian persepsi antara desainer dengan klien. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa jauh strategi komunikasi pada proyek *residence*.

Kata Kunci: strategi desain, komunikasi desain, proses desain, *residence*.

PENDAHULUAN

Penulis memilih topik “Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Proses Kerja Proyek *Residence*” bertujuan untuk menjelaskan bagaimana suatu strategi desain suatu kantor interior berperan penting dalam menentukan keberhasilan desain proyek *residence*. Penulis memilih proyek *residence* dikarenakan tempat tinggal

berperan penting sebagai kebutuhan utama bagi penghuninya. Kegiatan penghuni yang sudah melekat pada tempat tinggalnya membentuk suatu ikatan antara penghuni dengan bangunan yang ditempatinya tersebut. Dengan begitu, selain hanya sebagai tempat berlindung secara fisik bagi penghuni, tempat tinggal juga merepresentasikan identitas atau karakter penghuni. Identitas yang melekat antara penghuni dengan tempat tinggal menjadi unsur penting yang mempengaruhi rasa nyaman penghuni.

Proyek desain yang diserahkan kepada perusahaan desain menandakan adanya rasa kepercayaan klien kepada pihak desainer untuk mengerjakan proyek tersebut. Dengan merepresentasikan nama perusahaan konsultan Interior sebagai pihak yang memegang kendali proyek desain, maka adanya kontribusi antara gaya desain klien dengan desainer yang berbasis pada kriteria pengetahuan dan batasan desain. Kebutuhan masyarakat zaman sekarang semakin meningkat dan banyaknya karakteristik desain yang semakin meluas, maka secara langsung juga meningkatkan keinginan klien untuk mencapai suatu desain tertentu yang menjadi preferensi mereka. Maka dari itu, proses desain terutama tahap pembentukan konsep akan berpengaruh kepada pembentukan elemen desain yang nantinya akan membangun sebuah identitas tempat tinggal, sehingga desainer membutuhkan koneksi dan pemahaman mengenai desain yang cocok berdasarkan selera klien. Untuk mencari konsep yang matang dan menyeimbangi gaya desain dari masing-masing pihak desainer dan juga klien, maka penting untuk perusahaan desain dalam menerapkan komunikasi desain yang aktif antara desainer dengan klien.

Maka dari itu, penulisan ini akan menjelaskan seperti apa salah satu strategi yang dipakai oleh perusahaan desain dalam menjalani proses desain untuk mencapai desain yang berhasil. Pembahasan tersebut akan memperlihatkan adanya keterlibatan antara pihak perusahaan dengan klien dalam strategi desain untuk mencapai suatu kesepakatan dalam pengerjaan proyek *residence*.

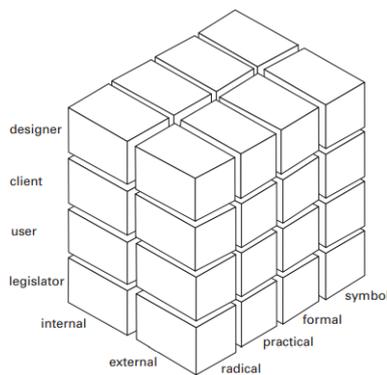
KAJIAN TEORI

***Design Constraints* (Lawson, 2005)**

Design Constraints atau yang berarti batasan desain merupakan bagian yang tidak lepas dari peran hubungan antara beberapa elemen desain. Tujuan dari adanya batasan desain ini untuk memastikan bahwa sebuah sistem / objek yang telah dirancang dapat bekerja sesuai dengan hasil pemikiran desain. Batasan-batasan tersebut berperan sebagai tolak ukur untuk melihat bagaimana sebuah kriteria di dalam desain dapat berhasil serta untuk mempertimbangkan langkah desain yang dapat dilakukan dalam suatu proses desain.

Terdapat 4 jenis batasan desain, yang pertama adalah *radical constraints* yang berarti batasan ini memiliki tujuan utama suatu desain atau objek yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan klien secara spesifik, sehingga peran batasan menjadi hal yang utama dalam proses desain. Kedua merupakan *practical constraints* merupakan batasan yang melihat aspek permasalahan desain yang berhubungan dengan hal-hal teknis seperti kemampuan pengaplikasian material atau *furniture*

pada ruang, kemampuan tenaga kerja dalam mengolah produksi desain, serta melihat peluang suatu elemen desain dapat direalisasikan sesuai dengan faktor keadaan lingkungan sekitar. Ketiga, *formal constraints* berperan dalam visual ruangan secara keseluruhan dari penataan objek desain agar desain terlihat menyatu satu sama lain. Batasan yang terakhir yaitu *symbolic constraints* yang berarti desainer mengaplikasikan sifat ekspresif pada desain untuk mendukung efek dan makna desain yang ingin dicapai.



Gambar 1 Model Batasan Desain. (Sumber: dokumentasi penulis, 2021)

Design Methods (Jones, 1992)

Metode desain merupakan sebuah tindakan yang dilakukan desainer ketika melakukan proses desain. Suatu metode desain pada perusahaan desain mencerminkan karakter perusahaan dalam menghadapi suatu permasalahan desain. Beberapa jenis metode desain yang dapat dilakukan oleh desainer seperti; *design research* yang mengeksplorasi kondisi desain dilihat dari pengalaman, dampak suatu desain, sistem, dan keadaan sekitar seperti kunjungan ke lapangan untuk melihat kondisi lapangan secara langsung. Kedua, *models* yang merupakan media referensi sebagai inspirasi desainer dengan melihat gambaran desain suatu objek dan suasana desain. Dengan adanya model desain, maka desainer memiliki tolak ukur untuk menentukan batasan-batasan model yang dapat digunakan pada proyek desain. Ketiga adalah lingkup desain yang tidak terbatas oleh waktu, dimana berarti metode desain berkembang dari waktu ke waktu sesuai dengan perkembangan zaman.

Komunikasi Desain (Aakhus, 2007)

Nilai dari komunikasi pada perusahaan desain dilihat dari seberapa baiknya penerapan konsep komunikasi yang dapat menghasilkan sebuah intervensi dan penemuan desain. Intervensi tersebut bertujuan untuk mengolah kegiatan interaktif yang dapat membangun sebuah komunikasi. Hubungan antara interaksi dan komunikasi tersebut dapat menjadi pengaruh pada permasalahan utama dalam melakukan kegiatan desain, seperti ketika membahas mengenai pembangunan struktur, pembentukan ruang, dan wacana desain. Untuk mencapai desain yang sukses, tidak hanya berdasarkan metode empiris yang memungkinkan desainer untuk merefleksikan berbagai keadaan ketika muncul suatu kejutan, permasalahan, dan kesempatan untuk mendesain ulang. Maka dari itu, komunikasi desain menjadi

tolak ukur pada perusahaan desain dalam mencerminkan komitmen perusahaan dalam mencapai tujuan desain yang sukses.

Pengaruh dari komunikasi desain tersebut, maka dapat menghasilkan *mental image* yang mewakili penggambaran suatu objek bersifat virtual. *Mental image* berperan penting dalam mencari cara untuk mencapai suatu tujuan dan dalam membandingkan beberapa objek (Zara, 2006). Dalam dunia desain, *mental image* dijelaskan sebagai pemikiran dan proses mengingat gambaran (proses berpikir kognitif) yang ditangkap desainer dari pikiran klien dan kemudian mencocokkannya dengan apa yang dirasakannya dari suatu ruang tertentu untuk dilihat apakah ruang atau bentuk tersebut biasa atau tidak biasa.

Pembentukan Konsep

Karakteristik Desain Perusahaan Interior (Munajjed, 2015):

Setiap perusahaan pasti ingin mencerminkan nilai perusahaan serta menghadirkan rasa individualisme yang dapat membedakan organisasi dengan perusahaan lainnya. Dengan membangun identitas perusahaan, maka mencerminkan rasa kepercayaan dan komitmen dari perusahaan itu sendiri. Salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan desain interior dalam merepresentasikan identitas perusahaannya yaitu mencerminkan karakteristik desain perusahaan tersebut pada proyek melalui pengaplikasian elemen-elemen desain. Dengan kata lain, perusahaan menggunakan kesempatan tersebut untuk menonjolkan gaya khas desain perusahaan kepada klien, contohnya seperti mengaplikasikan gaya khas desain dari penggunaan warna dominan, jenis *furniture* dan lain-lain.

Identitas Klien (Gram-Hanssen, 2004):

Penghuni suatu tempat tinggal menganggap rumah sebagai salah satu kebutuhan yang menjadi identitas utama dan sebuah tempat yang memiliki makna spesial dibangun dari kegiatan sehari-hari di dalam rumah. Untuk sebagian besar keluarga, mereka menganggap penting untuk memberi penanda identitas di rumah. Pembentukan dan cara mengekspresikan identitas pada tempat tinggal dapat melalui desain interior, bergantung pada masing-masing selera desain dari penghuninya.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data penelitian dengan metode kualitatif. Penulis menggunakan data-data yang dikumpulkan dari sistem *fieldnote*, *coding* dan *memoing* yang dilakukan penulis selama melakukan program magang selama 9 bulan. Melalui perolehan data-data yang beragam dan informatif, penulis dapat memperoleh banyak alternatif data berupa pro dan kontra sebagai bahan analisis permasalahan penelitian.

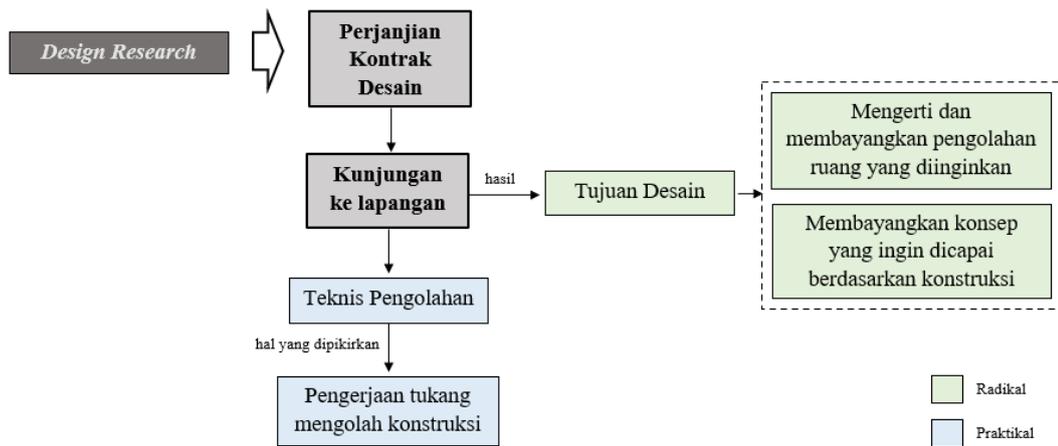
PEMBAHASAN

Proses desain dituntun dengan sebuah metode desain sehingga menjelaskan bagaimana tahap sebuah desain yang dilakukan tiap perusahaan. Tahap awal pada proses desain menjadi awalan yang penting sebelum melanjutkan proses ke tahap

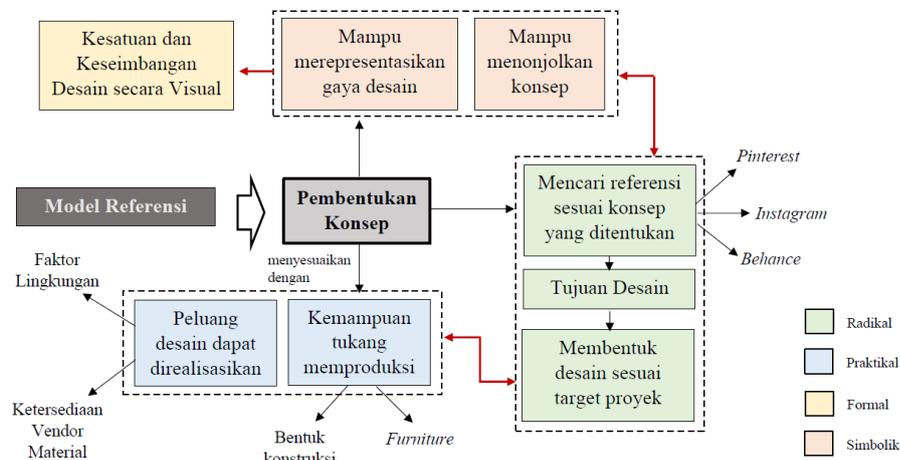
desain lainnya. Untuk mengenali suatu proyek, maka desainer perlu mengenali bagaimana keadaan lapangan secara nyata dengan melakukan *design research*. Hasil dari observasi lapangan tersebut akan menghasilkan ukuran-ukuran dan gambaran yang jelas akan kondisi ruang yang akan diolah serta pengenalan klien lebih dalam mengenai apa yang diinginkan berdasarkan keadaan.

Selain data konstruksi yang menjadi salah satu hal penting dalam persiapan memulai proses desain, hal lainnya yang juga berperan besar adalah sebuah konsep. Konsep untuk proyek *residence* melambangkan karakteristik desain yang mewakili identitas dari penghuni sebuah tempat tinggal, maka dari itu pentingnya untuk menjalin sebuah komunikasi dengan klien bertujuan untuk mencari sebuah kesepakatan antara pihak perusahaan dengan klien akan sebuah karakteristik desain yang ingin dibentuk pada ruangan. Pikiran desainer dan klien tentu dapat berbeda mengenai suatu bentuk desain untuk konsep tertentu, maka hal tersebut menjadi sebuah pemicu adanya komunikasi untuk menyalurkan masing-masing pikiran yang disebut dengan *mental image*. *Mental image* berupa gambaran desain seperti suasana dan bayangan secara visual menentukan bagaimana desain akan dibentuk. Dengan begitu, untuk memudahkan penyaluran gambaran desain dari masing-masing pihak, komunikasi dapat menggunakan media berupa gambar referensi. Di dalam gambar referensi tersebut memperlihatkan suasana sebuah desain ruangan ataupun detail-detail desain yang mewakili gambaran desain pada *mental image*. Gambar tersebut juga dapat memberikan beberapa alternatif yang menggambarkan suatu konsep yang ingin dicapai dengan elemen-elemen desain yang membentuk ruangan. Untuk dapat melanjutkan tahap pembentukan desain, maka desainer dan klien harus menyatukan pikiran dan mencari solusi yang sesuai.

Dari penjelasan tersebut maka dapat dilihat bahwa komunikasi desain memiliki peran besar sebagai strategi ketika menjalani proses desain. Dengan melakukan komunikasi desain yang aktif, maka akan meminimalisir peluang terjadinya miskomunikasi antara pihak perusahaan dengan klien. Namun, proses desain yang berhasil tidak hanya melalui komunikasi yang aktif tetapi metode desain juga harus diiringi dengan panduan batasan desain. Masing-masing dari batasan desain berperan penting dalam penilaian suatu desain, seperti pada *radical constraint*, dimana dengan melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan, desainer dapat mengerti pengolahan ruang dan fokus dalam menyediakan desain yang cocok dengan kebutuhan klien yang spesifik berdasarkan konstruksi. Sisi praktikal (*practical constraint*) yang melibatkan hal teknis seperti peran tenaga kerja dalam memproduksi objek yang didesain dan pengolahan konstruksi.



Gambar 2 Batasan Desain pada Metode Design Research
 (Sumber: dokumentasi penulis, 2021)



Gambar 3 Batasan Desain pada Metode Model Referensi.
 (Sumber: dokumentasi penulis, 2021)

Sama halnya pada metode model referensi, terdapat batasan desain yang menuntun dalam menentukan arah gambaran desain seperti apa yang sesuai, tidak hanya dilihat berdasarkan pandangan subjektif, namun juga dilihat secara objektif. Hal ini bertujuan agar desainer tidak hanya mementingkan pandangan dari diri sendiri, tapi juga melakukan pertimbangan terhadap objek pada gambar apakah sesuai dengan klien dari segi konsep maupun kebutuhan. Dengan begitu, batasan desain dalam hal ini berperan dalam memutuskan kenyamanan sebuah desain untuk *user*. pengaplikasian *radical constraint* berfokus pada pencarian model referensi yaitu gambar yang menunjukkan model desain disesuaikan dengan konsep desain yang sudah disepakati dengan klien dan memenuhi sebuah keinginan spesifik dari klien jika memang ada permintaan khusus dari klien sendiri. Lalu, *practical constraint* melihat sifat teknis agar proses produksi desain mempermudah peluang desain direalisasikan di lapangan. Untuk *formal constraint*, yang diutamakan saat mencari beberapa gambar adalah keserasian ruang seperti elemen desain yang saling menyatu secara visual. Hal tersebut bertujuan agar desain dapat terlihat indah

dan juga nyaman oleh mata. Terakhir, yaitu *symbolic constraint* mewakili setiap gambar referensi yang dicari harus memperlihatkan ekspresi dari karakteristik konsep yang ingin dicapai.

Kedua metode ini bekerja sebagai langkah awal dalam proses desain. Seperti *design research* yang bertujuan untuk menyesuaikan pengolahan desain sesuai konsep yang diinginkan klien berdasarkan konstruksi nyata dan model referensi memberikan gambaran konsep yang ingin dicapai. Maka dari penerapan metode tersebut, terlihat adanya kontribusi secara internal dan eksternal (pihak perusahaan dengan klien) untuk menghasilkan *output* konsep. Kedua metode desain tersebut yang diiringi dengan proses komunikasi desain saling berdampak satu sama lain untuk mencapai konsep desain yang ditargetkan seiring proses yang dilakukan.

Setelah mempertimbangkan keputusan desain secara internal, maka komunikasi diteruskan secara eksternal (kepada klien) untuk memperoleh pendapat dan juga masukan dari klien, apakah ada bagian yang perlu direvisi dan apa yang sudah sesuai dengan preferensinya. Komunikasi tersebut dilakukan dengan bertukar *mental image* dari pihak desainer dan pihak klien untuk mencari benang merah sehingga kedua pemikiran tersebut dapat saling menyesuaikan. Dengan begitu, pembentukan desain dapat lebih matang untuk difinalisasi. Dari situlah yang kemudian akan menjadi arahan dalam proses desain untuk mencapai *good design*.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Dalam lingkup dunia desain interior, dengan adanya dasar strategi komunikasi desain yang diterapkan pada perusahaan desain memiliki pengaruh besar dalam kinerja lingkungan perusahaan. Selain menjaga hubungan dengan para karyawan, strategi komunikasi ini juga melancarkan pertukaran informasi antara pihak perusahaan dengan pihak klien. Pertukaran informasi yang dilakukan akan menghasilkan solusi yang matang. Untuk menentukan sebuah keputusan desain, maka proses desain harus berlandaskan batasan desain sebagai tolak ukur dalam membentuk sebuah desain yang nyaman untuk klien (Lawson, 2005). Maka dari itu, penulis menyimpulkan bahwa untuk menghasilkan *good design*, maka dalam komunikasi dengan klien, desainer menjelaskan desain menggunakan ilmu desain dan batasan desain kepada klien. Hal ini bertujuan untuk mengolah dan mengeksekusi permintaan desain dari klien terhadap peluang pada keadaan lapangan dan kenyamanan klien.

Terkadang klien tidak menyadari apakah yang diinginkan dapat direalisasikan atau tidak pada lapangan, maka dari itu desainer harus mampu mengkomunikasikan masukan dan kelebihan maupun kekurangan dari segala informasi yang diinginkan klien. Masukan yang diberikan desainer menjadi suatu langkah dalam mengembangkan sebuah desain yang tidak terpikirkan oleh klien sebelumnya. Maka dari itulah, strategi komunikasi desain pada perusahaan dinilai penting untuk menghindari terjadinya miskomunikasi dengan klien.

DAFTAR PUSTAKA

- Ibrahim, Fuziah, Oday Qusay Abdulqader and Azizi Bahauddin. (2014). Second Skin and Exciting Interior Design. *Conference Paper*.
- Jones, John Chris. (1992). Design Methods. 2nd Edition
- Lawson, Bryan. (2005). How Designers Think. 4th Edition
- Aakhus, Mark. (2007). Communication as Design. *Communication Monographs*. 74,112-117
- Munajjed, Nour, Suzy Sulaiman. (2015). Using Interior Design to Communicate Corporate Identity. *Global Journal on Humanities & Social Sciences*. 01, 215-220
- Gram-Hanssen, Kirsten and Claus Bech-Danielsen. (2004). House, Home and Identity From A Consumption Perspective. *Housing Theory and Society*. 21, 17-26