



## EFEKTIVITAS *DESIGN BRIEF* SEBAGAI *PROMPT* BERBASIS TEKS DALAM PROSES DESAIN LOGO *ARTIFICIAL INTELLIGENCE*

Angga Hendrawan

Fakultas Teknologi, Informasi dan Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kristen Bukit Pengharapan  
Tawangmangu

Email: [research@anggahendrawan.com](mailto:research@anggahendrawan.com)

### Abstrak

*Artificial Intelligence* (AI) atau kecerdasan buatan telah dimanfaatkan untuk menyelesaikan berbagai permasalahan manusia, termasuk dalam bidang desain. Dalam praktik desain, kolaborasi antara manusia dan AI membutuhkan media penghubung berupa *design brief* yang berfungsi menyampaikan ide secara terstruktur. Penelitian ini menggunakan metode eksperimen untuk menguji efektivitas penggunaan *design brief* yang diformulasikan dalam bentuk *prompt* teks guna menghasilkan desain logo melalui kecerdasan buatan ChatGPT. Tujuan penelitian ini adalah mengevaluasi sejauh mana *design brief* berbasis teks dapat dioperasionalkan sebagai *prompt* oleh ChatGPT dalam menghasilkan desain logo ideal yang memenuhi enam aspek: kesederhanaan, keorisinilan, ketahanan terhadap waktu, relevansi, fungsionalitas, dan fleksibilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ChatGPT mampu memahami dan menerjemahkan *design brief* berbahasa Indonesia ke dalam representasi visual berupa logo. Secara umum, ChatGPT menghasilkan desain yang memenuhi aspek kesederhanaan, relevansi, dan fleksibilitas. Namun demikian, terdapat keterbatasan dalam aspek keorisinilan dan ketahanan terhadap waktu, yang terlihat dari kemiripan desain dengan logo-logo yang telah ada sebelumnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun AI dapat digunakan sebagai alat bantu eksploratif dalam proses desain, pendampingan dari desainer manusia tetap diperlukan untuk menjamin keunikan dan daya tahan visual dari desain yang dihasilkan.

**Kata kunci:** kecerdasan buatan, brand, logo, desain

### Abstract

*Artificial Intelligence* (AI) has been utilized to solve various human problems, including in the field of design. In design practice, collaboration between humans and AI requires a connecting medium in the form of a design brief that functions to convey ideas in a structured manner. This study uses an experimental method to test the effectiveness of using a design brief formulated in the form of a text prompt to produce a logo design through ChatGPT artificial intelligence. The purpose of this study is to what extent a text-based design brief can be operationalized as a prompt by ChatGPT in producing an ideal logo design that meets six aspects: feasibility, originality, timeliness, relevance, functionality, and sustainability. The results of the study show that ChatGPT is able to understand and translate a brief design in Indonesian into a visual representation in the form of a logo. In general, ChatGPT produces designs that meet the aspects of simplicity, relevance, and errors. However, there are limitations in the aspects of originality and timeliness, as seen from the similarity of the design to previously existing logos. These findings indicate that although AI can be used as an exploratory tool in the design process, assistance from human designers is still needed to ensure the uniqueness and visual durability of the resulting design.

**Keywords:** artificial intelligence, brand, logo, design

### PENDAHULUAN

Desain merupakan sebuah istilah yang dapat dilihat dari beberapa perspektif, John Heskett (dalam Hendrawan, 2020 p.33) menjelaskan bahwa *design is to design a design to produce a design*, penjelasan tersebut menjelaskan bahwa desain merupakan sebuah proses terencana untuk menghasilkan rancangan yang akan diwujudkan melalui suatu objek. Sebagai proses terencana maka desain memiliki tujuan yang ingin dicapai, hal ini seperti yang dijelaskan oleh Koberg (1981, dalam Indarti, 2020 p.129) bahwa desain merupakan suatu metode yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah melalui pendekatan kreatif, yang dijalankan melalui serangkaian langkah atau urutan yang mengarah dari pembentukan konsep awal hingga realisasi dari konsep tersebut yang direpresentasikan melalui sebuah objek. Berdasarkan sejumlah informasi yang dipublikasikan melalui berbagai jurnal internasional, proses desain dapat diterapkan pada beragam bentuk permasalahan manusia. Indarti (2020 p.129) menjelaskan bahwa proses desain telah dieksplorasi di banyak disiplin ilmu, misalnya: desain interior, teknik, perencanaan lingkungan arsitektur, tekstil dan pakaian.

Desainer adalah salah satu pihak yang secara aktif terlibat dalam proses desain, perannya adalah menterjemahkan kebutuhan atau konsep yang diberikan oleh klien atau pengarah kreatif (*creative director*) menjadi sebuah rancangan bentuk. Dalam menjalankan perannya dalam proses desain, desainer memerlukan sebuah arahan sehingga proses ini dapat menghasilkan bentuk seperti yang diharapkan oleh klien atau *creative director*. Supaya dipahami dengan baik oleh desainer maka arahan desain harus disampaikan melalui bahasa yang dimengerti dan menjelaskan detail yang berkaitan dengan proyek. Arahan bagi desainer dalam menjalankan proses desain seringkali disebut dengan *design brief*, yaitu dokumen yang menguraikan strategi dan detail yang diperlukan, seperti tujuan, sasaran, persyaratan, pesan, serta informasi penting di dalam proyek kreatif (Fahrurrojjie, 2022).

Perkembangan teknologi saat ini membuka babak baru dalam interaksi manusia-computer yang ditandai dengan kemampuan kecerdasan buatan atau *artificial intelligence* (AI) untuk memfasilitasi komunikasi yang lebih manusiawi. Kemampuan ini dimungkinkan oleh kemajuan dalam bidang *Natural Language Processing* (NLP), yang menurut Maulid (2023) bidang ini merupakan salah satu cabang utama dari AI yang bertujuan menjadikan komputer lebih pintar dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan manusia. Kemajuan ini memicu transformasi sehingga sejumlah bidang mulai menerapkan AI pada sejumlah layanannya, seperti layanan pelanggan, pendidikan, kesehatan, hingga industri kreatif.

Penerapan AI dalam industri kreatif memungkinkan terjadinya kolaborasi antara manusia dan komputer dalam kerangka kerjasama kreatif. Salah satu bentuk aplikasi AI dalam bidang tersebut adalah kemampuan menghasilkan citra (Irianto Manik, 2024). Saat ini, berbagai proyek kreatif berbasis visual dapat dihasilkan melalui interaksi antara manusia dan AI, seperti penciptaan fotografi, ilustrasi, grafis vector, model tiga dimensi, serta bentuk ekspresi visual lainnya. Proses penciptaan karya tersebut merupakan bentuk kolaborasi penciptaan citra digital, dimana AI menghasilkan visualisasi berdasarkan instruksi berbasis teks (*text-to-image*) yang diberikan oleh manusia. Proses ini menandai sebuah fase baru dalam praktik produksi kreatif, dimana akses terhadap penciptaan karya menjadi lebih terbuka dan tidak terbatas pada individu berketrampilan khusus (Kantosalo, 2020 dalam Oppenlaender, 2024). Ini berarti seseorang tidak perlu lagi memiliki perangkat kamera untuk menghasilkan karya fotografi, tidak harus memiliki ketrampilan menggambar untuk menghasilkan ilustrasi, atau menguasai perangkat lunak desain untuk menghasilkan grafis vector dan model tiga dimensi.

Salah satu aplikasi berbasis website yang memfasilitasi fitur *text-to-image* adalah ChatGPT. Aplikasi ini memungkinkan para pengguna untuk menghasilkan citra digital melalui prompt berupa deskripsi teks yang akan diproses oleh kecerdasan buatan. ChatGPT memungkinkan manusia berinteraksi dengan komputer melalui yang lebih manusiawi karena AI didalamnya memungkinkan pemahaman konteks linguistik dan menterjemahkannya ke dalam bentuk yang sesuai. Kemampuan ini menjadikan ChatGPT sebagai perangkat yang relevan dalam pengembangan konten visual berbasis teks, yang dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, termasuk di dalamnya adalah bidang desain.

Kerjasama kreatif antara manusia dan AI dijumpai melalui suatu bentuk perintah (*prompt*) dalam bentuk teks. Perintah dalam bentuk teks ini merupakan input bagi AI yang berisi informasi tentang bagaimana citra digital akan dihasilkan. Apabila melihat kembali konteks desain, maka perintah yang diberikan oleh manusia kepada AI melalui teks dapat disamakan posisinya dengan *design brief*; dimana AI menjalankan peran sebagai desainer yang bekerja untuk menciptakan bentuk berdasarkan arahan desain dari manusia sebagai pemberi perintah kerja.

Penelitian ini bertujuan mengetahui efektivitas *design brief* yang disusun sebagai prompt bagi AI untuk menghasilkan desain logo yang ideal. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui tingkat kualitas, kreativitas dan kesesuaian dari hasil interpretasi visual AI berdasarkan arahan berbasis teks. Penelitian ini tidak sedang berupaya untuk membandingkan hasil dari proses yang dijalankan oleh AI dengan desainer manusia, melainkan untuk mengetahui sejauh mana AI dapat merespons dan menterjemahkan *design brief* dalam bentuk prompt menjadi visualisasi yang representatif. Penelitian ini berupaya mengungkap potensi serta keterbatasan AI dalam proses desain logo secara mandiri berdasarkan parameter yang ditentukan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi praktisi desain dan pengembang teknologi kreatif dalam merancang prompt yang efektif serta memahami cara kerja AI dalam merespon arahan kreatif secara optimal.

Supaya penelitian ini lebih terfokus, maka objek penelitian yang digunakan adalah proyek desain logo.

Logo merupakan presentasi, sosok atau penampilan visual yang dikaitkan dengan organisasi tertentu sebagai bentuk identitas dan bagian identitas perusahaan (Jefkins, 1995 dalam Hidayat, 2023). Gobe (2009 dalam Wiratama et al., 2022) menjelaskan bahwa keberadaan logo merupakan bagian terpenting dalam identitas brand dan strategi branding. Murphy dan Rowe (1988 dalam Wiratama et al., 2022) mengibaratkan bahwa produk, organisasi, maupun brand memiliki personalitas yang begitu kompleks sehingga diperlukan peran logo untuk memadatkan realitas kompleks tersebut menjadi sebuah pernyataan tunggal sederhana yang dapat dikelola, dimodifikasi dan didewasakan dari waktu ke waktu.

Peran logo dalam menyederhanakan kompleksitas makna memberikan tingkat kesulitan tersendiri dalam proses desain, khususnya jika design brief yang digunakan masih bersifat terbuka dan ambigu. Dalam konteks inilah kemampuan merumuskan arahan berbasis teks menjadi krusial, baik desainer manusia maupun AI dituntut untuk mampu menterjemahkan teks arahan tersebut menjadi bentuk visual yang bermakna, relevan dan selaras dengan tujuan komunikasi. Pemilihan objek penelitian berupa proyek desain logo memungkinkan studi ini untuk memperoleh ruang evaluasi yang konkret dan terukur terhadap citra digital yang dihasilkan. Logo juga memiliki batasan formal yang relatif jelas, sehingga memudahkan penyusunan parameter analisis yang sistematis. Dengan membatasi objek pada proyek desain logo, maka penelitian ini diharapkan dapat mengkaji secara mendalam bagaimana struktur dan kualitas arahan berbasis teks dalam mempengaruhi proses interpretasi visual oleh manusia maupun AI, serta seberapa jauh AI dapat mengadopsi atau meniru intuisi dan kreativitas desainer manusia dalam menghasilkan representasi yang tepat sasaran.

## LANDASAN TEORI

### *Design Brieft*

Menurut Kementerian Ketenagakerjaan R.I. Direktorat Jenderal Pembinaan dan Produktivitas Direktorat Bina Standardisasi Kompetensi dan Pelatihan Kerja (2019) *design brief* merupakan panduan yang disusun dalam bentuk dokumen tertulis yang dikembangkan bersama desainer dan pihak ketiga. Panduan ini menjadi cetak biru bagi sebuah desain, sehingga di dalamnya perlu mencantumkan instruksi spesifik dan detail yang harus diikuti untuk mencapai desain yang ideal. Jenis informasi yang akan dimasukkan ke dalam design brief antara lain :

1. Tentang perusahaan / *company overview*
2. Deskripsi proyek / *project overview*
3. Tujuan / *key objective*
4. Sasaran / *target group*
5. Tenggat waktu / *deadline & jadwal / timeline*
6. Ketentuan khusus / *requirements*
7. Media / *output*

Ambrose & Harris (2010 p.17) menjelaskan bahwa *design brief* harus bisa memberikan penjelasan yang mendetail yang dapat digunakan oleh tim desain di seluruh proses desain dan mengidentifikasi kendala utama yang perlu diselesaikan, oleh karena itu *design brief* dapat mengadaptasi informasi pada teknik penulisan berita utama *The Five Ws* untuk menjawab lima pertanyaan penting (*who, what, when, where, why*) dan satu pertanyaan opsional (*how*) dalam mendefinisikan pekerjaan desain.

**Tabel 1. Komponen *Design Brief* dengan Pendekatan 5W + 1H**

No.	Kata Tanya	Pertanyaan	Keterangan
1	Who (siapa)	Siapa klien atau target audiens?	Size, alam, karakteristik
2	What(apa)	Apa solusi yang terpikirkan bagi klien?	Print, website, video
3	When (kapan)	Kapan desain akan dibutuhkan dan untuk berapa lama?	Skala waktu proyek
4	Where (dimana)	Dimana desain akan digunakan?	Media, lokasi, negara
5	Why (mengapa)	Mengapa klien berpikir bahwa solusi desain dibutuhkan	

<b>6</b>	How (bagaimana)	Bagaimana solusi akan diimplementasikan?	Budget, distribusi, kampanye
----------	-----------------	--	------------------------------

Diadaptasi dari Ambrose & Harris (2010)

### Logo

Kusrianto (2009 dalam Utami & Hakim, 2016) menjelaskan bahwa logo atau tanda gambar (*picture mark*) merupakan elemen identitas yang memiliki fungsi untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi, sedangkan *logotype* atau tanda kata (*word mark*) merupakan nama lembaga, perusahaan atau produk yang ditampilkan dalam bentuk tulisan yang dirancang khusus untuk menggambarkan ciri khas secara komersial.

Karena perannya yang penting bagi suatu bisnis, maka proses penciptaan logo menjadi langkah strategis yang penuh pertimbangan dan tidak dilakukan secara sembarangan. Design102 team (2023) menyampaikan sejumlah pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mendesain logo, yang terdiri dari enam kriteria yaitu: *simplicity, originality, timelessness, relevance, functionality, versatility*.



**Tabel 2. Kriteria Desain Logo**




Kriteria	Keterangan
<i>Simplicity</i>	Mempertahankan kebersihan dan kesederhanaan desain, tidak mempergunakan terlalu banyak detail. Tujuannya supaya logo mudah dikenali, diingat dan efektif menyampaikan pesan brand.
<i>Originality</i>	Memiliki keunikan dan kemudahan untuk diingat, sehingga dapat membedakan suatu brand dengan pesaing dan menghindari potensi kebingungan atau kesamaan dengan logo yang sudah ada.
<i>Timelessness</i>	Memiliki ketahanan untuk menghadapi perubahan zaman dan tetap relevan untuk digunakan selama tahun-tahun mendatang.
<i>Relevance</i>	Memiliki kesesuaian dengan identitas brand dan tujuan organisasi, mempertimbangkan karakteristik audiens dan industri, sehingga desainnya menarik dan dapat membantu audiens untuk memahami kesesuaiannya dengan nama brand atau kisah yang menyertainya.
<i>Functionality</i>	Memiliki kejelasan dan kemudahan dikenali dalam berbagai ukuran, format dan aplikasi.
<i>Versatility</i>	Memiliki bentuk yang jelas dan penggunaan warna hanya untuk alasan estetika, sehingga memungkinkan untuk diterapkan pada berbagai macam aplikasi secara konsisten

Diadaptasi dari: Design102 team (2023)

Menurut Wheeler (2017) logo sebagai tanda dapat dikategorikan ke dalam 5 (lima) kategori, yaitu: *wordmarks, letterforms, pictorial marks, abstract/symbolic marks, dan emblems*.

**Tabel 3. Jenis-Jenis Logo**

Kategori	Keterangan	Contoh
<i>Wordmarks</i>	Kreasi logo yang dibuat menggunakan nama atau singkatan nama organisasi atau produk	
<i>Letterforms</i>	Kreasi logo yang dibuat menggunakan inisial dari nama organisasi atau produk	

<b><i>Pictorial Marks</i></b>	Kreasi logo yang dibuat menggunakan bentuk dari objek yang mudah dikenali, namun telah melalui proses penyederhanaan atau pemberian gaya desain tertentu supaya menjadi unik	
<b><i>Abstract/Symbolic Marks</i></b>	Kreasi logo yang dibuat dalam bentuk simbol untuk membawa ide besar atau mewujudkan strategi supaya menjadi lebih konkret	
<b><i>Emblems</i></b>	Kreasi logo yang dibentuk dari penempatan nama organisasi atau produk dengan gambar yang dihubungkan secara langsung	

Diadaptasi dari: Wheeler (2017)

### ***Chat GPT***

Berdasarkan pertanyaan yang diinput tentang kemampuannya dalam menghasilkan gambar, ChatGPT (<https://chatgpt.com/>) sebagai AI menjelaskan bahwa dirinya adalah model bahasa berbasis kecerdasan buatan yang dikembangkan oleh OpenAI dengan kemampuan utama dalam pemrosesan teks alami. Selain menjalankan fungsi utama dalam interaksi berbasis bahasa, saat ini ChatGPT memiliki kemampuan multimodal, yaitu mampu menghasilkan gambar berdasarkan deskripsi teks yang diberikan oleh pengguna. Teknologi ini pada dasarnya memanfaatkan model generasi gambar DALL-E yang dikembangkan oleh OpenAI, yaitu model generasi gambar berbasis transformator yang dirancang untuk mengubah deskripsi teks kualitas tinggi. Model ini menggunakan pendekatan pembelajaran mendalam yang menggabungkan pemahaman bahasa alami dengan representasi visual, sehingga mampu menghasilkan gambar yang sesuai dengan konteks dan detail deskripsi teks.

Integrasi DALL-E ke dalam ekosistem ChatGPT memungkinkan pengguna untuk tidak hanya berinteraksi secara verbal, namun juga menerima output visual yang relevan sesuai dengan permintaan. Model DALL-E sendiri telah mengalami beberapa iterasi, mulai dari DALL-E versi ke-1 hingga ke-3, yang masing-masing menawarkan peningkatan dalam hal resolusi gambar, realisme, dan kemampuan menangani instruksi yang kompleks. Disamping kelebihan tersebut, terdapat keterbatasan yang melekat pada teknologi DALL-E dalam konteks pembuatan logo tertentu, seperti kesulitan dalam menghasilkan teks yang akurat dalam gambar, presisi detail pada objek rumit seperti logo, dan konsistensi estetika yang dibutuhkan untuk aplikasi profesional.

**Tabel 4. Keunggulan dan Keterbatasan ChatGPT**

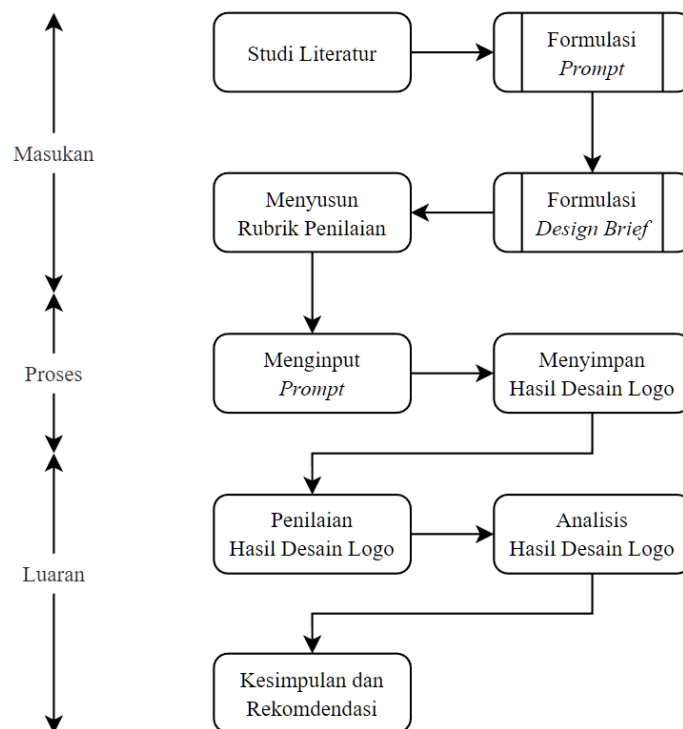
<b>No</b>	<b>Keunggulan</b>	<b>Keterbatasan</b>
1	Kemampuan untuk menterjemahkan deskripsi tekstual menjadi bentuk visual dengan struktur semantik yang kompleks	Ketidakmampuan sistem menghasilkan teks pada suatu image secara akurat dan tajam
2	Kemampuan untuk mengendalikan gaya dan estetika melalui prompt sehingga hasil visual akan disesuaikan secara otomatis	Tidak mendukung generasi format vektor (misalnya .svg, .ai, .eps) yang dibutuhkan pada proyek logo profesional
3	Kemampuan untuk menghasilkan sejumlah alternatif berbeda dari segi komposisi, sudut pandang dan tata letak elemen visual	Kecenderungan menghasilkan bentuk yang organik atau ilustratif, namun kurang presisi dalam bentuk-bentuk geometris dan simetri
4	Kemampuan mengenali dan menyintesis simbol-simbol visual populer yang umum digunakan dalam desain logo	Hasil tidak konsisten ketika suatu prompt digunakan ulang dengan modifikasi minor, walaupun melibatkan sedikit perubahan kata
5	Kemampuan mengkombinasikan warna secara otomatis berdasarkan konteks suasana, identitas, atau nilai melalui prompt	Keterbatasan dalam mengatur posisi, ukuran, dan jarak komponen secara presisi
6	Kemampuan merepresentasikan tekstur visual walaupun dalam konteks raster	Keterbatasan dalam menggambarkan simbol abstrak atau menggabungkan konsep visual kompleks secara harmonis

7	Kemampuan untuk menghasilkan beresolusi dengan cukup baik untuk kebutuhan pratinjau, presentasi dan evaluasi awal	Potensi plagiarism visual implisit, ini terjadi karena kecerdasan buatan dilatih dari dataset visual yang besar sehingga terdapat
8		Keterbatasan parameter dalam menghasilkan keseimbangan dan mengendalikan elemen grids, margin dan ruang negatif

Sumber: ChatGPT

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode eksperimen untuk menguji efektivitas penggunaan *design brief* yang diformulasikan dalam bentuk *prompt* untuk menghasilkan sebuah desain logo melalui kecerdasan buatan ChatGPT. Tujuan penelitian ini adalah mengevaluasi sejauh mana *design brief* berbasis teks dapat dioperasikan sebagai prompt bagi kecerdasan buatan, khususnya ChatGPT, dalam menghasilkan desain logo yang ideal. Efektivitas akan diukur berdasarkan kemampuan ChatGPT dalam menterjemahkan isi design brief ke dalam bentuk visual logo yang sesuai dengan karakteristik ideal sebuah logo, yaitu: kesederhanaan (*simplicity*), keorisinilan (*originality*), ketahanan terhadap waktu (*timelessness*), relevansi (*relevance*), fungsionalitas (*functionality*), dan fleksibilitas (*versatility*).



Gambar 1. Diagram Metode Penelitian

### Masukan

Penelitian ini membutuhkan dukungan literatur yang bersumber dari artikel ilmiah, publikasi daring, maupun informasi dari ChatGPT sebagai perangkat AI yang digunakan dalam proses eksplorasi visual. Studi literatur bertujuan untuk membangun landasan dalam merumuskan *prompt* berbasis teks yang optimal, sehingga memungkinkan ChatGPT untuk menghasilkan desain logo sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan. Sasaran dari tahap ini meliputi 1) menyusun *design brief* yang ideal dalam konteks proyek desain; 2) mengidentifikasi format *prompt* berbasis teks yang optimal untuk berinteraksi dengan ChatGPT; dan 3) menterjemahkan *design brief* ke dalam *prompt* berbasis teks guna menghasilkan *desain logo* melalui ChatGPT.

### Proses

Tujuan dari tahap ini adalah mengimplementasikan *prompt* yang telah dihasilkan sebelumnya, dengan menginputnya pada kolom yang telah disediakan oleh ChatGPT. Sasaran yang ingin dicapai pada tahap ini adalah mengimplementasikan tiga contoh *design brief* dari kategori brand berbeda dan memperoleh

lima jenis logo yang berbeda untuk setiap *design brief*. Pada tahap awal peneliti akan memasukkan *prompt* supaya ChatGPT menempatkan perspektifnya sebagai desainer grafis, setelah itu *prompt design brief* akan diinputkan secara bergantian untuk masing-masing kategori brand dan jenis logo. Proses input *prompt* akan dilakukan satu kali untuk setiap kategori brand dan jenis logo, serta tidak akan dilakukan pengulangan atau modifikasi *prompt* jika hasilnya tidak sesuai harapan. Pendekatan ini dimaksudkan untuk menjaga objektivitas dalam mengevaluasi *prompt* awal tanpa intervensi atau penyesuaian lanjutan. Dengan demikian, penilaian dapat difokuskan pada kemampuan awal *prompt* dalam menterjemahkan *design brief* menjadi keluaran visual melalui kecerdasan buatan.

### Luaran

Tahap ini bertujuan untuk menganalisis desain logo yang dihasilkan oleh ChatGPT untuk setiap kategori brand dan jenis logo. Sasaran dari tahap ini adalah mengetahui sejauh mana efektivitas *design brief* yang disusun dalam bentuk *prompt* dapat menghasilkan desain logo sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan sebelumnya, yang terdiri dari: kesederhanaan, keorisinilan, ketahanan terhadap waktu, relevansi, fungsionalitas, dan fleksibilitas. Rubrik penilaian yang akan digunakan oleh peneliti untuk melakukan penilaian terhadap kriteria desain logo dapat dilihat melalui tabel di bawah ini.

**Tabel 5. Rubrik Penilaian Desain Logo**

No	Kriteria	Skor 1 (Rendah)	Skor 2 (Sedang)	Skor 3 (Tinggi)
1	Kesederhanaan	Desain memiliki sangat banyak elemen dan terlihat kompleks	Desain memiliki cukup elemen dan cukup terlihat kompleks	Desain memiliki sedikit elemen dan terlihat sederhana
2	Keorisinilan	Desain sangat umum dan mirip dengan logo lain atau template	Desain memiliki sebagian elemen khas logo lain atau template	Desain memiliki bentuk unik dan berbeda dari logo lain
3	Ketahanan terhadap waktu	Desain sangat terlihat mengikuti tren sementara	Desain terlihat mengikuti tren sementara	Desain tidak terlihat mengikuti tren sementara
4	Relevansi	Desain tidak mewakili tujuan organisasi dan kategori brand	Desain cukup mewakili tujuan organisasi dan kategori brand	Desain telah mewakili tujuan organisasi dan kategori brand
5	Fungsionalitas	Desain tidak jelas ketika digunakan dalam ukuran kecil	Desain cukup jelas ketika digunakan dalam ukuran kecil	Desain sangat jelas ketika digunakan dalam ukuran kecil
6	Fleksibilitas	Desain tidak jelas ketika digunakan pada versi hitam-putih	Desain cukup jelas ketika digunakan pada versi hitam-putih	Desain sangat jelas ketika digunakan pada versi hitam-putih

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tahap Masukan

Berdasarkan studi literatur tentang *design brief*, maka dihasilkan sebanyak sepuluh komponen utama yang akan digunakan dalam proses desain logo, yang terdiri dari : 1) nama brand; 2) kategori brand; 3) tentang brand; 4) pesan brand; 5) tujuan proyek; 6) target pelanggan; 7) arahan desain; 8) batasan desain; 9) kompetitor; dan 10) aplikasi media. Proses desain yang dilakukan oleh AI tidak memakan waktu yang lama, oleh karena itu elemen "tenggat waktu" tidak dimasukkan ke dalam susunan *design brief*.

**Tabel 6. Susunan Elemen *Design Brief***

No	Komponen	Keterangan
1	Nama Brand	Nama brand yang akan dicantumkan pada logo
2	Kategori Brand	Kategori produk (barang/jasa) yang ditawarkan oleh brand
3	Tentang Brand	Deskripsi singkat mengenai latar belakang brand
4	Pesan Brand	Pesan utama yang ingin disampaikan oleh brand

5	Tujuan Proyek	Hal yang menjadi alasan pembuatan desain logo
6	Target Pelanggan	Kelompok yang dipilih sebagai sasaran komunikasi
7	Arahan Desain	Preferensi atau ketentuan untuk mengarahkan hasil desain logo (jenis logo, warna, tipografi, gaya visual, nuansa, dsb)
8	Batasan Desain	Hal-hal yang tidak boleh dimasukkan ke dalam desain logo
9	Kompetitor	Nama-nama kompetitor brand untuk menghindari kemiripan
10	Aplikasi Media	Media-media yang digunakan untuk menempatkan logo

Peneliti melakukan diskusi dengan ChatGPT supaya diberi arahan dalam menyusun *prompt* yang optimal dengan melibatkan 10 elemen *design brief* tersebut. Berdasarkan diskusi tersebut, ChatGPT memberikan arahan yang perlu diperhatikan dalam proses penyusunan *prompt* untuk menghasilkan desain logo secara optimal, yaitu:

1. ChatGPT dapat menterjemahkan dan memahami makna *prompt* dalam Bahasa Indonesia
2. Model Dall-E pada ChatGPT dapat memproses deskripsi berbahasa Indonesia, terutama jika didampingi dengan kata-kata visual yang jelas, seperti warna, bentuk, gaya, dan nuansa.
3. Akurasi hasil visual akan lebih tinggi jika menggunakan Bahasa Inggris, karena model Dall-E awalnya dilatih dengan lebih banyak data berbahasa Inggris.
4. Deskripsi teknis atau istilah desain seperti "minimalis," "flat design," lebih baik ditulis dalam bahasa yang umum digunakan secara global, atau disisipkan dalam tanda kutip.
5. Menghindarkan kalimat yang ambigu ketika menggunakan *prompt* berbahasa Indonesia dan menjaga kalimat tersebut supaya tetap deskriptif.

Setelah mengetahui arahan tersebut maka peneliti menyusun *prompt* dengan melibatkan 10 elemen *design brief* untuk menghasilkan desain logo, yang hasilnya tertulis di bawah ini:

Buatlah desain logo untuk sebuah brand bernama "[Nama Brand]". Brand ini bergerak di bidang [Kategori Brand] dan memiliki fokus utama pada [Tentang Brand]. Logo harus mencerminkan "[Pesan Brand]", dan menarik bagi [Target Pelanggan]. Tujuan dari desain ini adalah untuk [Tujuan Proyek]. Gaya visual yang diinginkan adalah [Arahan Desain], dan hindari penggunaan [Batasan Desain]. Logo ini akan digunakan di media seperti [Aplikasi Media]. Pastikan logo tampil berbeda dari kompetitor seperti "[Nama Kompetitor]" dan tetap mempertahankan nilai kesederhanaan, keaslian, ketahanan terhadap waktu, relevansi, fungsionalitas, dan fleksibilitas.

### Tahap Proses

Pelaksanaan tahap ini dilakukan dengan menggunakan tiga contoh kasus imajinatif yang akan dikembangkan ke dalam format *design brief*. Setelah disusun dalam bentuk tabel, selanjutnya masing-masing *design brief* disusun ke dalam formula *prompt* yang telah disusun pada tahap sebelumnya.

**Tabel 7. Contoh *Design Brief* untuk Proses Desain Logo**

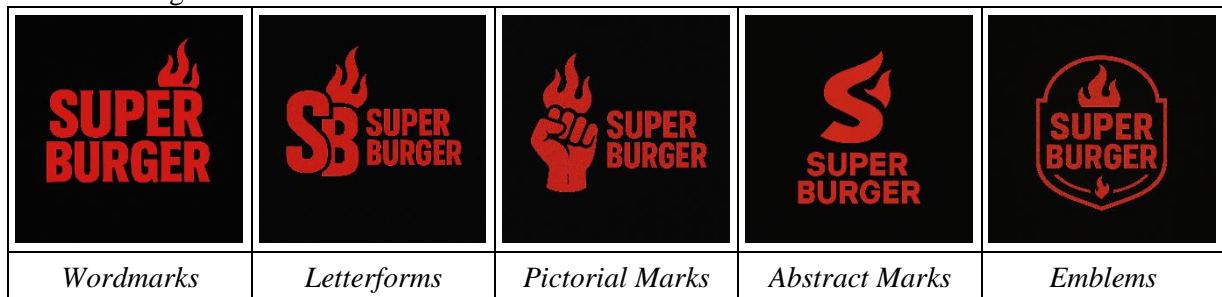
No	Komponen	Design Brief 1	Design Brief 2	Design Brief 3
1	Nama Brand	SUPER BURGER	FREZZHIP	OBROLIN
2	Kategori Brand	Restoran Cepat Saji	Layanan Pengiriman	Aplikasi Pengirim Pesan
3	Tentang Brand	Menyediakan burger berukuran super besar dan super pedas	Menyediakan layanan pengiriman makanan beku secara aman	Menyediakan fitur untuk mengobrol antar komunitas anak muda
4	Pesan Brand	Tidak ada lagi yang merasakan kelaparan	Mengirim makanan ke luar kota tanpa khawatir	Lebih betah mengobrol bersama komunitas
5	Tujuan Proyek	Mengenalkan logo yang dapat mencerminkan restoran cepat saji dengan kosep ekstrim	Mendesain logo yang dapat mencerminkan layanan pengiriman makanan bagi UMKM	Mendesain logo yang dapat mencerminkan komunikasi antar anggota komunitas

6	Target Pelanggan	Anak remaja	Orang Dewasa	Anak Muda
7	Arahan Desain	Menggunakan 5 jenis logo secara bergantian ( <i>wordmarks, letterforms, pictorial marks, abstract marks dan emblems</i> )		
8	Batasan Desain	Bentuk burger	Bentuk kendaraan	Bentuk balon kata
9	Kompetitor	Burger Bangor, Mister Burger, Big Burger	JNE, JNT, Anteraja	Whatsapp, Telegram, Line
10	Aplikasi Media	Kemasan, seragam, plastic bag	Smartphone, mobil box, sepeda motor	Smartphone, banner website, media sosial

**Design Brief 1**

Buatlah desain logo untuk sebuah brand bernama "SUPER BURGER". Brand ini bergerak di bidang Restoran Cepat Saji dan memiliki fokus utama pada menyediakan burger berukuran super besar dan super pedas. Logo harus mencerminkan "tidak ada lagi yang merasakan kelaparan", dan menarik bagi anak remaja. Tujuan dari desain ini adalah untuk mengenalkan logo yang dapat mencerminkan restoran cepat saji dengan kosep ekstrim. Gaya visual yang diinginkan adalah *wordmark/letterforms/ pictorial marks/abstract marks/ emblem*, dan hindari penggunaan bentuk burger. Logo ini akan digunakan di media seperti Kemasan, seragam, plastic bag. Pastikan logo tampil berbeda dari kompetitor seperti "Burger Bangor", "Mister Burger", "Big Burger" dan tetap mempertahankan nilai kesederhanaan, keaslian, ketahanan terhadap waktu, relevansi, fungsionalitas, dan fleksibilitas.

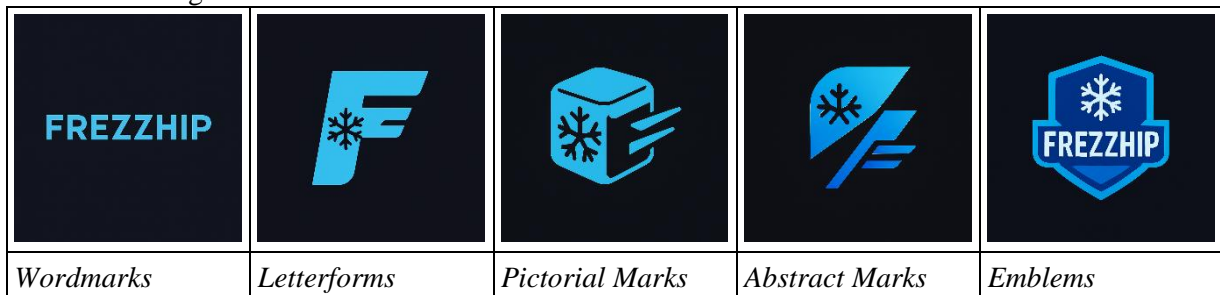
Hasil desain logo:



**Design Brief 2**

Buatlah desain logo untuk sebuah brand bernama "FREZZHIP". Brand ini bergerak di bidang layanan Pengiriman dan memiliki fokus utama pada menyediakan layanan pengiriman makanan beku secara aman. Logo harus mencerminkan "mengirim makanan ke luar kota tanpa khawatir", dan menarik bagi orang dewasa. Tujuan dari desain ini adalah untuk mendesain logo yang dapat mencerminkan layanan pengiriman makanan bagi UMKM. Gaya visual yang diinginkan adalah *wordmark/letterforms/ pictorial marks/abstract marks/ emblem*, dan hindari penggunaan bentuk kendaraan. Logo ini akan digunakan di media seperti smartphone, mobil box, sepeda motor. Pastikan logo tampil berbeda dari kompetitor seperti "JNE", "JNT", "Anteraja" dan tetap mempertahankan nilai kesederhanaan, keaslian, ketahanan terhadap waktu, relevansi, fungsionalitas, dan fleksibilitas.

Hasil desain logo:



**Design Brief 3**






Buatlah desain logo untuk sebuah brand bernama "OBROLIN". Brand ini bergerak di bidang aplikasi pengirim pesan dan memiliki fokus utama pada menyediakan fitur untuk mengobrol antar komunitas anak muda. Logo harus mencerminkan "lebih betah mengobrol bersama komunitas", dan menarik bagi anak muda. Tujuan dari desain ini adalah untuk mendesain logo yang dapat mencerminkan komunikasi antar anggota komunitas. Gaya visual yang diinginkan adalah *wordmark/letterforms/ pictorial marks/abstract marks/emblem*, dan hindari penggunaan bentuk balon kata. Logo ini akan digunakan di media seperti smartphone, banner website, media sosial. Pastikan logo tampil berbeda dari kompetitor seperti "Whatsapp", "Telegram", "Line" dan tetap mempertahankan nilai kesederhanaan, keaslian, ketahanan terhadap waktu, relevansi, fungsionalitas, dan fleksibilitas.




Hasil desain logo:

				
<i>Wordmarks</i>	<i>Letterforms</i>	<i>Pictorial Marks</i>	<i>Abstract Marks</i>	<i>Emblems</i>

Setelah ChatGPT menghasilkan lima jenis logo untuk ketiga contoh proyek yang dituangkan dalam design brief, maka peneliti melanjutkan proses penilaian menggunakan rubrik penilaian yang telah disiapkan sebelumnya. Proses penilaian pada setiap desain logo memberikan hasil sebagai berikut:

**Tabel 8. Hasil Penilaian terhadap Contoh *Design Brief* Ke-1**




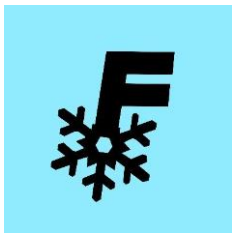


No	Desain Logo	Desain Mirip	Kesederhanaan	Keorisnilan	Ketahanan	Relevansi	Fungsionalitas	Fleksibilitas	Total Skor
1			3	1	2	3	3	3	15
2			3	2	2	3	2	3	15
3		-	3	3	3	2	2	3	16



4			3	2	3	2	3	3	16
5			3	2	2	3	2	3	15
<b>Rata-rata</b>			3.00	2.00	2.40	2.60	2.40	3.00	15.40

Sumber gambar kolom *Desain Mirip*

1. <https://burgerbun.la/>
2. <https://burgerbun.la/>
3. -
4. [https://www.facebook.com/dracepl/?locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/dracepl/?locale=es_LA)
5. <https://www.adobe.com/express/templates/logo/fire>

**Tabel 9. Hasil Penilaian terhadap Contoh Design Brief Ke-2**







No	Desain Logo	Desain Mirip	Kesederhanaan	Keorisinilan	Ketahanan	Relevansi	Fungsionalitas	Fleksibilitas	Total Skor
1			3	1	2	1	3	3	13
2			3	2	2	2	3	3	15
3			2	1	2	3	3	3	14




4		-	2	3	3	2	3	3	16
5		-	2	3	1	1	2	3	12
<b>Rata-rata</b>			2.40	2.00	2.00	1.80	2.80	3.00	14.00

Sumber gambar kolom *Desain Mirip*

1. <https://www.instagram.com/p/CYWUxDZNKTs/>
2. <https://x.com/frostsnaptech>
3. [https://www.tiktok.com/@coolwave\\_co](https://www.tiktok.com/@coolwave_co)
4. -
5. -

**Tabel 10. Hasil Penilaian terhadap Contoh Design Brief Ke-3**

No	Desain Logo	Desain Mirip	Kesederhanaan	Keorisinilan	Ketahanan	Relevansi	Fungsionalitas	Flexibilitas	Total Skor
1			3	2	2	3	2	3	15
2			3	1	1	3	3	3	14
3			3	2	1	3	3	3	15

4			3	2	3	3	3	3	17
5		-	2	3	1	3	2	3	14
<b>Rata-rata</b>			2.80	2.00	1.60	3.00	2.60	3.00	15.00

Sumber gambar kolom *Desain Mirip*

1. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.whatsapp&hl=id>
2. <https://seeklogo.com/vector-logo/495959/ion>
3. <https://www.youtube.com/@BoostAFosterFamily>
4. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=721266596676612&set=a.506615731475034>
5. -

*Design brief 1* menghasilkan lima desain logo yang didominasi oleh warna merah dengan elemen visual utama berupa lidah api. Secara visual, desain logo yang dihasilkan dapat mewakili informasi tentang *brand* sebagai penyedia burger super pedas, namun belum dapat mewakili super besar. Kelima logo yang dihasilkan tidak memiliki perbedaan signifikan, karena terbentuk dari elemen lidah api dan tidak ada upaya penciptaan bentuk selain dari elemen tersebut. Berdasarkan pencarian melalui fitur "search by image" pada *Google Images*, ditemukan tiga logo di internet yang menyerupai empat desain logo yang dihasilkan oleh ChatGPT. Satu logo menyerupai dua hasil desain logo jenis *wordmarks* dan *letterforms* yang dihasilkan ChatGPT. Hanya satu hasil desain logo ChatGPT yang tidak ditemukan memiliki pembandingan yang sudah ada, yaitu logo dengan jenis *pictorial marks*.

Berdasarkan enam kriteria penilaian yang ditetapkan, desain logo yang dihasilkan oleh ChatGPT melalui *design brief 1* menghasilkan rata-rata skor kesederhanaan (3.00), keorisinilan (2.00), ketahanan terhadap waktu (2.40), relevansi (2.60), fungsionalitas (2.40), dan fleksibilitas (3.00). Secara umum, desain logo yang dihasilkan oleh ChatGPT menunjukkan kekuatan pada aspek kesederhanaan dan fleksibilitas dengan skor maksimal (3.00), ini berarti bahwa desain logo menggunakan desain logo menggunakan sedikit elemen dan terlihat sangat sederhana. Skor keorisinilan (2.00) masih berada pada kategori yang cukup, yang mengindikasikan bahwa terdapat potensi peniruan elemen visual sehingga mengurangi potensi untuk menghasilkan keunikan. Skor ketahanan terhadap waktu (2.40) dan fungsionalitas (2.40) menunjukkan logo tampak sesuai saat ini, ada kemungkinan desain tersebut dapat terlihat usang atau kurang optimal dalam konteks penggunaan jangka panjang. Sementara itu, skor relevansi (2.60) termasuk tinggi, menandakan bahwa logo sudah cukup menggambarkan karakter brand, walaupun tidak menggunakan elemen yang berkaitan langsung dengan kategori produk (bentuk burger).

*Design brief 2* menghasilkan lima desain logo yang didominasi oleh warna biru dengan elemen visual utama berupa bentuk butiran salju. Secara visual, terdapat empat desain logo yang dapat menjelaskan informasi tentang brand sebagai penyedia layanan pengiriman, ini ditunjukkan dengan elemen garis pergerakan dan bentuk kotak yang menggambarkan paket kiriman. Berbeda dengan *design brief 1*, kelima desain logo yang dihasilkan memiliki karakteristik yang lebih beragam, walaupun tetap terikat dengan adanya elemen berbentuk butiran salju. Berdasarkan pencarian melalui fitur "search by image" pada *Google Images*, ditemukan tiga logo di internet yang menyerupai tiga desain logo yang dihasilkan oleh ChatGPT. Hasil desain logo dengan jenis *pictorial marks* memiliki kemiripan yang sangat signifikan

dengan logo yang sudah ada di internet. Walaupun memiliki kemiripan yang signifikan, hasil desain logo dengan jenis *workmarks* dapat dimaklumi karena bentuk dasarnya tidak memiliki keunikan.

Berdasarkan enam kriteria penilaian yang ditetapkan, desain logo yang dihasilkan oleh ChatGPT melalui *design brief 2* menghasilkan rata-rata skor kesederhanaan (2.40), keorisinilan (2.00), ketahanan terhadap waktu (2.00), relevansi (1.80), fungsionalitas (2.80), dan fleksibilitas (3.00). Secara umum desain logo yang dihasilkan oleh ChatGPT menunjukkan keunggulan pada aspek fungsionalitas dan fleksibilitas dengan skor fungsionalitas sebesar (2.80) dan fleksibilitas yang maksimal (3.00), desain logo dinilai mampu terlihat jelas pada ukuran kecil dan tetap terlihat jika menggunakan versi warna hitam putih, dengan tetap menjaga keterbacaan dan konsistensinya dalam berbagai ukuran dan aplikasi. Sebaliknya, skor relevansi (1.80) terbilang cukup rendah, menunjukkan bahwa desain logo belum mampu mewakili tujuan organisasi dan kategori brand. Selain itu skor kesederhanaan (2.40), keorisinilan (2.00), dan ketahanan terhadap waktu (2.00) berada pada posisi sedan; hal ini menunjukkan desain logo masih menggunakan cukup banyak elemen dan terlihat cukup kompleks, masih memiliki elemen yang terdapat pada logo lain, dan terlihat mengikuti tren sementara.

*Design brief 3* menghasilkan lima desain logo yang didominasi oleh tiga warna utama, yaitu biru, hijau dan oranye; dari ketiga *design brief* yang disusun, hanya *design brief 3* yang menghasilkan keragaman warna. Secara visual, kelima desain logo yang dihasilkan sudah cukup menjelaskan informasi tentang brand sebagai penyedia layanan aplikasi pengiriman pesan untuk mengobrol antar komunitas anak muda, ini ditunjukkan dengan bentuk kelompok orang yang saling terhubung dalam beberapa bentuk posisi (tampak atas, samping, dan abstrak). Berdasarkan pencarian melalui fitur "search by image" pada Google Images, ditemukan empat logo di internet yang menyerupai empat desain logo yang dihasilkan oleh ChatGPT. Hasil desain logo jenis *wordmarks* dan *letterforms* memiliki kemiripan yang signifikan, sedangkan jenis *pictorial marks* dan *abstract marks* memiliki tingkat kemiripan yang cukup rendah

Berdasarkan enam kriteria penilaian yang ditetapkan, desain logo yang dihasilkan oleh ChatGPT melalui *design brief 3* menghasilkan rata-rata skor kesederhanaan (2.80), keorisinilan (2.00), ketahanan terhadap waktu (1.60), relevansi (3.0), fungsionalitas (2.60), dan fleksibilitas (3.00). Secara umum, desain logo yang dihasilkan oleh ChatGPT memiliki kekuatan pada aspek relevansi dan fleksibilitas, hal ini dapat menunjukkan bahwa desain logo telah mewakili tujuan organisasi dan kategori brand. Namun demikian, terdapat kelemahan pada aspek ketahanan terhadap waktu (1.60), hal ini terjadi karena desain logo sangat terlihat mengikuti tren sementara yang memiliki karakter khas sebagai *template* desain logo. Sementara itu dari aspek kesederhanaan (2.80), sebagian besar logo menggunakan elemen yang tidak terlalu banyak dan memiliki bentuk yang sederhana. Sedangkan dari keorisinilan (2.00) desain logo masih banyak menggunakan elemen-elemen yang umum digunakan pada logo lain atau *template* logo.

## KESIMPULAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan AI dalam berbagai proyek kreatif, termasuk dalam penciptaan beragam bentuk citra digital, seperti fotografi, ilustrasi, grafis, vektor, model tiga dimensi, serta ekspresi visual lainnya. Salah satu potensi AI yang berkembang pesat adalah kemampuannya untuk menghasilkan desain logo secara otomatis melalui pemrosesan instruksi berbasis teks atau *prompt*. Dalam konteks tersebut, keberadaan *design brief* menjadi instrumen penting yang berfungsi sebagai panduan utama bagi AI dalam memahami dan mengeksekusi kebutuhan visual.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji efektivitas *design brief* yang disusun sebagai *prompt* bagi AI untuk menghasilkan desain logo yang ideal. Penelitian ini menyusun tiga versi *design brief* dengan perbedaan susunan informasi di dalamnya, ini dimaksudkan untuk mengamati konsistensi dan perbedaan hasil desain yang dijalankan oleh AI. Ketiga *design brief* tersebut dikonversikan ke dalam formulasi *prompt* dengan struktur serupa, namun memiliki variasi parameter yang ditentukan secara khusus pada masing-masing versi. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh struktur dan kelengkapan informasi dalam *design brief* terhadap kualitas hasil desain logo oleh AI, sekaligus membuka ruang diskusi lebih mengenai optimalisasi kolaborasi antara manusia dan teknologi dalam proyek desain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ChatGPT mampu memahami dan menterjemahkan *design brief* berbahasa Indonesia yang disusun dalam format *prompt* ke dalam representasi visual berupa logo. Evaluasi terhadap hasil desain logo dilakukan berdasarkan enam kriteria, yaitu: kesederhanaan, keorisinilan, ketahanan terhadap waktu, fungsionalitas, dan fleksibilitas. Masing-masing versi *design brief* menunjukkan karakteristik hasil yang berbeda. Secara umum, ChatGPT mampu menghasilkan desain logo yang memenuhi karakteristik kesederhanaan, relevan dan fleksibilitas. Namun demikian, terdapat keterbatasan bagi ChatGPT untuk memenuhi aspek keorisinilan dan ketahanan terhadap waktu, ini ditunjukkan dengan masih banyaknya kemiripan hasil desain logo dengan logo-logo yang sudah ada di internet, atau bentuk-bentuk khas dari desain *template* logo. Keterbatasan ini menjadikan proses desain menggunakan ChatGPT tetap membutuhkan pendampingan kreatif dari desainer manusia untuk menciptakan desain logo yang orisinal untuk kebutuhan pendaftaran perlindungan identitas merek.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa format *design brief* yang disusun secara sistematis sebagai *prompt*, cukup efektif dalam menjalankan proses desain logo, namun demikian hasil yang diperoleh tidak dapat langsung digunakan untuk keperluan sebenarnya. Penggunaan ChatGPT untuk menghasilkan desain logo dapat dimanfaatkan oleh pihak yang ingin mengembangkan brand baru, *creative director* pada suatu agensi, maupun *graphic designer*, hanya sebagai pendukung untuk proses *brainstorming*, dan tidak dapat digunakan secara langsung sebagai desain akhir karena memiliki potensi kemiripan dengan desain-desain logo yang sudah ada sebelumnya; hal ini menjadi wajar karena sebagai AI, ChatGPT dilatih dengan data-data visual yang tersebar di internet.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, di antaranya belum mencakup eksplorasi terhadap arahan desain yang lebih spesifik, misalnya pemilihan warna, jenis tipografi, atau kombinasi bentuk visual yang kompleks. Oleh karena itu penelitian selanjutnya dapat difokuskan pada pengujian efektivitas *design brief* yang mengandung arahan visual lebih mendetail, untuk mengukur sejauh mana AI mampu merespon peningkatan kompleksitas tersebut. Selain itu, penelitian berikutnya dapat dilakukan untuk membandingkan hasil desain logo oleh desainer manusia dan AI untuk menterjemahkan *prompt* yang sama. Penelitian lanjutan ini diharapkan membantu para pihak untuk mengembangkan *design brief* yang lebih optimal dalam menjalankan proses desain.

## REFERENSI

- Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Basics design 08: Design thinking*. AVA Publishing.
- Design102 team. (2025, May 29). *What are the top principles for great logo design?* – Design102. Design102; Government Communication Service of United Kingdom. <https://design102.blog.gov.uk/2023/08/25/what-are-the-top-principles-for-great-logo-design/>
- Fahurrojie. (2022, July 12). *Creative Brief adalah Pedoman Singkat Sebuah Proyek Kreatif, Bagaimana Membuatnya?* Accurate Indonesia. <https://accurate.id/marketing-manajemen/creative-brief-adalah/>
- Hendrawan, A. (2020). *Berdesain: Teori dan Praktik Desain*. Booksmango Inc.
- Hidayat, A. (2023). *Teori Desain dan Perancangan Logo*. *Center for Open Science*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/g36hj>
- Indiarti. (2020). *Metode Proses Desain dalam Penciptaan Produk Fashion dan Tekstil*. *BAJU: Journal of Fashion and Textile Design Unesa*, 1(1). <https://doi.org/10.26740/baju.v1n1>
- Irianto Manik, S. (2024). Analisis Pola Kreativitas Visual Penggunaan Prompt pada AI Image Generator. *Seminar Nasional Institut Kesenian Jakarta (IKJ)*, 2, 59–82. <https://doi.org/10.52969/seminarikj.v2i.57>
- Kementerian Ketenagakerjaan R.I. Direktorat Jenderal Pembinaan dan Produktivitas Direktorat Bina Standardisasi Kompetensi dan Pelatihan Kerja. (2019). *Buku Informasi Menerapkan Design Brief*. In *Modul Pelatihan Berbasis Kompetensi Bidang Desain Grafis dan Desain Komunikasi Visual* (Issue M.74100.005.02, p. 4). Kementerian Ketenagakerjaan R.I. Direktorat Jenderal Pembinaan

dan Produktivitas Direktorat Bina Standardisasi Kompetensi dan Pelatihan Kerja. [https://e-training.kemnaker.go.id/asset/directory/bm/434/3%20MENERAPKAN%20DESIGN%20BRIEF/3-%20Buku%20informasi%20Menerapkan%20Desain%20Brief%20\(1\).pdf](https://e-training.kemnaker.go.id/asset/directory/bm/434/3%20MENERAPKAN%20DESIGN%20BRIEF/3-%20Buku%20informasi%20Menerapkan%20Desain%20Brief%20(1).pdf)

Maulid, R. (2023, November 3). Mengenal NLP, Salah Satu Produk Machine Learning. DQLab | *Kursus Data Science Online Indonesia R Python*. <https://dqlab.id/mengenal-nlp-salah-satu-produk-machine-learning>

Oppenlaender, J., Linder, R., & Silvennoinen, J. (2024). Prompting AI art: An investigation into the creative skill of prompt engineering. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1–23. <https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2431761>

Wiratama, D. A., Budiwaspada, A. E., & Wahjudi, D. D. (2022). Metode Perancangan Logo Brand Kota dengan Partisipasi Warga Lokal. *Ars: Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 25(1), 17–32. <https://doi.org/10.24821/ars.v25i1.5129>

Utami, A. D. W., & Hakim, L. (2016). PERANCANGAN DESAIN LOGO “LBH SANDHI WAFA & PARTNERS COUNSELOR& ATTORNEYS AT LAW”. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 51–65.

Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An essential guide for the whole branding team*. John Wiley & Sons.