



## POLA PENCARIAN INSPIRASI MAHASISWA DKV PADA TAHAP AWAL (*EARLY PHASE DESIGN*) PERANCANGAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN INTERNET

Muhammad Hajid An Nur<sup>1\*</sup>, Putri Kholida<sup>2</sup>

*Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Teknologi Infrastruktur dan Kewilayahan  
Institut Teknologi Sumatera  
Jl. Terusan Ryacudu, Way Huwi, Kec. Jati Agung, Kab. Lampung Selatan, Kode Pos 35365  
Lampung, Indonesia  
Email: hajid.annur@dkv.itera.ac.id*

### Abstrak

Pada proses perancangan desain, inspirasi baik dalam bentuk kata ataupun visual memiliki peran penting yang bermanfaat dan menimbulkan *design fixation*. Penelitian dilakukan untuk mengkaji pola pencarian inspirasi mahasiswa DKV (Desain Komunikasi Visual) pada tahap awal (*early design*) perancangan desain kemasan menggunakan internet. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana subjek penelitian adalah mahasiswa DKV. Teknik pengambilan sampel menggunakan *cluster random sampling* pada mahasiswa DKV tingkat 3 di ITERA. Pengumpulan data menggunakan kuesioner *online*, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif. Hasil menunjukkan bahwa dalam proses pencarian inspirasi desain kemasan, mahasiswa lebih memilih laman yang lebih berorientasi visual pada situs yang pertama kali mereka kunjungi. Lebih lanjut, pada situs kedua dan ketiga yang dikunjungi, proporsi deskripsi penjelasan (konsep serta penjelasan sebuah desain) secara bertahap meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung lebih memilih mempertimbangkan aspek visual dibandingkan penjelasan untuk tahap awal, selanjutnya dengan melihat narasi atau penjelasan konsep. Beberapa situs yang paling sering dikunjungi diantaranya adalah Pinterest, Behance, dan Freepik. Selain itu, tidak ada perbedaan signifikan antara penggunaan jenis kata konkrit dan abstrak dalam pencarian.

**Kata kunci:** desain, inspirasi, kreativitas, tahap-awal.

### Abstract

*In the design process, inspiration, whether in the form of words or visuals, plays a significant role that can be both beneficial and lead to design fixation. This research aims to examine the patterns of inspiration-seeking by Visual Communication Design (DKV) students in the initial stage of packaging design using the internet. The study employs a quantitative method, with DKV students as the research subjects. Cluster random sampling is used to select third-year DKV students at ITERA. Data is collected through an online questionnaire, and descriptive analysis is applied for data analysis. The results indicate that during the search for packaging design inspiration, students tend to prefer visually-oriented websites they visit first. Furthermore, on the second and third websites visited, the proportion of descriptive explanations (concepts and design explanations) gradually increases. This suggests that, in the initial stage, students tend to prioritize visual aspects over explanations, and later consider narratives or conceptual explanations. Some frequently visited websites include Pinterest, Behance, and Freepik. Additionally, there is no significant difference in the use of concrete and abstract keywords in the search.*

**Keywords:** design, inspiration, creativity, earlyphase.

### PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 memiliki dampak signifikan pada berbagai aspek desain. Penggunaan internet menjadi unsur strategis, penting, dan praktis dalam proses desain, baik dalam konteks profesional maupun pendidikan desain, mulai dari pencarian inspirasi awal, perancangan, hingga evaluasi. Terlebih lagi, dalam era perkembangan teknologi yang pesat,

kreativitas manusia menjadi aset tak tergantikan, terutama dalam industri dan disiplin desain. Pada tahun 2020, kreativitas bahkan menempati peringkat ketiga dari sepuluh keterampilan yang dibutuhkan oleh industri.

Pencarian inspirasi merupakan elemen penting dalam proses berpikir kreatif, di mana ide-ide baru dihasilkan





dari koleksi ingatan yang mencakup ide, deskripsi, konsep, pengalaman, dan pengetahuan (Adiluhung, 2021). Desainer menggali inspirasi dari berbagai sumber, baik yang bersifat abstrak seperti gaya dan kesan, maupun yang lebih konkret seperti produk yang sudah ada, sistem, dan fitur (Vasconcelos et al., 2017). Informasi ini dapat berupa elemen visual atau teks. Mougenot et al. (2008) menyatakan bahwa dalam tahap pencarian inspirasi, kata-kata dan gambar memiliki pengaruh signifikan pada kreativitas. Sumber gambar dan kata-kata ini dapat diakses melalui berbagai media, termasuk majalah, dan yang paling umum adalah internet.

Inspirasi dapat berasal dari stimulus internal dan eksternal. Stimulus internal dapat berupa pengalaman dan latar belakang individu, sementara stimulus eksternal melibatkan informasi dari sumber luar, seperti objek fisik atau media (Eastman, 2001 dalam Vasconcelos et al., 2017). Inspirasi juga bisa muncul dari elemen terkait dengan objek yang sedang dirancang, seperti letak geografis, adat istiadat, budaya (Agung et al., 2021), artefak sejarah, atau karya seni tradisional (Zam et al., 2022), bahkan elemen yang tidak langsung terkait seperti teka-teki yang menginspirasi motif (Pasaribu et al., 2023).

Penelitian oleh Jansson & Smith (1989) dalam Vasconcelos et al. (2017) menunjukkan bahwa stimulus eksternal dapat memperkaya imajinasi desainer dan mendorong pencarian ide. Namun, stimulus yang kurang relevan dapat membatasi desainer dalam satu kerangka ide yang sama, yang dikenal sebagai "design fixation."

Design fixation adalah kondisi di mana desainer secara berulang mengadopsi fitur desain tertentu dari referensi yang mereka lihat tanpa pertimbangan yang lebih mendalam terhadap pilihan yang telah dibuat. Referensi atau contoh desain juga dapat menghambat kreativitas dan membatasi kemungkinan untuk pertimbangan alternatif yang lebih luas (Jang & Schunn, 2012 dalam Vasconcelos et al., 2017). Salah satu faktor yang dapat memperkuat efek ini adalah kemiripan atau relevansi antara kategori referensi desain dan masalah yang sedang dihadapi dalam proses desain (Mougenot et al., 2007). Sebuah desain tidak lepas dari irama tentunya, Kartika (dalam Lego, 2022: 118) mengatakan bahwa irama adalah pengulangan unsur-unsur pendukung suatu karya seni rupa.

Banyak penelitian tentang design fixation telah dilakukan di berbagai bidang desain, termasuk desain teknik (Linsey et al., 2010; Toh et al., 2012), arsitektur (Goldschmidt, 2006), desain industri (Hwang et al., 2020 dan Nur, 2019), hingga desain layanan (Moreno et al., 2016).

Pengamatan subjektif peneliti selama periode 2017 hingga 2022 dalam pengajaran DKV (Desain Komunikasi Visual) di Institut Teknologi Sumatera menunjukkan bahwa mahasiswa diberikan kebebasan dalam menggunakan internet untuk mencari inspirasi. Namun, pengembangan metode pencarian inspirasi yang dapat menghindari *design fixation* pada tahap awal pencarian inspirasi masih belum mendapat perhatian utama. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pola pencarian inspirasi mahasiswa pada tahap awal perancangan kemasan dengan memanfaatkan internet.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana subjek penelitian adalah mahasiswa DKV. Teknik pengambilan sampel menggunakan *cluster random sampling* pada mahasiswa DKV tingkat 3 di ITERA. Pengumpulan data menggunakan kuesioner online dengan total 93 responden, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif.

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan tujuan untuk menggali informasi tentang bagaimana responden memanfaatkan internet dalam mencari inspirasi, terutama dalam konteks perancangan desain kemasan. Kuesioner ini mencakup pertanyaan mengenai situs web yang sering mereka kunjungi serta kata kunci yang mereka gunakan dalam proses pencarian. Instrumen kuesioner ini diadaptasi dari penelitian sebelumnya oleh Nur (2019) (Lihat Tabel 1).





Tabel 1. Item Pertanyaan Kuesioner

No	Kelompok kata
1	Fokus desain (minimal selama 2 tahun kebelakang/yang sering dikerjakan/keterarikan utama) a. Graphic Design b. Illustration c. Photography d. Videography e. Animasi f. Branding
2	Sebutkan 3 situs yang sering kalian kunjungi saat mencari inspirasi atau ide dalam menyelesaikan tugas di kelas MK Desain Kemasan. Sebut secara berurutan (dari yang paling sering ke yang lebih jarang) a. Situs pertama (yang paling sering kalian kunjungi) b. Key words atau kata kunci yang kalian tuliskan dalam search bar / kolom pencarian di situs tersebut yang berkaitan dengan pencarian inspirasi Desain Kemasan. c. Seberapa menginspirasi situs (pertama) tersebut

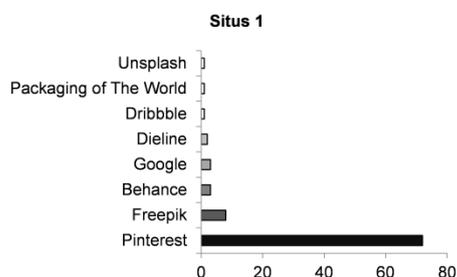
Tabel 2. Jenis Kata Kunci Pencarian Pada Situs Pertama

Kata Kunci Pencarian Pada Situs Pertama	Jumlah	Concrete Words	Abstract Words
kemasan /packaging /package	81	81	
design /desain	66		66
idea/ideas	9		9
inspiration /inspirasi	5		5
product /produk	5	5	
Mockup	3	3	
Contoh	2	2	
shape/bentuk	2	2	
Smart	2		2
Unique	2		2
Color	1	1	
Cut	1	1	
Dieline	1	1	
freepik	1	1	
guidelines	1	1	
karakter	1	1	
moderen	1		1
outrun	1		1
palette	1	1	
photography	1		1
pola	1	1	
simple	1		1
template	1	1	
theme	1		1
visual	1		1
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>102 (53%)</b>	<b>90 (47%)</b>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

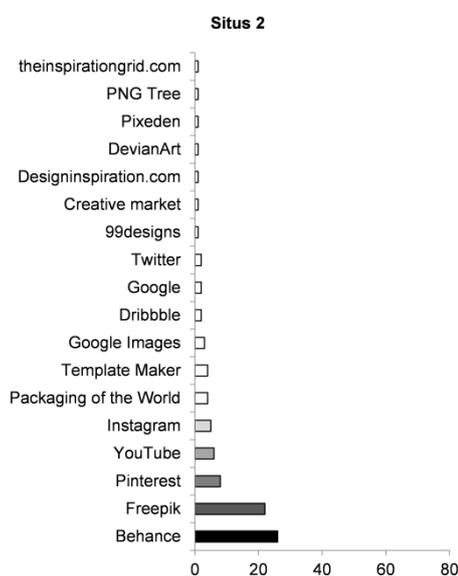
### 1. Hasil

Dalam bagian ini, kami akan menyajikan hasil analisis deskriptif berdasarkan data dari responden yang menggambarkan cara mereka menggunakan internet untuk mencari inspirasi dalam perancangan desain kemasan. Gambar 1 hingga 3 yang terlampir menunjukkan urutan jenis situs yang telah dikunjungi oleh para responden dalam upaya mencari inspirasi untuk desain kemasan.



Gambar 1. Situs Pertama yang Dikunjungi dalam Proses Mencari Inspirasi Desain Kemasan

Dalam Gambar 1, terlihat situs yang paling sering diakses oleh peserta penelitian ketika mereka pertama kali mencari inspirasi dalam desain kemasan menggunakan internet. Urutan kunjungan situs pertama kali dalam proses pencarian inspirasi (terutama untuk desain kemasan) adalah sebagai berikut: Pinterest (72), Freepik (8), Behance (3), Google (3), dan Dieline (2) (lihat Gambar 1).



Gambar 2. Situs Kedua yang Dikunjungi dalam Proses Mencari Inspirasi Desain Kemasan

Dalam Gambar 2, terlihat bahwa responden paling sering mengunjungi situs kedua dalam upaya mencari inspirasi lanjutan. Berdasarkan urutan kunjungan dalam proses pencarian inspirasi, situs yang paling sering diakses kedua kalinya, khususnya dalam konteks desain kemasan, adalah Behance (26), diikuti





Brand	2		2
Cara	2	2	
Contoh	2	2	
Smart	2		2
UMKM	2		2
Advertising	1		1
Award	1		1
Blueprint	1	1	
Cool	1		1
Creator	1		1
Cut	1	1	
Diecut	1	1	
Dieline	1	1	
Elegant	1		1
Fold	1	1	
Food-grade	1		1
Functional	1		1
Graphic	1		1
How to	1		1
Identity	1		1
Ilustrasi	1	1	
Inspiration	1		1
Japanese	1		1
Keren	1		1
Layout	1		1
Logo	1	1	
Manual	1		1
Menarik	1		1
PNG	1		1
Portofolio	1	1	
Project	1	1	
Sample	1	1	
Simple	1		1
Standard	1		1
Terbaru	1		1
Tutorial	1	1	
Useful	1		1
Vegetable	1	1	
Wrap	1	1	
<b>Jumlah</b>	<b>302</b>	<b>175 (58%)</b>	<b>127 (42%)</b>

Pada situs ketiga, terdapat lima kata yang paling sering muncul secara berurutan, yaitu "kemasan/packaging/package" (127 kali); "desain/design" (70 kali); "idea/idea/ideas" (10 kali); "makanan/food" (10 kali); dan "unik/unique" (9 kali) (Lihat Tabel 4).

Kemudian, lima situs web yang paling sering dikunjungi pada setiap tahapan dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu "berorientasi visual" dan "berorientasi deskripsi." Hal ini bertujuan untuk menentukan jenis situs yang lebih sering dipilih oleh mahasiswa dalam mencari inspirasi untuk desain kemasan (Lihat Tabel 5).

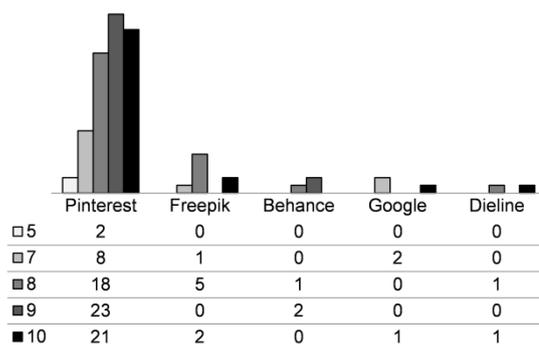
Tabel 5. Perbandingan Kategori Antar Situs Pertama, Kedua, dan Ketiga

	Nama Situs	Visually-oriented	Descriptive-oriented
Situs Pertama	Pinterest	72	
	Freepik	8	
	Behance	3	
	Google		3
	Dieline		2
	<b>Jumlah</b>	<b>83 (94%)</b>	<b>5 (6%)</b>

Situs Kedua	Behance	26	
	Freepik	22	
	Pinterest	8	
	You Tube		6
	Instagram		5
<b>Jumlah</b>	<b>56 (84%)</b>	<b>11 (16%)</b>	
Situs Ketiga	Behance	17	
	Freepik	12	
	Instagram		10
	Google		9
	Pinterest	7	
<b>Jumlah</b>	<b>36 (65%)</b>	<b>19 (35%)</b>	

Hasil dari Tabel 5 menggambarkan bahwa sebagian besar responden cenderung memilih situs web dengan penekanan pada unsur visual sebagai pilihan utama ketika mereka pertama kali mencari inspirasi, baik itu pada situs pertama, kedua, atau ketiga yang mereka kunjungi dalam proses pencarian inspirasi untuk desain kemasan. Selain mengamati pola kunjungan dan penggunaan kata kunci, responden juga memberikan penilaian terhadap tingkat inspirasi yang mereka peroleh dari setiap situs yang mereka kunjungi.

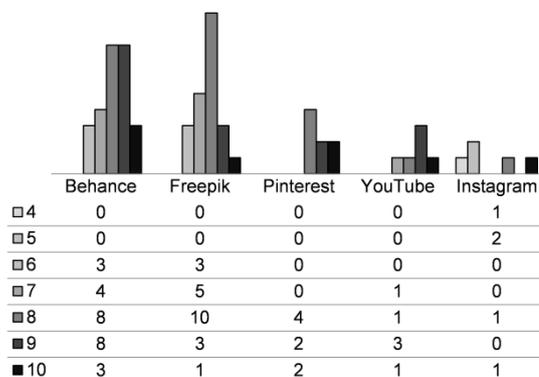
Tingkat Inspirasi Situs Pertama



Gambar 4. Tingkat Inspirasi yang Didapatkan dari Situs Pertama

Sebagian besar peserta penelitian pertama kali mengunjungi Pinterest dan menyatakan bahwa situs ini memberikan tingkat inspirasi yang paling tinggi.

Tingkat Inspirasi Situs Kedua

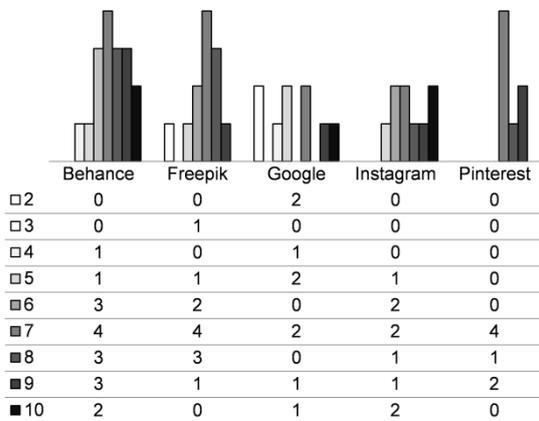


Gambar 5. Tingkat Inspirasi yang Didapatkan dari Situs Kedua



Situs kedua yang sering dikunjungi dan dianggap sebagai penyedia inspirasi utama adalah Behance dan Freepik.

Tingkat Inspirasi Situs Ketiga



Gambar 6. Tingkat Inspirasi yang Didapatkan dari Situs Ketiga

Ketika mengunjungi situs web ketiga, didapati bahwa sumber inspirasi yang paling dianggap tinggi meliputi Behance, Freepik, Instagram, dan Pinterest.

## 2. Pembahasan

Berdasarkan gambar 1 hingga 3, terlihat bahwa responden cenderung mengunjungi berbagai situs yang beragam ketika mencari inspirasi, dan pola ini cenderung meningkat seiring dengan tahapan kunjungan. Terdapat juga tren kenaikan dalam pencarian situs yang berfokus pada deskripsi, yakni sebesar 6% pada situs pertama, 16% pada situs kedua, dan 35% pada situs ketiga. Sebaliknya, terjadi penurunan dalam pencarian situs yang lebih berorientasi visual, yaitu 94% pada situs pertama, 84% pada situs kedua, dan 65% pada situs ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun aspek visual tetap penting, kebutuhan akan deskripsi dan penjelasan dari sebuah desain juga tetap relevan dalam pencarian inspirasi.

Peningkatan dalam pemilihan situs yang berfokus pada deskripsi pada tahap kedua dan ketiga menunjukkan bahwa deskripsi desain memiliki peran penting sebagai pelengkap, serta dapat menjadi upaya untuk mencari inspirasi dari konten dan filosofi desain yang tidak selalu terlihat secara visual. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nur (2019) yang mengidentifikasi pola pencarian dan karakteristik kunjungan situs oleh mahasiswa desain produk ketika merancang produk. Pola ini dapat mencerminkan kecenderungan umum yang berlaku untuk berbagai bidang desain, termasuk desain produk dan desain komunikasi visual. Penggunaan kata-kata, baik yang

bersifat abstrak maupun konkret, juga sejalan dengan penelitian Vasconcelos et al. (2017) mengenai jenis kata yang dapat memberikan inspirasi bagi para desainer.

Analisis terhadap pola penggunaan kata konkret dan abstrak dalam pencarian, yang dilakukan oleh responden pada tahap 1 hingga 3 (lihat tabel 2-4), tidak mengungkapkan perbedaan signifikan. Penggunaan kata konkret mencapai sekitar 53% pada situs pertama, 58% pada situs kedua, dan 58% pada situs ketiga, sedangkan kata abstrak berkisar sekitar 47% pada situs pertama, 42% pada situs kedua, dan 42% pada situs ketiga. Ini mengindikasikan bahwa penggunaan kata-kata abstrak dan konkret tetap dianggap relevan oleh responden, tanpa memandang karakteristik situs yang mereka kunjungi.

Gambar 4 hingga 6 menunjukkan bahwa beberapa situs secara konsisten dianggap sebagai sumber inspirasi utama oleh responden dari kunjungan pertama hingga ketiga. Ketiga situs ini adalah Pinterest, Freepik, dan Behance. Tidak hanya dianggap sebagai sumber inspirasi utama, tetapi ketiga situs ini juga sering dikunjungi oleh responden.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang kebiasaan mahasiswa dalam menggunakan situs web untuk mencari inspirasi dalam desain kemasan, ditemukan bahwa beberapa situs yang paling sering dikunjungi dalam proses pencarian inspirasi, terutama terkait desain kemasan, adalah Pinterest, Freepik, Behance, Google, YouTube, Instagram, dan Deline. Lebih jauh lagi, pada tahap awal pencarian inspirasi untuk desain kemasan, mahasiswa cenderung mengunjungi situs yang memiliki fokus pada elemen visual, seperti Pinterest, Freepik, dan Behance. Tiga situs ini juga dianggap oleh responden memberikan tingkat inspirasi yang tinggi saat mencari ide untuk desain kemasan.

Namun, terdapat tren peningkatan dalam pencarian situs yang berfokus pada deskripsi ketika responden mengunjungi situs web kedua dan ketiga. Dari hipotesis awal, dapat disimpulkan bahwa ini menunjukkan kebutuhan akan deskripsi dan penjelasan yang mendalam tentang sebuah desain. Ini mengindikasikan kesadaran responden akan pentingnya hubungan yang erat antara deskripsi atau konsep suatu desain dengan elemen visualnya. Sebaliknya, tidak ada perbedaan signifikan dalam penggunaan kata kunci pencarian konkret dan abstrak oleh responden.





## 2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diajukan: 1) Diperlukan penelitian serupa yang menggunakan metode eksperimen atau penelitian tindakan kelas. Sebagai contoh, penelitian tersebut dapat melibatkan rekaman layar saat mahasiswa mencari inspirasi secara real-time. Dengan pendekatan ini, data perilaku responden dapat terekam dengan lebih akurat dan sesuai. Selain itu, penelitian ini bisa melibatkan responden dari berbagai bidang desain, seperti desain interior, desain kriya, arsitektur, atau arsitektur lansekap. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah tren dan pola yang ditemukan berlaku universal di seluruh disiplin desain atau hanya berlaku dalam bidang desain tertentu. 2) Untuk mengurangi faktor gangguan dan memungkinkan perbandingan yang lebih terkontrol, responden dapat diberikan contoh kasus atau topik yang sama. Hal ini akan memudahkan analisis kecenderungan perilaku responden dan meminimalkan variabilitas yang mungkin terjadi dalam hasil penelitian.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adiluhung, H. (2021). Proses Kreatif Tim Desainer Rancang Bangun Kendaraan Tempur Kelas Ringan Pt Pindad. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 10(1), 10-14.
- Agung, M., Asril, A., Syafwandi, S., & Movitaria, M. A. (2021). Redesign Logo Cafe dan Resto Rumah Bako Payakumbuh. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 10(2), 295-301.
- Nur, M. H. A. (2019). Pola Penggunaan Internet Mahasiswa Desain sebagai Sumber Inspirasi pada Tahap Awal Desain (Early Phase Design). *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 3(5), 165-168.
- Goldschmidt, G., & Smolkov, M. (2006). Variances in the Impact of Visual Stimuli on Design Problem Solving Performance. *Design Studies*, 27(5), 549-569.
- Hwang, D., Choi, B., Bae, S., & Park, W. (2021). Mitigating Design Fixation: A Visualization Tool for Enhancing Situation Awareness. *Journal of Mechanical Design*, 143(6), 061402.
- Lego, D., Azis, A. C. K., Medan, J. W. I. P. V., & Tuan, P. S. (2022). Ilustrasi T-Shirt Gunnery Artwear. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 12(2), 116-125.
- Linsey, J., Tseng, I., Fu, K., Cagan, J., Wood, K., & Schunn, C. (2010). A Study of Design Fixation, Its Mitigation and Perception in Engineering Design Faculty. *Journal of Mechanical Design - JMECH DESIGN*, 132.
- Moreno, D. P., Blessing, L. T., Yang, M. C., Hernández, A. A., & Wood, K. L. (2016). Overcoming Design Fixation: Design by Analogy Studies and Nonintuitive Findings. *Artificial Intelligence for Engineering Design, Analysis and Manufacturing*, 30(2), 185-199.
- Mougenot, C., Bouchard, C., & Aoussat, A. (2007). CREATIVITY IN DESIGN - HOW DESIGNERS GATHER INFORMATION IN THE "PREPARATION" PHASE. Proceedings of IASDR 2007, pp. 11-15.
- Mougenot, C., Bouchard, C., AOUSSAT, A., & Westerman, S. (2008). Inspiration, Images And Design: An Investigation of Designers' Information Gathering Strategies. *J. Design Research*, 7(4), 331-351.
- Pasaribu, M. E., & Atmojo, W. T. (2023). Puzzle Sebagai Sumber Inspirasi Penciptaan Motif Batik. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 12(1), 01.
- Toh, C., Miller, S., & Kremer, G. (2014). Mitigating Design Fixation Effects in Engineering Design Through Product Dissection Activities. *Design Computing and Cognition '12*, 95-113.
- Vasconcelos, L. A., Cardoso, C., Saaksjarvi, M., Chen, C.-C., & Crilly, N. (2017). Inspiration and Fixation: The Influences of Example Designs and System Properties in Idea Generation. *J. Mech. (Journal of Mechanical Design) Des* 139(3).
- Zam, R., Dharsono, D., & Raharjo, T. (2022). Transformasi Estetik Seni Kriya; Kelahiran Dan Kriya Masa Kini. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 11(2), 302.

