

CREATIVE BRIEF TEMPLATE

Ubah ide acak jadi arahan kerja yang jelas.

Template siap isi untuk proyek konten, desain, visual AI, video, dan kebutuhan klien.

Tujuan lebih jelas

Revisi lebih terarah

Eksekusi lebih cepat

BONUS 02 - AGENZ AI STARTER BUNDLE

BELAJAR. PRAKTIK. BERKEMBANG.

Selamat Datang

UNTUK PEMULA & FREELANCER

Brief yang baik bukan bikin proyek terasa ribet. Justru bikin semuanya jelas.

Creative brief adalah peta kerja. Ia membantu kamu, tim, dan klien memahami apa yang sedang dibuat, untuk siapa, mengapa harus dibuat, dan seperti apa hasil akhirnya.

01

Isi sendiri

Gunakan untuk proyek pribadi, latihan, atau portofolio.

02

Isi bersama klien

Pakai pertanyaannya saat briefing agar kebutuhan tidak kabur.

03

Jadikan acuan

Gunakan brief saat membuat prompt, desain, konten, dan revisi.

Prinsip utama

Brief bukan dokumen untuk terlihat pintar. Brief harus cukup sederhana untuk dipahami, tetapi cukup jelas untuk dipakai mengambil keputusan.

Cara Menggunakan Template

1

Tentukan proyek

Pilih satu proyek yang benar-benar ingin dikerjakan. Jangan mengisi untuk ide yang terlalu luas.

2

Isi bagian inti

Mulai dari masalah, tujuan, audiens, pesan, lalu arah kreatif.

3

Tulis yang spesifik

Ganti kata seperti "bagus" atau "menarik" dengan arahan yang bisa diuji.

4

Sepakati batasan

Tentukan format, ukuran, deadline, revisi, dan siapa yang memberi keputusan final.

5

Gunakan saat eksekusi

Buka kembali brief saat membuat prompt, menilai hasil AI, dan menerima revisi.

Saran penggunaan

Simpan satu versi kosong sebagai master. Duplikasikan file setiap kali kamu memulai proyek baru.

Peta Creative Brief

01

Fondasi proyek

Apa yang sedang dibuat, masalahnya apa, dan hasil apa yang ingin dicapai.

02

Audiens & pesan

Siapa yang ingin dipengaruhi dan apa yang perlu mereka pahami atau lakukan.

03

Arah kreatif

Nada komunikasi, gaya visual, referensi, dan pengalaman yang ingin dibangun.

04

Produksi

Output, spesifikasi, deadline, revisi, penanggung jawab, dan persetujuan.

Creative brief yang kuat =

Masalah jelas + Audiens spesifik + Tujuan terukur + Arah kreatif + Batasan produksi

SECTION 01

Fondasi Proyek

Mulai dari alasan proyek ini perlu dibuat. Bukan dari warna, font, atau aplikasi yang akan dipakai.

Identitas Proyek

Nama proyek

Gunakan nama pendek yang mudah dikenali oleh tim.

Jenis proyek

Contoh: konten, poster, video, kampanye, landing page.

Brand / pemilik proyek

Nama brand, organisasi, atau individu.

Latar belakang singkat

Apa yang sedang terjadi? Mengapa proyek ini muncul sekarang?

Satu kalimat inti proyek

Lengkapi: Kita perlu membuat ... agar ...
