

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PADA MEDIA PROMOSI *EVENT OPEN STUDIO 7* DI FLORTO STUDIO

Gabriel Rico Adhitya¹, Alit Kumala Dewi², I Wayan Nuriarta³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl. Nusa Indah, Sumerta,
Kec. Denpasar Tim., Kota Denpasar, 80235, Indonesia

Email: grico431@gmail.com

Abstrak

Open Studio 7 merupakan salah satu kegiatan rutin yang diadakan setiapbulannya oleh Studio Florto, acara ini berupaya sebagai memfasilitasi para penggiat industri kreatif dalam membangun relasi baru. Upaya berpromosi sudah dilakukan oleh pihak studio, Namun identitas visual yang telah digunakan belum memiliki keseragaman yang baik dalam ilustrasi, warna serta tipografi. Identitas visual pada media promosi *Event Open Studio 7* menjadi fokus dalam penelitian ini. Tujuan penelitian ini untuk mengenalkan, menginformasikan serta menarik peserta untuk datang ke acara ini, proses pelaksanaan dilakukan dengan metode kualitatif, dengan melakukan wawancara, observasi, serta dokumentasi guna mendapatkan data penunjang perancangan. Hasil dari yang di peroleh dari penelitian ini bahwa dengan identitas visual pada media promosi yang sesuai agar dikenal banyak masyarakat luas dan akan berdampak pada peningkatan peserta mengikuti *Event* ini.

Kata Kunci: Identitas Visual, Media Promosi, Florto Studio.

Abstract

Open Studio 7 is one of the regular activities held every month by Studio Florto, this event attempts to facilitate creative industry practitioners in building new relationships. Promotion efforts have been made by the studio, but the visual identity used has not yet had a good consistency in illustrations, colors and typography. The visual identity in the Event Open Studio 7 promotion media becomes the focus of this research. The purpose of this research is to introduce, inform and attract participants to come to this event, the implementation process is done with qualitative method, by doing interviews, observations, and documentation to obtain supporting data for design. The results obtained from this research are that with the visual identity in the appropriate promotional media, it is known by many people and will have an impact on increasing participants in attending this event.

Keywords: Visual Identity, Media Promotion, Florto Studio.

PENDAHULUAN

Perusahaan Florto Studio merupakan salah satu perusahaan kreatif yang berada di Bali dibawah oleh CV. Terima Kasih Banyak, bersama dengan Monez Illustrator.

Identitas visual atau bisa disebut identitas merek adalah sesuatu yang berwujud dan bisa dirasakan oleh indera kita untuk menampilkan citra perusahaan yang diinginkan kepada konsumen dan juga sebagai alat dan strategi bisnis untuk meningkatkan kesadaran merek kepada target konsumen (Fauzan & Apsari, 2020). Identitas visual adalah wajah pertama yang akan dikenali oleh masyarakat ketika muncul pada media promosi. Tujuannya supaya identitas visual tersebut dapat mengkomunikasikan makna, memberikan nilai tambah dan relevan dengan target pasar yang telah ditentukan. Maka dari itu, dibuatnya identitas visual ini dapat menjadi pertimbangan agar brand dapat berkembang dan dikenal oleh masyarakat. Identitas visual pada pembahasan kali ini akan di terapkan pada media promosi yang terdiri atas unsur gambar (ilustrasi) ilustrasi dapat menrangkan sebuah cerita secara benar dan jelas bisa berupa gambar, musik, gerak dan bahasa lisan maupun tulisan (Margareth Slythe, 1970). digabungkan dengan unsur-unsur tertulis (huruf, kata, kalimat) yang layout atau tata letaknya sedemikian rupa dengan tujuan untuk menarik atau memikat pembaca. Rustan (2020:10), *layout* adalah penataan atau penempatan elemen-elemen dalam sebuah bidang untuk mendukung konten atau pesan yang dibawanya Dalam media penerapan dalam media promosi, saling pengaruh antara kata-kata dan gambar selalu membuat suatu kesan atau impresi. Oleh karena itu maka dalam media promosi ilustrasi dan judul (teks) selalu dianggap sebagai sesuatu yang saling berhubungan (Soewardikoen, 2015). Pemilihan warna juga menjadi hal yang penting dalam segi estetika, melalui warna kita dapat mendapatkan keindahan pada suatu objek, Warna dapat didefinisikan secara subjektif/psikologis yang merupakan pemahaman langsung oleh pengalaman indera penglihatan kita dan secara objektif/fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan. (Meilani, 2013 : 327).

Sebagai upaya untuk mengenalkan, menginformasikan serta menarik peserta untuk datang ke acara Open Studio 7 Florto Studio. identitas visual pada media promosi dibuat dalam penulisan kali ini, identitas yang akan dibuat meliputi ilustrasi dan elemen pendukung yaitu key visual, media yang akan dipakai sebagai media promosi adalah media digital berupa Instagram story, instagram feed dan media cetak berupa poster untuk keperluan pada saat acara berlangsung. Identitas visual ini akan menjadi wajah pertama yang dikenali masyarakat dalam media promosinya. Oleh karena itu, diperlukan perancangan identitas visual dan media promosi yang sesuai dengan citra dari brand dan target pasar. Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah atau hal yang dikerjakan dalam projek ini yaitu Bagaimana proses perancangan identitas visual pada media promosi *Event Open Studio 7* Di Florto Studio?

METODE

Dalam Proses Bagaimana proses perancangan identitas visual pada media promosi *Event Open Studio 7* Di Florto Studio, terdapat tahapan-tahapan yang harus dilakukan agar mendapat hasil produk optimal didukung oleh data berupa data primer dan data sekunder. Adapun data primer diperoleh langsung dari perusahaan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

- a. Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dimana kegiatan ini dilakukan bersama dengan pihak mitra yakni team Florto Studio. Posisi sebagai responden dalam wawancara dapat berbentuk satu orang tunggal, dan dua orang atau lebih yang disebut kelompok (Subagyo, 2011).
- b. Observasi, Pada dasarnya teknik observasi digunakan untuk melihat atau mengamati perubahan fenomena sosial yang tumbuh dan berkembang yang kemudian dapat dilakukan penilaian atas perubahan tersebut (Subagyo, 2011). adalah metode pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung dan pencatatan. Ketentuan dalam proses ini di berikan oleh Art Director yaitu Monez
- c. Kepustakaan, menggunakan literatur untuk data komperatif dalam menunjang semua data untuk memperoleh teori-teori dimana dalam penelitian ini, metode kepustakaan menggunakan

referensi yang ada dalam buku, literatur, jurnal, catatan, yang memiliki informasi tentang hal-hal yang berkaitan. Selain itu termasuk juga pencarian data secara online yaitu pencarian dengan menggunakan komputer yang dilakukan melalui internet dengan alat pencarian tertentu pada server-server yang tersambung dengan internet yang tersebar di berbagai penjuru dunia, (Sarwono dan Lubis, 2007).

d. Dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan mencatat data-data dari hasil survei baik berupa artikel, selebaran, foto dokumentasi dan sebagainya (Saifuddin Azwar, 2004:109).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Florto Studio

Florto Studio adalah Perusahaan ini berdiri dan dikelola oleh Ida Bagus Ratu Antoni Putra S.Sn., M.Sn. atau biasa di panggil Monez. usaha kreatif ini dibawah oleh CV. Terima Kasih Banyak, bersama dengan Monez Illustrator. Didirikan pada tahun 2019, Florto Studio menyediakan berbagai jasa desain seperti ilustrasi, media promosi, *branding*, dan kebutuhan desain lainnya. Dalam hal ini, Florto Studio memiliki keunggulan atau fokus utama pada bidang ilustrasi, florto sudah banyak dipercaya untuk menangani proyek dari *brand-brand* besar seperti Aqua, Grab, Kemenparekraf, dan masih banyak lagi.

Open Studio 7

Open Studio itu sendiri merupakan acara yang diadakan setiap bulan oleh Florto Studio. Florto Studio mengundang narasumber sebagai pembicara dengan topik yang pastinya menarik. Florto Studio mengundang partisipan dengan target mahasiswa dan umum yang aktif dalam dunia industri kreatif. Beberapa rangkaian kegiatan di adakan untuk memeriahkan acara mulai dari bertukar portofolio. Sebagai upaya untuk mengenalkan, menginformasikan serta menarik peserta terhadap event ini penilitan ini akan berfokus pada pembuatan identitas visual pada media promosi.

1. *Visual Identity* (identitas visual)

Identitas visual pada media promosi Event Open Studio Florto 7 bertujuan untuk menarik minat masyarakat agar berkunjung dalam acara ini.

Media promosi yang sesuai dapat membantu menstabilkan pengunjung setiap bulanya di setiap acara, sehingga terjadi peningkatan pertumbuhan bisnis yang berarti. Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi sebuah visual yang baur dan relevan dengan perusahaan dapat memberikan value lebih pada suatu perusahaan (Bhargawa, 2022). Fungsi adanya Identitas Visual sebagai citra serta tanda pengenal suatu perusahaan sebagai identitas visual sehingga masyarakat dapat melihat gambar yang jelas mengenai identitas dan citra yang akan disampaikan perusahaan tersebut.

2. Promosi

Promosi merupakan strategi yang digunakan oleh pemilik merek atau untuk mengiklankan produk atau jasa yang merupakan upaya untuk meninformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen (putri, 2022). Promosi merupakan tindakan yang di perlukan suatu perusahaan maupun badan usaha untuk mengenalkan produk atau jasa kepada konsumen. Fungsi dari promosi antara lain informing (menginformasikan), persuading (membujuk), reminding (mengingat) adding value (nilai tambah) dan bantuan untuk upaya lain perusahaan. Media promosi yang disesuaikan tetap dapat membantu menstabilkan jumlah pengunjung setiap bulannya dalam setahun, sehingga akan terjadi peningkatan pertumbuhan bisnis yang berarti. Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. (Ramadeni, & Soewardikoen, 2017)

Konsep Perancangan

perancangan identitas visual memperhatikan teori desain komunikasi visual untuk menghasilkan hasil akhir yang baik.

1. Ilustrasi

konsep perancangan identitas visual akan menonjol pada elemen ilustrasi, Identitas visual yang akan di buat akan mempresentasikan susasana Studio Florto dengan menggunakan objek yang ada disekitar Florto dapat berupa, pensil, gelas, gedung studi, pot bunga dan lain lain, Objek betikut diambil untuk membangun suasana studio yang khas dalam identitas visal.

dalam perancangan terdapat 5 konsep ilustrasi yang akan dibuat menggunakan teknik digital yang menggunakan format vektor. Format ini dipilih agar hasil desain mudah dan tetap pada kualitas gambar yang tinggi jika diterapkan diberbagai ukuran media.

2. Tipografi

menuliskan tipe-tipe huruf yang ada di dalam ilmu tipografi Berdasarkan bentuknya, huruf dapat dibagi menjadi serif, sans serif, script dan dekoratif. Dalam perancangan ini aset tipografi yang digunakan penulis adalah Tipografi Sans Serif. Jenis tipografi ini digunakan untuk membantuk kesan yang simple atau minimalis dan juga dapat memberikan kesan yang lebih bersih dan mudah dibaca.



Gambar 1. Tipografi Sans Serif
(Sumber: Dokumentasi Adhitya, 2022)

3. Warna

warna yang dipilih menggunakan warna yang dominan cerah, ada beberapa warna yang dipilih dalam ilustrasi warna primer yaitu warna merah, biru dan kuning, dan juga warna skunder warna hijau, ungu, dan merah muda. Pemilihan warna cerah bertujuan untuk menciptakan kesan yang menyenangkan, menyegarkan membangkitkan energi positif dan memberikan kesan energik. Warna yang cerah juga terlihat lebih mencolok dan menarik perhatian.

4. Layout

Layout digunakan dalam penyusunan desain pada media promosi, media promosi yang digunakan adalah instagram dengan format feed dan story. Setiap desain memiliki bentuk layout hampir mirip dibuat dengan memperhatikan sequence (urutan), dengan ilustrasi yang ditekankan atau menjadi “point of interest” selanjutnya beralih pada Text, Teknik ini

diperlukan agar pembaca tidak kesulitan menangkap pesan. Dari semua desain Komposisi desain cenderung simetris yang menjadikan kesan (balance) seimbang dengan memperhatikan (proportion) proporsi. Semua elemen memperhatikan (unity) kesatuan setiap elemen terhubung untuk menyampaikan pesan, whitespace diberikan pada sisi atas dan bawah untuk memberikan ruang untuk bernafas dan memberikan kesan yang tidak berlebihan (simplicity) sederhana setiap objek juga dibuat dengan jelas dan tegas (clarity).

5. Motion graphics

Motion Graphic saat ini sedang menjadi tren dikalangan para desainer visual. Hampir semua media visual bergerak menampilkan *motion graphic* sebagai tampilan pendukung. *Motion Graphic* adalah persimpangan antara animasi dan desain grafis. Dalam perencanaan identitas visual dalam media promosi kali ini sebagai bentuk upaya menarik perhatian audien *motion graphic* di tambahkan, animasi akan berupa *Motion graphic* dibuat menggunakan salah satu aset desain yang sudah dibuat dengan gerakan *reveal* dan *looping*.

6. Ukuran

Ukuran yang digunakan pada pembuatan ilustrasi sebagai identitas visual yaitu 2000 x 2000 px dengan resolusi 300 Dpi, Pada pembuatan desain untuk media promosi terdapat 2 ukuran yaitu format instragram post 1 : 1 dan format instagram Story 9 : 16, untuk kebutuhan acara desain juga di cetak pada poster yang berukuran A3.

Proyek Perancangan Identitas Visual Pada Media Promosi *Event Open Studio 7* Di Florto Studio, memiliki 3 proses perancangan, Yaitu perancangan ilustrasi, Desain pada media promosi dan juga *Motion graphic*.

Desain ilustrasi berfungsi sebagai identitas visual utama pada perancangan ini, yang nantinya akan di terapkan pada berbagai desain yang berkaitan dengan *Event Open studio 7*. Desain ilustrasi sendiri memiliki fungsi deskriptif yang dapat menyampaikan pesan secara visual.

Desain pada media promosi digital instragram dan media cetak poster, Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Promosi di Instagram digunakan untuk membantu bisnis meningkatkan brand awareness, menarik pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, meningkatkan penjualan, dan menjangkau audiens baru.

Dalam tahap awal perancangan moodboard dibuat untuk menampilkan kumpulan gambar, warna, teks, dan bentuk lain yang dapat memberikan inspirasi dalam proses desain. Moodboard ini bermanfaat dalam berbagai hal, termasuk membantu desainer menentukan gaya dan suasana yang diinginkan,



Gambar 2. Moodboard perancangan desain dan ilustrasi
(Sumber: Dokumentasi Adhitya, 2022)

Thumbnail Desain

Ningsih (2021) mengungkapkan bahwa Thumbnail merupakan cara untuk merekam ide-ide secara visual, yaitu dalam bentuk sketsa desain, sebagai bagian dari proses brainstorming dalam perancangan media, dalam berikut adalah Tumbnail dari perancangan identitas visual pada media promosi *Event Open Studio Florito 7*.

SKETSA ILUTRASI

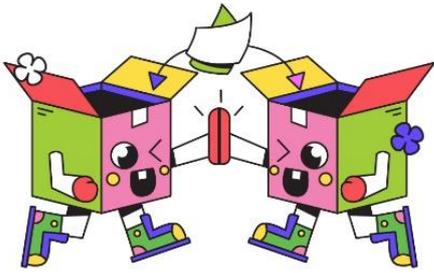


Gambar 3. Sketsa perancangan ilustrasi
(Sumber: Dokumentasi Adhitya, 2022)

Tight Tissue

Menurut Ningsih (2021), tight tissue merupakan sebuah tampilan visual yang mencerminkan ide-ide desainer yang akan disajikan kepada klien sebagai solusi atas masalah desain yang dihadapi dan sama persis dengan desain akhir. Berikut adalah *Tight Tissue* dari desain ilustrasi dan desain promosi media sosial instragram serta media cetak poster.





Gambar 4. *Tight Tissue* Desain ilustrasi
(Sumber: Dokumentasi Adhitya, 2022)



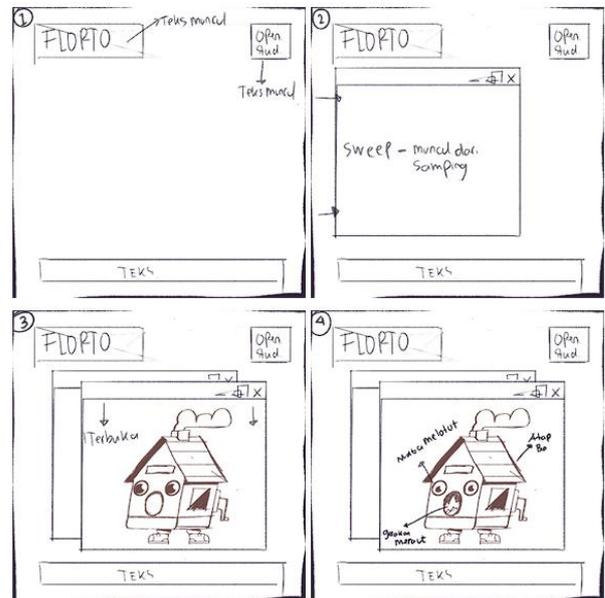
Gambar 5. *Tight Tissue* Desain promosi *instagram post*
(Sumber: Dokumentasi Adhitya, 2022)



Gambar 6. *Tight Tissue* Desain promosi *instagram story*
(Sumber: Dokumentasi Adhitya, 2022)

Storyboard

Storyboard membantu dalam memvisualisasikan sebuah cerita, terdiri dari beberapa gambar atau ilustrasi yang menunjukkan adegan dalam cerita yang sudah di susun secara runtut. Berikut adalah *Storyboard motion graphic*:



Gambar 7. Hasil penyusunan *Storyboard*
(Sumber: Dokumentasi Adhitya, 2022)

Hasil Perancangan

Pada perancangan desain akhir, Semua *Tight Tissue* telah disetujui untuk membantu memvisualisasikan dengan lebih jelas digunakan

mockup. Berikut ini adalah hasil desain dengan *mockup*.



Gambar 8. Hasil desain dengan *mockup* media promosi *instagram post*
(Sumber: Dokumentasi Adhitya, 2022)



Gambar 9. Hasil desain dengan *mockup* media promosi *instagram story*
(Sumber: Dokumentasi Adhitya, 2022)



Gambar 10. Hasil desain dengan *mockup* Poster
(Sumber: Dokumentasi Adhitya, 2022)

Pada perancangan *motion graphic* menggunakan *software after effect*. Hasil akhir perancangan *motion graphic* didapat 2 video berukuran berbeda format post instagram dan story yaitu 1000 x 1000 px dengan 30 fps, bitrate 317kbps dengan Audio sample rate 48.000 kHz dan 1080 x 1920 px dengan 30 fps, bitrate 317kbps dengan Audio sample rate 48.000 kHz.

Hasil Tahap Produksi :

Adengan 1 :

Adengan 2 :



Adegan 3:

Adegan 4:



Gambar 11. Hasil *motion graphic* dengan *after effect*
(Sumber: Dokumentasi Adhitya, 2022)

Untuk lebih jelasnya video dapat diakses melalui link berikut :

https://drive.google.com/drive/folders/1yWTZfVSuCIyafhd4Yd_Ry5xkpvUn0QLc?usp=share_link

Pada tahap akhir pembuatan desain dan *motion graphic*, dilakukan proses Upload pada media digital instagram pada akun Florto Studio dan cetak pada media poster.

KESIMPULAN

Berdasarkan proses perancangan yang telah dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa, berbagai proses sudah berlangsung mulai dari pengumpulan data melalui wawancara observasi, Focus grup/ diskusi dan dokumentasi untuk mengetahui bagaimana manajemen pada sebuah Florto Studio, hingga akhirnya melakukan

perancangan dengan memperhatikan teori DKV dari studi literatur desain komunikasi visual seperti ilustrasi, teks, tipografi, warna, layout, dan ukuran sampai menghasilkan produk akhir yaitu Sebuah identitas visual yang diterapkan pada media promosi pada *Event Open studio 7* Florito Studio. Dari proses perancangan ini didapatkan sebuah Identitas visual yang memiliki keseragaman yang baik dalam ilustrasi, warna serta tipografi yang dapat menggambarkan citra brand *Event Open Studio 7*. Dalam penerapan identitas visual di media promosi yaitu instragram untuk pertama kalinya didapatkan penambahan peserta dan ketertarikan dalam bentuk like dan impresi di media sosial instragram. Diharapkan penggunaan identitas visual yang konsisten dapat meningkatkan ketertarikan peserta. Identitas visual ini diterapkan untuk event selanjutnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Bhargawa, Udayana, & Artawan. (2022). PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL UNTUK BRAND TUTUEK SANGMONG DI DENPASAR. *JURNAL AMARASI VOL.3, NO.2*, 192-204.
- Meilani. (2013). TEORI WARNA : Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana. *HUMANIORA Vol.4*, 326-338.
- Putri, Sari, & sarjani. (2022). PERANCANGAN BUKU SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM EVENT INDONESIA INTERNATIONAL MOTOR. *JURNAL AMARASI VOL.3, NO.2*, 181-191.
- Remadeni, & Sorewardikoen. (2017). IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI WISATA EDUKASI JENDELA ALAM. *Demandia, Vol. 02 No. 01*, 113-128.
- Rustan, S. (2020). *LAYOUT 2020*. Jakarta: Nulisbuku Jendela Dunia.
- Septian, & leksnono. (2018). *DASAR MANAJEMEN DESAIN*. Malang: UB Press.
- Subagyo, & joko, P. (2011). *Metode Pnelitian dalam teori & praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.