

# PERANCANGAN ILUSTRASI PROMOSI GO-JEK WILAYAH BALI PADA DADOS DESAIN STUDIO DI BADUNG

Orlantino<sup>1</sup>, I Nengah Sudika Negara<sup>2</sup>, Ni Ketut Pande Sarjani<sup>3</sup>

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

Email: orlanbasuki12@gmail.com

## ABSTRAK

Promosi adalah suatu kegiatan bidang *marketing* yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat tentang pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan. Ilustrasi perlu ditambahkan pada kegiatan promosi karena menggunakan pendekatan visual komunikasi yang dapat mempengaruhi suatu *konsumen* dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan volume penjualan dengan menarik minat konsumen dalam membeli di perusahaan tersebut. Salah satu perusahaan yang menerapkan ilustrasi pada kegiatan promosinya adalah Go-Jek, Go-Jek adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyedia transportasi *online*. Ilustrasi promosi yang ingin dirancang berupa *key visual* dengan menyesuaikan target pasar dan sesuai dengan *image* dari *brand* Go-jek sendiri, yang ingin menggabungkan unsur *modern* dan unsur budaya Bali, Maka terciptalah hasil ilustrasi promosi Go-Jek yang beragam untuk wilayah Bali. Ilustrasi promosi Go-jek ini merupakan proyek yang dikerjakan selama program MBKM magang atau kerja praktik yang dilakukan Dados Desain Studio, Dados Desain Studio sendiri merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang Desain Komunikasi Visual atau Desain Grafis yang beralamat di Jalan Raya Padang Luwih No.124, Dalung, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung.

Kata kunci : Ilustrasi promosi, Go-Jek wilayah Bali, Dados Desain Studio.

## ABSTRACT

*Promotion is a marketing activity which is a communication carried out by the company to buyers or consumers that contains news, persuades, and influences everything about the goods and services produced. Illustrations need to be added to promotional activities because they use a visual communication approach that can influence a consumer in making decisions to increase sales volume by attracting consumer interest in buying at the company. One of the companies that applies illustrations to its promotional activities is Go-Jek, Go-Jek is a company engaged in online transportation provider services. The promotional illustration that you want to design is in the form of a visual key by adjusting the target market and in accordance with the image of the Go-Jek brand itself, which wants to combine modern elements and elements of Balinese culture, then the results of Go-Jek's diverse promotional illustrations for the Bali region were created. This Go-Jek promotional illustration is a project carried out during the MBKM internship or practical work carried out by Dados Design Studio, Dados Design Studio itself is a company engaged in Visual Communication Design or Graphic Design which is located at Jalan Raya Padang Luwih No.124, Dalung, North Kuta District, Badung Regency.*

*Keywords : Promotional illustration, Go-Jek Bali region, Dados Design Studio.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi saat ini berkembang dengan pesat, sehingga banyak muncul persaingan bisnis baru, terutama pada perusahaan yang bergerak di bidang yang sama. Persaingan yang semakin ketat menuntut para pelaku bisnis untuk memiliki keunggulan tersendiri agar dapat menarik konsumen agar dapat bersaing di pasar. Begitu juga dengan pelaku usaha di bidang transportasi *online*. Transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan, karena transportasi dapat merampingkan pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perkembangan sosial dan budaya masyarakat yang semakin maju dan *modern*, membuat banyak orang menyukai hal-hal yang bersifat instan, seperti transportasi *online*. Dengan munculnya kompetitor yang semakin menuntut perusahaan-perusahaan tersebut untuk mempertahankan pangsa pasarnya dan juga harus mampu memenuhi kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumennya.

Perusahaan ojek online yang sedang berkembang pesat di Bali. yaitu Go-Jek, Go-Jek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran pada Maret 2014. Go-Jek merupakan salah satu layanan penyedia transportasi *online* yang mampu mempertahankan pangsa pasarnya dalam kondisi persaingan transportasi *online* yang semakin ketat. Go-Jek mulai meningkatkan kualitas layanannya dengan menambah layanan seperti *Go Ride* (Layanan Transportasi), *Go Food* (Layanan Kurir Makanan/Minuman), *Go Send* (Layanan Pengiriman Barang), *Go Tix* (Layanan Pemesanan Tiket Konser dan sejenisnya), *Go Box* (Layanan Pengiriman Barang Skala Besar), *Go Clean* (Layanan Kebersihan Rumah atau Kantor) dan masih banyak layanan lain yang disediakan oleh Go-Jek. Cara pemesanan yang lebih efektif dan efisien akan memudahkan pelanggan dalam aktivitas sehari-hari dan Go-Jek siap melayani konsumen di mana saja.

Mengingat semakin banyaknya ojek *online*, maka berdampak pada persaingan yang semakin ketat yang mengharuskan Go-Jek memperhatikan beberapa strategi yang harus dilakukan perusahaan untuk menekan kompetitor yang mulai berkembang. Untuk meningkatkan minat konsumen di tengah persaingan, salah satunya adalah membuat ilustrasi sebagai media promosi, pemilihan ilustrasi sebagai media promosi karena ilustrasi menggunakan corak atau bentuk-bentuk kartun diharapkan bisa membentuk suatu suasana penuh emosi menjadikan gagasan seakan-akan nyata, dengan ilustrasi maka pesan yang akan disampaikan menjadi lebih berkesan, karena *audience* akan lebih mengingat gambar daripada kata-kata (Tanudjaja, 2004 : 175). Berdasarkan permasalahan tersebut, Dados Design Studio memberikan solusi berupa perancangan ilustrasi promosi.

Melalui proyek pada pembahasan yang diangkat ini, penulis ingin mengambil judul skripsi/tugas akhir yaitu “Perancangan Ilustrasi Promosi Go-Jek Wilayah Bali pada Dados Desain Studio di Badung” Untuk mendukung suksesnya perancangan promosi tersebut, penulis menggunakan media Desain Komunikasi Visual. Dengan adanya penambahan unsur ilustrasi pada media promosi diharapkan dapat mendukung minat konsumtif konsumen untuk memakai jasa-jasa yang ditawarkan oleh Go-Jek dalam sebuah perancangan ilustrasi promosi tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dari laporan akhir program MBKM magang/praktik kerja pada Dados Desain Studio di Badung yaitu bagaimana tahapan merancang komunikasi visual ilustrasi promosi go-Jek wilayah bali pada Dados Desain Studio di Badung ?.

## METODE PENELITIAN

Dalam menyusun “Perancang Ilustrasi Promosi Go-Jek Wilayah Bali pada Dados Design Studio di Badung” tentunya diperlukan metode perancangan

sehingga proses perancangan dapat terlaksana dengan baik berdasarkan sumbernya, yaitu metode pengumpulan data primer dan data sekunder. Berikut merupakan data primer dan sekunder yang diperoleh secara dari perusahaan yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

## **Metode Pengumpulan Data Primer**

### **1. Metode Observasi**

Metode Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan terhadap sebuah objek, disertai dengan catatan keadaan atau perilaku objek target. Observasi ini dilakukan dengan pengamatan secara langsung di tempat magang/praktik kerja MBKM Dados Desain Studio berlokasi di Jl. Raya Padang Luwih No. 124, Dalung, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali. serta via online melalui internet untuk mengetahui informasi lebih lanjut mengenai mitra dan proyek Ilustrasi Promosi Go-Jek Wilayah Bali yang dikerjakan.

### **2. Metode Wawancara**

Wawancara adalah percakapan dengan niat tertentu. Percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan terwawancara. Dapat disimpulkan bahwa metode wawancara sama dengan kegiatan melakukan percakapan dengan lawan bicara untuk mendapatkan informasi yang diminati. Wawancara dimulai dari mengangkat topik umum untuk memahami keefektifan makna orang yang diwawancarai. Narasumber yang menjadi metode wawancara ini kepada pemilik usaha yang sekaligus sebagai pembimbing di Dados Desain Studio.

### **3. Metode partisipan**

Partisipan adalah semua orang yang berpartisipasi dalam suatu kegiatan. keterlibatan orang atau komunitas dengan

memberikan dukungan berupa energi, pikiran dan materi serta tanggung jawabnya atas setiap keputusan yang telah diambil dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan bersama. Peserta MBKM ikut berpartisipasi di kegiatan proyek dari perusahaan sehingga bisa secara langsung mendapatkan data yang diperlukan. Metode Pengumpulan Data Skunder

## **Metode Pengumpulan Data Skunder**

### **1. Metode Kepustakaan**

Cara mengumpulkan data dan mempelajari data dari buku, kamus, media cetak, dan media komunikasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Penulis tidak berurusan langsung dengan narasumbernya, melainkan mencari sumber dari buku-buku yang bersangkutan.

### **2. Metode Dokumentasi**

Metode ini digunakan untuk mendapatkan data dari objek dalam bentuk dokumen tertulis, gambar, foto, dll. Dengan adanya dokumen tertulis, gambar, dan foto tersebut, ada bukti atau fakta nyata yang bisa dipertanggungjawabkan.

## **ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA**

### **Go-Jek**

Go-Jek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran pada Maret 2014. Go-Jek merupakan salah satu layanan penyedia transportasi online yang mampu mempertahankan pangsa pasarnya dalam kondisi persaingan transportasi online yang semakin ketat. Go-Jek mulai meningkatkan kualitas layanannya dengan menambah layanan seperti Go Ride (Layanan Transportasi), Go Food (Layanan Kurir

Makanan/Minuman), Go Send (Layanan Pengiriman Barang), Go Tix (Layanan Pemesanan Tiket Konser dan sejenisnya), Go Box (Layanan Pengiriman Barang Skala Besar), Go Clean (Layanan Kebersihan Rumah atau Kantor) dan masih banyak layanan lain yang disediakan oleh Go-Jek. Cara pemesanan yang lebih efektif dan efisien akan memudahkan pelanggan dalam aktivitas sehari-hari dan Go-Jek siap melayani konsumen di mana saja.

## Konsep Perancangan

Proses komunikasi dapat dilakukan dengan mengeksplorasi ide-ide agar pesan dapat tersampaikan, sehingga peran desain komunikasi visual sangat dibutuhkan agar media promosi dapat diterima dengan baik oleh *audiens*. Adapun unsur-unsur desain komunikasi visual yang digunakan dalam ilustrasi promosi Go-Jek wilayah Bali di Dados Disain Studio.

### 1. Ilustrasi

Ilustrasi digital merupakan teknik menciptakan sebuah ilustrasi yang seluruh pengerjaannya menggunakan computer, kemampuan pencipta dalam mempelajari aplikasi untuk membuat gambar di computer baik yang memiliki hasil akhir berwujud bitmap maupun vector. (Janottama & Putraka, 2017:30). Seorang yang membuat ilustrasi disebut ilustrator. Ilustrator merupakan bagian dari perancang grafis atau *graphic designer*, yakni profesi yang berhubungan dengan ilustrasi, tipografi, fotografi dan gambar bergerak atau animasi.

### 2. Warna

Warna dapat didefinisikan secara objektif atau fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara *psikologis subjektif* sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan. Secara objektif atau

fisik, warna dapat diberikan dengan panjang gelombang. Sebagai pengalaman indera penglihatan, warna adalah pantulan cahaya dari yang terlihat, yang diterima mata.

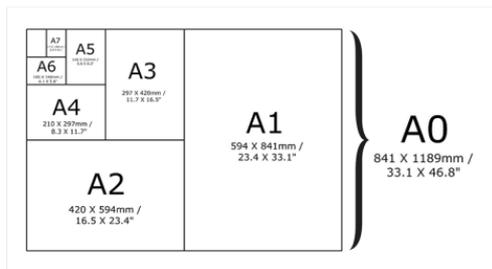
Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, mood atau semangat. Berikut adalah karakter dan simbolisasi warna-warna :

- a. Merah, memiliki respon psikologi yaitu Power, energi, Optimis, harapan cinta, nafsu, agresif dan bahaya.
- b. Biru, memiliki respon psikologi yaitu Kepercayaan, keamanan, teknologi, kebersihan dan keteraturan.
- c. Hijau, memiliki respon psikologi yaitu Alami, sehat, keberuntungan dan pembaharuan.
- d. Kuning, memiliki respon psikologi yaitu Optimis, harapan, filosofi, ketidak-jujuran, pengecut dan penghinaan.
- e. Ungu, memiliki respon psikologi yaitu Spiritual, kebangsawanan, transformasi, kekasaran, keangkuhan dan misteri.
- f. Oranye, memiliki respon psikologi yaitu Energi, keseimbangan dan kehangatan.
- g. Coklat, memiliki respon psikologi yaitu Tanah/bumi, realibility, confort dan daya tahan.
- h. Abu-abu, memiliki respon psikologi yaitu Intelek, masa depan, kesederhanaan, harapan dan kesedihan.
- i. Putih, memiliki respon psikologi yaitu Kesucian, kebersihan, ketepatan, ketidak-besalahan, steril dan kematian.
- j. Hitam, memiliki respon psikologi yaitu Power, Seksualitas,

kecanggihan, kematian, misteri, ketakutan dan keanggunan.

### 3. Ukuran

Pada elemen visual, besar kecilnya perlu diperhitungkan secara cermat sehingga desain komunikasi visual memiliki nilai kemudahan baca (*legability*) yang tinggi. (Supriyono, 2010:85).



**Gambar 1.** Ukuran Kertas Internasional A  
(Sumber: <https://thegorbalsla.com/ukuran-kertas/>, 20/012/2022)

### 4. Layout

*Layout* adalah penataan elemen-elemen dalam sebuah bidang untuk mendukung konten dan pesan yang dibawahnya. Prinsip dasar *Layout*, yaitu urutan (*sequence*), penekanan (*emphasis*), keseimbangan (*balance*), kesatuan (*unity*), yang bertujuan agar setiap elemen gambar dan teks menjadi komunikatif sehingga dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan dalam konten.

## HASIL DAN PERANCANGAN

### Proses Desain

Proses pembuatan ilustrasi dimulai dari proses membuat *brainstorming*, *moodboard*, dan sampai hasil desain akhir. Dari semua proses tersebut, nantinya akan dijadikan acuan pada saat tahap visualisasi desain.

#### 1. *Brainstorming*

*Brainstorming* dapat dilakukan dimana saja dengan media kertas maupun elektronik untuk mendapat ide yang lebih cemerlang dari sebelumnya tujuan dari *Brainstorming* untuk menentukan solusi-solusi dalam sebuah permasalahan yang dibahan, mengambil keputusan ketika permasalahan terjadi dan mengambil langkah. Hasil *Brainstorming* untuk ilustrasi promosi Go-Jek wilayah Bali di Dadas Disain Studio akan digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 2.** Proses *Brainstorming* menggunakan situs online NOTION  
(Sumber: Dokumen pribadi)

### 2. Moodboard

Adapun *moodboard* dan konsep dari perancangan proyek ilustrasi promosi Go-Jek wilayah Bali di Dadas Disain Studio yaitu sebagai berikut.





**Gambar 6.** Hasil akhir ilustrasi promosi Go-Jek wilayah Bali *layout square* (Sumber: Dokumen pribadi)

Terdapat deskripsi desain berdasarkan unsur visual diantaranya sebagai berikut:

#### A. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan memiliki konsep *Culture* Bali, mengilustrasikan kegiatan keseharian warga bali dan beberapa orang yang sedang berlibur ke Bali. Hal ini menggambarkan percampuran budaya tradisional dan *modern*, adapun pesan promosi yang ingin disampaikan oleh penulis dalam objek ilustrasi, yaitu sebagai berikut :



**Gambar 7.** Hasil akhir ilustrasi promosi Go-Jek wilayah Bali (Sumber: Dokumen pribadi)

- 1) Driver Go-Jek dan Seseorang yang sedang memesan Go-Jek, diilustrasikan ada seorang wanita yang sedang memesan ojek online menggunakan aplikasi yang berada di *smartphonenya* dan sedang memanggil *Driver* Go-Jek. *Pesan promosi* dari ilustrasi diatas adalah *penggunaan aplikasi Go-Jek untuk keperluan transportasi* yang bisa diakses menggunakan *smartphone*.
- 2) Seorang Pemain *Surfing*, diilustrasikan seseorang yang sedang berselancar menggunakan papan *Surfing* diatas ombak. *Pesan* yang ingin disampaikan adalah Bali memiliki potensi alam yang amat indah salah satunya keindahan alam berupa pantai dan laut.
- 3) 2 orang yang sedang membeli makanan dan membawa paket, pesan yang ingin disampaikan adalah Go-Jek mempermudah untuk memesan makanan dan mengirimkan barang dengan menyediakan layanan Go-Food dan Go-Send.
- 4) Seorang wanita sedang membawa gebokan, pesan yang disampaikan yaitu bahwa Bali memiliki kebudayaan yang masih kuat hingga sekarang.

#### B. Warna

Warna yang digunakan memakai warna-warna cenderung cerah dan mencolok, pemilihan Warna tersebut adalah permintaan dari klien sendiri agar sama dengan warna *branding* yang sudah diterapkan oleh Go-Jek. Namun jika dilihat dari karakteristik warna, setiap warna tersebut memiliki karakteristi yang masing-masing kuat.

|   |   |   |
|---|---|---|
|  |  |  |
| R : 232<br>G : 80<br>B : 92   | R : 255<br>G : 188<br>B : 1   | R : 248<br>G : 255<br>B : 1   |
|  |  |  |
| R : 107<br>G : 184<br>B : 78  | R : 7<br>G : 111<br>B : 26  | R : 33<br>G : 185<br>B : 235  |
|  |  |  |
| R : 76<br>G : 119<br>B : 232  | R : 161<br>G : 35<br>B : 220  | R : 251<br>G : 165<br>B : 226   |

**Gambar 5.** Palet Warna pada ilustrasi promosi Go-Jek wilayah Bali  
(Sumber: Dokumen pribadi)

Adapun palet warna di atas merupakan warna RGB pada komputer, di mana warna RGB tersebut ditujukan untuk mengunci warna agar tidak berubah dalam ilustrasi promosi Go-Jek wilayah Bali akan *dilayout* kembali oleh pihak *klien*.

### C. Layout

Secara keseluruhan penataan elemen-elemen pada ilustrasi promosi Go-Jek wilayah Bali tersebut, menggunakan jenis *layout* yang dipakai yaitu jenis *zig-zag* dan rata tengah.

## KESIMPULAN

Pada perancangan media komunikasi visual untuk ilustrasi promosi, penulis bertugas membuat beberapa ilustrasi sesuai dengan kebutuhan, citra, dan juga promosi yang sedang berjalan. Pada

proses perancangan berlangsung, penulis melakukan identifikasi mengenai latar belakang perusahaan, riwayat perusahaan, produk yang sudah diproduksi, hingga Filosofi *Brand* dengan menggunakan metode pengumpulan data primer dan sekunder. Selanjutnya penulis melakukan analisis data terhadap hasil identifikasi data yang diperoleh dari Go-Jek dengan menggunakan studi literatur unsur desain komunikasi visual.

Proses pembuatan ilustrasi dimulai dari proses membuat brainstorming, moodboard, dan sampai hasil desain akhir. Dari semua proses tersebut, nantinya akan dijadikan acuan pada saat tahap visualisasi desain. Dalam perancangan ilustrasi promosi ini digunakan unsur-unsur yang tepat agar pesan yang disampaikan menjadi lebih berkesan, karena *audience* akan lebih mengingat gambar daripada kata-kata. unsur yang digunakan dalam perancangan ilustrasi promosi Go-Jek wilayah Bali ini meliputi ilustrasi, warna dan *layout*. Dengan pemilihan ilustrasi yang tepat, serta memperhatikan target *audience*, maka ilustrasi promosi ini diharapkan akan berhasil dan efektif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Janottama, I. P. A., & Putraka, A. N. A. (2017). Gaya dan teknik perancangan ilustrasi tokoh pada cerita rakyat Bali. *Segara Widya: Jurnal Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 5.
- jiptono. 2001. Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE
- Seramasara, Ngurah G.I. Seni Budaya Bali Dan Pergulatan Identitas Di Era Pariwisata Bali. Denpasar : Institut Seni Indonesia.
- Supriyono,Rakhmat. 2010.DesainKomunikasi Visual; Teori danAplikasi. Yogyakarta: PenerbitANDI OFFSET

Tanudjaja, B. B. (2004). Bentuk-bentuk kartunal sebagai medium penyampaian pesan dalam iklan. *Nirmana*, 4(2).

Wijaya, Priscilia Yunita. 2004. Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual. Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra.