

PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL UNTUK MEMPROMOSIKAN SHOCKED DOG DI FLORTO STUDIO

I Gusti Agung Irene Vania Martajaya ¹, Drs. I Nengah Sudika Negara ², dan Gede Bayu Segara Putra ³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jalan Nusa Indah Sumerta Kaja – Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail penulis korespondensi : irenevania.m@gmail.com

Abstrak

Media komunikasi visual menjadi hal yang penting dalam mempromosikan sebuah brand. Media promosi yang baik akan membuat sesuatu menjadi lebih dikenali. Tujuan dari skripsi ini adalah untuk belajar tentang proses berpikir dan merancang suatu media komunikasi visual sebagai media promosi yang dalam hal ini adalah sebuah brand. Pentingnya tujuan promosi adalah menginformasikan tentang sesuatu, membujuk audiens untuk mengalihkan pilihan kepada sesuatu, serta sebagai pengingat akan sesuatu. Kali ini pada Shocked dog, media promosi yang digunakan menyesuaikan dengan target pasarnya dan sesuai dengan image dari brand Shocked Dog sendiri, yang merupakan gabungan dari budaya pop dan budaya bali yang sedang diminati di era modern ini. Maka terciptalah hasil yang beragam mulai dari media promosi digital dan cetak.

Kata Kunci : Promosi, Media Komunikasi , Visual

Abstract

Visual communication media is important in promoting a brand. Good promotional media will make something more recognizable. The purpose of this thesis is to learn about the thought process and to design a visual communication medium as a promotional medium, which in this case is a brand. The importance of the purpose of promotion is to inform about something, persuade the audience to shift their choice to something, as well as a reminder of something. This time for Shocked Dog, the promotional media used is adjusted to the target market and in accordance with the image of the Shocked Dog brand itself, which is a combination of pop culture and Balinese culture which is currently in demand in this modern era. Thus, various results are created, ranging from digital and print media promotions.

Keywords: Promotion, Communication Media, Visual

PENDAHULUAN

Proses pembelajaran dalam Kampus Merdeka merupakan salah satu perwujudan pembelajaran yang berpusat pada mahasiswa Program Magang untuk menerapkan sistem Pendidikan tinggi di Indonesia. Pembelajaran pada Kampus Merdeka memberikan tantangan dan kesempatan dalam pengembangan kreativitas, inovasi, dan mengembangkan diri mahasiswa salah satunya dalam hal manajemen waktu, kooperatif, interaksi sosial, pemecahan masalah dalam tuntutan kinerja. Mahasiswa akan mengajukan surat permohonan magang kepada perusahaan/studio yang dituju, untuk kemudian diseleksi sebagai peserta program magang. Dalam kasus ini, penulis mengajukan permohonan magang ke Florto Studio. Florto Studio adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan digital produk grafis yang memenuhi berbagai keperluan desain, di antaranya adalah desain media promosi, ilustrasi buku, desain kemasan, *branding*, dan kebutuhan grafis lainnya. Berlokasi di jalan Singasari Gang Belibis No. 5 Peguyangan, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar.

Pada program Magang/Praktik Kerja ini, penulis memperoleh berbagai tugas dan *project* desain salah satunya yang dipercayakan kepada penulis adalah tugas untuk Perancangan Media Komunikasi Visual Untuk Mempromosikan *Shocked Dog* selama pelaksanaan magang di Florto Studio. *Shocked Dog* merupakan *marketplace* dan *creative space* yang saat masih dalam proses pembangunan, namun ini dimanfaatkan untuk membuka Event berupa bazaar setiap akhir pekan pada akhir tahun 2021. *Shocked Dog* memiliki identitas visual seperti namanya, *Shocked Dog*, atau dalam Bahasa Indonesia ‘Anjing yang kaget’ yang dibuat menjadi logo dan *key visual*, serta warna yang mencerminkan Canggu. *Shocked Dog* mengadakan event/acara yaitu berupa bazaar yang diadakan secara berkala setiap 2 minggu sekali

di daerah Canggu, Badung. ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat maupun wisatawan sekitar akan adanya tempat bernama *Shocked Dog*. Topik ini penulis angkat karena *Shocked Dog* membutuhkan media komunikasi visual untuk mempromosikannya. Melalui *project* pada topik yang diangkat ini, penulis dapat belajar dan mendapat wawasan lebih terkait pembuatan media komunikasi visual dan tata cara dalam *layout*, pemilihan unsur – unsur visual yang sesuai, dan tak lupa pemilihan ide dan konsep.

METODE

Analisis data Kualitatif adalah metode analisis yang digunakan dalam skripsi ini. Metode ini merupakan perolehan data yang berupa rangkaian kata dan bukan angka, juga tidak dapat disusun menjadi kategori atau struktur yang bisa diklasifikasikan. Dari metode ini, didapatkan metode observasi, wawancara, metode pelaksanaan partisipatif, observasi serta dokumentasi.

Observasi dilakukan dengan pengamatan yang dilanjutkan dengan memahami hasil pengamatan tersebut, yang diterapkan adalah mengunjungi langsung tempat produksi yang bertempat di Gang Singasari, Jalan Ayani Denpasar.

Kemudian metode wawancara dilanjutkan dengan mencari informasi dengan cara bertanya jawab dengan Mitra, yaitu Founder, dan kepala studio Florto.

Dilanjutkan dengan pelaksanaan partisipatif. Yaitu dengan nyata dan langsung ikut membantu dan belajar bagaimana praktek bekerja yang sesungguhnya, mulai dari konsep, diskusi tim dan pengerjaan.

Tidak lupa dengan tetap menggunakan metode dokumentasi yaitu mengabadikan setiap

informasi yang didapat, misalnya foto, rekaman suara, atau catatan.

PEMBAHASAN

Membutuhkan dasar – dasar yang kuat sebelum akhirnya dapat membuat desain yang baik, dasar – dasar tersebut diperoleh dari perkuliahan yang diterapkan nantinya saat kerja praktek.

Ilmu nirmana sangat berpengaruh dalam pembuatan desain promosi terutama poster. Karena memerlukan keseimbangan, keselarasan, dan keharmonisan dalam pembuatannya. Jadi hal tersebut yang akhirnya diterapkan pada kerja praktek di Florto Studio.

Selain nirmana, ilmu desain komunikasi visual, dari desain komunikasi visual dasar hingga komersil, semuanya berguna dan dapat diterapkan. Unsur – unsur di dalamnya, harus memperhatikan layout, warna, unsur ilustrasi dan tipografi.

Selain kedua ilmu tersebut, ilmu manajemen seni tidak kalah pentingnya. Ini digunakan untuk mempermudah sistematika pengerjaan suatu desain. Desain harus diatur pengerjaannya dari mulai konsep, ide, pengerjaan hingga penyelesaiannya.

Ilmu lainnya adalah Teknik presentasi grafis. Ini merupakan salah satu mata kuliah yang didapatkan di perguruan tinggi. Mata kuliah ini mengajarkan bagaimana melakukan presentasi yang baik dan benar. Dimana presentasi merupakan salah satu keterampilan yang harus dimiliki seorang desainer ketika berhadapan dengan klien. Presentasi dapat membuat dan menuntun pandangan klien mengenai bagaimana arah dari proyek yang kita garap. Florto Studio mengajarkan beberapa poin penting ketika melakukan presentasi seperti bagaimana alur yang baik ketika presentasi, dimulai dengan judul, permasalahan, mood board, pesaing

perusahaan sejenis, perancangan konsep, hasil dari konsep berupa sketsa, hingga hasil dan penerapan desain yang sudah bersifat final. Selain secara materi harus matang, keterampilan dalam presentasi merupakan hal yang penting kita ketahui. Keterampilan tersebut meliputi sikap, gerakan, dan cara berbicara saat presentasi. Presentasi yang terarah akan dapat membangun kepercayaan dari klien kepada kita.

Setelah proses penggalan ide dan diskusi dengan tim, maka diputuskanlah media – media komunikasi visual yang dianggap sesuai dengan kebutuhan *Shocked Dog*.

Media – media tersebut berupa media digital maupun media cetak. Pada media digital, semua media komunikasi visual ditunjukkan penggunaannya untuk akun media social *Shocked Dog* di *Instagram* (@shockeddoggcanggu). Media digital tersebut berupa poster digital dan *Gif*.

Sedangkan pada media cetak, diputuskan untuk membuat poster cetak, serta pakaian dengan desain bernuansa *Shocked Dog*. Media yang dipilih yaitu baju/*sweater*, *tote bag*, stiker, dan kartu nama.

Pengerjaan media – media komunikasi visual ini menggunakan aplikasi *Affinity Designer* pada *Ipad* maupun *laptop*, kemudian dilanjutkan dengan aplikasi *procreate* sebagai *finishingnya*.

a. Poster Digital

Poster digital ini merupakan unggahan di media social *Instagram* atau sering disebut *feed*. *Feed* merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna *Instagram* (Dwi Bambang Atmoko: 2012).

Poster digital *Shocked Dog* merupakan poster digital yang diunggah ke *Instagram* mereka yaitu

@shockeddogcanggu. Poster ini adalah poster dengan aspek rasio 1:1 atau berbentuk persegi dengan resolusi 1080x1080 px. Poster digital ini dibuat digunakan atau diunggah seminggu menjelang setiap bazaar diadakan.



Gambar 1. Poster Digital
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

b. Gif

Graphics Interchange Format merupakan format grafis yang paling sering digunakan untuk keperluan desain website. GIF memiliki kombinasi warna lebih sedikit dibanding JPEG, tetapi mampu menyimpan grafis dengan latar belakang transparan ataupun dalam bentuk animasi sederhana.

Gif ini nantinya akan dapat dicari dengan kata kunci 'Shocked Dog' dan kemudian dapat digunakan oleh banyak orang untuk menghiasi unggahan mereka tentang *Shocked Dog*. Ini merupakan strategi bagi desainer, karena dengan GIF yang menarik, audiens akan mengingat dan menggunakannya lebih sering. GIF untuk *Shocked Dog* adalah berupa ilustrasi dari anjing kaget atau dalam Bahasa Inggris, *Shocked Dog*. Ya, *Shocked Dog* sendiri. Anjing berwarna merah dengan sedikit

bercak hitam di badannya, bergerak dengan ekspresi kaget disertai dengan aksan kuning yang mempertegas ekspresi kagetnya.

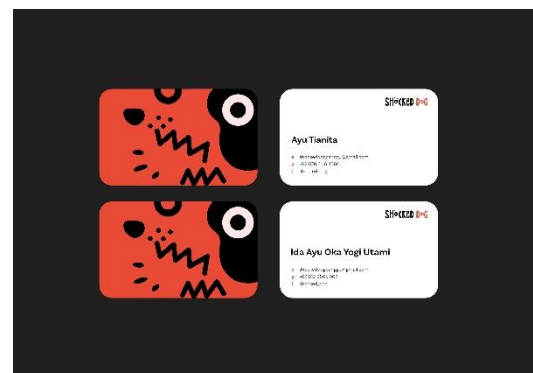


Gambar 2. GIF
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

c. Kartu Nama

Kartu nama adalah kartu kecil yang berisi informasi tentang seseorang atau perusahaan.

Untuk *Shocked Dog*, kartu nama dibuat dengan tetap menggunakan identitas dari *Shocked Dog*, yaitu warna dan logo. Kartu nama nantinya akan digunakan oleh tim dari *Shocked Dog* sebagai identitas mereka.



Gambar 3. Kartu Nama
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

d. Tote Bag

Tote bag dipilih menjadi media promosi untuk *Shocked Dog* karena kini *tote bag* menjadi trend dan memiliki kegunaan yang diperlukan. Terutama karena *Shocked Dog* merupakan acara bazaar, tentunya audiens akan datang berbelanja dan membawa sesuatu. Oleh karena itu, diharapkan nantinya *tote bag* ini akan berguna bagi semua audiens *Shocked Dog* di Canggü.

e. Sablon pada *Sweater*

Sablon merupakan suatu teknik untuk memindahkan desain yang dibuat menggunakan tinta atau bahan khusus, ke permukaan polos dengan warna dasar yang beragam sesuai dengan selera masing-masing. Sablon biasanya tidak bisa menggunakan warna yang banyak. Jadi teknik sablon adalah teknik yang tepat digunakan untuk memindahkan mascot desain *Shocked Dog* ke kain.

Media ini dipilih adalah karena pakaian merupakan kebutuhan sekunder manusia, dan dalam hal ini, *sweater*, adalah pakaian yang biasa digunakan saat cuaca sedang dingin. *Sweater* yang didesain dengan baik, nantinya akan membuat penggunanya percaya diri mengenakan pakaian tersebut. Hal ini tentunya menjadi bagian promosi bagi *Shocked Dog*, dengan ada yang memakai baju dengan identitas *Shocked Dog*, akan menambah kesadaran masyarakat tentang adanya brand ini.



Gambar 4. Sablon pada *Sweater*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021)

f. Stiker

Stiker menjadi pilihan dari salah satu media promosi *shocked do*. Stiker adalah salah satu media promosi yang cukup terjangkau. Hanya dengan sekali mengeluarkan biaya, stiker mampu menyebarkan identitas perusahaan secara luas. Semakin banyak orang yang menempel stiker di mobil, motor, *laptop*, dan lainnya, maka kesempatan brand untuk dikenal juga semakin tinggi. Stiker bisa menjadi sarana memperkenalkan suatu brand dengan konsumen.

Stiker ini nantinya akan dibagikan pada acara bazaar dan dibagikan di sekitar daerah canggü secara gratis.

SIMPULAN

Dari penjelasan yang sudah dijabarkan di atas, dapat diambil kesimpulan jika Media Komunikasi yang tepat dalam mempromosikan *Shocked Dog* adalah dengan menggunakan media cetak dan media digital. Karena *Shocked Dog*

menargetkan wisatawan dan anak muda – dewasa di daerah Canggü, maka media digital yang baik digunakan adalah media social Instagram. Dengan menggunakan *Instagram* dan berkoneksi dengan akun komunitas Canggü, *Shocked Dog* akan banyak dikenali oleh masyarakat sekitar canggü maupun daerah lain . Oleh karena itu, maka media yang harus dimaksimalkan adalah pada poster digital / *feed* pada *Instagram*. Selain itu, konten bergerak juga membuat audiens berada lebih lama di halaman *Instagram Shocked Dog*, jadi selain membuat desain poster digital, ada pula GIF atau gambar bergerak singkat sebagai penghias *Instagram Shocked Dog*.

Pembuatan media tersebut dibuat dengan beberapa proses. Awal mula membuatnya, meriset tentang target pasar *Shocked Dog* di masyarakat sekitar, karena targetnya adalah anak muda hingga dewasa, maka penulis meriset bagaimana desain yang sedang tren di usia target tersebut dan di daerah dimana *Shocked Dog* berada, Canggü. Maka didapatkan lah urutan dari barang yang sekiranya cocok untuk dibuatkan media promosi dan dicetak. Seperti misalnya *sweater*, namun bukan *sweater* umum, kali ini dijual dengan ukuran besa (oversized), Kemudian semua data dari riset tersebut didiskusikan antar tim Florto Studio dan pihak *Shocked Dog*.

Jika sudah disetujui, maka desain mulai diproses di Florto Studio. Pengerjaan desain dibagi berdasarkan jobdesk. Saat pengerjaan desain, selalu dilakukan penyampaian progress kepada Art Director, jika ada revisi atau pun disetujui, proses desain dilanjutkan. Jika file sudah final, kemudian file desain diberikan kepada pihak *Shocked Dog* yang bersangkutan untuk persetujuan terakhir. Jika disetujui, file digital akan diunggah, dan file cetak akan segera dicetak dan kemudian keduanya dapat digunakan sebagai promosi.

Dalam Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam proses perancangan *Font Composite*, terdapat beberapa langkah mendalam yang dilakukan oleh *Art Director* bersama tim Riset dan Developmen diantaranya, riset pasar dan tren dengan menggunakan *google trend* dan *google analytic*. Tahapan – tahapan tersebut merupakan sebuah konsekuensi dari metode perancangan yang digunakan dan kemungkinan tidak tepat digunakan hanya sebagai refrensi tunggal. Oleh karena itu, desainer harus lebih kreatif dalam mengembangkan metode perancangan yang akan digunakan.

DAFTAR RUJUKAN

- Manullang, M., 2008. *Dasar-Dasar manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Buchari, Alma. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kartini Kartono, Metodologi Penelitian (Yogyakarta: UII Press. t.t) 55
- Pujiriyanto. 2005. *Desain grafis computer*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Suranto AW, 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Widyatama, Rendra. 2009. *Buku Pengantar Periklanan*, cet 6. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Penerbit Bandung: Andi

Eriyanto. 2001. Analisis Wacana: Pengantar
Analisis Teks Media. Yogyakarta: LKiS