

PERANCANGAN VISUAL *BRANDING* SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK *EVENT* HUT SMA NEGERI 1 TEMBUKU DI HNS STUDIO

I Wayan Yoga Adi Pratama¹, I Wayan Agus Eka Cahyadi, S.Sn., M.Sn², dan Cokorda Alit
Artawan, S.sn., M.Sn³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl. Nusa
Indah, Sumerta, Denpasar Timur, Kota Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail: yogadi321@gmail.com

Abstrak

Dalam era digital saat ini industri kreatif sangat berkembang pesat di Indonesia khususnya di Bali, dengan hadirnya studio kreatif seperti HNS Studio Bali, Terletak di Jl. Ir. Sukarno, Br. Buruan Tampaksiring, Gianyar, Bali, studio ini didirikan pada tahun 2015 oleh Dewa Gede Raka Jana Nuraga, alumni ISI Denpasar. HNS Studio merupakan studio kreatif di bidang jasa ilustrasi, dan animasi. Saat ini penulis dilibatkan dalam pengerjaan salah satu proyek visual *branding* sebagai media promosi dalam peringatan HUT SMA Negeri 1 Tembuku di HNS Studio Bali, meliputi pembuatan desain maskot, *feed*, filter story, desain *stage*, dan desain pendukung lainnya. Yang dimana target acara ini ditunjukkan untuk anak muda khususnya siswa SMP yang akan melanjutkan ke jenjang sekolah menengah atas (SMA), dengan *style* desain terdapat unsur budaya Bali. Melihat permasalahan tersebut, penulis melakukan pengamatan dengan Metode penelitian mencakup observasi, wawancara, partisipasi, dan dokumentasi, serta Studi pustaka. Proses perancangan tersebut melibatkan *brainstroming*, pengumpulan data, dan penerapan unsur – unsur desain seperti ilustrasi, tipografi, dan warna. Dengan demikian, keseluruhan proses perancangan visual *branding* sebagai media promosi untuk event HUT SMA Negeri 1 Tembuku di HNS Studio Bali di buat dengan sistematis dan terstruktur tentu dengan manajemen pembuatan desain yang di terapkan oleh HNS Studio Bali, untuk mencapai hasil yang maksimal.

Kata Kunci: Desain Komunikasi Visual, Visual *Branding*, Media Promosi, HNS Studi Bali

Abstract

In the current digital era, the creative industry is developing rapidly in Indonesia, especially in Bali with the presence of creative studios such as HNS Studio Bali which is located on Jl. Ir. Sukarno, Br. Buruan Tampaksiring, Gianyar, Bali, this studio was founded in 2015 by Dewa Gede Raka Jana Nuraga, an alumni of ISI Denpasar. HNS Studio is a creative studio in the field of illustrative and animation services. Currently the author is involved in working on one of the visual branding projects as promotional media for the anniversary of SMA Negeri 1 Tembuku at HNS Studio Bali, including creating mascot designs, feeds, story filters, stage designs and other supporting designs. The target of this event is aimed at the younger generation, especially junior high school students who will continue to senior high school (SMA), with a design style that contains elements of Balinese culture. Seeing this problem, the author made observations using research methods including observation, interviews, participation and documentation, as well as literature study. The design process involves brainstorming, data collection, and applying design elements such as illustrations, typography, and color. Thus, the entire process of designing visual branding as a promotional medium for the Tembuku 1 High School Anniversary event at HNS Studio Bali was made systematically and structured, of course with design management implemented by HNS Studio Bali in order to achieve maximum results.

Keywords: Visual Communication Design, Visual Branding, Promotional Media, HNS Studio Bali

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, industri kreatif di Indonesia khususnya di Bali mengalami perkembangan yang pesat. Salah satu contoh nyata perkembangan tersebut adalah hadirnya studio kreatif seperti HNS Studio Bali. Terletak di Jl. Ir. Sukarno, Br. Buruan Tampaksiring, Gianyar, Bali, studio ini didirikan pada tahun 2015 oleh Dewa Gede Raka Jana Nuraga, alumni ISI Denpasar. HNS Studio telah meraih reputasi tinggi dalam memberikan layanan desain berkualitas, terbukti dengan kepercayaan dari sejumlah klien ternama seperti BankIndonesia, Google, Bali United, Kompas, dan masih banyak lainnya. Penulis memilih Magang di HNS Studio untuk menambah nilai CV penulis dan dapat menambah pengetahuan di bidang ilustrasi, serta visual *branding* dan media promosi.

Visual *branding* memiliki peran sentral dalam strategi pemasaran. Dalam konteks ini, visual *branding* tidak bisa dipisahkan dari media promosi. Keduanya saling melengkapi, dimana visual *branding* menjadi dasar dari semua materi yang digunakan dalam media promosi. Media promosi yang melibatkan berbagai elemen seperti periklanan, publikasi online, dan media sosial. tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk mempromosikan produk atau jasa, tetapi juga sebagai alat untuk memperkenalkan merek, produk, jasa, maupun *event - event* kepada masyarakat luas.

Dalam sebuah acara, pentingnya visual branding dan media promosi tidak bisa diabaikan. Visual *branding* yang kuat mampu menciptakan identitas yang mudah dikenali oleh *audiens*, dan memberikan kesan profesionalisme. Sedangkan media promosi seperti periklanan, publikasi *online*, dan media sosial berperan dalam menjangkau sasaran yang luas. Dalam hal ini penulis mendapat proyek untuk merancang visual *branding* sebagai media promosi HUT SMA Negeri 1 Tembuku. Yang dimana target acara ini ditunjukan untuk anak muda khususnya siswa SMP yang akan melanjutkan ke jenjang sekolah menengah atas (SMA),

Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan perancangan visual *branding* yang meliputi pembuatan maskot, desain *feed*, *filter Story*, desain *stage* dan desain pendukung lainnya, yang akan digunakan sebagai alat yang efektif untuk

menjangkau masyarakat luas khususnya anak muda, dengan *style* desain terdapat unsur budaya Bali sesuai permintaan dari pihak SMA Negeri 1 Tembuku.

METODE

Adapun data primer dan sekunder pada penelitian ini diperoleh langsung dari HNS Studio dan SMA Negeri 1 Tembuku selaku mitra yang memiliki proyek, untuk diangkat dalam laporan akhir dengan menggunakan beberapa metode:

a. Observasi

Menurut Barlian, E (2018) Suatu kegiatan pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh peneliti dalam proses pengumpulan data, sambil terlibat dalam kegiatan yang diteliti. Selama kerja praktek, penulis melakukan observasi dengan tujuan untuk mencari informasi tentang sistem manajemen di HNS Studio Bali dan mengamati proyek yang diberikan berupa visual branding, melalui observasi langsung untuk mengetahui permasalahan terkait visual *branding* sebagai media promosi yang akan dibuat.

b. Wawancara

Wawancara menurut Barlian, E (2018) wawancara merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh informasi dalam bentuk tanya jawab, dialog, dan diskusi antara peneliti dengan para aktor yang terlibat dalam situasi sosial. dalam hal ini penulis menggunakan wawancara tidak terstruktur. wawancara yang digunakan hanya berupa garis – garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Dalam mengumpulkan semua informasi yang dibutuhkan dalam mengerjakan proyek dari pihak SMA Negeri 1 Tembuku di wakili oleh eka pratama selaku ketua panitia HUT, Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data dan referensi secara *online* dan *offline*

c. Partisipan

Partisipan adalah orang yang ikut serta atau berperan dalam dalam sebuah kegiatan (KBBI, 2016). Dalam hal ini penulis terlibat di dalamnya yakni HNS Studio. Metode partisipasi yang dilakukan penulis yaitu penulis ikut berpartisipasi dalam segala rangkaian kegiatan proses magang/praktik

kerja. Penulis juga turut terlibat dalam mengerjakan proyek-proyek yang diberikan oleh HNS Studio, khususnya pembuatan visual branding sebagai media promosi HUT SMA Negeri 1 Tembuku, secara tidak langsung penulis terlibat didalamnya sekaligus membantu penulis dalam mengumpulkan data, serta Penulis berpartisipasi mulai dari menentukan ide dan konsep, eksekusi ide, hingga tahap perancangan akhir

d. Dokumentasi

Menurut Barlian E (2018) dokumentasi adalah pengumpulan data melalui dokumentasi Seperti data admistrasi, dokumen yang berbentuk catatan, foto dan video". Dalam tahapan ini penulis melakukan pencatatan melalui hasil wawancara, mendokumentasikan data yang didapat metode dokumentasi berupa foto dan referensi gambar dari pihak SMA Negeri 1 Tembuku sebagai penunjang data dalam Proses Perancangan Visual Branding Sebagai Media Promosi untuk Event HUT SMA Negeri 1 Tembuku di HNS Studio.

e. Studi Pustaka

Menurut Harnadi, dan dkk (2022:271) Studi Pustaka / kepustakaan berfungsi sebagai dukungan dan menyediakan bukti ilmiah, yang relevan terhadap masalah yang sedang diselidiki. Dalam studi pustaka penulis mencari informasi untuk kebutuhan proyek ini melalui *e-book* maupun jurnal yang penulis dapatkan melalui internet. Atau pun buku dari perpustakaan isi daenpasar

HASIL DAN PEMBAHASAN

SMA Negeri 1 Tembuku

SMA Negeri 1 Tembuku berada di Br Kelod, Undisan, Kec. Tembuku, Kabupaten Bangli, Bali 80671. Pada tanggal 28 Januari 2024, sekolah ini merayakan hari jadinya yang ke 26 dengan mengadakan acara tahunan bernama GEMA yang merupakan singkatan dari Gerakan Murid Dosma. Tema Hari Jadi ke-26 "Melalui hut SMA Negeri 1 Tembuku ke-26 Diharapkan mampu mewujudkan insan yang berkarakter, bertanggungjawab dan berdaya saing tinggi dalam mencapai kesuksesan dimasa depan". Maskot HUT ke-26 ini adalah Matsya Avatara.

Visual Branding

a. Visual

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), kata visual berarti dapat dilihat dengan indera penglihatan mata. Oleh karena itu, semua hal yang dapat dilihat oleh mata dianggap sebagai visual

b. Branding

Branding menurut Kotler dalam Sulistio (2021:3) berpendapat bahwa pengertian *branding* adalah pemberian nama, istilah, *symbol*, tanda, atau kombinasi dari semuanya yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan barang atau jasa pesaing.

Sehingga Visual *branding* adalah usaha untuk membedakan barang, jasa, atau kelompok penjual dengan menggunakan elemen visual seperti nama, istilah, simbol, tanda, atau kombinasi dari semuanya yang dapat dilihat oleh mata. Tujuan dari visual *branding* adalah untuk menciptakan identitas yang kuat dan mengkomunikasikan pesan tertentu kepada konsumen melalui penggunaan elemen visual seperti warna, desain, logo, dll.

Media Promosi

a. Media

Menurut KBBI media merupakan alat komunikasi seperti koran, majalah, poster, radio, dan lain sebagainya.

b. Promosi

Promosi, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (Media, 2016), adalah upaya pengenalan yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis, perdagangan, dan sebagainya.

Sehingga Media promosi dapat didefinisikan dalam kedua arti tersebut sebagai alat atau sarana yang digunakan dalam upaya promosi untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis, perdagangan, dan bisnis lainnya

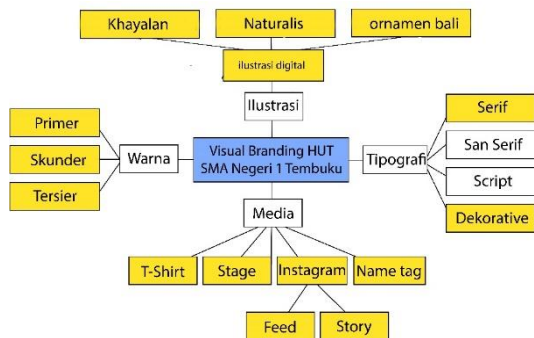
Persiapan Perancangan

Pada bagian ini terdapat serangkaian langkah yang telah terstruktur sesuai dengan manajemen desain di HNS Studio Bali untuk mencapai hasil yang maksimal dalam proses pembuatan desain. Penulis

akan menjelaskan tahapan yang dilakukan untuk mencapai hasil desain tersebut antarlain:

a Brainstroming

Pada Tahap *brainstorming* diawali dengan proses mempelajari konsep yang telah direncanakan sebelumnya bersama klien. Selain itu, untuk mempermudah pengerjaan desain



Tabel 1. Brainstroming (sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

b. Pengumpulan data

Setelah melewati *brainstorming*, maka tahap selanjutnya yaitu mengumpulkan unsur-unsur desain sebagai berikut:

1. Ilustrasi

Ilustrasi yang dibuat pada Proyek ini berdasarkan hasil *brainstorming* dari pihak HNS dan klien, yang dimana maskot kegiatan HUT SMA Negeri 1 Tembuku berwujud Matsya Avatara dengan *style* naturalis kayalan dan terdapat unsur budaya sedangkan untuk desain seperti *feed*, *filter*, *stage*, dan desain pendukung lainnya akan mengikuti konsep dari desain maskot agar menjadi satu kesatuan.



Tabel 2. Ilustrasi Matsya Avatara Sampel klien (sumber:<https://www.tiktok.com/@vxv.dw/video/70879284848231744272023>)



Tabel 3. Patra Punggel (sumber: <https://gungjayack.blogspot.com/2012/12/domina-si-ornamen-patra-punggel-pada-b.html>. 2023)

2. Tipografi

Jenis huruf yang digunakan dalam Prancangan Viual *Branding* sebagai Media promosi untuk event HUT SMA Negeri 1 Tembuku di HNS Studio Bali adalah Jenis Dekorative dan serif

3. Warna

Warna yang digunakan pada desain ini sesuai permintaan klien dominan berwarna kuning dan biru, mengingat matsya avatara hidup di air dan identik berwarna kuning, antara lain sebagai berikut:

| | | | | | | | | | |
|---------|---------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| C = 31% | C = 23% | C = 0% | C = 33% | C = 18% | C = 0% | C = 9% | C = 91% | C = 80% | C = 37% |
| M = 93% | M = 94% | M = 49% | M = 73% | M = 55% | M = 22% | M = 12% | M = 69% | M = 44% | M = 10% |
| Y = 88% | Y = 90% | Y = 100% | Y = 97% | Y = 75% | Y = 65% | Y = 40% | Y = 46% | Y = 23% | Y = 8% |
| K = 38% | K = 16% | K = 0% | K = 32% | K = 2% | K = 0% | K = 0% | K = 38% | K = 2% | K = 0% |

Tabel 4. Palet Warna (sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

Pores Pengerjaan

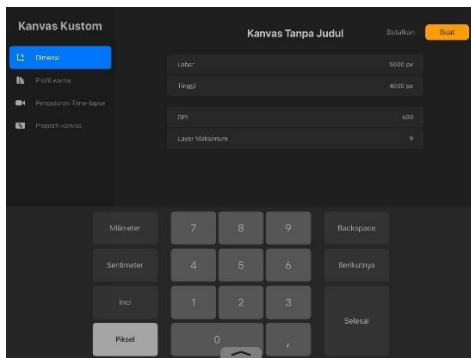
Adapun tahap proses pengerjaan visual *branding* sebagai media promosi untuk HUT SMA Negeri 1 Tembuku Di HNS Studio Bali diantaranya desain Maskot, *filter story*, desain *feed*, desain *Stage*, dan desain pendukung lainnya seperti polo *shirt* dan *name tag*

a. Desain Maskot

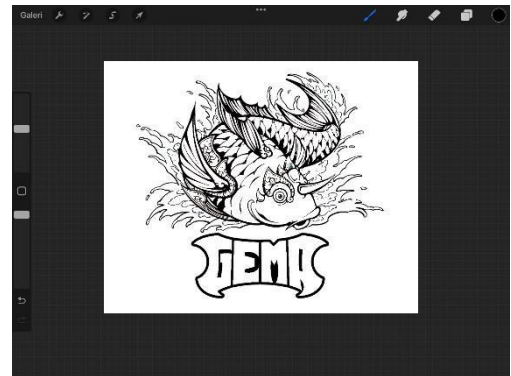
Konsep dari desain maskot ini mengambil tema dari wujud Matsya Avatara sesuai permintaan dari klien. Dengan sentuhan realis khayalan dan budaya bali.

1. Menyiapkan Ukura Kanvas

Langkah pertama, atur ukuran kanvas menjadi 5000x4000 dan *resolusi* 600 DPI menggunakan aplikasi Procreat di iPad Gen 9 menggunakan aplikasi *Procreat*



Tabel 5. Ukuran kanvas desain maskot
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)



Tabel 8. Tahap outline desain maskot
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

2. Tahap Sketsa

Setelah itu proses dilanjutkan ke tahap sketsa, penulis membuat dua sketsa untuk dipilih klien.



Tabel 6. Sket desain makot 1
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)



Tabel 7. Sket desain makot 2
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

3. Tahap Outline

Setelah sketsa disetujui, langkah selanjutnya adalah memberi tinta dengan memberi penekanan pada garis-garis gambar pada sketsa sebelumnya

4. Pewarnaan

Proses diakhiri dengan tahap pewarnaan, sesuai warna yang telah di tentukan sebelumnya.



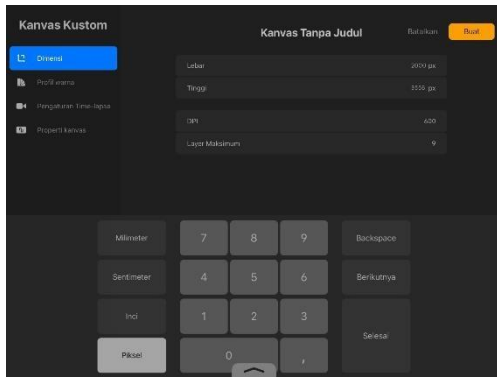
Tabel 9. Tahap pewarnaan desain maskot
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

a. Filter Story

Konsep desain nantinya *filter story* akan di gunakan untuk di media sosial Instagram dengan desain berbentuk *frame* yang menampilkan unsur matsaya avatara dan air serta unsur Bali, untuk warna sendiri sama seperti maskot agar semua desain menjadi satu kesatuan.

1. Menyiapkan ukura kanvas

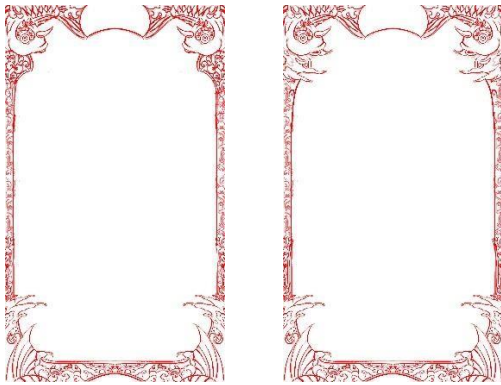
Pertama atur ukuran kanvas menjadi 2000x3556 dan *resolusi* 600 DPI menggunakan aplikasi Procreate di iPad Gen 9 menggunakan aplikasi *Procreate*.



Tabel 10. Ukuran kanvas desain filter
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

2. Tahap Sketsa

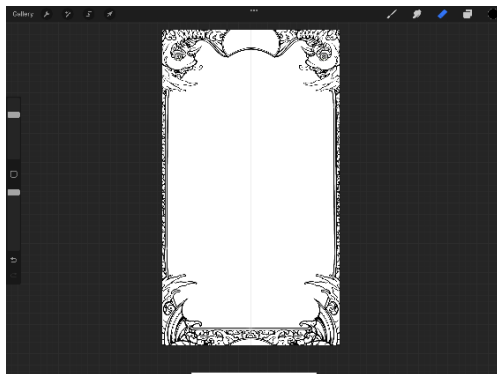
Selanjutnya ke tahap pembuatan sketsa, penulis membuat dua sketsa untuk dipilih klien.



Tabel 11. Sketsa 2 desain filter
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

3. Tahap Outline

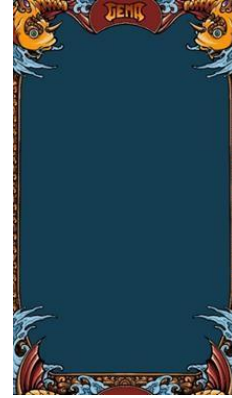
Setelah sketsa disetujui, langkah selanjutnya adalah memberi tinta dengan memberi penekanan pada garis-garis gambar pada sketsa sebelumnya.



Tabel 12. Outline desain filter
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

4. Tahap Pewarnaan

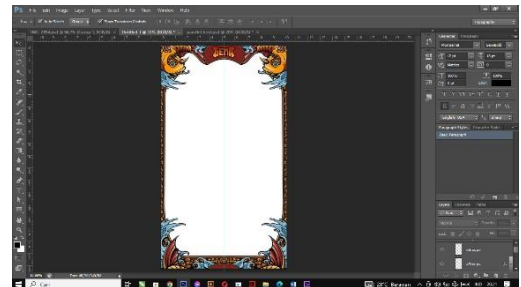
Lanjut ketahap pewarnaan, untuk warna sendiri sesuai dengan warna yang telah di tentukan sebelumnya



Tabel 13. Tahap pewarnaan desain filter
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

5. Tahap *Finishing*

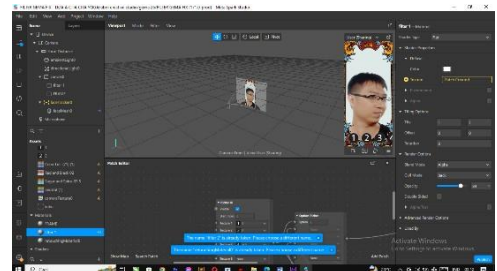
Tahap berikutnya adalah *finishing*, dengan menggunakan Adobe Photoshop dandesain di *save* dengan format png sebagai bahan edit di Meta Spark AR Studio



Tabel 14. Tahap finishing
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

6. Tahap Akhir

Pada tahap akhir, penulis menggunakan aplikasi Meta Spark AR Studio untuk membuat *filter*, Spark AR Studio Adalah aplikasi yang memungkinkan membuat efek dan *filter* untuk media sosial khususnya IG



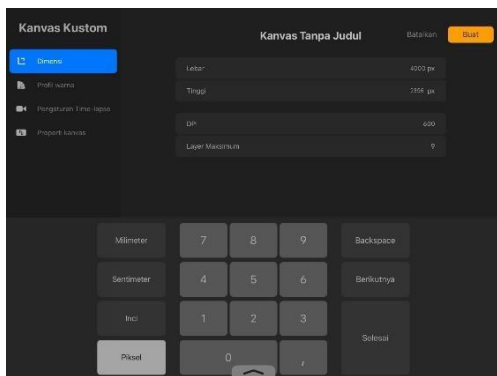
Tabel 15. Tahap pembuatan filter
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

c. Desain Stage

Konsep desain untuk stage sama seperti desain – desain sebelumnya menampilkan unsur matsya avatara dan air serta unsur Bali, untuk warna sendiri sama seperti maskot agar semua desain menjadi satu kesatuan

1. Ukuran Kanvas

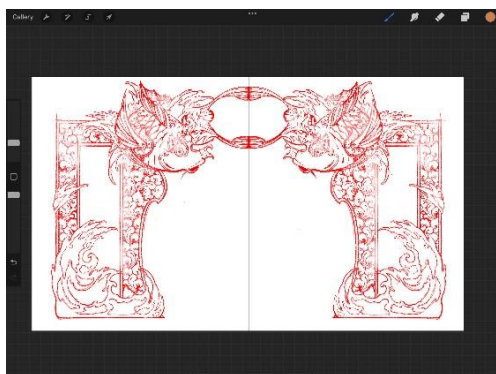
Pertama atur ukuran kanvas menjadi 4000x2356 dan *resolusi* 600 DPI menggunakan aplikasi Procreate di iPad Gen 9 menggunakan aplikasi Procreate



Tabel 16. Ukuran kanvas desain *stage* (sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

2. Tahap Sketsa

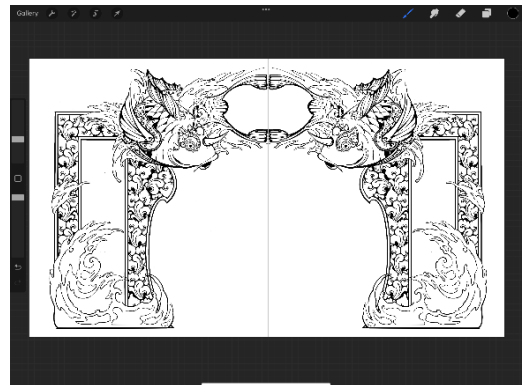
Selanjutnya ke tahap pembuatan sketsa. Selama mengerjakan sketsa panggung penulis terus melakukan kordinasi agar desain panggung sesuai dengan ukuran dan tema acara.



Tabel 17. Sketsa desain *stage* (sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

3. Tahap Outline

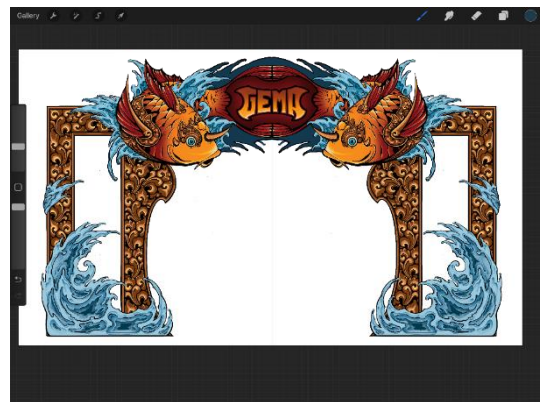
Setelah sketsa disetujui, langkah selanjutnya adalah memberi tinta dengan memberi penekanan pada garis-garis gambar pada sketsa sebelumnya.



Tabel 18. Ukuran kanvas desain *stage* (sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

4. Pewarnaan

Lanjut ketahap pewarnaan, untuk warna sendiri sesuai dengan warna yang telah di tentukan sebelumnya.



Tabel 19. Ukuran kanvas desain *stage* (sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

d. Final Desain

Pada tahap ini desain diserahkan kepada klien dengan catatan pembayaran lunas.

1. Maskot



Tabel 20. Desain maskot
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

2. Desain Feed



Tabel 20. Desain feed
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

3. Desain Stage



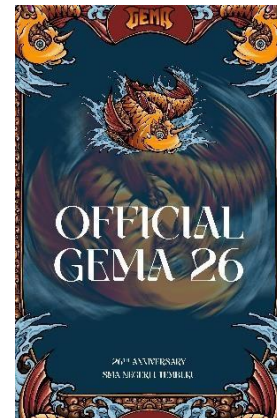
Tabel 21. Desain stage
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

4. Desain Filter



Tabel 22. Desain filter story
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

5. Desain Name Tag



Tabel 23. Desain name tag
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

6. Desain Polo Shirt



Tabel 24. Desain polo shirt
(sumber: Dokumentasi Yoga 2023)

KESIMPULAN

Dalam era digital saat ini industri kreatif sangat berkembang pesat di Indonesia khususnya di Bali, dengan hadirnya studio kretaif seperti HNS Studio Bali. Reputasi tinggi HNS Studio Bali dalam memberikan layanan desain berkualitas, dengan sejumlah klien ternama, sehingga menarik perhatian penulis untuk memilih magang di studio ini. Selama magang di HNS Studio Bali, penulis di percaya untuk membuat dan merancang visual *branding* sebagai media promosi untuk event HUT SMA Negeri 1 Tembuku,

Visual *Brading* dalam proyek ini melibatkan pembuatan maskot, pemilihan palet warna, desain *stage, filter story, feed* instagram, desain polo *shirt* dan *name tag*. Proses perancangan tersebut melibatkan *brainstroming*, pengumpulan data, dan penerapan unsur – unsur desain seperti ilustrasi, tipografi, dan (Promosi, 2016)warna, sesuai dengan konsep yang telah disepakati.

Dengan demikian, keseluruhan proses perancangan visual *branding* sebagai media promosi untuk *event* HUT SMA Negeri 1 Tembuku di HNS Studio Bali di buat dengan sistematis dan terstruktur tentu dengan manajemen pembuatan desain yang di terapkan oleh HNS Studio Bali, untuk mencapai hasil yang maksimal.

DAFTAR RUJUKAN

Berlian, E. (2016). *Metodologi penelitian Kualiatatif dan Kuantitatif*. Padang: Sukabima Press.

Hardiani, d. (2020). *Metode Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup.

Rosa, D. S., Trinawindu, I. K., & Artawan, C. A.(2023). Topeng Tradisional Bali Untuk Ilustrasi Merchandise HNS Invasion. *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Vol. 4, No. 1*.

Sulistio, A. B. (2020). Bending Sebagai Inti dariPromosi Bisnis. *Hurnal Profilm*.

Media. (2016). KBBI. Dipetik November 20, 2023, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/media>

Promosi. (2016). KBBI. Dipetik November 20, 2023, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/promosi>

Visual. (2016). KBBI. Dipetik November 20, 2023, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/visual>