

Perancangan Identitas Visual untuk Konten Media Sosial Rai Fitness Bali

Putu Ryan Maheswara, I Gusti Ngurah Wirawan², I Kadek Jayendra Dwi Putra³

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

Maheswara736@gmail.com

Abstrak

Rai Fitness Bali adalah pusat kebugaran yang telah berdiri selama lebih dari 11 tahun, berkomitmen untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui program kebugaran yang inovatif dan menyenangkan. Seiring dengan perkembangan tren kebugaran dan media sosial, Rai Fitness Bali tidak hanya berfungsi sebagai tempat berolahraga, tetapi juga sebagai wadah komunitas yang mendukung gaya hidup sehat. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran penting perancangan konten visual dalam membangun identitas merek Rai Fitness Bali di era digital, dengan fokus pada platform media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi literatur. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan manajer operasional dan manajer pemasaran Rai Fitness Bali, serta observasi langsung terhadap kegiatan internal dan promosi media sosial mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsistensi visual dan relevansi konten sangat berpengaruh terhadap engagement dan persepsi positif pelanggan. Penggunaan elemen desain seperti tipografi, warna, dan fotografi yang tepat dapat menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan audiens, serta menginspirasi perubahan gaya hidup sehat. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi Rai Fitness Bali untuk merancang strategi konten yang lebih efektif dan relevan di masa depan, serta memperkaya bidang komunikasi visual dan pemasaran digital dalam industri kebugaran. Meski demikian, penelitian ini juga memiliki keterbatasan yang perlu dipertimbangkan dalam studi lanjutan. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa desain visual yang tepat dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam membangun merek yang kuat dan menginspirasi audiens untuk menjalani gaya hidup sehat.

Kata kunci : Desain Konten Visual, Identitas merek, Media Promosi Digital, Fitness, Bali

Abstract

Rai Fitness Bali is a fitness center that has been established for over 11 years, committed to enhancing the quality of life through innovative and enjoyable fitness programs. In line with the rapid growth of fitness trends and social media, Rai Fitness Bali functions not only as a place for exercise but also as a community hub supporting a healthy lifestyle. In this context, this research aims to explore the crucial role of visual content design in building the brand identity of Rai Fitness Bali in the digital era, with a focus on the Instagram platform. The research employs a qualitative methodology with in-depth interviews, participatory observation, and literature review. Data were collected through interviews with the operational manager and marketing manager of Rai Fitness Bali, as well as direct observation of their internal activities and social media promotions. The findings reveal that visual consistency and relevant content significantly influence customer engagement and positive perceptions. The use of design elements such as typography, color, and photography can create a strong emotional connection with the audience and inspire healthy lifestyle changes. This research provides practical implications for Rai Fitness Bali in designing more effective and relevant content strategies in the future and contributes to the fields of visual communication and digital marketing in the fitness industry. However, this study also has some limitations that should be considered for further research. Overall, this research emphasizes the importance of appropriate visual design in building a strong brand and inspiring the audience to embrace a healthy lifestyle.

Keywords : Visual Content Design, Brand Identity, Digital Promotion Media, Fitness, Bali

PENDAHULUAN

Industri kesehatan kini berkembang dengan sangat cepat di Bali. Orang-orang tidak hanya akan datang ke Bali untuk berlibur, tetapi mereka juga tertarik pada tren gaya hidup sehat secara keseluruhan. Ini secara otomatis bergeser ke persaingan kuartil saat masih ada begitu banyak tempat yang menawarkan layanan kesehatan. Hari tersebut menyebabkan setiap pusat kesehatan harus menciptakan identitas visual unik yang akan membantu menempatkannya pada pasar yang lebih luas.

Rai Fitness Bali, salah satu fasilitas kebugaran terkenal di Bali, telah beroperasi selama lebih dari 11 tahun. Tempat ini bukan sekadar pusat olahraga, tetapi juga mencerminkan nilai budaya. Untuk mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif, Rai Fitness Bali perlu terus berinovasi, termasuk melalui desain konten visual yang konsisten dan menarik. Strategi ini sangat penting di platform seperti Instagram, yang penggunaannya terus meningkat setiap tahun. Meski memiliki komunitas dan pengikut yang besar, tampilan media sosial Rai Fitness Bali dinilai kurang optimal. Elemen seperti font, warna, dan tata letak pada feed Instagram mereka belum sepenuhnya mencerminkan identitas merek.

Meskipun Rai Fitness Bali memiliki komunitas dan pengikut yang kuat, tampilan media sosial mereka saat ini dianggap kurang efektif. Dalam feed Instagram Rai Fitness Bali, beberapa fitur, seperti font, warna, dan layout, tidak sepenuhnya menggambarkan identitas merek mereka. Dalam dunia digital yang serba cepat, konsistensi dan keselarasan visual sangat penting untuk menciptakan pengalaman yang kohesif bagi audiens dan meningkatkan persepsi positif pelanggan.

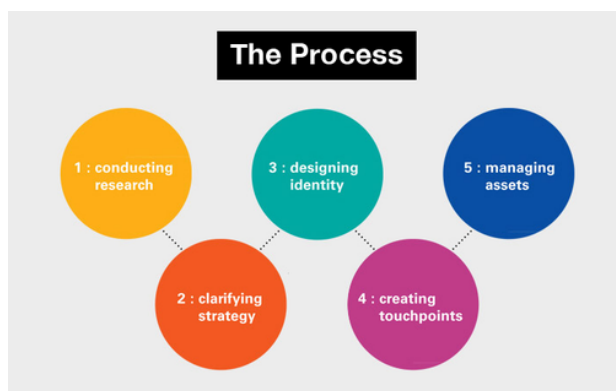
Rai Fitness Bali dapat memperkuat identitas mereknya melalui konten Instagram yang dirancang dengan baik dan terorganisir. Dengan menggunakan elemen desain yang sesuai, seperti warna yang hidup dan tipografi yang tegas, dan foto-foto yang menarik, konten Instagram akan lebih menarik perhatian pengguna dan menginspirasi mereka untuk menjalani gaya hidup sehat. Selain itu, Rai Fitness Bali memiliki kemampuan untuk menumbuhkan hubungan dan keterlibatan pelanggan yang lebih kuat dengan menggunakan pendekatan konten yang lebih direncanakan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana Rai Fitness Bali dapat meningkatkan daya tarik dan identitas mereknya di media sosial, khususnya Instagram, dengan menggunakan perancangan konten visual yang efektif. Dengan menganalisis elemen desain yang tepat dan memahami audiens yang menjadi target utama, penelitian ini diharapkan dapat menawarkan saran yang relevan bagi Rai Fitness Bali untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital mereka.

METODE

Metode Penciptaan

Perancangan identitas visual untuk Rai Fitness Bali ini menggunakan metode penciptaan prosedural yang mengadaptasi prosedur desain yang dikemukakan oleh Alina Wheeler (2009). Metode ini dipilih karena memiliki relevansi yang kuat dengan tujuan penelitian ini, yaitu merancang identitas visual merek yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan kesadaran merek Rai Fitness Bali di media sosial. Dalam metode penciptaan ini, terdapat lima tahapan utama, yaitu: *Conducting Research*, *Clarifying Strategy*, *Designing Identity*, *Creating Touchpoints*, dan *Managing Assets*.



Gambar. Metode Penciptaan Desain Alina Wheeler (Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

a. *Conducting Research*

Tahap pertama adalah melakukan penelitian mendalam mengenai brand Rai Fitness Bali. Penulis melakukan analisis terhadap target audiens, yaitu para pelanggan potensial yang tertarik dengan kebugaran, serta memetakan kompetitor di industri kebugaran. Selain itu, perkembangan tren industri kebugaran dan media sosial juga dianalisis untuk memastikan desain yang dibuat relevan dan sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Penelitian ini mencakup wawancara dengan pihak terkait di Rai Fitness Bali, observasi terhadap kegiatan promosi yang sudah berjalan, serta studi literatur mengenai branding visual dan pemasaran digital di industri kebugaran.

b. *Clarifying Strategy*

Pada tahap ini, penulis merumuskan strategi perancangan yang jelas dan terarah. Penulis menentukan tujuan desain yang ingin dicapai, baik itu dari segi estetika maupun fungsionalitas.

Strategi ini juga meliputi penentuan nilai-nilai yang ingin disampaikan melalui identitas visual, seperti semangat hidup sehat, kebugaran yang menyenangkan, dan komunitas yang inklusif. Selain itu, penulis juga memastikan bahwa desain yang dikembangkan selaras dengan visi dan misi Rai Fitness Bali, serta dapat menciptakan kesan positif yang kuat bagi audiens.

c. *Designing Identity*

Tahap ini berfokus pada pembuatan atau pengembangan elemen-elemen visual yang sudah ada sehingga akan membentuk identitas merek Rai Fitness Bali. Elemen-elemen tersebut meliputi pilihan warna, tipografi, serta ilustrasi dan fotografi yang mendukung. Penulis merancang setiap elemen dengan mempertimbangkan karakteristik merek dan audiens yang menjadi target, sehingga hasil akhirnya tidak hanya menarik tetapi juga mudah dikenali. Seluruh elemen desain ini dirancang untuk saling mendukung dan membangun kesan yang konsisten tentang brand Rai Fitness Bali.

d. *Creating Touchpoints*

Setelah identitas visual terwujud, tahap berikutnya adalah menerapkannya ke dalam berbagai media promosi dan komunikasi yang digunakan oleh Rai Fitness Bali. Pada tahap ini, penulis mencari media yang tepat untuk menyampaikan identitas visual tersebut, seperti poster, banner, konten media sosial, dan materi promosi digital lainnya. Penerapan identitas visual ini memastikan bahwa setiap titik kontak dengan audiens baik itu secara online maupun offline memiliki ciri khas yang konsisten dan mudah dikenali. Hal ini bertujuan untuk memperkuat kesan positif terhadap merek dan meningkatkan engagement dengan audiens.

e. *Managing Assets*

Pada tahap terakhir, penulis memastikan bahwa seluruh aset desain yang dihasilkan dikelola dengan baik untuk mempertahankan konsistensi identitas visual merek di masa depan. Ini mencakup pengelolaan elemen-elemen desain seperti logo, warna, dan tipografi, serta membuat panduan penggunaan identitas visual agar dapat diterapkan secara konsisten di semua media promosi dan komunikasi di masa mendatang. Pengelolaan aset desain ini sangat penting agar identitas visual Rai Fitness Bali tetap terjaga dan dapat berkembang seiring dengan perkembangan merek itu sendiri.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada perancangan ini menggunakan metode kualitatif, yang bertujuan untuk mendapatkan latar belakang masalah, ide, serta cara penyelesaian yang tepat dalam proses perancangan yang kemudian dianalisis lebih lanjut (Rukajat, 2018). Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi langsung dari narasumber terkait. Dalam hal ini, penulis melakukan wawancara dengan I Komang Adi Mulyawan (*Operational Manager*) dan Rahmad Hidayat Putra (*Marketing Manager*) dari Rai Fitness Bali. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai kondisi internal, kendala yang dihadapi dalam promosi, serta strategi pemasaran yang digunakan oleh Rai Fitness Bali.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan mendatangi langsung lokasi Rai Fitness Bali untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kegiatan sehari-hari di gym dan bagaimana sistem promosi dijalankan. Penulis mengamati proses promosi digital melalui media sosial, serta interaksi yang terjadi di gym, untuk memahami konteks permasalahan yang ada.

c. Studi Literatur

Studi literatur digunakan untuk memperkaya pengetahuan tentang teori-teori yang relevan dengan perancangan identitas visual, khususnya dalam konteks promosi digital dan branding. Sumber-sumber yang ditelusuri berupa artikel, jurnal, dan buku yang berkaitan dengan desain identitas visual dan pengembangan branding di sektor fitness dan promosi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Brand Brief

Dalam perancangan identitas visual Rai Fitness Bali, data yang diperoleh dari brand brief menjadi dasar utama dalam merancang konsep desain. Brand brief mencakup latar belakang perusahaan, tujuan perancangan, target audiens, konsep identitas visual, karakteristik brand, pesan yang ingin disampaikan, dan media promosi yang digunakan.

1. Target Audiens

Target audiens Rai Fitness Bali adalah individu berusia 18 hingga 35 tahun, yang aktif berolahraga dan tertarik pada gaya hidup sehat. Mereka cenderung menggunakan media sosial untuk mencari informasi terkait promosi dan kegiatan kebugaran.

2. Konsep Identitas Visual

Konsep yang diusung adalah *Sporty*, yang mencerminkan semangat hidup sehat, dinamis, dan energik. Desain menggunakan elemen-elemen visual seperti gambar alat fitness modern, warna cerah (merah, putih, hitam), serta tipografi tegas untuk memperkuat identitas brand. Konsep ini diharapkan dapat memperkuat citra Rai Fitness Bali sebagai pusat kebugaran yang aktif dan penuh energi.

3. Media Promosi

Media promosi yang dirancang untuk Rai Fitness Bali adalah feeds Instagram, poster, dan thumbnail

a. Feeds Instagram

menampilkan foto aktivitas olahraga dengan grafis dinamis dan warna cerah, menciptakan kesan energik dan menarik perhatian audiens.

b. Poster

berfokus pada gambar dinamis dan pencahayaan dramatis untuk menyampaikan pesan promosi dengan jelas.

4. Konsistensi Desain

Penerapan identitas visual yang konsisten di seluruh media promosi akan memperkuat pengenalan brand. Desain yang konsisten menggunakan elemen seperti warna, tipografi, dan fotografi yang mendukung citra *sporty* dan energik Rai Fitness Bali.

Konsep *Sporty* yang diterapkan berhasil menciptakan identitas visual yang dinamis dan sesuai dengan karakter Rai Fitness Bali. Desain yang konsisten di berbagai media promosi akan meningkatkan brand awareness dan memperkuat hubungan dengan audiens target.

Konsep Perancangan

Setelah melakukan pengumpulan data dan berdiskusi dengan pihak manajemen Rai Fitness Bali mengenai konsep brand yang diinginkan, disimpulkan bahwa konsep yang diangkat adalah *Sporty*. Konsep desain *Sporty* ini bertujuan untuk menciptakan kesan dinamis dan energik, sesuai dengan karakteristik Rai Fitness Bali sebagai pusat kebugaran yang selalu berfokus pada gaya hidup sehat dan aktif.

Konsep "*Sporty*" dalam desain grafis ini

mengutamakan kesederhanaan dalam elemen visual yang digunakan, dengan penekanan pada warna cerah seperti merah dan putih yang memberikan kesan semangat. Desain ini tidak terlalu banyak menggunakan elemen berlebihan, namun setiap elemen yang ada memiliki makna yang kuat dan mendukung pesan tentang kebugaran. Selain itu, elemen-elemen visual seperti gambar alat fitness modern dan aktivitas olahraga menonjolkan atmosfer yang aktif dan memotivasi.

Melalui konsep *Sporty*, perancangan identitas visual ini bertujuan untuk memperkuat citra Rai Fitness Bali sebagai tempat yang modern, bersih, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi setiap pengunjungnya.

Tahapan Perancangan

a. Penentuan Ide

Pada tahap awal perancangan identitas visual Rai Fitness Bali, ide utama yang dipilih adalah "*Sporty*", yang berfokus pada energi, dinamika, dan semangat hidup sehat. Konsep ini dipilih untuk mencerminkan karakteristik Rai Fitness Bali sebagai pusat kebugaran yang memiliki suasana aktif dan penuh semangat. Dengan tema *sporty*, identitas visual bertujuan untuk menyampaikan pesan tentang gaya hidup sehat yang energik, tanpa menggunakan elemen visual yang berlebihan. Di sini, desain difokuskan pada elemen-elemen yang mencerminkan aktivitas olahraga, seperti alat fitness modern dan warna-warna cerah yang menggugah semangat, seperti merah dan putih. Konsep ini dipilih karena sesuai dengan audiens target Rai Fitness Bali yang menyukai aktivitas fisik dan gaya hidup sehat, serta menciptakan identitas visual yang kuat dan mudah dikenali.

b. Pengumpulan Bahan

Setelah penentuan ide, tahap selanjutnya adalah pengumpulan bahan yang relevan dengan konsep *sporty*. Pada tahap ini, berbagai referensi visual yang mendukung tema energi dan dinamika dikumpulkan, termasuk gambar, foto, dan elemen desain grafis. Pengumpulan bahan juga mencakup observasi langsung di Rai Fitness Bali untuk memahami atmosfer dan karakteristik tempat tersebut secara lebih mendalam. Dalam konteks *sporty*, bahan yang dikumpulkan meliputi gambar alat fitness modern, aktivitas olahraga, serta warna-warna yang dapat mewakili semangat dan energi,

seperti merah, oranye, dan warna-warna cerah lainnya. Elemen desain yang dikumpulkan akan digunakan untuk menciptakan identitas visual yang memancarkan energi dan semangat hidup sehat sesuai dengan karakteristik Rai Fitness Bali.

c. Penciptaan Karya

Setelah bahan-bahan dikumpulkan, tahap berikutnya adalah penciptaan karya visual yang mencerminkan konsep ini. Pada tahap ini, elemen-elemen seperti logo, tipografi, palet warna, dan desain grafis lainnya mulai dirancang dengan fokus untuk menonjolkan kesan dinamis dan energik. Konsep *sporty* diterjemahkan ke dalam desain dengan menggunakan elemen-elemen yang sederhana namun berkesan, seperti penggunaan warna cerah yang menggugah semangat, grafis yang mencerminkan aktivitas olahraga, serta tipografi yang modern dan mudah dibaca. Desain ini tidak hanya bertujuan untuk menciptakan identitas visual yang konsisten, tetapi juga untuk memperkuat pesan tentang semangat hidup sehat dan aktif yang ingin disampaikan oleh Rai Fitness Bali kepada audiensnya. Karya desain yang dihasilkan harus mampu menciptakan kesan yang kuat, namun tetap menjaga kesederhanaan dan tidak berlebihan, sesuai dengan prinsip dasar dari konsep *sporty*.

Identitas Visual Brand

a. Logo

Logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual. Sebuah logo diperoleh maknanya dari suatu kualitas yang disimbolkan, melalui corporate culture, positioning, historis atau aspirasi (Rustan, 2009 : 8). Logo yang berupa olahan huruf disebut *Logotype* dan logo yang berwujud gambar disebut *Logogram*. Logo yang memuat rangkaian huruf dan gambar tidak memiliki sebutan khusus. Secara lazim ketiga jenis simbol tersebut disebut logo. (Supriyono, 2010 : 101)



Gambar . Logo Brand Rai Fitness Bali
(Sumber : Dokumentasi Rai Fitness Bali)

Secara keseluruhan, desain logo ini menunjukkan kesederhanaan namun dengan kekuatan visual yang memadai. Bentuk bulat, dengan huruf yang terintegrasi, serta penggunaan warna-warna kuat memberikan kesan yang dinamis dan enerjik, cocok dengan atmosfer yang diinginkan oleh Rai Fitness Bali.

Logo ini berhasil menciptakan identitas visual yang tidak hanya merepresentasikan karakteristik pusat kebugaran, tetapi juga memberikan kesan yang profesional dan modern, yang akan mudah dikenali oleh para audiens atau pelanggan yang menyukai dunia fitness.

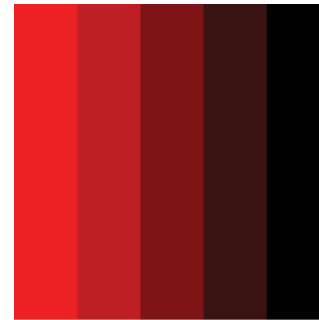
Dengan desain logo yang memadukan warna merah, hitam, dan putih, serta huruf "R" dan "F" yang sederhana namun kuat, logo Rai Fitness Bali secara efektif dapat memperkuat brand dan meningkatkan daya tarik visual di berbagai media promosi, baik di dunia digital maupun cetak.

b. Warna

Brand color merupakan palet warna yang digunakan secara konsisten pada identitas merek atau perusahaan untuk menciptakan kesan yang khas dan membedakan merek tersebut dari pesaing (Salsabila, 2023).

Warna adalah elemen penting dalam desain yang memiliki kekuatan untuk menyampaikan pesan dan menciptakan suasana tertentu. Dalam konteks desain grafis dan identitas visual, warna digunakan untuk mengkomunikasikan emosi, karakter, dan citra perusahaan. Setiap warna memiliki makna psikologis yang dapat mempengaruhi persepsi audiens terhadap sebuah brand atau produk.

Pada desain identitas visual Rai Fitness Bali, warna yang digunakan mencerminkan konsep "*Sporty*" yang dinamis dan energik. Warna merah dan Putih, misalnya, dipilih karena dapat memberikan kesan semangat, keberanian, dan energi, yang sesuai dengan karakteristik pusat kebugaran. Merah adalah warna yang sering dikaitkan dengan gairah dan aktivitas, sementara putih menggambarkan semangat, kreativitas, dan kebahagiaan. Kombinasi warna ini tidak hanya memperkuat citra brand yang aktif dan modern, tetapi juga mampu menarik perhatian dan memotivasi audiens untuk menjaga gaya hidup sehat.



shutterstock.com · 1417744469
Gambar . Warna Brand Rai Fitness Bali
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Pemilihan warna yang tepat adalah salah satu elemen utama dalam memperkuat identitas visual yang ingin disampaikan oleh Rai Fitness Bali, serta membedakannya dari kompetitor di industri yang sama.

c. Tipografi

Tipografi adalah seni dan teknik dalam menyusun huruf atau teks yang digunakan dalam desain visual. Dalam sebuah desain grafis, tipografi tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga berperan penting dalam membentuk karakter dan kepribadian brand. Jenis huruf (font), ukuran, jarak antar huruf (*tracking*), serta berat dan kemiringan (*italic*, *bold*) semuanya dapat mempengaruhi kesan yang ditimbulkan oleh sebuah desain.

Anton (Judul)

Font Anton dipilih untuk judul dan headline. Font ini memiliki bentuk yang berani dan tegas, menciptakan kesan kuat dan enerjik, sesuai dengan karakter Rai Fitness Bali yang dinamis. Dengan garis yang tebal dan sederhana, Anton mampu menarik perhatian audiens dengan mudah.



Gambar . Anton Font
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Poppins (*Body Copy*)

Font Poppins digunakan untuk teks body copy, seperti deskripsi layanan dan informasi promosi. Poppins memiliki bentuk yang bersih, modern, dan mudah dibaca, sehingga nyaman digunakan untuk teks yang lebih panjang. Font ini juga memberikan

kesan yang ramah dan fungsional, yang penting untuk kenyamanan audiens.

Konsistensi Font

Kombinasi antara Anton untuk judul dan Poppins untuk body copy memberikan keseimbangan antara kesan kuat dan mudah dibaca, serta menciptakan kesan profesional dan kredibel. Penggunaan font yang konsisten ini memperkuat identitas visual Rai Fitness Bali dan memudahkan audiens dalam memahami pesan yang disampaikan.

Proses Desain Media Promosi

Pada proses desain ini penulis akan menjelaskan proses perancangan desain media promosi dari tahap awal hingga akhir pada media utama perancangan ini yaitu media poster. Desain ini bertujuan dalam mengisi bagian kosong pada dinding Rai Fitness Bali sebagai media informasi. Desain poster ini menggunakan desain ilustrasi dengan konsep memvisualisasikan kegiatan dan program program yang ada di rai fitness bali

A. Feeds Instagram

Pemilihan elemen desain yang tepat sangat penting dalam pembuatan feed Instagram agar pesan brand bisa tersampaikan dengan jelas dan menarik. Elemen seperti tipografi, warna, dan gambar harus dipilih untuk mencocokkan tema dan identitas brand.

1. Menentukan Konsep Desain

Tahap awal dimulai dengan eksplorasi ide untuk merancang konsep desain yang mencerminkan tujuan proyek. Konsep yang dipilih harus sejalan dengan pesan yang ingin disampaikan, yaitu menciptakan kesan sporty, dinamis, dan energik.

2. Pengumpulan Materi Desain

Tahap ini melibatkan pengambilan aset foto di lokasi Rai Fitness Bali. Foto-foto yang diambil berfokus pada fasilitas gym, aktivitas olahraga, dan elemen penting lainnya, untuk menciptakan konten yang autentik dan sesuai dengan konsep sporty.



Gambar . Proses shooting di Rai Fitness Bali
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

3. Penciptaan Karya

Setelah foto diambil, tahap editing dimulai menggunakan Adobe Lightroom untuk menyesuaikan warna dan memperkuat kesan energik dan sporty. Foto yang sudah diolah kemudian disusun dalam desain feed Instagram menggunakan Adobe Photoshop. Desain feed ini mengutamakan visual yang bersih, dinamis, dan profesional dengan menggunakan font Anton untuk judul dan Poppins untuk *body copy*.

Tipografi dan Warna

Tipografi

Pada desain feed Instagram, font Anton dipilih untuk judul karena memiliki karakter yang tegas dan kuat, memberikan kesan dinamis dan langsung menarik perhatian. Sedangkan font Poppins digunakan untuk *body copy* karena memiliki desain geometris yang bersih dan tingkat keterbacaan yang tinggi, cocok untuk teks panjang atau informasi promosi.



Gambar . Anton Font
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar . Poppins Font
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Untuk memberikan sentuhan unik pada font Anton, saya memodifikasinya dengan cara memiringkan secara horizontal sebesar 4,5 derajat. Modifikasi ini bertujuan untuk menciptakan variasi visual yang menarik tanpa menghilangkan karakter utama font yang tegas dan mudah dibaca. Dengan kemiringan tersebut, font terlihat lebih dinamis dan modern, memberikan kesan gerakan dan energi yang selaras dengan citra Rai Fitness Bali sebagai brand yang aktif, kuat, dan progresif



Gambar . Anton Font, miring
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Warna

Kombinasi warna merah, hitam, dan putih digunakan untuk menciptakan kesan energik dan profesional. Merah menggambarkan semangat dan motivasi, hitam memberikan kesan elegan dan kuat, sementara putih memberi kesan bersih dan minimalis, menciptakan keseimbangan visual yang baik.

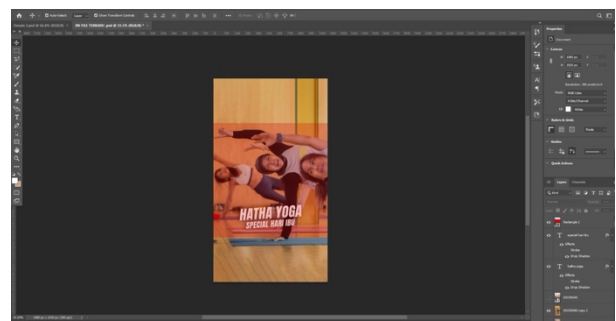
Dengan menggunakan elemen-elemen ini secara konsisten, desain feed Instagram Rai Fitness Bali tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga menciptakan identitas yang kuat, memotivasi

audiens, dan mengkomunikasikan pesan gaya hidup aktif dan kebugaran dengan jelas.

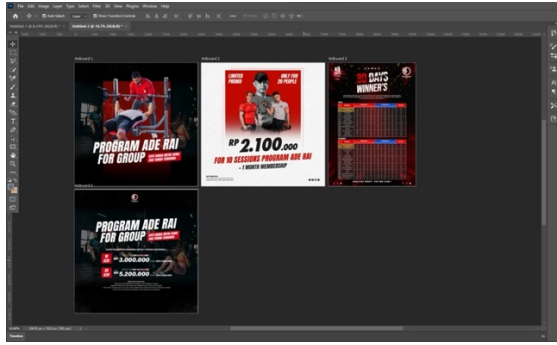


Gambar . Color Palette
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Pada desain feed Instagram, penggunaan thumbnail yang berbasis visual foto menjadi elemen utama karena foto dapat langsung menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan secara visual. Foto-foto yang digunakan umumnya menampilkan aktivitas olahraga atau suasana gym yang dinamis dan energik, yang sesuai dengan identitas brand Rai Fitness Bali. Di samping itu, font Anton miring dipilih untuk judul karena memberikan kesan tegas dan modern, serta memberikan sentuhan khas yang membedakan dari desain lainnya. Font yang dimiringkan ini menambah kesan dinamis dan aktif, selaras dengan konsep *sporty* brand tersebut. Selain itu, media promosi seperti poster, Jadwal kelas, dan konten media sosial juga diterapkan dengan desain yang konsisten, menggunakan elemen-elemen visual yang telah ditentukan, untuk memperkuat citra dan pesan yang ingin disampaikan oleh Rai Fitness Bali. Pemilihan media ini bertujuan untuk menjangkau audiens lebih luas dan menciptakan keterlibatan yang lebih tinggi dengan brand.



Gambar . Proses desain Thumbnail instagram
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar . Proses desain feeds instagram
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

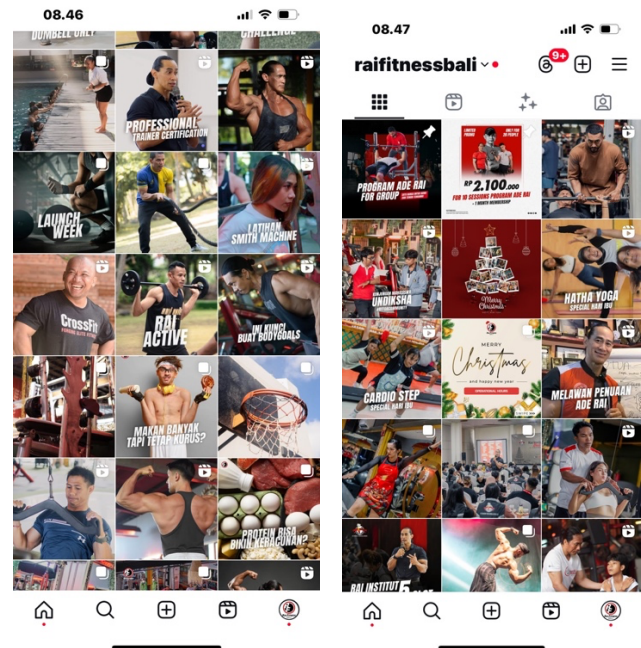
Penyusunan thumbnail yang selaras di reels sangat relevan dengan konsep Rai Fitness Bali, terutama dalam menjaga konsistensi tampilan visual di feeds. Dengan desain thumbnail yang terintegrasi dengan palet warna, font, dan gaya yang sudah digunakan di feeds, Rai Fitness Bali dapat memperkuat identitas merek dan menciptakan kesan profesional yang konsisten di semua platform. Thumbnail yang selaras tidak hanya menarik perhatian audiens tetapi juga menciptakan harmoni visual di grid profil Instagram. Hal ini membantu audiens langsung mengenali konten dari Rai Fitness Bali, baik itu video latihan, tips kesehatan, atau promosi. Selain itu, desain yang konsisten memudahkan audiens memahami tema setiap konten secara cepat, meningkatkan engagement, dan memperkuat citra Rai Fitness Bali sebagai brand yang modern, terorganisir, dan terpercaya dalam industri kebugaran.



Gambar . Feeds Instagram Rai Fitness Bali
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Prinsip-prinsip estetika dalam karya terdiri dari empat hal, yaitu prinsip kesatuan, keselarasan,

keseimbangan, dan kontras (Hadi, 2021). Estetika desain dapat diartikan sebagai penampakan visual sesuai dengan prinsip desain. Maka pada sub bab kali ini akan menjelaskan mengenai estetika pada ke tiga karya sesuai dengan prinsip desain.



Gambar . Feeds Instagram Rai Fitness Bali
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Estetika desain feed Instagram Rai Fitness Bali menonjolkan konsep kebugaran yang dinamis dan profesional. Konsistensi visual tercermin melalui penggunaan font modern yang tegas dan tata letak seragam di setiap postingan, menciptakan identitas brand yang mudah dikenali.

Palet warna dominan terdiri dari merah, putih, dan hitam, yang mencerminkan energi, kebersihan, dan kekuatan. Kombinasi warna ini memberikan keselarasan visual yang efektif dalam menyampaikan suasana *sporty* dan profesional. Penambahan warna kontras, seperti kuning atau abu-abu, digunakan secara selektif untuk menyoroti informasi penting, menambah daya tarik visual, dan memastikan pesan tersampaikan dengan jelas.

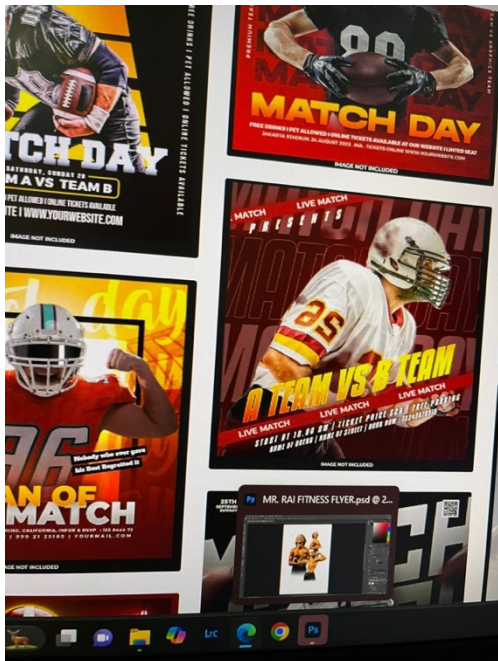
B. Poster

Perancangan poster untuk Rai Fitness Bali dilakukan melalui tiga tahapan utama yaitu menentukan ide, pengumpulan aset, dan pembentukan karya. Setiap tahapan bertujuan untuk memastikan desain yang dihasilkan sesuai dengan identitas brand Rai Fitness

Bali yang mengungsong konsep *sporty*, dinamis, dan penuh energi.

a. Menentukan Ide

Pada tahap awal, proses perancangan dimulai dengan mengumpulkan berbagai inspirasi desain dari platform seperti Pinterest atau sumber lainnya. Sumber-sumber ini kemudian dikelompokkan berdasarkan tema dan tujuan poster, yang meliputi beberapa kategori seperti informasi, event, *workout challenges*, dan *what we do today*. Poster yang dihasilkan bertujuan untuk memperkenalkan berbagai aspek dari Rai Fitness Bali, seperti jadwal kelas, promosi personal training, acara khusus (kompetisi, seminar), atau tantangan kebugaran.



Gambar . Refrensi Desain
(Sumber : Pinterest)

Menggunakan referensi desain yang relevan dengan konsep *sporty* sangat penting untuk memastikan hasil poster tetap konsisten dengan identitas brand dan menarik perhatian audiens yang lebih luas. Referensi ini juga membantu menghemat waktu dan tenaga, sekaligus memastikan desain tetap terarah dan efektif.

b. Pengumpulan Aset

Pengumpulan aset dilakukan dengan melakukan shooting foto di lokasi Rai Fitness Bali, dengan tujuan untuk menghasilkan gambar yang autentik

dan sesuai dengan kebutuhan desain. Foto yang diambil difokuskan pada beberapa elemen utama, seperti fasilitas gym, aktivitas anggota, peralatan olahraga, dan momen spesial yang menunjukkan semangat kebugaran.



Gambar . Proses Shooting
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Proses pemotretan yang memakan waktu sekitar 4 jam memastikan bahwa setiap foto diambil dengan perhatian terhadap pose, pencahayaan, dan detail, agar hasilnya dapat memenuhi standar yang diinginkan. Setelah sesi pemotretan selesai, foto-foto diseleksi dan dikelompokkan berdasarkan subjek untuk mempermudah proses pengeditan.



Gambar . Hasil Foto
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

c. Pembentukan Karya

Pada tahap pembentukan karya, Adobe Photoshop dan Adobe Lightroom digunakan untuk mengolah foto

dan menyusun desain poster yang konsisten dengan identitas visual Rai Fitness Bali. Pendekatan desain yang diterapkan di sini tetap mempertahankan tema sporty dengan menggunakan elemen-elemen desain yang sesuai.

Pengeditan di Lightroom

Proses pengeditan di Lightroom berfokus pada penyesuaian warna dan pencahayaan agar gambar-gambar yang diambil sesuai dengan karakter *sporty* dan energik yang menjadi ciri khas Rai Fitness Bali. Proses *color grading* dilakukan dengan memberi efek kontras yang tinggi untuk membuat elemen-elemen penting dalam gambar, seperti peralatan gym dan aktivitas anggota, lebih menonjol. Editing ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik visual tanpa menghilangkan kesan autentik suasana gym.



Gambar . Editing di Light Room
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Tipografi

Tipografi menjadi elemen penting dalam poster karena dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Font Anton dipilih untuk judul poster karena karakteristiknya yang tegas, bold, dan mudah dibaca, bahkan dalam ukuran besar. Font Anton memberikan kesan kuat dan profesional, sehingga cocok untuk menonjolkan informasi utama di poster, seperti promosi atau jadwal kelas. Pemilihan font yang tegas juga memastikan audiens dapat segera menangkap informasi yang disampaikan tanpa kebingungan.

Sementara itu, font Poppins digunakan untuk isi teks atau *body copy* dalam poster. Font ini memiliki karakteristik yang bersih, geometris, dan sangat mudah dibaca, bahkan dalam ukuran kecil. Poppins memberikan kesan sederhana dan modern, yang sangat mendukung keseluruhan tampilan poster agar terlihat terorganisir, rapi, dan profesional.

Kombinasi penggunaan Anton untuk judul dan Poppins untuk *body copy* menciptakan keseimbangan visual yang harmonis antara elemen-elemen dalam poster.



Gambar . Font yang digunakan
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar . Penerapan font pada desain
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Warna

Kombinasi warna merah, hitam, dan putih sangat penting dalam menciptakan identitas visual yang kuat dan konsisten dengan konsep *sporty*. Warna-warna ini digunakan untuk memberikan kesan energik dan profesional pada setiap poster.



shutterstock.com · 1417744469

Gambar . Color Palette
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Merah Digunakan untuk menonjolkan elemen-elemen yang ingin ditekankan, seperti judul atau informasi utama. Warna ini menggambarkan semangat dan energi, yang sesuai dengan tema kebugaran dan motivasi. Hitam Memberikan kesan elegan, kuat, dan stabil. Warna hitam memberikan kontras yang tajam dengan elemen lainnya dan menonjolkan detail penting, seperti call-to-action atau logo. Putih Menambah kesan bersih, modern, dan minimalis. Warna putih digunakan untuk memberi ruang visual, menjaga keseimbangan dan membuat poster lebih terorganisir serta mudah dibaca.

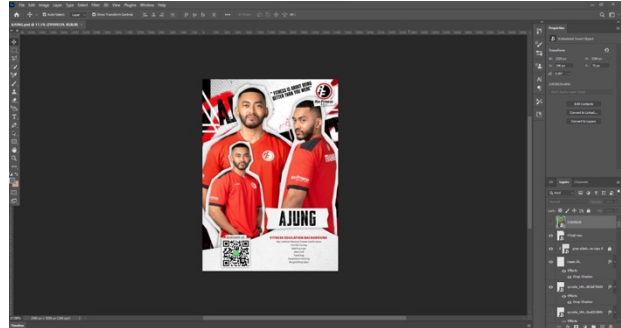


Gambar . Penerapan warna pada desain
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Kombinasi warna ini juga konsisten dengan desain feed Instagram Rai Fitness Bali, yang menggunakan palet warna yang sama untuk memastikan identitas visual yang terjaga antara platform digital dan media cetak. Penerapan efek kontras yang tajam juga menambah daya tarik visual, membantu audiens fokus pada pesan utama yang ingin disampaikan.

Pada pengaplikasian warna dengan ilustrasi, efek tegas dan kontras digunakan untuk memastikan elemen-elemen penting, seperti poin-poin informasi, menjadi lebih menonjol dan mudah dikenali. Warna yang kontras menciptakan pemisahan visual yang jelas antara latar belakang dan elemen utama, sehingga audiens dapat langsung fokus pada pesan yang ingin disampaikan. Kombinasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual, tetapi juga membantu menyampaikan informasi secara lebih efektif. Dengan menggunakan palet warna yang

sudah konsisten, efek tegas dan kontras ini tetap harmonis dengan keseluruhan desain, memberikan kesan yang kuat, modern, dan profesional, sekaligus memandu mata audiens untuk membaca poster secara terstruktur.



Gambar . Hasil Desain
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Dengan pendekatan ini, poster tidak hanya terlihat menarik secara visual, tetapi juga mampu mencerminkan identitas brand secara keseluruhan. Kesatuan desain antara feed Instagram dan poster memberikan pengalaman visual yang konsisten bagi audiens, sehingga membantu membangun citra profesional dan terpercaya untuk Rai Fitness Bali. Penggunaan Adobe Photoshop memungkinkan fleksibilitas dalam menyesuaikan elemen desain, memastikan setiap poster dapat disesuaikan dengan tema spesifik tanpa kehilangan esensi sporty.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa perancangan identitas visual untuk media promosi brand Rai Fitness dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis. Tahap pertama dimulai dengan pengumpulan data melalui briefing dan brainstorming bersama pemilik Rai Fitness untuk memperoleh informasi yang mendalam tentang konsep dan nilai-nilai brand yang ingin diterapkan. Penulis kemudian melakukan riset mandiri, mencari referensi dari brand lain, desain visual, dan elemen terkait untuk memperkaya pemahaman tentang visual branding yang tepat.

Setelah tahap riset, penulis merancang moodboard untuk menggambarkan konsep final identitas visual yang akan diterapkan. Moodboard ini kemudian disampaikan kepada pemilik untuk disetujui. Proses perancangan identitas visual ini menghasilkan *Graphic Standard Manual (GSM)* atau *Brand Guidelines*, yang memuat elemen-elemen visual seperti logo, palet warna, tipografi, ilustrasi, serta aturan penggunaannya agar identitas visual Rai

Fitness tetap konsisten di berbagai media.

Setelah identitas visual disetujui, elemen-elemen tersebut diterapkan pada berbagai media promosi, seperti poster, brosur, kartu anggota, stiker, dan konten media sosial. Penulis dan pemilik Rai Fitness melakukan briefing dan brainstorming kembali untuk menentukan media promosi yang diperlukan serta tujuan penggunaannya. Seluruh desain media promosi tersebut dirancang dengan mengacu pada elemen-elemen dari GSM untuk memastikan konsistensi branding.

Proses desain media promosi mencakup beberapa tahapan, mulai dari brainstorming konsep, pembuatan moodboard dan pewarnaan, layouting, finishing, hingga revisi bersama pemilik untuk mencapai desain yang maksimal dan sesuai dengan ekspektasi.

Dengan mengikuti tahapan yang terstruktur ini, identitas visual Rai Fitness berhasil diterapkan secara konsisten dalam berbagai media promosi, yang memperkuat citra brand dan mendukung kesuksesan promosi di pasar.

Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. John Wiley & Son

DAFTAR RUJUKAN

Adithya, G. R., Dewi, A. K., dan Nuriarta, I. W. (2023). Perancangan Identitas Visual Pada Media Promosi Event Open Studio 7 di Flor

Studio, *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 04(01), 68-75.

<https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i01.1949>

Rosyida, K. (2015). TA: Perancangan Branding LAXMI Cake and Bakery sebagai Upaya Peningkatan Brand Loyalty (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).

<https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/4672/1/10420100065-2015-STIKOMSURABAYA.pdf>

Rukajat, A. (2018). Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach). Deepublish. <http://repository.iainkudus.ac.id/8946/6/06%20BAB%20III.pdf>

Salsabila, A., Sayekti, P., Hermanto, Y. A L. (2023) Perancangan Visual Identity Pada Butik E Collection Balikpapan. *Jeskovsia : Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 07(02), 29-42.

<http://repository.um.ac.id/id/eprint/292095>

