

## **Bab V Tata Visual Desain**

### **BAB V TATA VISUAL DESAIN**

Perancangan logo dan identitas *brand* Trinity Community melalui beberapa tahapan yang terdiri dari perancangan identitas visual, kemudian dilanjutkan dengan perancangan buku *Graphic Standard Manual*, dan perancangan media promosi digital melalui aplikasi *Instagram*. Tahap visualisasi desain dimulai dengan membuat beberapa *thumbnail* sketsa logo yang akan dipilih dan dikembangkan lagi, setelah itu akan dibuat vector logo dengan bantuan grid dalam metode digital dengan bantuan software komputer *Adobe Illustrator*. Setelah itu dilanjutkan dengan pemilihan *color pallete brand*, penggunaan *typeface* yang akan digunakan, dan *pattern*, sebagai elemen-elemen identitas visual.

Semua identitas visual perusahaan yang telah dibuat dan ditetapkan akan dilanjutkan dengan pembuatan buku *Graphic Standard Manual* yang berguna untuk mengatur dan menjadi panduan dalam mengaplikasikan logo dan elemen identitas visual lainnya kepada berbagai media *corporate identity* seperti *merchandise, poster, delivery car, stationar, quotes card, voucher, business card, paper bag* dan *plastic bag, loyalty card, stamp, tape, medical mask*, berbagai *signage, design outlet, design event boot, table number, floor plan, IG feeds*, dan *IG story*.

#### **5.1 Creative Brief**

*Creative Brief* merupakan catatan yang berisikan ringkasan data perusahaan yang berperan sebagai pedoman untuk melakukan tahapan visualisasi desain. Pada perancangan ini, *brief* diisi dengan wawancara dengan pemilik Trinity Community. Data dari *creative brief* akan diterapkan pada semua tahapan visualisasi mulai dari logo, *brand identity*, elemen visual, dan media promosi, agar tahapan visualisasi lebih terarah dan sesuai dengan tujuan awal.

## CREATIVE BRIEF

### Trinity Community

- Trinity Community** : adalah Komunitas kerohanian yang ada di Gereja Kristus Tuhan Jemaat 1 Malang yang ada mulai dari tahun 2008 sampai sekarang. Trinity Community sendiri merupakan sebuah Perkumpulan kaum muda mudi dari jemaat gereja GKT 1 Malang. Yang berlatarkan di Gereja Kristus Tuhan Jemaat 1 Jalan Prof. Moch Yamin No.5, Sukoharjo, Kec. Klojen, Kota Malang.
- Product** : Event kerohanian di kota Malang terutama dibawah naungan Gereja Kristus Tuhan Indonesia
- Competitors** : Youth Lembah Dieng, Yest Youth Malang, Youth Maranatha

## TARGET AUDIENCE

- Demographic** : Laki-laki dan perempuan dengan kisaran umur 17 - 38 Tahun
- Psychographic** : Kaum muda mudi yang rindu beribadah bersama di Kota Malang
- Geographical** : Kota Malang
- Issues / Problem** : Membutuhkan identitas merek yang kuat, logo, corporate identity system, media promosi, brand awareness
- Style guide** : Gaya desain yang akan digunakan yaitu gaya desain yang fun, energic and youthness namun tetap elegan. Salah satu warna yang dihunakan yaitu Hitam, Biru dan Merah yang memberikan kesan anak muda dan juga semangat serta memberikan kesan fun untuk meningkatkan ketertarikan.
- Advertising Tone** : Fun, Minimalis, modern dan elegan
- Advertising Media** : Logo, Graphic Standard Visual, Serta media pendukung berupa tagline brand, quotes card, gift card, kartu nama, poster, t-shirt merchandise, , story instagram dan feeds Instagram.
- Purpose** : Menjadikan Brand Trinity Community sebagai komunitas kerohanian yang dapat dikenal oleh banyak orang terutama di Kota Malang serta menarik calon anggota baru dan dapat meningkatkan daya tarik beribadah dalam Gereja

Gambar 5. 1 Creative Brief

Sumber: Data Penulis

## 5.2 Logo

### 5.2.1 Thumbnail

Thumbnail logo disini berperan sebagai panduan dalam membuat sketsa. Pada tahap ini dilakukan *brainstorming* berupa pengumpulan data dan informasi yang berhubungan dengan kegiatan dan nama dari Trinity Community. Data tersebut

kemudian digabungkan dengan creative brief untuk dijadikan sebagai konsep dari makna logo yang dirancang selanjutnya.

### **5.2.2 Moodboard**

*Moodboard* berperan sebagai menentukan gambaran dan inspirasi yang akan dijadikan panduan untuk perancangan ini, selain itu juga untuk mendengarkan *feedback* atau saran dari founder, *anggota* mengenai *style* yang akan dirancang, agar *designer* dan *founder* berada di jalan yang sama.



Gambar 5. 3 Moodboard Logo

Sumber: Data Penulis



Gambar 5. 4 *Moodboard Pattern*

Sumber: Data Penulis

### 5.2.3 Rough Sketch

Rough sketch logo yang dibentuk berdasarkan bentuk utama emblem, yang dikombinasikan dengan nama Trinity Community dan *shape* dengan beberapa makna berbeda yang memiliki kolerasi dengan komunitas yang menggambarkan anak muda. Sketsa yang dihasilkan berupa sketsa kasar tanpa adanya sistem *grid* dan menghasilkan beberapa opsi logo yang kemudian akan dipilih dan diolah lebih lanjut menggunakan metode digital dan sistem grid untuk menghasilkan bentuk yang konsisten dan rapi. Logo yang akan dirancangan terdiri dari *logogram* dan *logotext*, penggunaan logo gram disini berfungsi sebagai unsur yang unik, berkarakter, agar mampu menceritakan kisah dan esensi dari *brand*.

Gambar 5. 5 *Rough Sketch Logo*

Sumber: Data Penulis

#### 5.2.4 Comprehensive

Dari beberapa opsi diatas, dipilih salah satu logo yang dianggap paling sesuai dengan makna dan latar belakang yang ingin disampaikan kepada konsumen, maka dilakukan penyempurnaan menggunakan sistem grid pada tahap selanjutnya. Logo tersebut dibentuk dari perpaduan antara inisial *brand* yaitu huruf “M” yang dikombinasikan dengan bentuk font, bentuk *shape*, bentuk sinar yang memiliki arti kesejahteraan, dinamis, tidak memiliki awal dan akhir, sehingga berharap *brand* ini agar selalu maju dan berkembang, menjadikan *brand* ini menjadi terkenal.



Gambar 5. 6 Struktur dan Konsep Logo

Sumber: Data Penulis

#### 5.2.5 Final

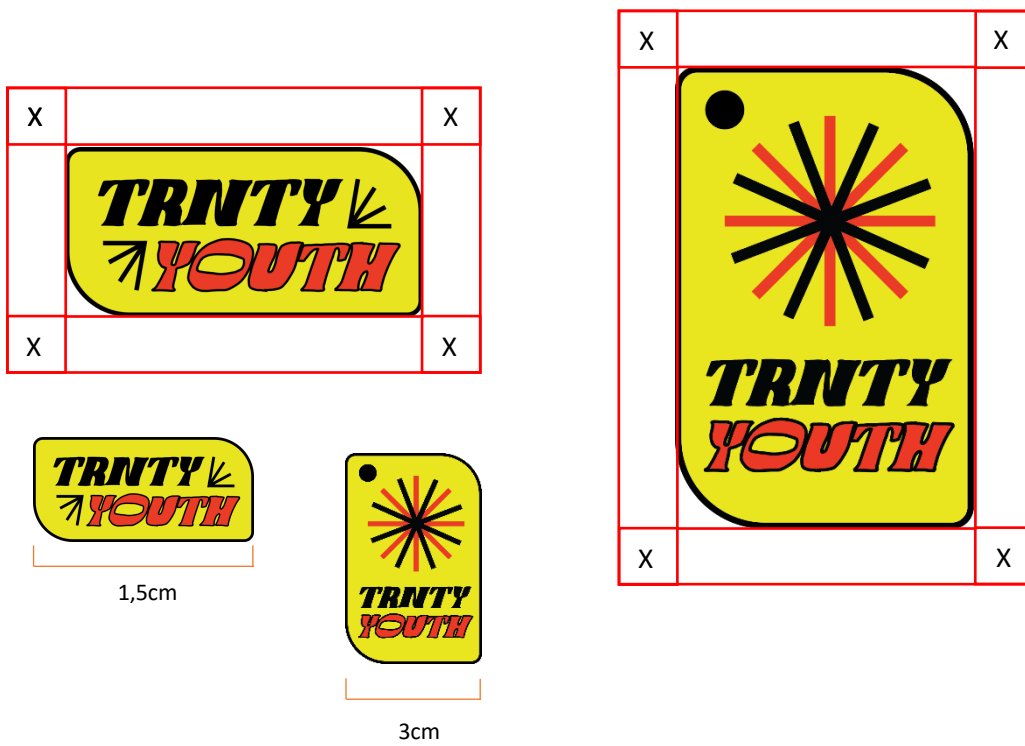
*Logogram* yang telah terpilih, yang sudah disetujui oleh pihak *client*, dilengkapi dengan *logotype* untuk melengkapi struktur dari logo yang digunakan. *Logotype* disini berguna untuk meningkatkan *brand awareness* karena dapat memudahkan target audiens mengenal dan mengingat nama perusahaan. *Logotype* tidak menggunakan *font* yang sudah ada, tetapi menggunakan jenis font yang dirancang sendiri menggunakan sistem grid.





Gambar 5. 8 Logo *Final* dan Struktur *Logotype*

Sumber: Data Penulis



Gambar 5. 9 *Clear Space* dan *Minimum Size* Logo

Sumber: Data Penulis

### 5.3 Tipografi

Jenis tipografi yang akan digunakan dalam keseluruhan perancangan ini hanya menggunakan satu *font* saja yaitu “Montserrat” yang berjenis *sans-serif*. Penggunaan *font* ini akan diterapkan pada *title*, *lead*, dan *paragraph*.

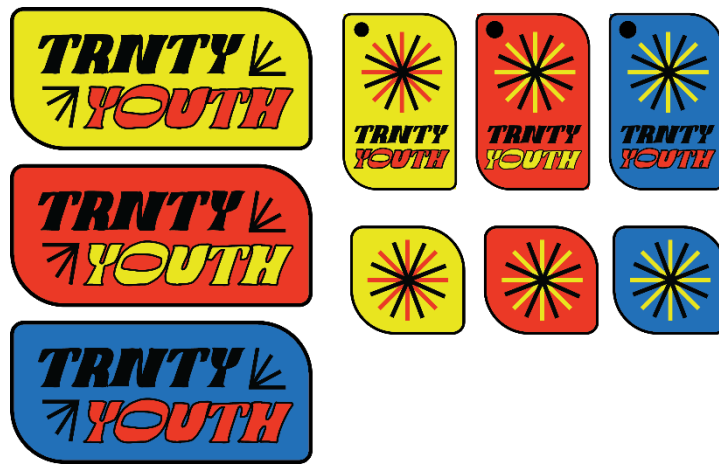
<b>Montserrat</b>	Light	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu vwxyz 1234567890!@#%&(:\$*^)+-
	Light Italic	<i>ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu vwxyz 1234567890!@#%&amp;(:\$*^)+-</i>
	Medium	ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu vwxyz 1234567890!@#%&(:\$*^)+-
	Medium Italic	<i>ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu vwxyz 1234567890!@#%&amp;(:\$*^)+-</i>
	Bold	<b>ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu vwxyz 1234567890!@#%&amp;(:\$*^)+-</b>
	Bold Italic	<b><i>ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu vwxyz 1234567890!@#%&amp;(:\$*^)+-</i></b>

Gambar 5. 11 Tipografi

Sumber: Data Penulis

#### 5.4 Color Palette

Warna yang digunakan dalam seluruh identitas visual Trinity Community adalah warna *yellow orange* dan *evening sea* (hijau tua) sebagai warna primer yang dominan digunakan dalam perancangan ini, dan juga warna *mandy* (merah) dan *barley white* (cream) sebagai warna sekunder. Warna kuning dan merah sebagai kombinasi warna yang dapat menarik perhatian, meningkatkan nafsumakan, menarik perhatian, dan menyenangkan. Warna *evening sea* atau hijautua ini bersifat elegan, dan kontras pada warna-warna cerah. Semua warna-warna tersebut akan diterapkan pada keseluruhan elemen-elemen perancangan.



Gambar 5. 12 Penerapan Warna pada Logo

Sumber: Data Penulis

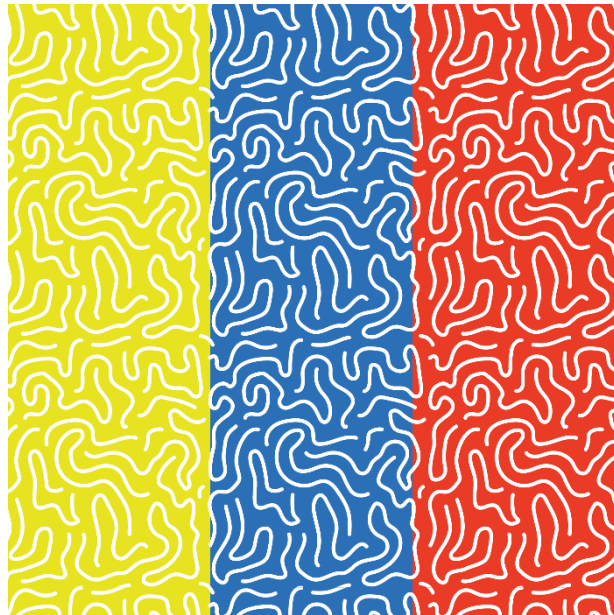


Gambar 5. 13 HEX/RGBSumber:

Data Penulis

## 5.5 Pattern

Elemen *pattern* ini diterapkan pada desain kemasan, desain kaos *merchandise*, *paper bag*, *background layout* untuk mengisi ruang kosong pada media, dan bertujuan sebagai identitas visual yang dapat menarik perhatian konsumen dan diingat oleh konsumen. *Pattern* dirancang menggunakan *abstract geometric shape* yang dikombinasikan dengan ilustrasi khas Trinity Community, ilustrasi ini dibuat dengan metode *outline base*, dengan outline yang bertekstur yang bertujuan untuk memberikan kesan “fun” pada *brand*. Ilustrasi yang digunakan merupakan line yang digunakan pada setiap penggunaan ilustrasi Trinity Community.



Gambar 5. 14 Pattern

Sumber: Data Penulis

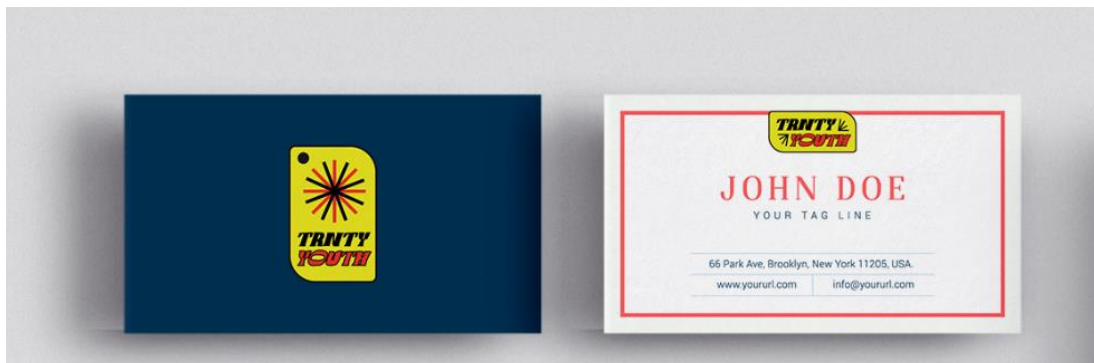
## 5.6 Tagline

*Tagline* merupakan salah satu media untuk bisa meningkatkan *awareness*, hal ini berguna agar konsumen bisa lebih mengenal dan mengingat *brand*. *Tagline* dari

Trinity Community adalah “**GROWING TOGETHER IN GOD**” yang dalam Bahasa Indonesia memiliki arti bertumbuh Bersama dalam Tuhan. Pemilihan kalimat pada *tagline* Trinity Community dengan menggambarkan sensasi atau perasaan konsumen saat melihat komunitas dari Trinity Community. *Tagline* yang digunakan untuk membangkitkan respon emosional konsumen dan calon anggota, yang menggambarkan karakteristik dari komunitas Trinity Community. dan dirancang agar mudah diingat oleh anggota dan calon anggota.

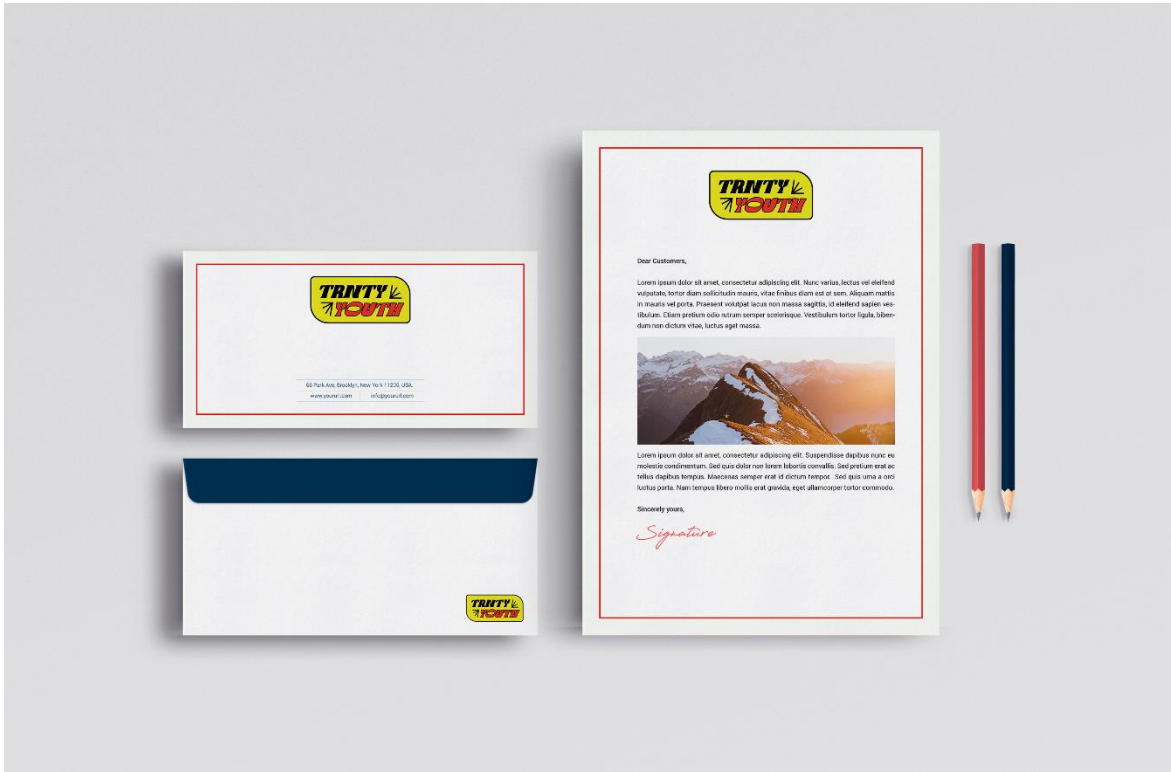
## 5.7 Stationery

*Stationery* sering kali digunakan untuk marketing, karena menunjang kegiatan bisnis, oleh karena itu *stationery* juga diberikan identitas Trinity Community, agar meningkatkan *awareness brand* dan juga memperkuat identitas *brand*. Kartu namamerupakan salah satu media yang bisa meningkatkan *awareness brand*, karena kartu nama ini akan diberikan kepada pihak lain sebagai tanda perkenalan yang bersifat formal atau semiformal. Terdapat beberapa informasi pada kartu nama seperti *email*, sosial media, nomor telepon, nama, dan alamat. Kartu nama menggunakan ukuran 9 cm x 5,5 cm, dengan bahan *art paper* 250gr print dua sisi, laminasi *doff*, *letterhead* menggunakan bahan hvs 80gr, amplop menggunakan ukuran 11 cm x 4,65 cm denga bahan *art paper* 150gr, laminasi *doff*



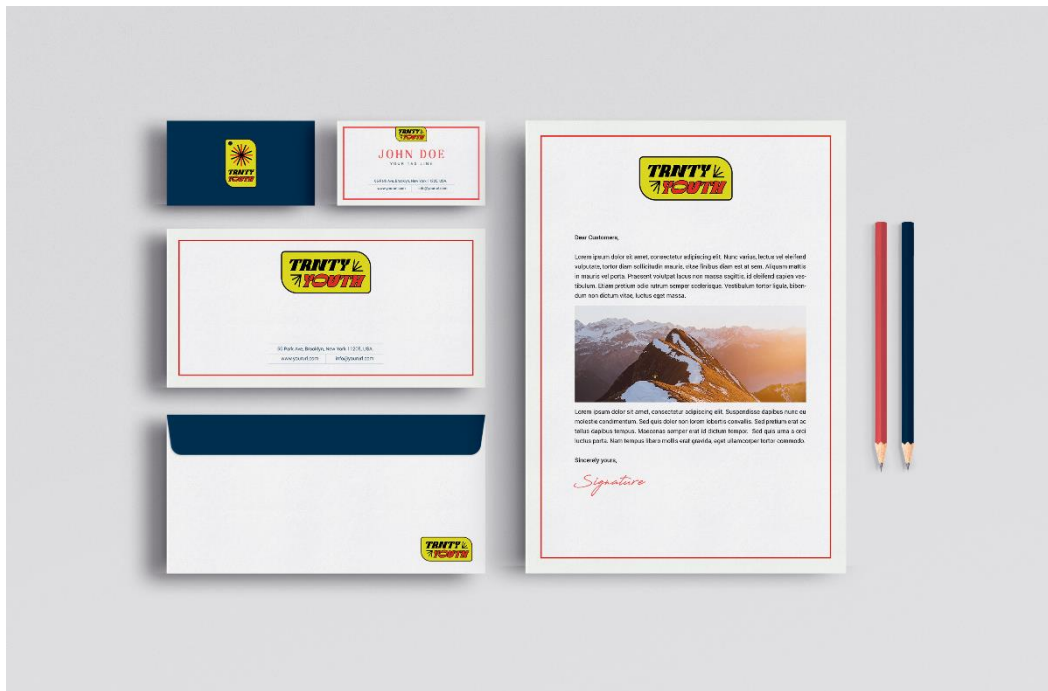
Gambar 5. 17 *Business Card Design*

Sumber: Data Penulis



Gambar 5. 18 letterhead dan envelope

Sumber: Data Penulis





Gambar 5. 19 *Stationery*

Sumber: Data Penulis

## 5.8 Poster

Poster digunakan sebagai salah satu media promosi, dimana terdapat foto pembicara yang terpampang cukup besar dari Trinity Community, hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan *awareness* konsumen akan *brand*. Poster harus ditempel di tempat yang strategis dimana banyak dilewati oleh orang, agar banyak orang yang mengetahui *brand* tersebut. Poster diberikan aksesoris pattern yang dijadikan sebagai *background* dengan *opacity* 20% untuk mengisi kekosongan, dan *eye catching*. Poster menggunakan ukuran A3 dengan bahan *art paper* 300 gr dengan laminasi *glossy*,



Gambar Gambar 5. 20. *Poster Design*

Sumber: Data Penulis

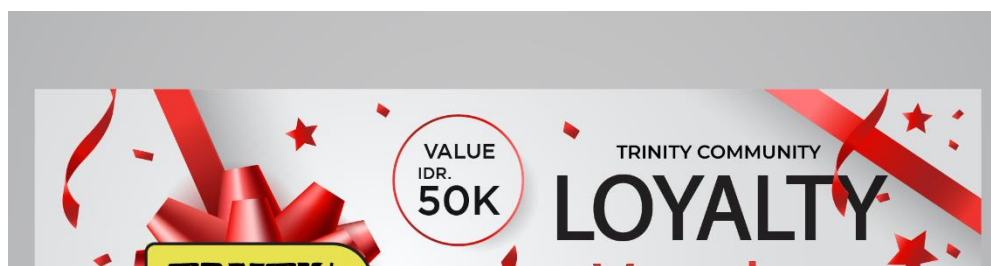
### 5.9 Gift Card, dan Loyalty Card

*Gift card* dan *loyalty card* berguna sebagai salah satu media promosi untuk menarik perhatian konsumen atau calon anggota untuk mau setia beribadah digereja, Hal ini dikeluarkan pada hanya untuk event-event tertentu Trinity Community. Nota pembelian menggunakan ukuran 10 cm x 12,5 cm dan bahan *art paper* 100gr laminasi *doff*. *Gift card* menggunakan ukuran 14 cm x 6 cm dan bahan *art paper* 230gr *glossy*, laminasi *glossy*. *Loyalty card* menggunakan ukuran 9 cm x 5.5 cm dan bahan *art paper* 250gr laminasi *doff*.



Gambar 5. 21 Gift Card

Sumber: Data Penulis



Gambar 5. 22 *Loyalty Card*

Sumber: Data Penulis

## 5.10 Paper Bag

Untuk menjaga barang, maka terdapat *paper bag* dan *plastic bag* yang berguna untuk melindungi kemasan utama dan produk makanan ataupun hadiah dalam acara. Hal ini jugamemungkinkan untuk menggunakan *plastic bag* disaat pembelian lebih dari satu. Label pada paper bag berukuran 15 cm x 15 cm dengan bahan *eco paper bag whitecraft 80gr*. Label *plastic bag* berukuran 8 cm x 15 cm dengan bahan *plastic polymailer*.



Gambar 5. 24 Ukuran Label *Paper bag* dan *Plastic Bag*

Sumber: Data Penulis

### 5.11 Merchandise

*Merchandise* baju dibuat dengan kombinasi desain *pattern* dan logo. Tujuan adanya merchandise ini agar mendorong konsumen dan calon konsumen untuk mengikuti *event* yang dibuat oleh Trinity Community dengan adanya *reward merchandise*, selain itu dapat mengenalkan merek dan membentuk *image* kepada banyak orang. Bahan dari kaos yang digunakan adalah *cotton combed 20s*, dengan metode cetak sablon.



Gambar 5. 26 Kaos *Merchandise*

Sumber: Data Penulis



## 5.12 Stempel

Stempel ini berguna untuk mengesahkan dokumen-dokumen yang bersifat resmi, menggunakan ukuran stempel berbentuk lingkaran dengan diameter 4 cm, dengan bahan *wooden stamp*.



Gambar 5. 28 Stempel

Sumber: Data Penulis

### 5.13 Buku *Graphic Standar Manual*

*Graphic Standard Manual* adalah buku yang berisikan panduan dan aturan dalam penggunaan dan pengaplikasian logo dan elemen identitas visual lainnya kepada suatu media. Buku ini dirancang untuk menjaga konsistensi brand agar nilai perusahaan dapat tersampaikan dengan efektif.

#### 5.7.1 List Isi Buku

Tahap awal dalam merancang buku GSM adalah dengan mendata apa saja yang akan dimuat dalam buku GSM. Tahap ini dilakukan untuk membantu tahap visualisasi berikutnya.

<b>Chapter</b>	<b>Judul</b>	<b>Keterangan</b>
-	<i>Brand Voice</i>	Profile <i>brand</i> secara singkat
-	<i>Content</i>	Daftar isi
<b>1</b>	<i>Logo Concept</i>	Konsep dan arti logo secara singkat
	<i>Logo Variations</i>	Berbagai variasi <i>form</i> logo
	<i>Clear Space</i> dan <i>Minimum Size</i>	Ukuran minimum penggunaan logo dalam format cetak maupun layar, dan penggunaan ruang kosong yang berada di area luar logo
	<i>Special Case Logo Usage</i>	Penggunaan format logo secara kusus
	<i>Use of the Logo</i>	Penggunaan <i>logogram</i> dan <i>logotype</i> dalam versi warna, hitam dan putih
	<i>Logo Grid</i>	Sistem <i>grid</i> yang diterapkan dalam <i>logogram</i> dan <i>logotype</i>
	<i>Wrong Logo Usage</i>	Penggunaan logo yang salah dan tidak boleh dilakukan
<b>2</b>	<i>Font Type</i>	Jenis <i>font</i> yang digunakan.
	<i>Font Size</i>	Aturan penggunaan size dan jenis font pada layout

3	<i>Color</i>	Kode warna, dan persentasi penggunaan warnapada layout
4	<i>Pattern</i>	Arti dan contoh penggunaan elemen pattern
5	<i>Brand Expression/Visual</i>	Aturan berupa ukuran, bahan, finishing, dancontoh corporate identity, merchandise, signage, dll

Tabel 5. 1 List Buku *Graphic Standard Manual*

Sumber: Data Penulis

### 5.7.2 Comprehensive

Dari list yang telah dibuat, di tahap ini dilakukan proses pengaturan tata letakbuku *graphic standard manual*. Buku ini dirancang menggunakan grid system untuk mengatur besaran jarak antar kolom agar tetap konsisten.



Gambar 5. 45 Proses Layout

Buku GSM Sumber: Data Penulis

### 5.7.3 Final

Buku *graphic standard manual* ini terdiri dari 50 halaman beserta cover,halaman penutup, dan isi sesuai dengan *list* yang telah dibuat.