

Redesign Visual Identity Freesound Band Karya Akhir

Jaka Gagantara

Universitas Negri Padang

Eliya Pebriyeni

Universitas Negri Padang

Alamat: Kubu Dalam Parak karakah, Padang Timur, Sumatra Barat

Korespondensi penulis: jakadlt27@gmail.com

Abstrak: *This visual identity redesign aims to produce a redesign of the visual identity design that depicts the character of the Freesound band, as well as providing more selling points for the Freesound band apart from the work of the Freesound band's songs. The problems that can be identified are that the visual identity of the Freesound band is not yet optimal, so it is not widely known by the audience and the visual identity of the Freesound band is less attractive, so it has less selling value when applied to supporting media. In solving this problem, the glass box method is used, where this method has several stages, namely starting from the Preparation Stage, Incubation, Illumination, then Verification. This method begins with preparing all the tools and requirements for designing the design, then preparing yourself to process various reference ideas that will be used to design the visual identity design. The results of the redesign of the visual identity design were expressed in the main media, namely the manual book. With the redesign of this visual identity design, it is hoped that it will become something that sells for the Freesound band apart from its songs, such as publishing merchandise or posters for the Freesound band.*

Keywords: *Design, Visual Identity, Redesign.*

Abstrak: *Redesign identitas visual ini bertujuan untuk menghasilkan rancangan ulang desain identitas visual yang menggambarkan karakter dari Freesound band, serta menjadi nilai jual yang lebih pada Freesound band selain karya dari lagu Freesound band. Masalah yang dapat diidentifikasi yaitu Belum optimalnya identitas visual yang dimiliki oleh Freesound band sehingga kurang dikenal luas oleh audiens dan Kurang menariknya identitas visual pada Freesound band, sehingga kurang memiliki nilai jual jika di aplikasikan pada media pendukung. Dalam pemecahan masalah tersebut menggunakan metode glass box, dimana dalam metode ini mempunyai beberapa tahapan yaitu dimulai dari Tahapan Persiapan, Inkubasi, Iluminasi, kemudian Verifikasi. Pada metode ini diawali dengan menyiapkan segala perangkat dan keperluan dalam perancangan desain, kemudian mempersiapkan diri untuk melakukan pengolahan dari berbagai referensi ide yang akan digunakan untuk perancangan design identitas visual. Hasil perancangan ulang desain identitas visual di tuangkan pada media utama yaitu *manual book*. Dengan redesign design identitas visual ini diharapkan menjadi sesuatu yang menjual bagi Freesound band selain dari lagunya, seperti penerbitan *merchandise*, atau poster bagi Freesound band.*

Kata kunci: *Desain, Identitas Visual, Redesign.*

LATAR BELAKANG

Freesound band adalah band lokal Kota Padang yang terbentuk pada 6 Februari 2020 oleh dua personil inti dari *band* yaitu Rey dan Sindy. *Freesound band* sendiri memiliki genre musik elektronikal *jamaican sound psychedelic*. Band ini beranggotakan 4 orang personil, Sindy (vokalis), Rey (gitaris), Fauzan (*synteizer*), Miko (*drummer*). *Freesound band* cukup memberikan pengaruh pada musik lokal Padang dimana mereka telah banyak melakukan *performance* di berbagai acara dan *event* di kota Padang yaitu *Rest And Peace*, Pekan Raya Visual, Pekan Nan Tumpah, dan acara lainnya. *Freesound band* mempunyai karkater musik

menarik yang jarang di temui pada *band* lain khususnya di kota Padang. *Freesound* band identik dengan bunyi-bunyian elektro pada alat musik gitar dan *synthaizer*. Hal ini menjadi karakter bagi *Freesound* band dan membedakannya dengan *band* lainnya di kota Padang. *Freesound* band saat ini telah melahirkan beberapa karya lagu yang akan mereka himpun dalam mini album yang akan mereka rilis.

Freesound band mempunyai karakter musik yang berbeda dengan *band reggae* lainya pada saat ini, hal ini terlihat dari alat musik yang dipakai menggunakan *effect* khusus sehingga menghasilkan bunyi yang menarik dan berbeda dari musik *reggae* biasanya. *Freesound* band juga mempunyai konsep band yang menarik yaitu tentang kebebasan bereksperimen dalam musik dan maengangkat kejadian yang terjadi sehari-hari di kehidupan kaum muda yang di salurkan dalam bentuk lagu dan musik *reggae*. *Freesound* band memiliki beberapa karya yaitu, Melawan Perbedaan, *A long Night*, dan Hipnosis. Masing-masing karya mempunyai karakter music yang berbeda-beda.

Pada saat ini *Freesound* band masih memiliki kekurangan, khususnya belum mempunyai identitas visual yang belum menggambarkan sifat maupun karakter dari *Freesound* band itu sendiri, sebagaimana itu merupakan hal yang penting bagi band tersebut. Layout dari logo *Freesound* band belum rapi, hal ini terlihat dari jarak *font* pada logo terlalu dempet sehingga kurang menarik di aplikasikan ke media pendukung lain, pemilihan warna dari *Freesound* band belum konsisten yaitu cenderung berubah-ubah sehingga kurang terkesan *Freesound* band belum mempunyai identitas yang konsisten, Hal ini membuat berkurangnya *awareness* audients serta nilai jual pada band ini. *Freesound* band perlu mempunyai identitas visual yang menarik dan dapat menggambarkan karakter dan genre musiknya.

Identitas visual merupakan komponen penting bagi sebuah *brand*. Dengan memiliki identitas visual, *brand* tersebut dapat merepresentasikan sisi emosional dan kepribadian yang akan dibangun. Oleh karena itu, sebuah *brand* pun dapat memiliki perbedaan dari sisi visualnya dikarenakan memiliki karakter yang berbeda pula. Menurut Landa (2011:241), “identitas visual memiliki tujuan dasar yaitu membedakan dan membangun posisi dalam pasar dengan perusahaan lain. Dengan adanya identitas visual, produsen dan konsumen dapat mengingat dengan mudah produk dan jenis produk dari sebuah *brand* berdasarkan bentuk dan warna dari identitas visual *brand* tersebut”. Dari pendapat tersebut dapat di artikan bahwa pentingnya sebuah identitas visual yang sesuai bagi *Freesound* band, diperlukanya perancangan kembali bagi untuk identitas visual *Freesound*.

Dengan ada nya perancangan ulang pada identitas visual yang menarik dan sesuai bagi *Freesound* band diharapkan menjadi sesuatu yang menjual bagi *Freesound* band selain dari

lagu nya, seperti penerbitan *merchandise*, poster dari mereka. Maka upaya yang perlu dilakukan agar dapat merepresentasikan kesan dari *Freesound* band agar tetap kompetitif dan berkembang dalam industri musik saat ini adalah dengan melakukan adanya perancangan Redesain *Visual Identity Freesound* band yang menarik sehingga dapat meningkatkan *awareness* dari audiens, dan juga dapat menjadi nilai jual yang lebih bagi *Freesound* band itu sendiri khususnya pada identitas visual. Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk membuat karya akhir yang berjudul **“Redesain Visual Identity Freesound Band”**.

KAJIAN TEORITIS

1. Identitas Visual

Menurut Rustan (2017), “identitas visual merupakan kepribadian suatu entitas yang dapat dirasakan oleh indra yang menyampaikan pesan atau tujuan perusahaan tersebut serta citra dan karakter melalui simbol dan ciri khas yang berbeda-beda (*logo, tagline, name, color*)”. Sehingga dapat dikatakan identitas visual bertujuan untuk membangun kepercayaan konsumen pada satu perusahaan. Oleh karena itu, 6 elemen di dalam identitas visual adalah citra atau *image* yang dimiliki perusahaan untuk konsumennya.

- a) Nama, merupakan salah satu inti dari membangun sebuah entitas. Rustan (2017) menyatakan, “semua atribut identitas lainnya seperti logo, tipografi, warna, *images*, dan lain-lain dibangun dengan berpijak pada nama”. Sehingga secara sederhana dapat dipahami bahwa nama adalah awal dari entitas itu dapat dikenal oleh konsumen.
- b) Logo, merupakan bentuk visual pertama yang akan ditangkap oleh konsumen. “Logo harus identik dengan perusahaan, *brand* atau produk yang diwakilinya, sebuah logo dapat menembus pikiran masyarakat agar merek yang telah dibuat dapat diterima dengan baik dan dapat melekat dibenak masyarakat” (John, Asril, Budi Waspada, 2017, p.33-43).
- c) Warna, adalah salah satu elemen yang memiliki daya pikat kuat bagi konsumen. Rustan dalam buku Mendesain Logo (2017), menyatakan “umumnya ada dua macam warna dalam merancang identitas visual yaitu warna pada logo dan warna untuk *corporate color* / warna perusahaan. Warna *corporate color* digunakan dalam aplikasi-aplikasi desain menggunakan warna yang sama dengan warna pada logo, namun ada juga yang memperluas jangkauan area warnanya.”
- d) Tipografi, menurut Adi Kusrianto (2009), tipografi di dalam desain grafis merupakan salah satu proses seni yang mana dalam tipografi akan mendukung penyusunan bahan publikasi menggunakan huruf cetak.

- e) Ilustrasi, Gambar merupakan elemen visual 2 dimensi, misalnya foto, grafik, lukisan, diagram, dan lain-lain. Menurut Hall (2011:8), “gambar memiliki kekuatan untuk mengkomunikasikan pesan secara instan ke target audience global tanpa memandang usia, lokasi, dan zaman”. Gambar juga bisa membuat koneksi dengan emosi, ingatan, dan pengalaman target audience. Penggunaan ilustrasi sangat luas dan seringkali hadir sebagai salah satu unsur penting dalam karya desain seperti buku, media promosi, desain kemasan, hingga digunakan dalam media interaktif.
- f) Layout, merupakan susunan elemen yang dapat diperhatikan dari satu objek desain. Menurut Anggraini & Nathalia (2013), “layout merupakan tata letak ruang atau bidang”. Dalam proses mengerjakan satu objek desain, melakukan tahap layouting adalah hal yang utama karena dengan memiliki layout yang terpadu menjadi satu objek desain terlihat rapi dan sedap dipandang.

2. Gestalt

Menurut Rustan (2021, 24-25) Prinsip – prinsip yang digunakan dalam sebuah logo adalah sebagai berikut:

- a) Law of similarity; Merupakan elemen – elemen yang memiliki atribut serupa yang cenderung dianggap sebagai suatu kelompok.
- b) Law of proximity; Merupakan elemen – elemen yang memiliki jarak berdekatan yang cenderung dianggap sebagai suatu kelompok.
- c) Law of continuing line; Merupakan suatu garis yang dianggap mengikuti jalur yang paling sederhana, cenderung lurus dan tidak terputus
- d) Law of closure; Merupakan kecenderungan melihat objek yang tidak utuh sebagai objek utuh
- e) Law of figure – ground; Merupakan kecenderungan menganggap objek yang memiliki warna adalah yang mengandung arti, yang kosong dianggap sebagai latar belakang nya.
- f) Illusion; Merupakan ilusi yang disebabkan oleh kesalahan persepsi visual di otak sipengamat, sehingga apa yang di persepsi memiliki perbedaan dengan yang ada sesungguhnya.

3. Prinsip-Prinsip Desain

- a) Kesatuan (*unity*), merupakan aturan dalam desain yang menjadikan seluruh aspek desain memiliki keterkaitan sehingga karya desain terlihat rapi dan sedap dipandang. Keterkaitan yang diciptakan dari prinsip kesatuan, memungkinkan seluruh elemen pada satu objek berdekatan hingga membuat mereka tampak menjadi satu kesatuan.

- b) Keseimbangan (*balance*), merupakan kondisi yang sama dan setara pada sisi horizontal dan vertikal. Prinsip ini meliputi bentuk, nilai, tektur, warna, dan ukuran. Keseimbangan juga mendukung kenyamanan seseorang ketika melihat sebuah desain. Prinsip keseimbangan dibagi menjadi 2 jenis, yakni keseimbangan simteris dan keseimbangan asimateris.
- c) Proporsi (*proportion*), yakni perbandingan ukuran yang digunakan untuk mengetahui perbandingan antara panjang dan lebar gambar dengan bidang gambarnya.
- d) Irama (*rhythm*), merupakan hubungan penugulangan berbagai bentuk dari indra penglihat, yang menjadi kunci visual ritme.
- e) Kontras (*contrast*), merupakan prinsip yang membuat setaiap elemen dalam objek desain tidak akan terlihat sama yang diciptakan melalui hal yang berbeda, seperti warna, ukuran, bentuk, dan lainnya. Dengan adanya prinsip ini, desain yang dibuat pun lebih menarik untuk dilihat orang.
- f) Harmoni (*harmony*), yaitu keselarasan yang berfungsi untuk memberikan kesan kesatuan dengan menata elemen-elemen dalam satu objek desain, serta kesesuaian antara setiap elemen.
- g) Penekanan (*emphasis*), merupakan prinsip yang memberikan kesempatan pada satu elemen penting menjadi fokus utama dari suatu objek desain. Salah satu cara untuk memenuhi prinsip ini adalah dengan memerhatikan tata letak untuk menarik perhatian orang ketika melihat suatu desain.

METODE PENELITIAN

Perancangan *Visual Identity Freesound* band dilakukan menggunakan metode perancangan *Glass-Box*. Metode kotak kaca (*glass box method*) merupakan metode yang digunakan untuk menelaah satu fenomena secara logis dengan berpikir rasional yang objektif dan sistematis, serta tidak melibatkan pandangan tidak rasional dalam pikiran dan pertimbangannya.

1. Persiapan (Pengumpulan Data)

Pada tahapan ini desainer mempersiapkan kebutuhan untuk memulai proses desain *visual identity Freesound* band. Tahap krusial yang menentukan arah dari proses perancangan identitas visual tersebut. Pada tahap persiapan ini, penulis menemukan beberapa hal yang menjadi dasar pentingnya untuk melakukan desain identitas visual *Freesound* band ini, di antaranya adalah identitas visual *Freesound* band yang kurang konsisten, banyak *audiens*

yang belum mengetahui karakteristik mereka, dan kurang menarik identitas visual awal yang mereka miliki. Oleh karena itu, penulis mengumpulkan data untuk membangun identitas visual yang cocok dengan *Freesound* band.

2. Inkubasi

Merupakan tahap pengolahan data dari berbagai informasi yang dapat melahirkan ide-ide. Pada tahap ini, penulis menggali gagasan tentang bagaimana karakter *Freesound* band agar sesuai dengan konsep yang telah mereka bangun dan ingin mereka perkenalkan kepada *audiens*.

3. Iluminasi

Pada tahapan ini, gagasan-gagasan mulai lahir setelah melewati proses persiapan dan inkubasi. Tahapan ini akan menggiring pada proses sketsa ide. Penulis pun mulai melakukan eksplorasi dan memilih alternatif sketsa dari gagasan yang telah ditemukan pada tahap ini. Desainer mulai menemukan identitas visual *Freesound* band, seperti lahirnya ide yang sesuai dengan karakter mereka, melakukan analisis dan pengembangan alternatif desain dari *Freesound* band.

4. Verifikasi

Tahapan akhir yang mana penulis telah menetapkan identitas visual *Freesound* band yang sesuai dengan karakter mereka. Pada tahap ini juga, penulis telah membuat bentuk visual, alternatif desain, dan tahap akhir *artwork* dari media yang akan digunakan dan diaplikasikan dalam bentuk digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Media Utama

Redesign visual identity Freesound band, media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah *manual book*. Penulis akan menerapkan dalam bentuk sebuah identitas visual yang efektif. Perancangan ini diharapkan dapat menjadi sebuah bentuk yang mewakili karakter dari *Freesound* band yang akan mudah diingat oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan *brand awareness*. Perancangan identitas visual band *Freesound* band akan diawali dengan pembuatan logo. Logo sebagai identitas awal yang kemudian dilanjutkan dengan menyusun berbagai media pendukung seperti instagram, T-shirt dan media pendukung lainnya.



ABOUT	COLOR	ABOUT Freesound band is a local band from the city of Padang which was formed on February 6 2020 by the two core members of the band, namely Rey and Sandy. Freesound itself has a psychoside jamaican sound electronic music genre. The band consists of 4 personnel, Sandy (vocalist), Rey (guitarist), Fauzan (synthesizer), Miko (drummer).
PRIMARY LOGO	LOGO BLACK&WHITE	
MARK KONSTRUKTION	TYPHOGRAPHY	
LOGO GRID	TAG LINE	
SPACE CLEAR	DESIGN FOR T-SHIRT	
TRANSFORMATION LOGO	POSTER	
INSPIRATION VISUAL	ENAMEL PIN	
ALTERNATIVE LOGO	STIKER PACK	

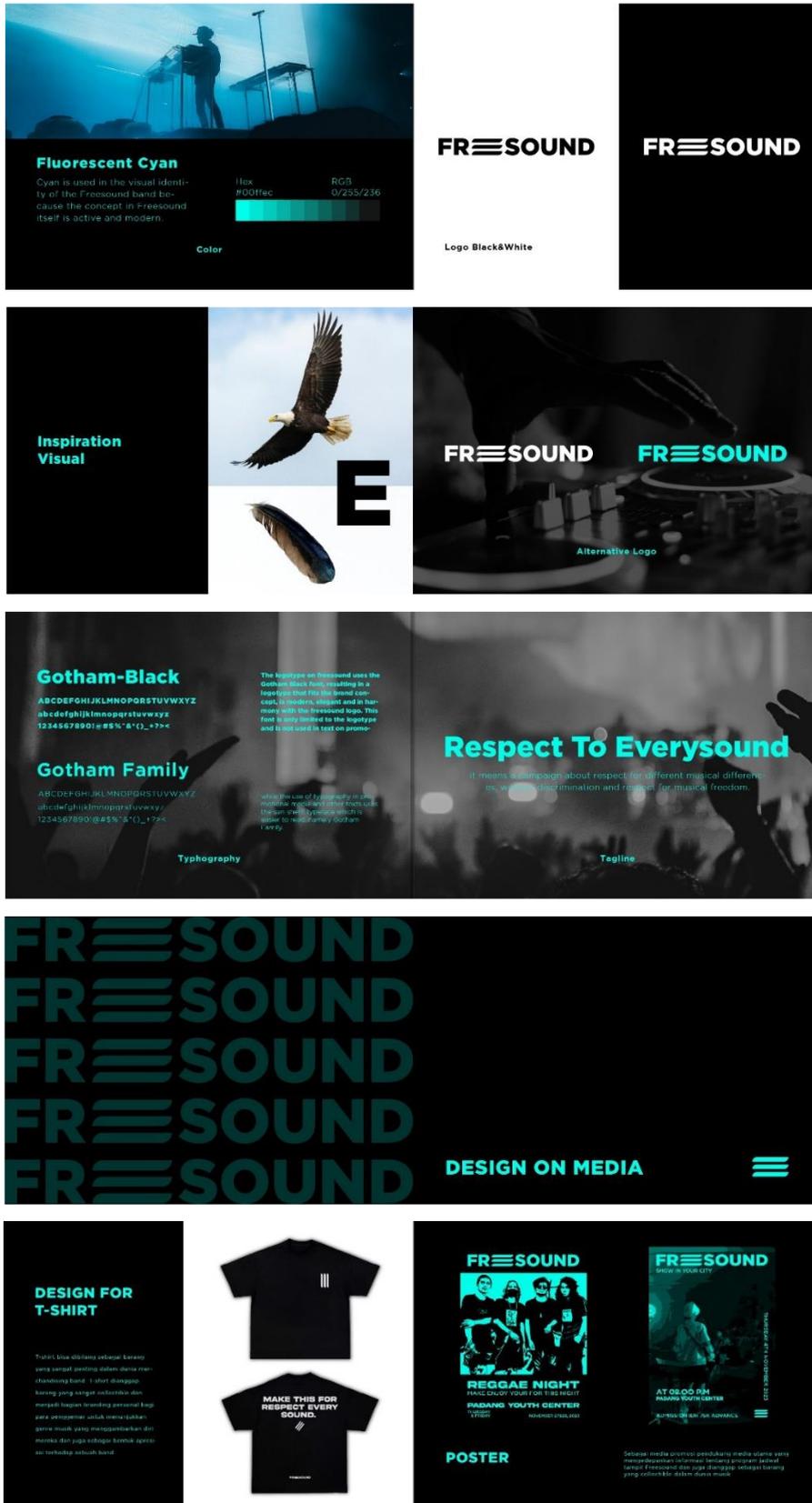
Table of Content

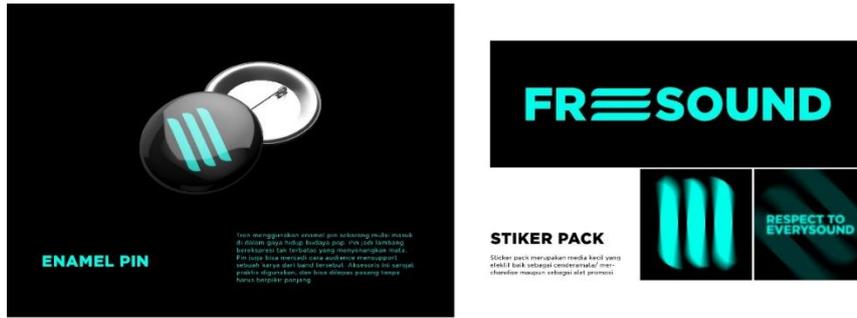
PRIMARY LOGO The freesound logo consists of the graphic symbol, the gold ration icon, combined with the typographical letters of the word freesound which together create a single, unified trademark image. the primary version is cyan as shown on the right.	Mark Construction The logo mark features the letter E of the name indicating the shape of the wing. the letter F, there is an icon of a philosophical message about musical freedom for freesound.
--	--



 clear space is the area that is required around the outside of the logo. Logo Grid	 clear space is the area that is required around the outside of the logo. Space Clear
--	---

Transformation Logo The logo on Freesound was designed by optimizing a pre-existing logo. The letter E character in the logo represents the wings of a bird, which is a symbol of freedom. This explains the musical freedom for Freesound.	 Old New
---	--

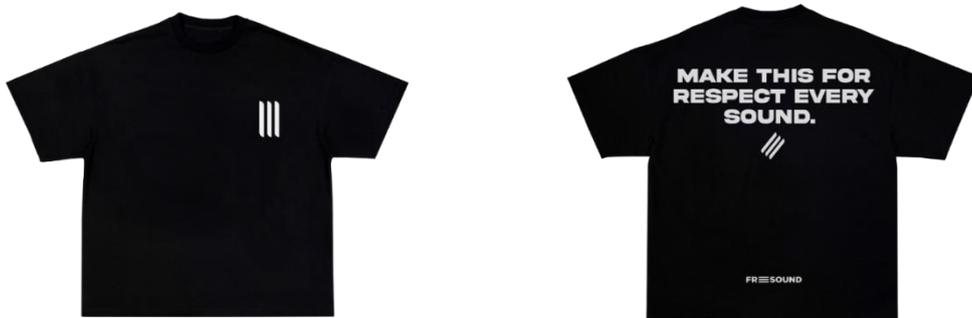




Gambar 1. Manual Book Freesound

2. Media Pendukung

a) T-shirt



Gambar 2. Layout Final T-Shirt

b) Poster



Gambar 3. Layout Poster

c) **Enamel Pin**



Gambar 4. Layout Final T-Shirt

d) *Sticker Pack*



Gambar 5. Layout Final Sticker Pack

e) *Motion Looping*



Gambar 6. Layout Final Motion Looping

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam membangun karakter *Freesound* band di kota Padang menggunakan *logotype* dan *logogram* sebagai tanda grafis. *Logotype* pada *Freesound* band dirancang dengan cara mengoptimalkan logo yang sudah ada sebelumnya. Konseptual kebebasan bermusik yang dimaknai melalui *logogram* *Freesound* band, irama musik *Reggae* yang dimainkan *Freesound* band dengan menggabungkan unsur music elektro. Bentuk sayap menggambarkan ideologi dari band *Freesound* band dalam bermusik seperti visi mereka memperkenalkan musik *reggae* kepada penggemar dan bersenang-senang dalam berkarya. Dalam pemilihan warna ditetapkan 2 warna yaitu *fluourescent cyan* dan hitam. *Visual identity* band *Freesound* band ini nantinya akan diterapkan pada media-media seperti, manual book, *T-shirt*, enamel pin, *sticker pack*, poster, *motion loop*.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraeni, S. Nathalia. (2018). *Desain Komunikasi Visual, Dasar – dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Hall, A. 201. *Illustration*. London : Lawrence King Publisihing.
- John, Asril & Budi Waspada, A. (2017). Analisis Semiotika Logi Rumah Makan Patinku. *Jurnal Desain, Multimedia dan Industri Kreatif*, Vol.3, No.1, 33-43.
- Kusrianto, Adi. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Landa, Robin. 2011. *Graphic Design Solutions, Fourth Edition*. Boston: Wadworth.
- Rustan, Suriyanto (2017). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.