

Optimalkan Daya Tarik Visual Branding Merchandise untuk Festival Generasi Pemenang

Tanjung Prihandarini

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Mahimma Romadhona

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Alamat: Jl.Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Surabaya

Korespondensi penulis: 21052010148@student.upnjati.ac.id

Abstract. *Festival Generasi Pemenang Season 2 is an annual competition organized by the Rumah Generasi Pemenang Foundation, involving the Musabaqah Hifdzil Qur'an (MHQ) and Banjari competitions. This research focuses on improving the visual and branding aspects of the festival, identifying previous issues, and implementing improvement efforts. Through enhancements in visualization, facilities, and competition variety, the festival creates a more engaging experience. The design of merchandise reflecting the festive theme becomes an integral part, providing participants and supporters with valuable mementos. With these steps, Festival Generasi Pemenang further solidifies its identity, promotes a sense of togetherness, and positively contributes to the community in Gresik Regency.*

Keywords: *Visual Branding, Merchandise, festivals*

Abstrak. Festival Generasi Pemenang Season 2 merupakan ajang lomba tahunan yang diselenggarakan oleh Yayasan Rumah Generasi Pemenang, melibatkan perlombaan Musabaqah Hifdzil Qur'an (MHQ) dan Banjari. Penelitian ini fokus pada perbaikan visual dan branding festival, mengidentifikasi permasalahan sebelumnya dan menerapkan upaya perbaikan. Melalui peningkatan visualisasi, fasilitas, dan variasi perlombaan, festival menciptakan pengalaman yang lebih menarik. Desain merchandise yang mencerminkan tema ceria festival menjadi bagian integral, memberikan peserta dan pendukung kenang-kenangan yang bernilai. Dengan langkah-langkah ini, Festival Generasi Pemenang semakin mengokohkan identitasnya, mempromosikan semangat kebersamaan, dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat Kabupaten Gresik.

Kata kunci: Branding Visual, Merchandise, Festival

LATAR BELAKANG

Festival Generasi Pemenang merupakan sebuah ajang lomba yang diselenggarakan oleh Yayasan Rumah Generasi Pemenang. Pada tahun 2022, yang sukses menyelenggarakan Festival Generasi Pemenang Season 1 dengan menghadirkan lomba Musabaqah Hifdzil Qur'an (MHQ) Musabaqah Hifdzil Qur'an (MHQ) sendiri adalah acara tahunan yang fokus pada penghafalan dan pemahaman Al-Qur'an. Persiapannya dilakukan sepanjang tahun melalui berbagai perlombaan antara kelompok dan individu, mempertandingkan keterampilan dalam penghafalan serta pemahaman mendalam terhadap ayat-ayat Al-Qur'an. (Usman et al., 2021) Tahun ini, pada 2023, dengan bangga mengumumkan kembali penyelenggaraan Festival Generasi Pemenang Season 2, yang melibatkan lomba MHQ dan Banjari. Festival Generasi Pemenang menjadi wadah bagi masyarakat Kabupaten Gresik untuk menyalurkan bakat-bakat

terpendam mereka. Selain sebagai ajang lomba, festival ini juga menjadi sarana untuk memperkenalkan Yayasan Rumah Generasi Pemenang kepada masyarakat Gresik, terutama melalui lomba atau festival yang melibatkan seluruh Kabupaten Gresik. dengan kegiatan ini, dapat mendukung perkembangan UMKM lokal dengan mengajak mereka berpartisipasi dalam bazar makanan yang kami selenggarakan.

Sejumlah permasalahan teridentifikasi dari penyelenggaraan Festival Generasi Pemenang sebelumnya. Diantaranya, visualisasi acara yang kurang menarik, dan fasilitas yang tidak mendukung, dan kurangnya variasi dalam perlombaan. Kritik konstruktif ini menjadi pendorong untuk perubahan positif pada penyelenggaraan festival kali ini. Upaya telah dilakukan untuk meningkatkan daya tarik visual melalui perancangan ulang konsep visualisasi yang lebih menarik dan berkesan. Selain itu, fasilitas penyelenggaraan festival diperbarui untuk menciptakan pengalaman yang lebih nyaman dan memadai bagi peserta dan pengunjung. Perlombaan juga mengalami peningkatan signifikan dalam variasi, mencakup beragam kategori dan konten yang lebih menarik bagi partisipan. Dalam upaya meningkatkan daya tarik visual Festival Generasi Pemenang melalui desain, langkah pertama adalah menentukan tema kreatif yang mencerminkan nilai dan misi acara. Palet warna dan font yang dipilih harus kohesif dengan tema, menciptakan identitas visual yang kuat. Gunakan grafis, ilustrasi, dan fotografi berkualitas tinggi untuk memperkaya desain, menampilkan momen kegembiraan dari festival sebelumnya. Rencanakan layout yang terstruktur untuk memberikan kejelasan informasi, sambil memastikan responsivitas desain untuk berbagai platform, termasuk perangkat seluler. Manfaatkan media sosial untuk mempromosikan festival dengan posting visual menarik. Kolaborasi dengan mahasiswa Desain Komunikasi Visual dapat membawa ide segar, dan penting untuk mengumpulkan feedback dari audiens atau tim internal. Ini membantu melakukan iterasi dan memastikan desain mencapai efek yang diinginkan, menciptakan Festival Generasi Pemenang dengan daya tarik visual yang unik dan tak terlupakan Desain yang akan dibuat mengusung tema ceria festival berwarna-warni dengan dominasi warna biru, sesuai dengan identitas logo Yayasan Rumah Generasi Pemenang. Desain tersebut mencakup poster yang mencitrakan kegembiraan anak-anak dalam lomba Banjari dan Musabaqah Hifdzil Qur'an (MHQ).

Poster akan memperlihatkan atmosfer yang riang dan penuh warna dengan elemen visual yang menggambarkan semangat festival. Selain itu, desain piala akan mencerminkan keunikan tema dengan warna biru yang mendominasi, memberikan kesan pemenang yang ceria. Desain ID card peserta, juri, dan panitia akan mengikuti konsep seragam dengan elemen visual yang terintegrasi dari tema festival. Begitu juga dengan ID card tenant, yang akan menciptakan

keterkaitan visual dengan festival. Banner promosi akan menampilkan elemen-elemen yang sama untuk menjaga konsistensi dalam branding. Secara keseluruhan, desain ini akan menciptakan identitas visual yang kuat dan kohesif, menarik perhatian dan memancarkan semangat ceria Festival Generasi Pemenang.

KAJIAN TEORITIS

Visual Branding

Visual branding adalah kombinasi harmonis dari elemen-elemen visual seperti logo yang menarik, palet warna yang khas, jenis huruf yang dipilih dengan seksama, serta komposisi desain yang memikat. Semua elemen ini bersatu untuk membentuk identitas bisnis yang kuat, menciptakan karakter yang mudah dikenali, dan memberikan daya tarik visual yang konsisten dalam tema merek. (Nurlaily et al., 2021) Semua aspek ini bersinergi untuk membentuk identitas bisnis yang kokoh, menciptakan karakter yang dapat dengan mudah dikenali, dan menghadirkan daya tarik visual yang konsisten dalam seluruh tema merek. Dengan menggabungkan keunikan dan keselarasan ini, sebuah merek dapat memancarkan pesona yang memikat dan meningkatkan daya tariknya di mata konsumen.

Merchandise

Produk merchandise adalah barang-barang yang diberikan sebagai hadiah dan tujuannya adalah untuk memberikan insentif kepada individu yang telah mengikuti atau menyelesaikan tugas atau kegiatan yang ditetapkan oleh produsen produk tersebut, dan ini diberikan secara cuma-cuma sebagai bentuk penghargaan. (Pahira et al., 2022) Dengan demikian, merchandise tidak hanya menjadi hadiah fisik, tetapi juga memainkan peran penting dalam membangun loyalitas dan hubungan positif antara merek dan pelanggan.

Festival

Festival perlombaan mengacu pada suatu perayaan atau acara yang menampilkan berbagai jenis perlombaan atau kompetisi. Dalam konteks ini, festival tersebut mungkin melibatkan berbagai kegiatan bersaing seperti olahraga, seni, atau bidang lainnya. Peserta biasanya bersaing untuk meraih penghargaan, hadiah, atau pengakuan dalam berbagai kategori perlombaan. Festival perlombaan seringkali menjadi sarana untuk mempromosikan semangat persaingan sehat, bakat, dan kerjasama di antara peserta. Mereka juga dapat menjadi platform untuk memperkenalkan dan memajukan bakat atau keahlian di berbagai bidang. Festival semacam ini dapat menarik minat banyak orang, baik sebagai peserta aktif maupun sebagai penonton yang ingin menyaksikan aksi kompetitif di berbagai tingkatan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini mengusung pendekatan eksperimental dengan fokus utama pada peningkatan elemen visual dan branding untuk meningkatkan partisipasi peserta serta memperkenalkan Yayasan Rumah Generasi Pemenang secara efektif. Langkah awal melibatkan pengembangan menyeluruh yang mencakup aspek visual seperti desain poster hingga merchandise, dengan penekanan pada elemen-elemen yang dapat membentuk identitas visual yang kuat dan menarik. Eksperimen ini tidak hanya terbatas pada elemen-elemen tradisional, tetapi juga mencakup platform digital seperti Instagram untuk memperkuat kehadiran online dan interaksi peserta. Tujuan utama penelitian ini adalah memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan visual dan branding, dengan harapan dapat meningkatkan partisipasi dan pemahaman masyarakat terhadap Yayasan Rumah Generasi Pemenang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mengoptimalkan daya tarik visual, (Studi & Komunikasi, n.d.) salah satu proses desain yang telah berhasil saya lakukan adalah proses pembuatan desain merchandise yang berhasil dihasilkan dari metodologi penelitian ini adalah dengan merinci setiap elemen secara cermat. Melibatkan elemen-elemen unik dan mencerminkan semangat Festival Generasi Pemenang Season 2, desain merchandise tidak hanya berfokus pada aspek estetika, tetapi juga pada nilai-nilai yang ingin disampaikan (Widianto et al., 2021)

Proses dimulai dengan mengekstraksi esensi dari tema festival, menggali inspirasi dari elemen-elemen lokal dan budaya yang relevan. Setelah itu, integrasi unsur-unsur ini ke dalam desain merchandise dilakukan dengan cermat untuk menciptakan produk yang bukan hanya sebagai barang fisik, tetapi juga sebagai cermin dari identitas dan semangat Festival Generasi Pemenang. Dalam desain merchandise ini, digunakan kombinasi warna yang cerah dan menyegarkan, menciptakan vibrasi positif yang mewakili semangat kebersamaan dalam festival. Elemen-elemen khas seperti logo Festival Generasi Pemenang dan motif artistik yang terinspirasi dari lokalitas diintegrasikan dengan harmonis, menciptakan desain yang kuat dan konsisten dengan branding festival. Berikut adalah tahap-tahapan yang dilalui oleh penulis dalam proses pembuatan desain merchandise yang berhasil dihasilkan dari metodologi penelitian ini

Melalui penekanan pada kualitas bahan dan detail, merchandise yang dihasilkan bukan hanya sebagai simbol partisipasi, tetapi juga sebagai kenang-kenangan

Bagian ini memuat proses pengumpulan data, rentang waktu dan lokasi penelitian, dan hasil analisis data (yang dapat didukung dengan ilustrasi dalam bentuk tabel atau gambar, **bukan** data mentah, serta **bukan** dalam bentuk *printscreen* hasil analisis), ulasan tentang keterkaitan antara hasil dan konsep dasar, dan atau hasil pengujian hipotesis (jika ada), serta kesesuaian atau pertentangan dengan hasil penelitian sebelumnya, beserta interpretasinya masing-masing. Bagian ini juga dapat memuat implikasi hasil penelitian, baik secara teoritis maupun terapan. Setiap gambar dan tabel yang digunakan harus diacu dan diberikan penjelasan di dalam teks, serta diberikan penomoran dan sumber acuan. Berikut ini diberikan contoh tata cara penulisan subjudul, sub-subjudul, sub-sub-subjdul, dan seterusnya.

Identifikasi Kebutuhan dan Tujuan

Proses identifikasi kebutuhan dan tujuan dalam pembuatan merchandise Festival Generasi Pemenang mencakup penetapan beberapa aspek strategis. Pertama, tujuan utamanya adalah sebagai hadiah penghargaan bagi para peserta yang meraih kemenangan dalam perlombaan, memberikan mereka kenang-kenangan fisik yang bernilai dari partisipasi mereka dalam festival yang berprestise ini. Selain itu, merchandise juga diarahkan untuk menjadi sarana penggalangan dana melalui penjualan kepada donatur dan pendukung festival, membantu mendukung keberlanjutan kegiatan positif yang diselenggarakan oleh Yayasan Rumah Generasi Pemenang. Selanjutnya, sebagai merchandise resmi festival, produk-produk ini bertindak sebagai wakil visual yang kuat dari identitas festival itu sendiri, mengukuhkan citra dan keberadaannya dalam komunitas serta menciptakan ikatan emosional yang lebih erat antara peserta, donatur, dan Festival Generasi Pemenang secara keseluruhan.

Pemahaman Branding Festival

Dalam memahami branding Festival Generasi Pemenang, perlu dicermati nilai-nilai inti yang diusung oleh festival ini. Tema yang diangkat dari poster festival Generasi Pemenang yang menggambarkan semangat keceriaan dan kebersamaan melalui partisipasi anak-anak dalam lomba Banjari dan MHQ. Melalui visualisasi tersebut, festival mengusung nuansa ceria dan semangat persatuan, menjadikannya sebagai wadah untuk merayakan kegembiraan dan memperkokoh ikatan sosial dalam masyarakat.



Gambar 1. poster Festival Generasi Pemenang

Warna dominan yang diadopsi, terutama dengan dominasi warna biru, merujuk pada branding Yayasan Rumah Generasi Pemenang. Pilihan warna ini tidak hanya menciptakan konsistensi dengan identitas yayasan, tetapi juga memberikan kesan ketenangan, kestabilan, dan kepercayaan, mencerminkan komitmen yayasan dalam mendukung perkembangan karakter dan pendidikan anak-anak. Logo, sebagai simbol yang sudah terbangun, dijaga keasliannya tanpa perlu diubah. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan kontinuitas dan keterkenalan logo sebagai representasi visual yang kuat dari Festival Generasi Pemenang. (Santoso et al., 2023) Dalam elemen desain lainnya, perlu dipertimbangkan untuk mencerminkan semangat festival dengan memasukkan elemen-elemen yang menciptakan kegembiraan, seperti ilustrasi anak-anak yang berpartisipasi aktif dalam perlombaan. Selain itu, sentuhan artistik yang memadukan keunikan lokalitas dan kekhasan festival dapat menjadi elemen kunci untuk memperkaya estetika visual dan memperkuat identitas Festival Generasi Pemenang.

Penentuan Jenis Merchandise

Dalam penentuan jenis merchandise untuk Festival Generasi Pemenang, seleksi dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan tujuan yang telah ditetapkan. Untuk meningkatkan fungsionalitas dan meninggalkan kesan yang tak terlupakan, dipilihlah beberapa jenis merchandise yang sesuai:



Gambar 2. merchandise Festival Generasi Pemenang

1. Tote Bag (Tas Serbaguna):

Tote bag dipilih sebagai merchandise utama karena memberikan kepraktisan dalam membawa merchandise lainnya, menciptakan keterkaitan antara peserta dan festival dalam aktivitas sehari-hari.

2. Gantungan Kunci:

Gantungan kunci dipilih sebagai pengingat yang dapat terus terlihat setiap hari, memperpanjang jejak Festival Generasi Pemenang dalam kehidupan sehari-hari peserta, donatur, dan penggemar.

3. Stiker:

Stiker, sebagai elemen visual yang dapat dengan mudah menempel di berbagai permukaan, menjadi sarana promosi yang efektif. Stiker juga memberikan dimensi kreatif dengan mengambil elemen-elemen dari desain poster.

4. Bolpoin:

Bolpoin dipilih sebagai merchandise fungsional yang dapat digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Penggunaan warna dan desain yang konsisten dengan tema festival memperkuat citra Festival Generasi Pemenang.

5. Notebook:

Notebook menjadi pilihan untuk memberikan nilai tambah dalam hal kepraktisan dan kegunaan sehari-hari. Dengan mengadopsi elemen-elemen dari poster, notebook menjadi saluran ekspresi dan pengingat yang bernilai.

Melalui kombinasi ini, Festival Generasi Pemenang tidak hanya menyediakan merchandise sebagai objek fisik, tetapi juga menciptakan pengalaman yang menyeluruh dan mendalam bagi para peserta dan pendukung festival. Dengan memasukkan elemen-elemen yang mencerminkan semangat ceria dan identitas festival, setiap jenis merchandise berfungsi sebagai perpanjangan dari pengalaman positif Festival Generasi Pemenang ke dalam kehidupan sehari-hari.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan:

Festival Generasi Pemenang telah merespons kritik konstruktif dari penyelenggaraan sebelumnya dengan melakukan perubahan signifikan. Perbaikan dalam visualisasi, fasilitas, dan variasi perlombaan telah menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan nyaman bagi peserta dan pengunjung. Tema kreatif yang dipilih berhasil menggambarkan semangat keceriaan dan persatuan, menciptakan identitas visual yang kuat.

Saran:

Penting untuk terus mempertahankan dan mengembangkan aspek-aspek positif yang telah diperbaiki, serta terus berinovasi dalam penyelenggaraan festival mendatang. Melibatkan feedback dari peserta dan pengunjung dapat menjadi sumber informasi berharga untuk terus meningkatkan kualitas acara. Selain itu, perlu diperhatikan pula aspek keberlanjutan agar Festival Generasi Pemenang dapat tetap menjadi perayaan yang dinanti setiap tahun, memperkuat keterlibatan komunitas dan ikatan positif dengan merek festival.

DAFTAR REFERENSI

- Nurlaily, F., Sukowidyanti Asmoro, P., & Khurotul Aini, E. (2021). PELATIHAN TEKNIK FOTO PRODUK MENGGUNAKAN SMARTPHONE UNTUK MENINGKATKAN VISUAL BRANDING USAHA RINTISAN. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 347–356.
- Pahira, G., Kusuma, R. P., & Suhendar, H. (2022). PERANCANGAN DESAIN MERCHANDISE PROMOSI BRAND PRODUK (STUDI KASUS : GIFA GROUP). 12(1), 103–114.
- Santoso, G., Meiliza, S., Ichsanurrahmah, D., N, L. H., & Fajar, I. (2023). *Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra) Memperkokoh Identitas Nasional melalui Misi Bendera Merah Putih dan Bahasa Indonesia untuk Mahasiswa UMJ Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra)*. 02(02), 314–324.
- Studi, P., & Komunikasi, D. (n.d.). PERANCANGAN DESAIN MERCHANDISE SEBAGAI

MEDIA PROMOSI YAYASAN JANAHITA MANDALA UBUD Abstrak. 1–6.

Usman, D. H., Sauri, S., & Fath, A. F. (2021). *Peran guru dalam pelaksanaan dan pengembangan kurikulum tahfiz Al- Qur ' an di masa pandemi COVID-19. 10(1), 57–73. <https://doi.org/10.32832/tadibuna.v10i1.424>*

Widianto, E., Rosena, A. W., Dilasari, A., & Aulia, D. A. (2021). *Pelatihan Pembuatan Merchandise untuk Meningkatkan Keterampilan dan Kreativitas Masyarakat di Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang Pendahuluan. 2(1), 25–34.*