

BAB IV PROSES DESAIN DAN VISUALISASI

4.1. Proses Desain

4.1.1. *Brief* Desain

Dalam proses ini, penulis membuat sebuah *brief* desain yang merupakan salah satu langkah yang diambil untuk mendefinisikan dan mendokumentasikan ruang lingkup desain. *Brief* berfungsi sebagai panduan bagi desainer untuk memahami tujuan, target audiens, dan kebutuhan klien. Pada proses ini juga penulis mengumpulkan berbagai data yang akan dicantumkan ke dalam media utama. Berikut adalah *brief* desain yang dihasilkan dari pengumpulan data melalui wawancara dan observasi:

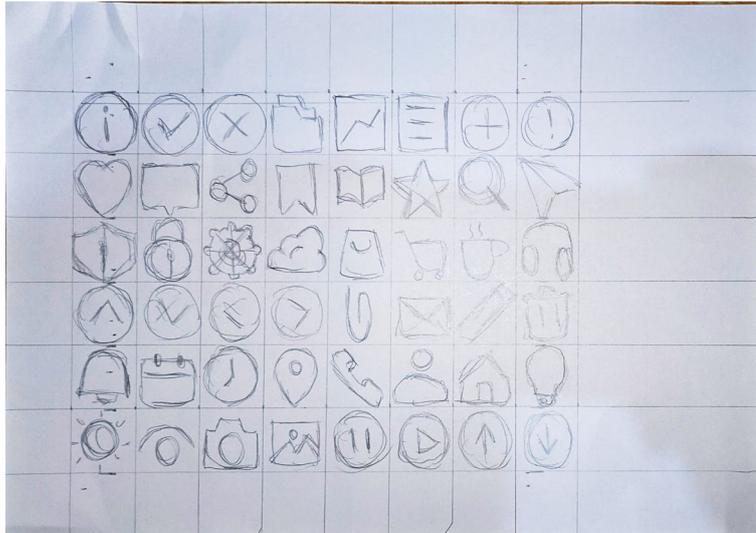
Tabel 4.1 Hasil *Brief* Desain
(Sumber : Penulis, 2024)

<i>Brief</i> Desain	
Proyek	<i>Graphic Standard Manual</i> Ikatan Purna Sukanda-Laksma.
Latar Belakang	Ikatan Purna Ambalan Sukanda-Laksma adalah organisasi alumni dari ekstrakurikuler Pramuka SMA Negeri 1 Sumberejo yaitu Ambalan Sultan Iskandar Muda - Laksamana Malahayati. Organisasi ini didirikan pada tanggal 23 Juli 2015 dengan tujuan untuk memajukan pendidikan, meningkatkan keterampilan dan karakter generasi muda, serta menjaga semangat pembangunan nasional. Ikatan Purna Ambalan Sukanda-Laksma diharapkan berperan aktif dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Organisasi ini memiliki Anggaran Dasar sebagai pedoman bagi anggotanya.
Tujuan	Mengembangkan <i>corporate identity</i> yang memadukan nilai-nilai, tujuan, dan identitas organisasi secara konsisten

	dan optimal. <i>Graphic Standard Manual</i> ini akan menjadi panduan bagi semua pihak untuk memahami dan menerapkan identitas merek dengan tepat. Perancangan ini juga bertujuan menjadi alat untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> dan pengaruh organisasi di tengah-tengah masyarakat.
Fokus	Membuat panduan yang jelas dan mudah diikuti oleh semua pihak yang akan menggunakan <i>corporate identity</i> , termasuk pengurus, anggota, maupun mitra eksternal. Menyediakan panduan yang fleksibel agar mudah diimplementasikan dalam berbagai media dan konteks, serta memastikan semua elemen merek digunakan secara konsisten.
Konten	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Introduction</i> - <i>Graphic Assets</i> - <i>Tone of Voice</i> - <i>Iconography</i> - <i>Logo</i> - <i>Photography</i> - <i>Color</i> - <i>Illustration</i> - <i>Typography</i> - <i>Application</i>
Hasil	<ul style="list-style-type: none"> - Dokumen <i>Graphic Standard Manual</i> (PDF). - <i>File master</i> (AI, PNG, JPG). - Pengaplikasian (<i>Mock-up</i>).
Kontak	<p>Nama : Sunyamin, S.Pd.,Gr., M.Pd.</p> <p>Jabatan : Satuan Penasihat</p>

4.1.2. Sketsa

Proses sketsa ialah proses kreatif yang dilakukan penulis untuk memvisualisasikan ide sebelum menuju tahap berikutnya. Pada tahap ini, penulis membuat sketsa dasar beberapa ikon sebagai bentuk aset tambahan dalam keperluan desain. Selain itu, penulis juga membuat sketsa ilustrasi tentang beberapa objek yang menggambarkan beberapa kegiatan yang dilakukan oleh organisasi Ikatan Purna Ambalan Sukanda-Laksmas.



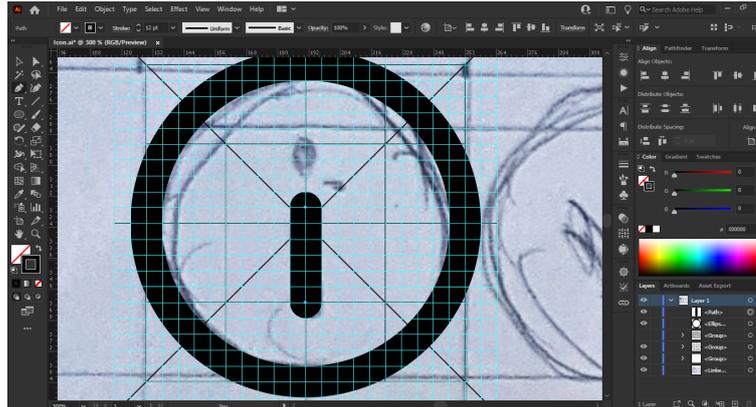
Gambar 4.1 Proses Sketsa Ikon
(Sumber : Penulis, 2024)



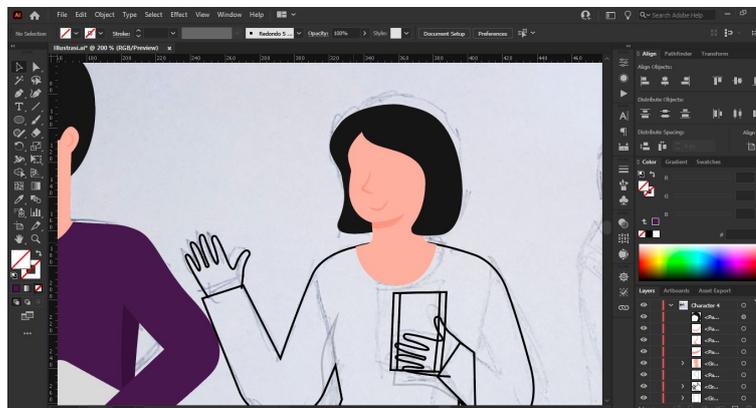
Gambar 4.2 Proses Sketsa Ilustrasi
(Sumber : Penulis, 2024)

4.1.3. Digitalisasi

Pada proses ini penulis mengubah sketsa desain yang telah dibuat secara manual menjadi format digital. Hal ini dilakukan dengan cara memfoto hasil sketsa dan disimpan dalam format JPG kemudian mengimpornya ke dalam *software Adobe Illustrator*. Digitalisasi bertujuan untuk mempermudah proses pengeditan serta agar dapat di tambahkan ke dalam media utama di proses berikutnya.



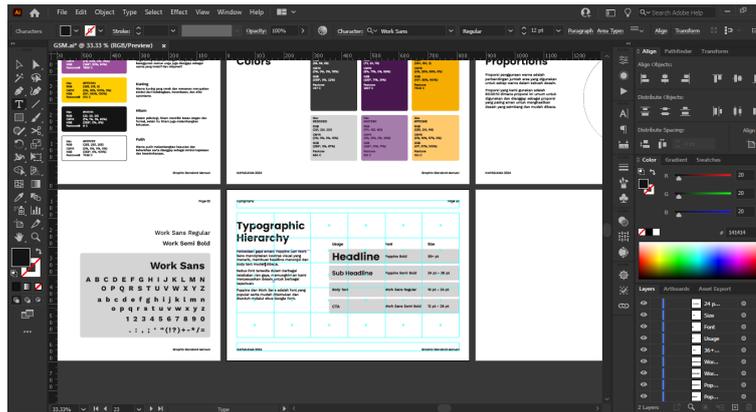
Gambar 4.3 Proses Digitalisasi Ikon
(Sumber : Penulis, 2024)



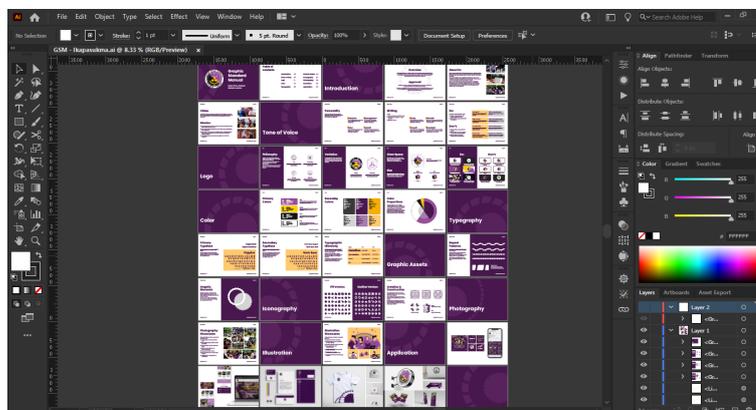
Gambar 4.4 Proses Digitalisasi Ilustrasi
(Sumber : Penulis, 2024)

4.1.4. Final Desain

Ini merupakan tahapan yang mana semua data mengenai Ikatan Purna Ambalan Sukanda-Laksmas disusun menjadi sebuah dokumen lengkap komprehensif yang berisi panduan lengkap tentang *corporate identity* yaitu *Graphic Standard Manual (GSM)*. Pada dokumen tersebut dibahas mulai dari pendahuluan dan pengantar kemudian elemen visual utama hingga pengaplikasian *corporate identity* ke dalam berbagai media baik digital maupun cetak. Dalam prosesnya, penulis menerapkan apa yang sudah menjadi konsep yang telah dibahas pada bab sebelumnya seperti warna, tipografi, dan tata letak. Final desain ini juga dibuat melalui proses-proses seperti pengembangan dan persetujuan oleh pihak terkait dari objek penelitian seperti pengurus organisasi Ikatan Purna Ambalan Sukanda-Laksmas.



Gambar 4.5 Proses Final Desain
(Sumber : Penulis, 2024)



Gambar 4.6 Hasil *Artboard* Final Desain
(Sumber : Penulis, 2024)

4.2. Media Utama

Media utama dari perancangan *coporate identity* ini ialah *Graphic Standard Manual* (GSM) atau bisa juga disebut Pedoman Standar Grafis yang berfungsi sebagai acuan bagi siapa saja yang menggunakan elemen merek untuk memastikan konsistensi dalam berbagai media. Dokumen ini disusun dalam ukuran *landscape* A4 (21 cm x 29,7 cm) yang berisi *introduction*, *tone of voice*, *logo*, *color*, *typography*, *graphic assets*, *iconography*, *photography*, *illustration*, dan *application*.

1. *Introduction*

Bagian ini memberikan gambaran umum tentang organisasi, termasuk visi, dan misi. Tujuan utama dari *Graphic Standard Manual* dijelaskan di sini, yaitu untuk memastikan konsistensi dalam representasi merek di semua saluran komunikasi.



Gambar 4.7 Bagian *Overview & Approval* pada GSM
(Sumber : Penulis, 2024)



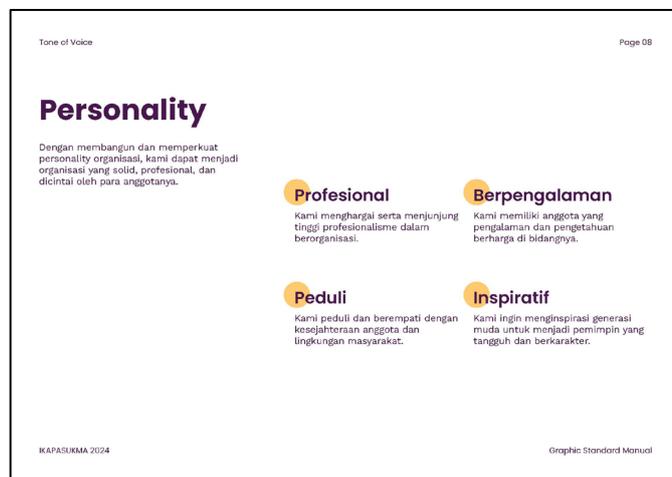
Gambar 4.8 Bagian *About Us* Organisasi pada GSM
(Sumber : Penulis, 2024)



Gambar 4.9 Bagian *Vision & Mission* Organisasi pada GSM
(Sumber : Penulis, 2024)

2. *Tone of voice*

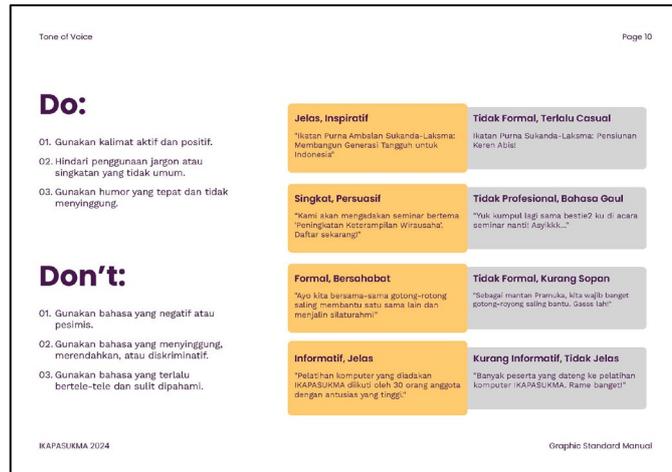
Mirip dengan gaya bicara seseorang, *tone of voice* menampilkan kepribadian *brand* dan mempengaruhi bagaimana orang lain memandang *brand* tersebut. Pada bagian ini menjelaskan mengenai *Tone of voice* seperti menentukan gaya komunikasi yang harus digunakan ketika berbicara atas nama organisasi. Ini mencakup penggunaan bahasa, nada, dan gaya penulisan yang sesuai dengan kepribadian organisasi. Misalnya, apakah organisasi ini harus terdengar ramah dan informal atau profesional dan formal.



Gambar 4.10 Bagian *Personality* Organisasi pada GSM
(Sumber : Penulis, 2024)



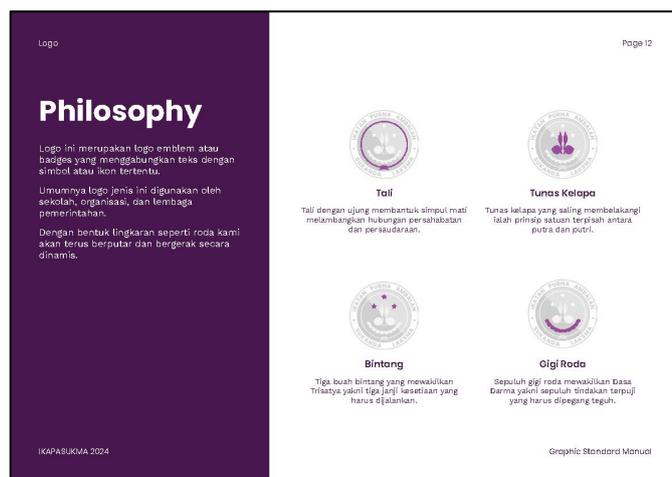
Gambar 4.11 Bagian *Writing* pada GSM
(Sumber : Penulis, 2024)



Gambar 4.12 Bagian *Do & Don't Tone of Voice* pada GSM (Sumber : Penulis, 2024)

3. Logo

Bagian ini menjelaskan penggunaan logo organisasi, termasuk versi yang diperbolehkan, ukuran minimum, ruang kosong di sekitar logo, serta warna dan latar belakang yang disarankan. Tidak hanya itu, pada bagian ini juga dijelaskan mengenai arti dan filosofi dari logo tersebut. Juga mencakup contoh penggunaan yang benar dan yang salah untuk menghindari kesalahan umum. Pada intinya, bagian ini membantu pengguna logo, baik internal maupun eksternal, untuk menampilkan logo dengan benar dan konsisten, sehingga membangun citra merek yang kuat dan mudah dikenali.



Gambar 4.13 Bagian *Philosophy Logo* pada GSM (Sumber : Penulis, 2024)



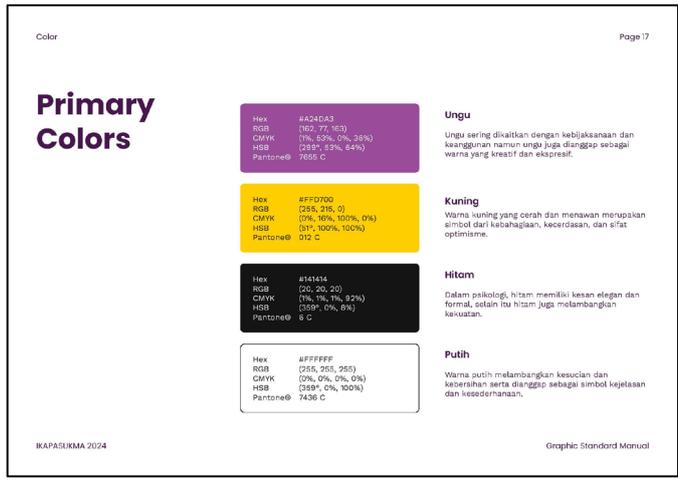
Gambar 4.14 Bagian *Variation* Logo pada GSM
(Sumber : Penulis, 2024)



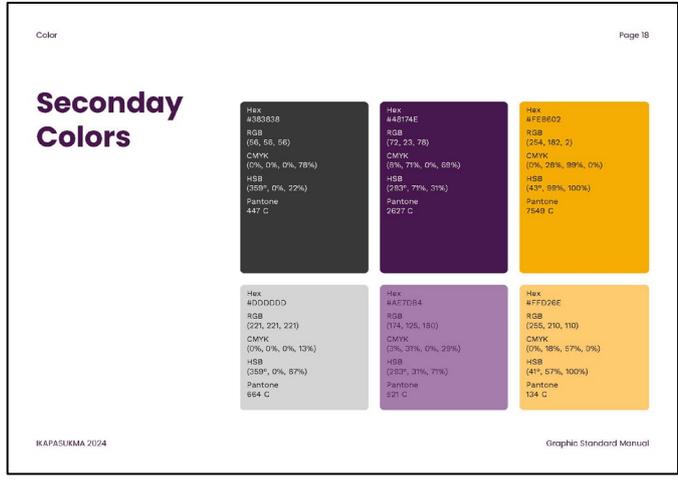
Gambar 4.15 Bagian *Clear Space & Size* Logo pada GSM
(Sumber : Penulis, 2024)

4. *Color*

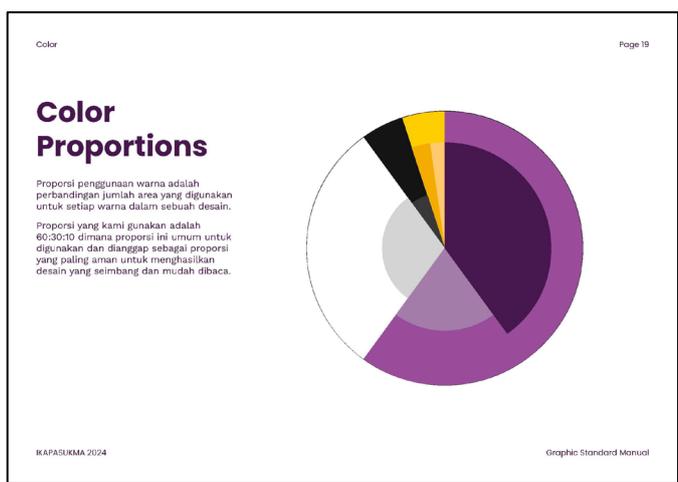
Panduan ini mencakup palet warna resmi organisasi, termasuk warna primer, sekunder, dan proporsi warna. Setiap warna disertai dengan kode warna seperti HEX, RGB, CMYK, HSB, dan *Pantone* untuk memastikan reproduksi warna yang konsisten di berbagai media. Pada bagian ini dijelaskan mengenai makna dari warna ungu, kuning, putih, dan hitam. Warna sekunder diambil dari turunan dari warna-warna primer yang mana digunakan sebagai pendukung dari warna primer itu sendiri. Di akhir bagian diberikan panduan mengenai proporsi penggunaan warna dari masing-masing warna.



Gambar 4.16 Bagian *Primary Color* pada GSM (Sumber : Penulis, 2024)



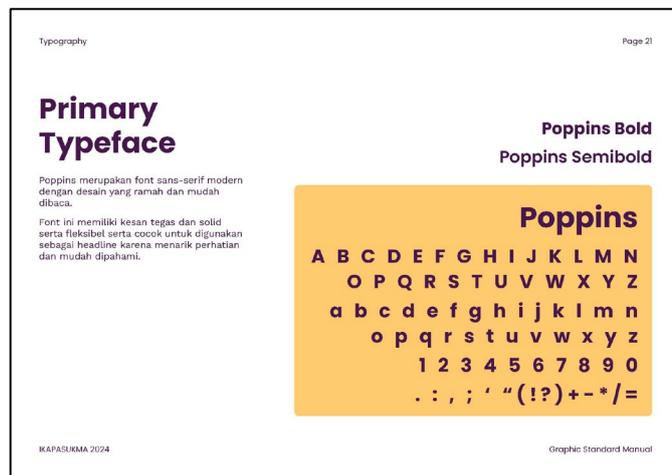
Gambar 4.17 Bagian *Secondary Color* pada GSM (Sumber : Penulis, 2024)



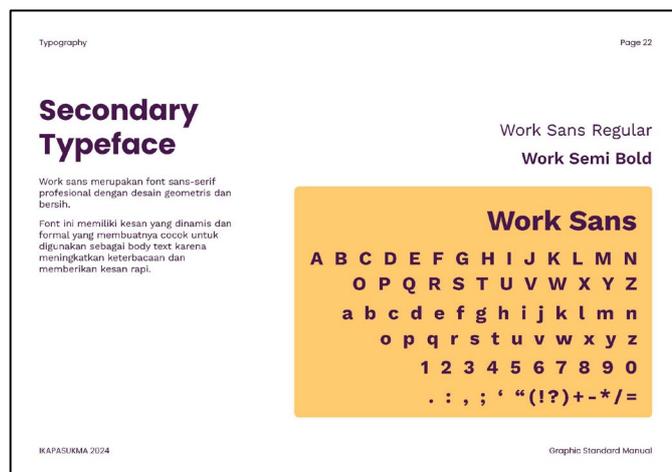
Gambar 4.18 Bagian *Color Proportions* pada GSM (Sumber : Penulis, 2024)

5. *Typography*

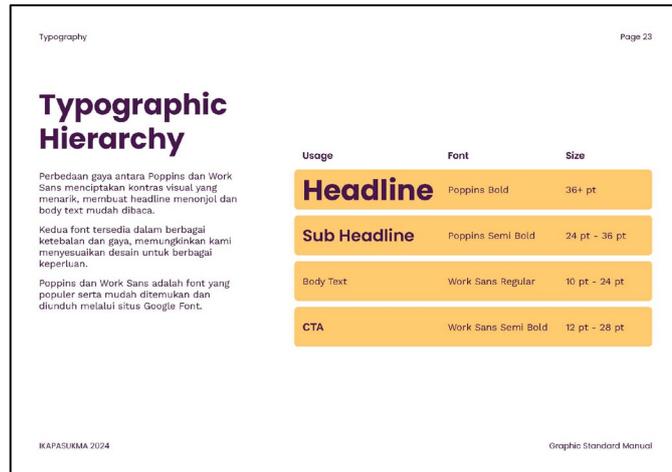
Bagian ini menjelaskan panduan penggunaan jenis huruf (*font*) yang digunakan, termasuk *font* utama untuk *headline*, *sub headline*, *body text* dan CTA (*Call to Action*). Juga mencakup panduan penggunaan ukuran, bobot, dan gaya *font* untuk memastikan konsistensi tipografi. Pada bagian ini ditampilkan bagaimana bentuk huruf-huruf dan simbol dari kedua *font* yang digunakan yaitu *Poppins* dan *Work Sans*. Selain itu, terdapat aturan hierarki tipografi untuk meningkatkan keterbacaan dan memandu mata dari pembaca.



Gambar 4.19 Bagian *Primary Typeface* pada GSM
(Sumber : Penulis, 2024)



Gambar 4.20 Bagian *Secondary Typeface* pada GSM
(Sumber : Penulis, 2024)



Gambar 4.21 Bagian *Typographic Hierarchy* pada GSM
(Sumber : Penulis, 2024)

6. *Graphic Assets*

Bagian ini mencakup elemen grafis seperti pola dan bentuk pendukung *corporate identity*. Panduan ini menunjukkan penggunaan elemen grafis untuk memperkaya desain tanpa mengganggu konsistensi desain. Pola yang bersumber dari salah satu simbol pada logo organisasi yaitu bentuk tali. Selain itu, terdapat elemen grafis yang berupa lingkaran bergerigi yang bersumber dari logo organisasi. Aset grafis ini dapat dijadikan sebagai pelengkap atau dekorasi desain seperti sebagai latar belakang sebuah desain.



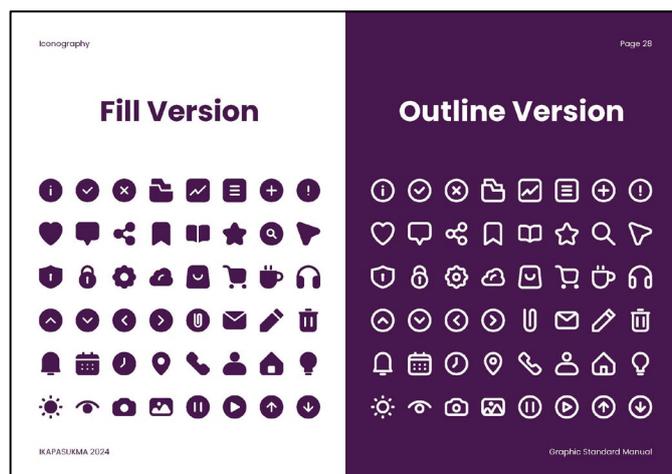
Gambar 4.22 Bagian *Repeat Patterns* pada GSM
(Sumber : Penulis, 2024)



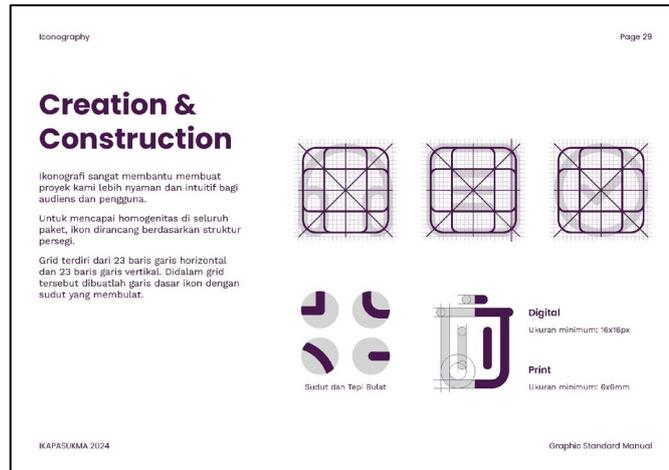
Gambar 4.23 Bagian *Graphic Elements* pada GSM
(Sumber : Penulis, 2024)

7. Iconography

Bagian ini berisikan kumpulan simbol dan gambar yang digunakan untuk mewakili organisasi Ikatan Purna Ambalan Sukanda-Laksma. Untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dibuatlah dua versi ikon yaitu *Fill Version* dan *Outline Version*. Pada panduan ini juga dijelaskan bagaimana ikon tersebut dapat terbentuk, konstruksi *grid* yang digunakan, hingga gaya visual pada masing-masing ikon. Hal tersebut menunjukkan bentuk dan detail visual yang harus dipertahankan untuk menjaga konsistensi ikonografi di semua platform.



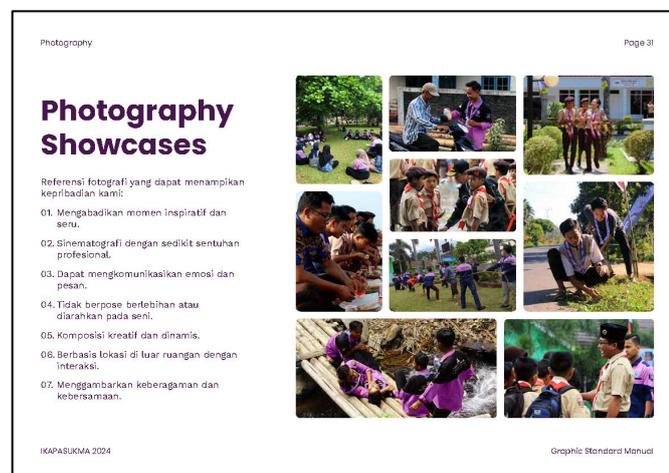
Gambar 4.24 Bagian *Fill & Outline Version* Ikon pada GSM
(Sumber : Penulis, 2024)



Gambar 4.25 Bagian *Creation & Construction Icon* pada GSM (Sumber : Penulis, 2024)

8. *Photography*

Panduan fotografi menentukan gaya visual foto yang mewakili identitas organisasi. Bagian ini memberikan arahan mengenai gaya, subjek, pencahayaan, komposisi, dan penyuntingan foto untuk memastikan gambar dapat mencerminkan kepribadian dan nilai-nilai organisasi.



Gambar 4.26 Bagian *Photography Showcases* pada GSM (Sumber : Penulis, 2024)

9. *Illustration*

Bagian ini menguraikan gaya ilustrasi yang sesuai dengan identitas organisasi. Panduan ini mencakup jenis ilustrasi, warna, dan teknik yang digunakan untuk menjaga konsistensi dalam ilustrasi yang digunakan. Gaya

ilustrasi yang simpel dan sederhana serta menggambarkan berbagai kegiatan organisasi Ikatan Purna Ambalan Sukanda-Laksma menjadi poin penting dalam penerapannya di berbagai konteks dan media.



Gambar 4.27 Bagian *Illustration Showcases* pada GSM
(Sumber : Penulis, 2024)

10. *Application*

Ini merupakan bagian yang memberikan contoh penerapan *Graphic Standard Manual* ke dalam berbagai konteks dan media. Bagian ini juga termasuk ke dalam media pendukung yang akan dijelaskan lebih lanjut setelah ini.

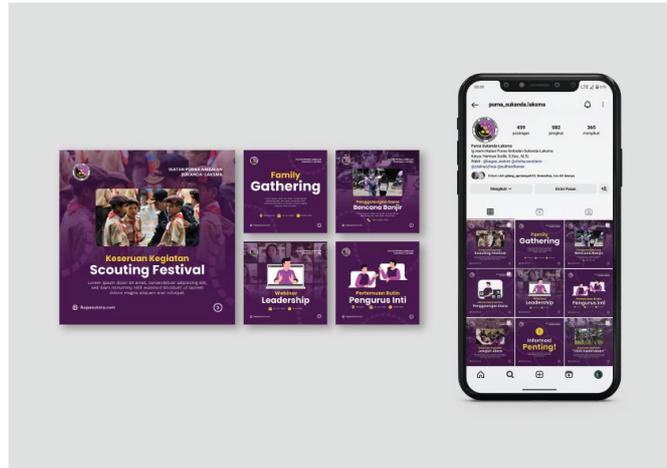
4.3. Media Pendukung

Media pendukung ialah bentuk pengaplikasian elemen-elemen desain yang juga telah dicantumkan ke dalam bagian GSM. Beberapa media pendukung tersebut telah disesuaikan dengan kebutuhan organisasi Ikatan Purna Ambalan Sukanda-Laksma. Adapun media pendukung tersebut meliputi *template* media sosial, situs web, *merchandise* atau cenderamata, dan *stationery set*.

1. *Template* Media Sosial

Media sosial adalah platform dengan jangkauan luas dan aksesibilitas tinggi, memungkinkan interaksi langsung dengan audiens, meningkatkan *engagement* dan loyalitas. Dengan adanya *template* ini membantu menjaga

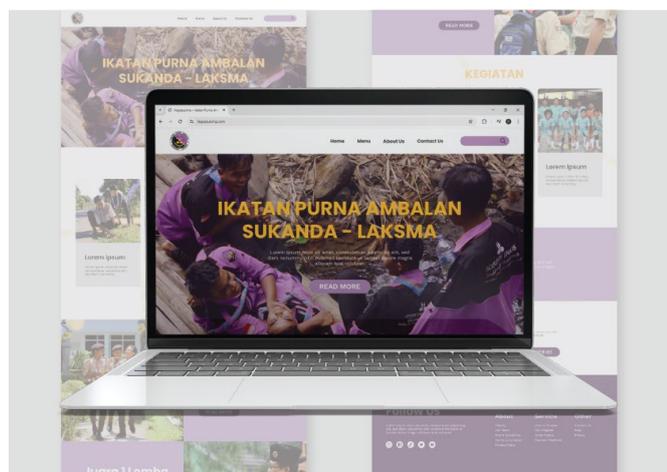
konsistensi visual, memudahkan audiens mengenali organisasi, dan membuat tampilan menjadi lebih rapi dan profesional.



Gambar 4.28 Pengaplikasian *Corporate Identity* pada Media Sosial (Sumber : Penulis, 2024)

2. Situ Web

Situs web sering kali menjadi sumber utama informasi tentang suatu organisasi selain media sosial. Desain situs web yang mengikuti GSM memastikan konsistensi visual dan membuat konten menjadi lebih menarik sehingga pengalaman pengguna juga meningkat. Hal tersebut juga dapat mendukung upaya optimasi mesin pencari agar situs web mudah ditemukan.



Gambar 4.29 Pengaplikasian *Corporate Identity* pada Situs Web (Sumber : Penulis, 2024)

3. Merchandise

Merchandise seperti kaos atau tas sering berfungsi sebagai cendera mata dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dapat berfungsi sebagai alat promosi berjalan.



Gambar 4.30 Pengaplikasian *Corporate Identity* pada *Merchandise* (Sumber : Penulis, 2024)

4. Stationery Set

Stationery set mencerminkan profesionalisme dalam korespondensi organisasi terhadap pihak lain. Kartu nama, kop surat, dan amplop yang didesain sesuai GSM menciptakan kesan terpercaya dan citra positif.



Gambar 4.31 Pengaplikasian *Corporate Identity* pada *Stationery Set* (Sumber : Penulis, 2024)

Selain *stationery set* di atas, penulis juga menambahkan beberapa pengaplikasian desain lainnya sebagai pelengkap seperti *signboard*, area resepsionis, kendaraan operasional, pin peniti, dan *sticker*.



Gambar 4.32 Pengaplikasian *Corporate Identity* pada *Signboard*
(Sumber : Penulis, 2024)



Gambar 4.33 Pengaplikasian *Corporate Identity* pada Area Resepsionis
(Sumber : Penulis, 2024)



Gambar 4.34 Pengaplikasian *Corporate Identity* pada Kendaraan Operasional
(Sumber : Penulis, 2024)



Gambar 4.35 Pengaplikasian *Corporate Identity* pada Pin Peniti
(Sumber : Penulis, 2024)



Gambar 4.36 Pengaplikasian *Corporate Identity* pada *Sticker*
(Sumber : Penulis, 2024)