

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Perancangan Desain

Sebagai landasan teori perancangan desain komunikasi visual, Landa (2014) mengatakan bahwa desain grafis adalah sarana untuk memberikan informasi kepada audiens melalui representasi visual. Desain komunikasi visual dapat menawarkan solusi, memberikan informasi, mempersuasi, serta identitas sesuai dengan masalah yang ada.

2.1.1 Elemen Desain

Menurut Landa (2014) pada bukunya *Graphic Design Solutions*, ada lima elemen desain yang terdapat pada perancangan desain yaitu, titik, garis, bentuk, warna, dan tekstur.

2.1.1.1 Titik

Titik merupakan elemen desain yang terkecil. Titik merupakan bagian dari garis yang berbentuk bulat dimana dalam bentuk digital dikenal sebagai *pixel*.

2.1.1.2 Garis

Garis adalah titik yang bersambung menjadi panjang dan merupakan hal penting dalam desain karena memiliki fungsi sebagai komposisi dan komunikasi. Garis dapat berbentuk lurus, melingkar, dan lainnya. *Weight* sebuah garis dapat ditentukan oleh tebal tipisnya, kehalusan, dan goresan.

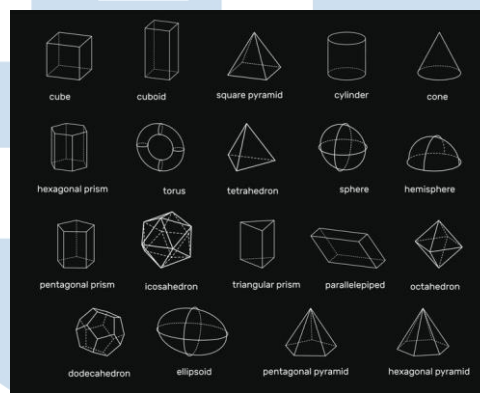


Gambar 2.1 Garis

Sumber: <https://www.kibrispdr.org/unsur-garis-dalam-desain.html>

2.1.1.3 Bentuk

Bentuk adalah objek yang terbentuk atas garis dua dimensi yang tertutup. Bentuk terdiri atas garis, warna, *tone*, dan tekstur, serta dapat diukur melalui panjang dan lebar. Penggambaran bentuk dasar seperti persegi, segitiga, dan lingkaran dua dimensi dapat dikembangkan menjadi bentuk-bentuk tiga dimensi seperti kubus, prisma, bola, dan lainnya.



2 Gambar 2.2 Bentuk

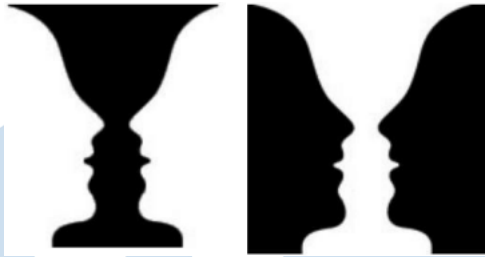
Sumber: <https://stilleducation.com/what-are-geometric-shapes-know-everything-from-scratch/>

Menurut Landa (2014), bentuk terdiri atas dua jenis sebagai berikut:

1. *Figure* atau *Ground*

Figure atau *Ground* adalah prinsip dasar yang memisahkan persepsi manusia antara objek dan latarnya. Bentuk yang terlihat jelas dianggap sebagai *figure* sedangkan ruang yang ada di sekitar bentuk adalah *ground*.

U
M
N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.3 *Figure* atau *Ground*
Sumber: <https://www.researchgate.net/figure/>

2. *Typographic Shapes*

Typographic Shapes merupakan jenis bentuk yang menyerupai letterform. *Typographic Shapes* dapat berbentuk organik hingga geometris.

2.1.1.4 **Tekstur**

Tekstur merupakan kasar halusnya permukaan suatu objek. Tekstur terbagi atas dua kategori yaitu *tactile texture* dan *visual texture*. *Tactile texture* merupakan tekstur yang dapat dirasakan permukaannya secara nyata sedangkan *visual texture* adalah tampilan ilusi tekstur.



4 Gambar 2.4 *Tactile texture* dan *visual texture*

Sumber: <https://www.teacherspayteachers.com/Product/Elementary-Texture-Presentation-2873134>

2.2 **Prinsip Desain Grafis**

Pada buku *Graphic Design Solutions*, Landa (2014) mengatakan bahwa masing-masing prinsip desain saling bergantung antara satu dan lainnya. Penggunaan dari prinsip desain dapat menghasilkan komposisi yang seimbang. Berikut enam bagian prinsip desain:

2.2.1 Format

Format merupakan media batasan perancangan desain. Format penting untuk diketahui karena desainer perlu menyesuaikan tata letak dan komposisi desain dengan rasio format yang berbeda-beda.

2.2.2 Keseimbangan

Menurut Landa (2014), keseimbangan adalah kestabilan visual, yang berarti distribusi elemen visual yang baik sehingga menciptakan keharmonisan dalam hasil karya desain. Dengan adanya desain yang seimbang dan harmonis, desain dapat menyampaikan pesan kepada audiens secara lebih baik.

Keseimbangan pun dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu keseimbangan simetris, keseimbangan asimetris, dan keseimbangan radial.

1. Keseimbangan Simetris

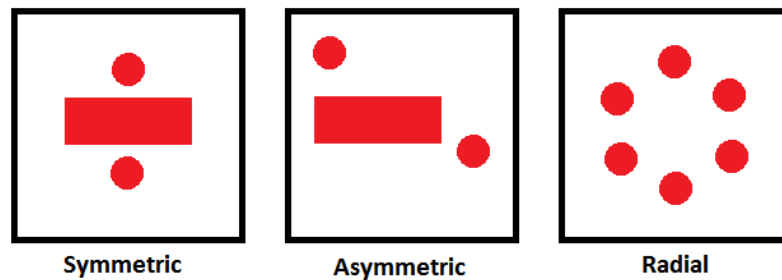
Pada keseimbangan simetris, distribusi berat elemen visual terbagi secara simetris secara horizontal maupun vertikal.

2. Keseimbangan Asimetris

Pada keseimbangan asimetris, distribusi berat elemen visual terbagi secara seimbang namun tak saling menghadap satu sama lain. Agar berat visual terlihat seimbang, perancangan dapat memanfaatkan penggunaan komposisi, warna, bentuk, *value*, dan tekstur dalam desain.

3. Keseimbangan Radial

Keseimbangan radial adalah keseimbangan yang tercipta dari distribusi elemen visual melalui kombinasi sumbu vertikal dan horizontal.

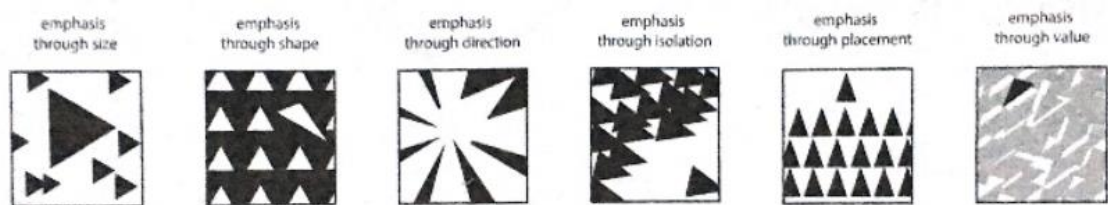


5 Gambar 2.6 *Symmetry, Asymmetry, dan Radial Balance*

Sumber: <https://annhjelle.wordpress.com/assignments-2/proj-04-symmetry-design/>

2.2.3 Hirarki Visual

Hirarki visual adalah prinsip yang mendasari penyampaian informasi pada desain komunikasi visual. Agar hirarki visual pada desain terlihat jelas, diperlukan elemen visual yang berupa penekanan (*emphasis*). *Emphasis* dapat mengutamakan elemen yang harus dilihat dominan, dan memposisikan elemen pendukung. *Emphasis* ditentukan dari tata letak, ukuran, warna, kontras, hingga berat visual.



6 Gambar 2.7 *Emphasis*

Sumber: <https://openlab.bmcc.cuny.edu/mma-100-1002-fall-2020/2020/09/13/visual-hierarchy-emphasis/>

Berdasarkan Landa (2014), ada enam cara untuk menentukan *emphasis* sebagai berikut:

1. *Emphasis by Isolation*

Emphasis by isolation adalah cara penekanan dengan cara memisahkan objek yang ingin ditekankan dari elemen visual lainnya agar memberikan perhatian lebih kepada *emphasis*.

2. *Emphasis by Placement*

Emphasis by placement adalah cara penekanan dengan meletakkan objek *emphasis* pada letak dimana audiens akan melihat pertama kali.

3. *Emphasis Through Scale*

Emphasis through scale adalah penekanan dengan membesarkan atau mengecilkan ukuran objek *emphasis* untuk mengutamakan objek *emphasis* dibandingkan elemen visual lainnya agar menarik pandangan audiens.

4. *Emphasis Through Contrast*

Emphasis through contrast adalah penekanan dengan cara mengatur kontras pada desain. Dengan kontras yang tinggi, objek *emphasis* dapat terlihat lebih menonjol.

5. *Emphasis Direction and Pointers*

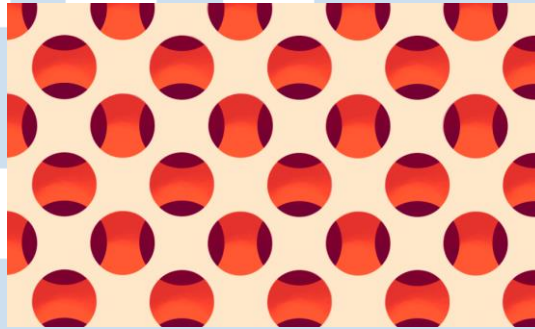
Emphasis direction and pointers menggunakan arah tanda baca dan bentuk diagonal yang menunjukkan *emphasis* pada desain.

6. *Emphasis Through Diagrammatic Structures*

Pada *emphasis through diagrammatic structures*, ada tiga struktur yaitu tree structure, nest structure, dan stair structure. Pada *tree structure*, objek disusun secara menurun dan memiliki banyak cabang dimana objek yang terletak di atas adalah informasi utama dan sub informasi di bawah. *Nest structure* Menyusun objek secara berlapis mengenai informasi utama dan informasi pendukungnya. Terakhir, *stair structure* adalah penyusunan informasi dalam bentuk seperti tangga dimana informasi utama diletakkan pada bagian paling atas.

2.2.4 Ritme

Ritme atau irama adalah konsistensi dalam repetisi sehingga menghasilkan pola pada desain. Dengan adanya ritme, audiens dapat melihat alur dan kesatuan dalam desain. Ritme dapat tercipta dari penggunaan warna, bentuk, latar, keseimbangan, repetisi, dan variasi.



Gambar 2.9 Ritme

Sumber: <https://www.outcrowd.io/blog/value-of-rhythm-in-design>

2.2.5 Kesatuan

Kesatuan atau *unity* dalam desain adalah gabungan komposisi elemen visual yang harmonis. Audiens dapat mengenali identitas desain dengan adanya kesatuan yang baik.

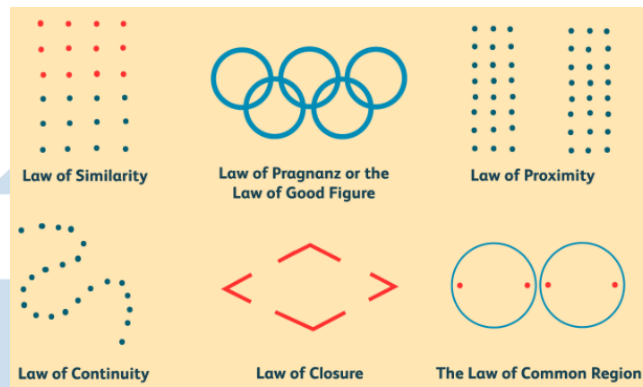


Gambar 2.10 Kesatuan

Sumber: <https://www.invisionapp.com/defined/principles-of-design>

2.2.6 *Laws of Perceptual Organization*

Prinsip *laws of perceptual organization* berdasar dari *laws of pragnanz*, dimana disebutkan bahwa manusia memiliki kecenderungan untuk memandang hal-hal menjadi lebih sederhana dan teratur. Berikut hukum *perceptual organization*:



Gambar 2.11 *laws of perceptual organization*

Sumber: <https://www.verywellmind.com/gestalt-laws-of-perceptual-organization-2795835>

1. *Similarity*

Pada *similarity*, ada kesamaan dalam bentuk, tekstur, warna, dan arah pada elemen desain.

2. *Proximity*

Proximity adalah meletakkan elemen desain berdekatan antara satu sama lain sehingga menjadi satu kesatuan.

3. *Continuity*

Continuity adalah elemen desain dimana ada kesinambungan sehingga menghasilkan kesan hubungan antara visual.

4. *Closure*

Closure adalah penghubungan elemen desain hingga menjadi kesatuan dalam persepsi audiens.

5. *Common Fate*

Common fate adalah elemen yang bergerak ke arah yang sama hingga dianggap sebagai satu objek.

6. *Continuing Line*

Continuing Line terbentuk dari adanya elemen-elemen garis yang mengikuti arah. Sedangkan *implied line* adalah ketika elemen-elemen garis terputus namun masih terlihat sebagai kesatuan.

7. Correspondence

Correspondence adalah kesatuan pada konsistensi perancangan desain seperti font, warna, bentuk, dan lainnya.

2.2.7 Skala

Skala adalah perbandingan ukuran antara elemen visual. Penerapan skala dapat menonjolkan besar kecil antar elemen sehingga menghasilkan hasil visual yang variatif dan berkontras.

2.3 Tipografi

Tipografi adalah serangkaian karakter huruf, angka, dan simbol yang memiliki identitas efektif. Menurut Landa (2014), tipografi dapat membawa pengaruh yang besar ke dalam ketersampaian ide desain apabila dipandang sebagai komponen yang penting.

2.3.1 Elemen Tipografi

Typeface memiliki berbagai komponen huruf, nomor, simbol, tanda, tanda baca, dan aksen. Menurut Landa (2014), ada dua elemen dari tipografi yaitu:

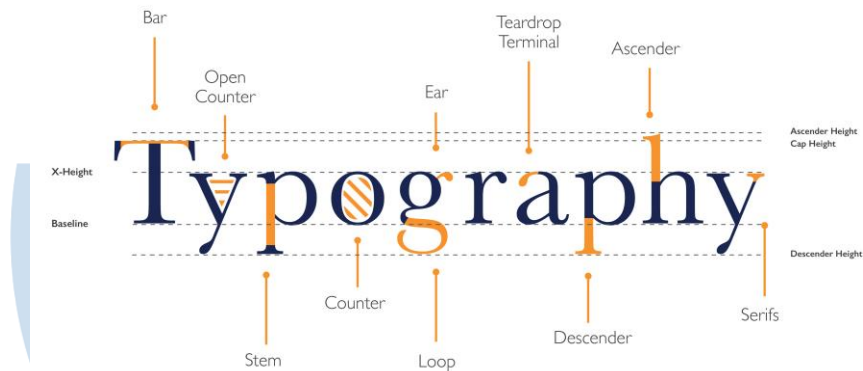
1. Type measurement

Tipografi memiliki dua unit yang digunakan untuk mengukur tinggi dan lebar huruf pada media cetak yaitu *point* dan *pica*.

Adapun pada pengukuran digital disebut sebagai *pixel*, *point*, *percentage*, dan *unit*.

2. Type anatomy

Setiap huruf memiliki karakteristik masing-masing, maka perlu diperhatikan *type anatomy* pada masing-masing karakter agar memastikan keterbacaan dari huruf (legibilitas).



10 Gambar 2.12 *Type anatomy*

Sumber: <https://yesimadesigner.com/get-familiar-with-type-anatomy/>

2.3.2 Klasifikasi Tipografi

Tipografi memiliki klasifikasi *typeface* berdasarkan gaya visual dan sejarah.

1. *Old Style*

Typeface old style atau *humanist* adalah *typeface* yang muncul pada akhir abad ke-15. *Typeface* memiliki karakter yang melengkung dan berirama. Contoh *typeface old style* adalah Times New Roman, Garamond, dan Hoefler Text.



Gambar 2.13 Garamond Font

Sumber: https://en.m.wikipedia.org/wiki/File:Garamond_font.svg

2. *Transitional*

Typeface transitional adalah *typeface* yang tercipta antara transisi *old style* menuju ke modern. *Typeface* ini memiliki karakteristik serif yang merepresentasikan kedua era. Contoh *typeface transitional* adalah Baskerville dan Century.

Baskerville

12 Gambar 2.14 Baskerville Font
Sumber: <https://8font.com/baskerville-font/>

3. Modern

Typeface modern tercipta pada akhir abad ke-18. *Typeface* ini memiliki karakteristik geometris dan terlihat kontras pada ketebalannya. Contoh *typeface* modern adalah Didot, Bodoni, dan Walbaum.

Bodoni

Gambar 2.15 Bodoni Font
Sumber: https://en.m.wikipedia.org/wiki/File:Bodoni_font.svg

4. Slab Serif

Slab serif adalah *typeface* yang memiliki karakteristik serif seperti lempengan. Contoh *typeface* slab serif adalah American Typewriter, Bookman, dan Clarendon.

Bookman

Gambar 2.16 Bookman Font
Sumber: https://en.m.wikipedia.org/wiki/File:Bookman_font.svg

5. Sans Serif

Sans serif adalah karakter yang tidak memiliki serif dan memiliki bentuk tebal atau tipis. Contoh *typeface* sans serif adalah Futura, Helvetica.



Gambar 2.17 Futura Font

Sumber: https://en.m.wikipedia.org/wiki/File:Futura_Typeface.svg

6. *Blackletter*

Blackletter adalah *typeface* yang dikembangkan dari *medieval manuscript* atau disebut dengan gaya *gothic*. Contoh *typeface blackletter* adalah Fraktur, Rotunda, dan Schwabacher.



Gambar 2.18 Rotunda Font

Sumber: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Schriftzug_Rotunda.svg

7. *Script*

Script merupakan *typeface* yang memiliki karakteristik seperti ditulis dengan kuas atau tulisan tangan. Contoh *typeface script* adalah Brush Script, dan Allegro Script.



Gambar 2.19 Brush Script Font

Sumber: https://en.m.wikipedia.org/wiki/Brush_Script

8. *Display*

Display adalah *typeface* yang dipakai untuk aplikasi pada media besar. *Typeface display* tidak direkomendasikan untuk pemakaian

pada *body text* karena tingkat keterbacaannya rendah pada ukuran kecil.

Recoleta

18 Gambar 2.20 Recoleta Font
Sumber: <https://www.dafont.com/recoleta.font>

2.4 Warna

Menurut Landa (2014), warna adalah elemen desain yang penting karena dapat memberi gambaran pada bentuk dan lingkungan dari sebuah karya visual. Warna merupakan hasil dari pantulan cahaya yang ditangkap oleh mata manusia sebagai pigmen. Selain itu, pigmen warna pada media digital memiliki spesifikasi yang disebut *additive colors*. Terdapat tiga kategori dalam elemen warna yaitu *hue*, *value*, dan *saturation*.



9 Gambar 2.21 *Primary Colors, Additive Colors, dan Subtractive Color System*
Sumber: <https://www.color-meanings.com/additive-subtractive-color-mixing/>

1. Hue

Hue merupakan elemen yang berdasarkan pada temperatur warna (panas dan dingin). Warna temperatur panas antara lain merah, oranye, dan kuning. Sedangkan, warna temperatur dingin adalah biru, hijau, dan ungu.

2. Value

Value adalah tingkatan terang gelap warna. *Value* dalam warna dapat ditentukan dari *tone*, *tint*, dan *shade*. Perbedaan bentuk dapat terletak di

perbedaan *value contrast*. *Value contrast* dapat membuat bentuk dibedakan secara *figure* dan *ground*.

3. *Saturation*

Saturation menentukan tingkat kecerahan sebuah warna. Contohnya, *saturation* dapat membedakan antara merah terang dan merah kusam. Penggunaan *saturation* dapat digunakan untuk menarik perhatian pada sebuah komposisi.

2.4.1 Teori Psikologi Warna

Menurut teori dari Brewster (2004), warna dapat di kelompokkan menjadi empat golongan yaitu primer, sekunder, tersier, dan netral. Setiap warna memiliki karakteristik psikologi manusia yang dapat dimanfaatkan dalam perancangan identitas brand.

Berikut hasil eksperimen oleh psikolog Frank H. Mahnke tentang warna dan emosi.

1. Merah

Merah mengartikan kekuatan, kegembiraan, kehebatan, dan gairah.

2. Oranye

Oranye adalah hasil perpaduan warna merah dan kuning. Oranye melambangkan optimism, kehangatan, percaya diri, dan ketenangan dalam suatu hubungan.

3. Kuning

Kuning melambangkan kebahagiaan, kreativitas, semangat, dan dapat merangsang penalaran otak.

4. Biru

Biru memberikan kesan kepercayaan dan professional. Warna biru juga dapat membantu mengatasi kecemasan.

5. Hijau

Karena menyerupai warna alam, hijau dapat menyeimbangkan emosi, dapat membantu komunikasi, serta relaksasi.

6. Merah muda

Merah muda adalah campuran dari merah dan putih. Merah muda melambangkan Wanita, romantis, kelembutan hatim dan peduli.

7. Ungu

Ungu memberikan kesan mewah, anggun, dan kesenangan.

8. Cokelat

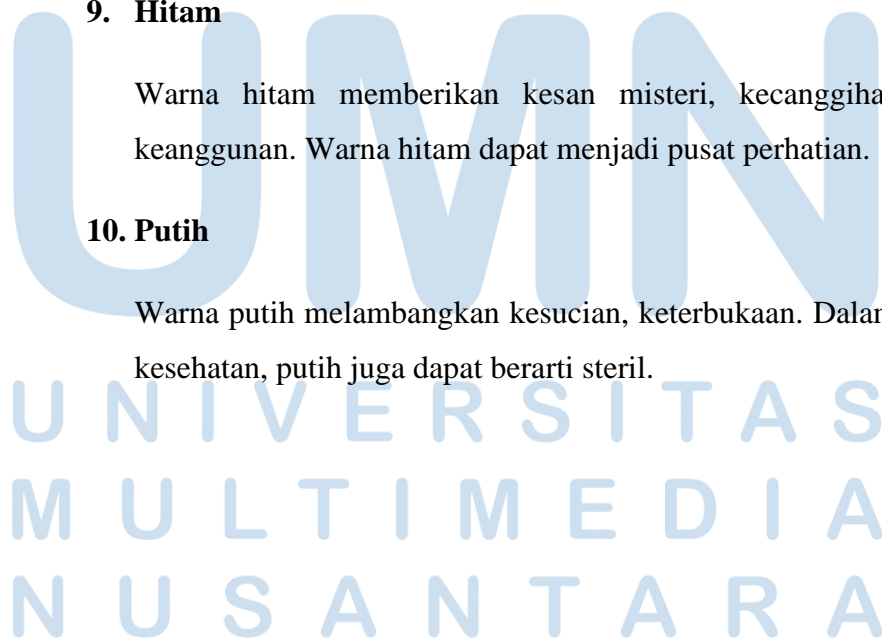
Warna cokelat menyerupai warna tanah sehingga memberikan kesan hangat, aman, dan kenyamanan. Cokelat juga dapat berarti mahal dan modern.

9. Hitam

Warna hitam memberikan kesan misteri, kecanggihan, dan keanggunan. Warna hitam dapat menjadi pusat perhatian.

10. Putih

Warna putih melambangkan kesucian, keterbukaan. Dalam dunia kesehatan, putih juga dapat berarti steril.



Red Excitement Strength Love Energy	Orange Confidence Success Bravery Sociability	Yellow Creativity Happiness Warmth Cheer	Green Nature Healing Freshness Quality	Blue Trust Peace Loyalty Competence
Pink Compassion Sincerity Sophistication Sweet	Purple Royalty Luxury Spirituality Ambition	Brown Dependable Rugged Trustworthy Simple	Black Formality Dramatic Sophistication Security	White Clean Simplicity Innocence Honest

20 Gambar 2.22 Warna dan psikologi

Sumber: <https://www.creativealys.com/2019/09/20/the-psychology-of-color-in-logo-design/>

2.5 Grid dan Layout

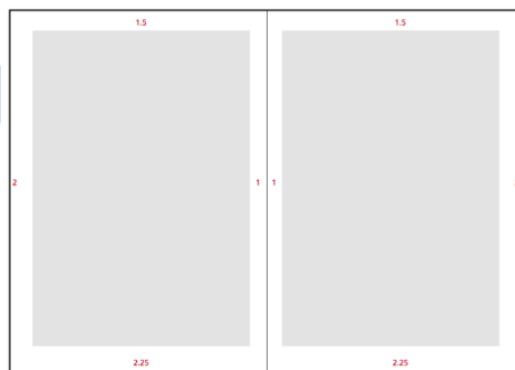
Berdasarkan Poulin (2018) pada buku *Design School Layout*, layout adalah komposisi yang berpengaruh dalam menyampaikan informasi kepada audiens.

2.5.1 Grid Anatomy

Grid anatomy diperlukan untuk merancang *layout* yang baik. Perancangan yang dibuat dengan memahami *grid anatomy* dapat menghasilkan berbagai komposisi. Komposisi yang terdapat pada *grid* adalah *margins*, *columns*, *modules*, *spatial zones*, *flowlines*, *markers*, *gutters*, dan *alleys*.

1. Margins

Margin adalah batasan dalam garis yang terletak di pinggiran halaman yang berperan penting pada komposisi.

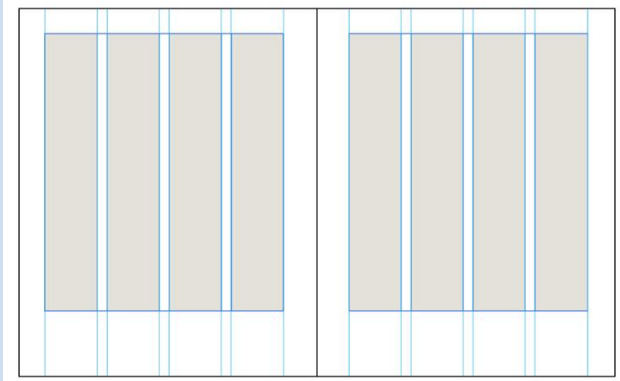


Gambar 2.23 Margins

Sumber: <https://bookmachine.org/2016/12/05/mind-the-gap-planning-your-indesign-pages-using-margins-and-columns/>

2. Columns

Column adalah garis vertikal yang melintasi lebar dan tinggi halaman. Adanya garis *column* akan mempengaruhi kenyamanan pembaca.

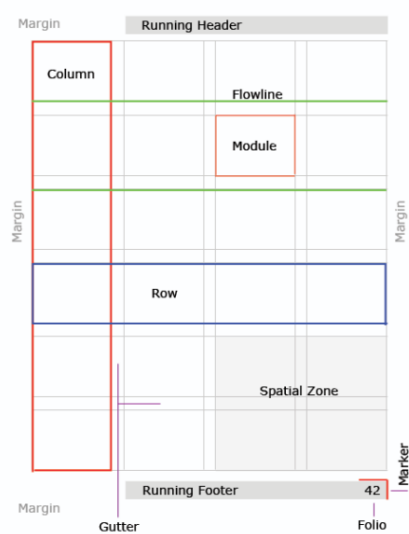


22 Gambar 2.24 Columns

Sumber: <https://bookmachine.org/2016/12/05/mind-the-gap-planning-your-in-design-pages-using-margins-and-columns/>

3. Modules

Modules adalah *negative space* yang dihasilkan oleh *columns*. Banyak atau sedikitnya penggunaan *modules* akan mempengaruhi keterbacaan desain.



Gambar 2.25 Flowline, Modules, dan Spatial Zones
Sumber: <https://vanseodesign.com/grid-anatomy-4/>

4. *Spatial Zones*

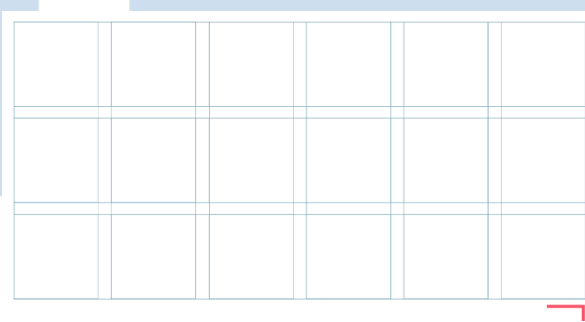
Spatial zones adalah gabungan modules yang membentuk elemen tulisan atau gambar.

5. *Flowlines*

Flowlines adalah garis horizontal yang melintasi halaman untuk memperjelas arah baca, peletakkan awal sampai akhir konten.

6. *Markers*

Marker adalah daerah peletakkan nomor halaman.

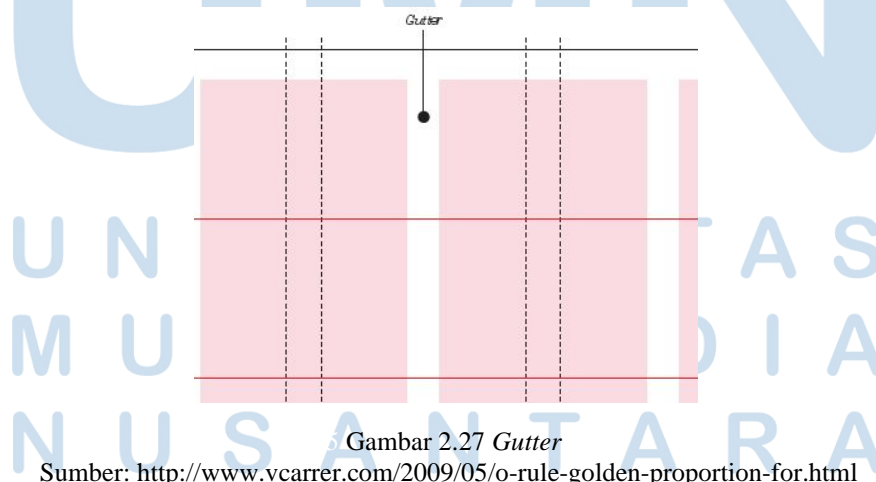


Gambar 2.26 *Markers*

Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

7. *Gutters*

Gutters adalah ruang kosong diantara jarak *column*.



Gambar 2.27 *Gutter*

Sumber: <http://www.vcarrer.com/2009/05/o-rule-golden-proportion-for.html>

8. Alleys

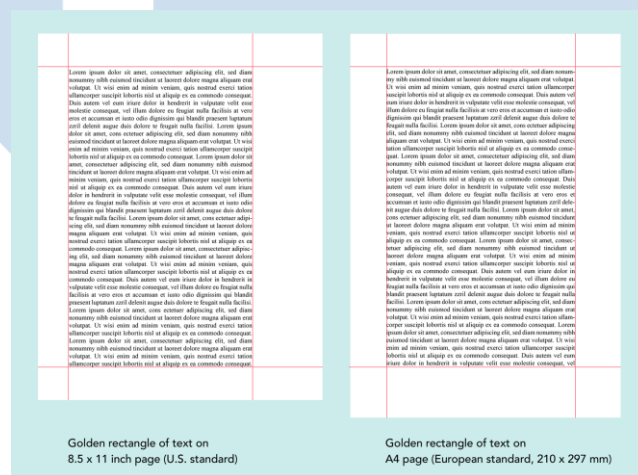
Alley adalah bagian pinggir *margin* yang mendekati *binding* halaman.

2.5.2 Grid System

Grid system berfungsi untuk menghasilkan komposisi layout pada berbagai media. Macam jenis *grid system* antara lain adalah:

1. Manuscript

Manuscript adalah jenis grid yang digunakan pada buku dan esai yang berupa teks panjang.

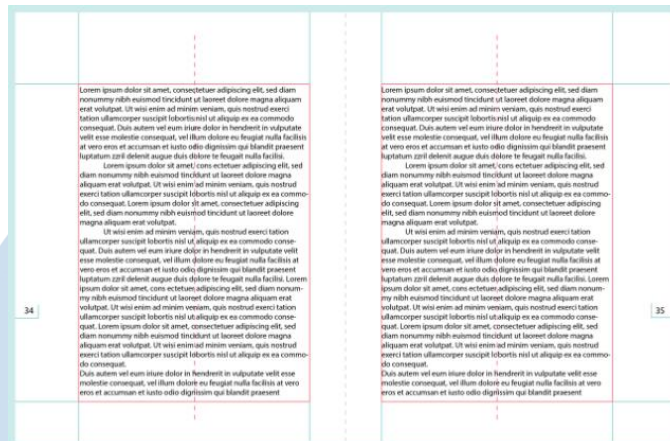


Gambar 2.28 Manuscript grid
Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

2. Symmetrical Grid

Symmetrical grid adalah grid dimana halaman kiri dan kanan saling bercermin.

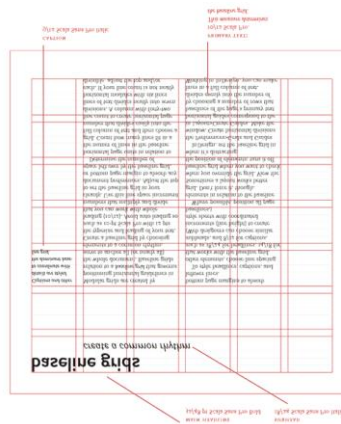
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



27 Gambar 2.29 *Symmetrical Grid*
 Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

3. *Modular Grid*

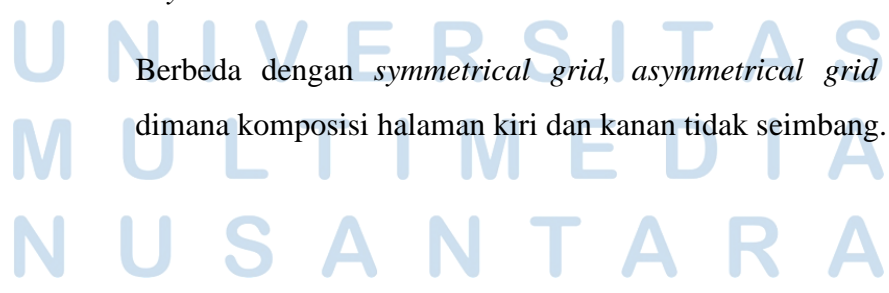
Modular grid terdiri atas garis horizontal dan vertikal yang menghasilkan ruang diantaranya (*grid modules*).



Gambar 2.30 *Modular Grid*
 Sumber: <https://arie.ls/2012/modular-grids/>

4. *Asymmetrical Grid*

Berbeda dengan *symmetrical grid*, *asymmetrical grid* adalah dimana komposisi halaman kiri dan kanan tidak seimbang.





29 Gambar 2.31 Asymmetrical Grid
Sumber: Poulin (2018)

5. Hierarchy Grid

Hierarchy grid adalah grid system yang tersusun atas gambar dan tulisan. Dengan menggunakan hierarchy grid, dapat menghasilkan layout yang lebih organik dan dinamis.



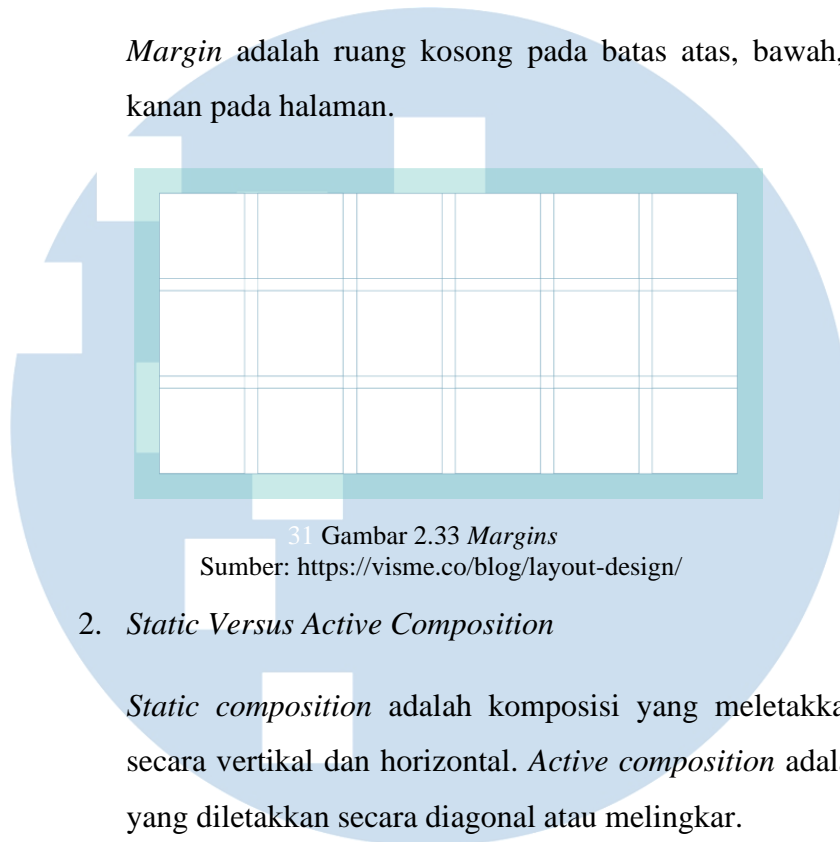
Gambar 2.32 Hierarchy Grid
Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

2.5.3 Komposisi

Menurut Landa, komposisi adalah keseluruhan susunan dan posisi seluruh elemen visual pada sebuah desain. Komposisi berpengaruh dalam menyampaikan informasi secara menarik dan dapat dimengerti audiens. Berikut adalah beberapa dasar dari komposisi:

1. Margins

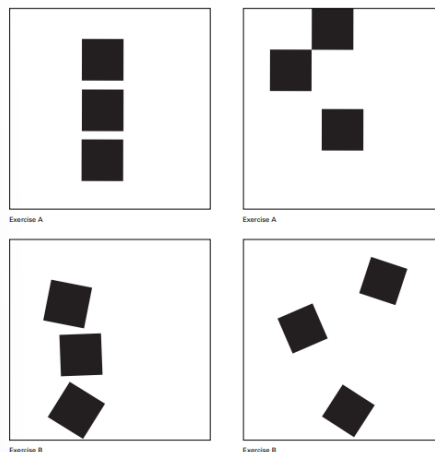
Margin adalah ruang kosong pada batas atas, bawah, kiri, dan kanan pada halaman.



31 Gambar 2.33 Margins
Sumber: <https://visme.co/blog/layout-design/>

2. Static Versus Active Composition

Static composition adalah komposisi yang meletakkan elemen secara vertikal dan horizontal. *Active composition* adalah elemen yang diletakkan secara diagonal atau melingkar.



Gambar 2.34 Static versus active composition
Sumber: https://www.heathside.surrey.sch.uk/force_download.cfm?id=1200

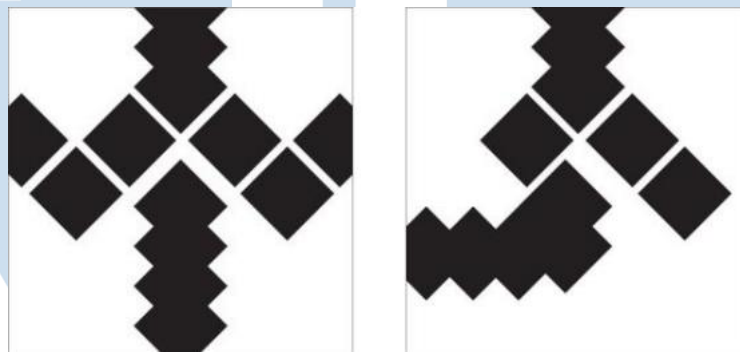
3. Closed Versus Open Composition

Closed composition adalah komposisi yang dirancang untuk mengarahkan pandangan audiens ke dalam format. *Open*

composition adalah komposisi yang mengarahkan pandangan audiens ke luar format.

4. *Symmetrical Versus Asymmetrical Composition*

Symmetrical composition adalah komposisi yang bercermin pada sumbu vertikal. *Asymmetrical composition* memiliki komposisi seimbang namun tak saling bercermin.



Gambar 2.35 *Symmetrical versus asymmetrical composition*

Sumber: <https://webdesigndev.com/understanding-symmetry-and-asymmetry-in-design/>

2.6 **Brand**

Menurut Wheeler (2018) pada buku *Designing Brand Identity*, *brand* adalah persepsi masyarakat terhadap suatu produk atau jasa. Dengan adanya *brand*, masyarakat akan lebih mengenali dan percaya dengan produk atau jasa tersebut. *Brand* memiliki tiga fungsi yaitu *navigation*, *reassurance*, dan *engagement*.

1. *Navigation*

Navigation memiliki fungsi sebagai arahan navigasi konsumen agar dapat memilih sebuah brand antara brand yang lain.

2. *Reassurance*

Reassurance adalah dimana brand dapat berkomunikasi dengan konsumen sebagai upaya meyakinkan konsumen terkait kualitas produk atau layanannya.

3. *Engagement*

Engagement adalah ketika konsumen bisa mengenali sebuah *brand* secara mudah.

2.6.1 Branding

Berdasarkan Wheeler (2018), *branding* adalah proses perancangan untuk membangun *awareness* dan menjangkau *customer loyalty*. *Branding* dapat memanfaatkan perbedaan dengan kompetitor dan memposisikan *brand* secara jangka panjang.

2.6.2 Brand Strategy

Brand Strategy adalah cara agar sebuah *brand* menaikkan *brand awareness* dan penjualan dalam segi pemasaran yang berupa strategi atau ide. *Brand strategy* dirancang sesuai dengan visi misi *brand*, *target market*, produk, dan faktor-faktor lainnya.

2.6.3 Brand Positioning

Menurut Wheeler (2018), *brand positioning* adalah proses identifikasi faktor-faktor yang memisahkan suatu *brand* dengan *brand* lain dalam benak masyarakat. *Brand positioning* yang baik adalah yang berlandaskan pada kebutuhan konsumen.

2.6.4 Brand Architecture

Brand architecture adalah struktur pada sebuah *brand* yang berhubungan antara satu sama lain. Menurut Wheeler (2018), *brand architecture* terbagi menjadi tiga jenis, yaitu *monolithic brand architecture*, *endorsed brand architecture*, dan *pluralistic brand architecture*.

2.6.5 Brand Identity

Brand identity menurut Wheeler (2018) adalah wujud dari sebuah *brand* yang dapat dilihat dan dirasakan oleh masyarakat. Konsumen lebih mementingkan *brand* yang lebih menonjol dari *brand* lainnya sehingga penting bagi sebuah *brand* untuk memiliki identitas yang baik.

2.6.5.1 Logo

Logo adalah wajah sebuah *brand* yang tentukan menjadi salah satu hal pertama yang dilihat oleh masyarakat. Berikut adalah berbagai jenis logo:

1. *Wordmark*

Wordmark adalah logo yang terdiri dari teks berupa nama atau singkatan nama perusahaan.



34 Gambar 2.36 *Wordmark* Google
Sumber: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Google_wordmark.svg

2. *Letterform*

Letterform adalah logo yang menggunakan huruf inisial dari perusahaan. Bentuk dari letterform dapat berupa modifikasi dari huruf inisial yang menyesuaikan dengan kepribadian yang diinginkan.



Gambar 2.37 *Letterform* Unilever
Sumber: <https://www.unilever.com/our-company/the-logo/>

3. *Pictorial Mark*

Pictorial Mark adalah logo yang menggunakan gambar atau ilustrasi sebagai representasi perusahaan.



36 Gambar 2.38 *Pictorial mark* Apple
Sumber: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Apple_logo_black.svg

4. *Abstract/Symbolic Mark*

Abstract mark adalah logo yang berupa bentuk abstrak yang merepresentasikan visi misi dan tujuan perusahaan.



37 Gambar 2.39 *Abstract mark* Nike
Sumber: <https://en.wikipedia.org/wiki/Swoosh>

5. *Emblem*

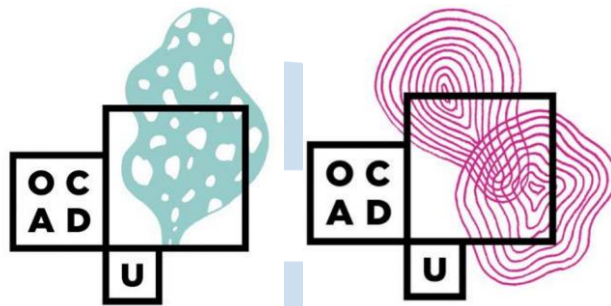
Emblem adalah logo yang berupa penggabungan bentuk gambar dan nama perusahaan menjadi satu.



Gambar 2.40 *Emblem mark* TiVo
Sumber: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:TiVo_logo_2011_RGB.svg

6. *Dynamic Mark*

Dynamic mark adalah logo yang dinamis. Komposisi bentuk, warna, dan penyusunan kata dapat berubah dalam *dynamic mark*.



39 Gambar 2.41 *Dynamic mark* OCAD University

Sumber: <https://www.designboom.com/design/bruce-mau-design-new-ocad-identity/>

2.6.5.2 *Brand Name*

Berdasarkan Wheeler (2018) dalam bukunya *Designing Brand Identity*, nama sebuah brand harus bersifat *timeless*, mudah diucapkan, dan mudah diingat. Dalam penamaan sebuah brand, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah makna, keunikan, bersifat positif, dapat dilindungi secara hukum, *future-oriented*, dan dapat diubah apabila perusahaan diperluas suatu saat nanti.

2.6.5.3 *Tagline*

Tagline adalah kalimat singkat yang dapat menggambarkan *brand essence*, kepribadian, dan *positioning* sebuah *brand* sehingga dapat dibedakan dari kompetitor. *Tagline* bersifat sederhana dan dirancang secara strategis berdasarkan proses kreatif yang intensif.

2.6.5.4 *Collaterals*

Collateral adalah media dan materi promosi yang berfungsi untuk mempromosikan brand kepada masyarakat. *Brand collaterals* dirancang secara terpadu berdasarkan *brand guidelines* dan dapat meningkatkan *brand recognition*.

2.6.5.5 *Brand Guideline*

Brand guideline adalah buku berisi arahan brand tersebut secara keseluruhan. *Brand guideline* berperan sebagai pedoman

perusahaan dalam pengaplikasian logo, tipografi, *collaterals*, *brand strategy*, dan hal-hal lainnya yang mempengaruhi citra *brand*.

2.7 Musik

Seni musik adalah cabang seni yang menetapkan berbagai suara ke dalam pola yang dapat dimengerti dan dipahami manusia (Banoe 2003). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, musik adalah suara yang disusun sehingga mengandung irama dan keharmonisan, terutama menggunakan alat.

2.7.1 Sejarah Musik di Nusantara

Perkembangan musik di Indonesia dari masa ke masa mengalami perubahan yang signifikan. Pada masa Hindu-Buddha, musik merupakan salah satu kegiatan ritual masyarakat dimana musik atau suara-suara yang dihasilkan dipercaya memiliki kekuatan magis. Perkembangan musik di nusantara juga terbantu dengan dikenalkannya alat musik seperti gambus, rebana, dan rebab oleh pedagang Arab dan alat musik seperti biola, cello, gitar, dan flute pada masa kolonialisme. (Widhyatama, 2012)

2.7.2 Studio Musik

Studio rekaman musik secara umum adalah tempat untuk melakukan rekaman suara. Studio musik terdiri dari 3 bagian ruangan yaitu ruang studio, ruang kontrol, dan ruang mesin. Dengan adanya studio rekaman, para pelaku musik dapat melakukan rekaman dengan berbagai alat musik dan dipadukan menjadi sebuah lagu.

2.7.3 Rekaman Musik

Secara definisi, rekaman musik adalah proses penyalinan suara menggunakan media atau alat perekaman tertentu yang hasilnya dapat disimpan dan diputarkan kembali. Pertama kalinya rekaman musik ditemukan adalah pada tahun 1860an dan saat ini rekaman musik berbasis digital. Perekaman audio berdasarkan alat yang dipakai terbagi menjadi dua, yaitu analog dan digital.

1. Rekaman Analog

Rekaman analog adalah rekaman menggunakan *reel to reel tape*. Teknik rekaman analog terkenal rumit dan memerlukan biaya produksi yang cukup banyak.



Gambar 2.42 Rekaman analog

Sumber: <http://balesenibudaya.blogspot.com/2020/11/jenis-jenis-rekaman.html>

2. Rekaman Digital

Rekaman digital adalah rekaman yang mengubah sinyal analog dari alat musik atau vokal ke dalam bentuk digital secara langsung. Teknik ini lebih mudah digunakan serta tidak membutuhkan biaya yang besar.



Gambar 2.43 Rekaman digital

Sumber: <https://www.practical-music-production.com/digital-audio-workstation>

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA