

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI PAGUYUBAN SENIRUPAWAN KLATEN

Rais Aziz Pramana¹, Yanuar Rahman², Siti Hajar Komariyah³
Universitas Telkom, Divisi RISTI-Telkom, Jl. Telekomunikasi - Ters. Buah Batu
Bandung 40257 Indonesia

raisaziz@student.telkomuniversity.ac.id¹, vidiyan@telkomuniversity.ac.id², sitihajar@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak : Perupa-perupa di Indonesia membentuk kelompok-kelompok seni untuk mengembangkan kesenian serta budaya dalam menghadapi perubahan jaman. Kelompok seni ini menjadi ajang perupa untuk bertukar pikiran hingga mengembangkan potensi daerah. Kelompok seni hadir tersebut salah satunya hadir di Klaten dengan nama "Paguyuban Senirupawan Klaten". Namun sangat disayangkan Paguyuban ini kurang dikenal oleh masyarakat Klaten sendiri. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu observasi, dokumentasi, wawancara, kuesioner, serta studi pustaka. Data tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan STP dan matriks perbandingan. Hasil perancangan identitas visual sangat diperlukan untuk menciptakan citra di masyarakat serta membantu promosi dari Perkumpulan seni rupawan ini. Perancangan ini difokuskan pada unsur daerah Klaten sebagai acuan dalam visualisasi media yang meliputi logo, poster, flyer, banner, katalog, dan media pendukung lainnya. Diharapkan dengan perancangan ini akan membantu Perkumpulan Senirupawan asal Klaten ini untuk lebih dikenal dan membuat masyarakat Klaten sendiri bangga.

Kata Kunci : Pasren, Perkumpulan Seni Rupa, Identitas visual, Media promosi

Abstract): Artists in Indonesia makes art community in order to develop local arts and culture to face the changing era. This art community becomes the place where artists exchange their thoughts, to growing local potential. One of this art community started in Klaten with the name "Paguyuban Senirupawan Klaten". Unfortunately, people of Klaten are not familiar with this local art community. Methods of research that used by the author to assemble the data are observation, interview, questionnaire, and literature. Data collected will be analysed with STP and comparison matrix. The result of designing visual identity is necessary to generate image toward the citizen of Klaten along to help this local art community got their publicity. This design emphasize the use of Klaten cultural element as a visual reference for the media, which include logo, poster, flyer, banner, catalog, and others.



This design is expected to support publicity of this Klaten fine art community and do citizen of Klaten proud.

Keywords: *Pasren, local fine art community, visual identity, promotion media*

PENDAHULUAN

Indonesia yang memiliki 17.508 pulau dengan 1.340 suku memberikan keberagaman seni dan budaya. Berbagai etnis yang tinggal di seluruh Indonesia memberikan keberagaman kebudayaan yang kaya akan tradisi. Namun seiring perkembangan jaman, bentuk seni dan tradisi tersebut mengalami penyusutan. Perubahan Jaman tersebut juga memengaruhi seni yang menjadi bentuk ekspresi manusia. Oleh karena itu, kelompok-kelompok seni mulai dibentuk oleh perupa-perupa di Indonesia untuk membantu perkembangan seni dan tradisi yang ada di Indonesia.

Paguyuban seni pada umumnya digunakan sebagai ajang bertemunya para perupa untuk saling bertukar pikiran supaya saling menambah semangat berkarya satu dengan yang lain. Dalam perkembangannya, paguyuban dapat mengadakan acara-acara tersendiri. Acara tersebut dapat berupa pameran bersama, lomba lukis pelajar, atau melukis plein-air pada situs-situs budaya pada daerah setempat. Pameran yang diadakan paguyuban umumnya bersifat gratis, sehingga masyarakat setempat dari berbagai kalangan dapat menikmati hasil karya perupa dari daerah mereka. Lomba lukis pelajar diadakan untuk memicu semangat berkesenian pelajar yang diharapkan menjadi penerus kebudayaan berkesenian. Hasil aktifitas melukis plein-air di situs budaya ini umumnya dapat dipamerkan dikemudian hari sebagai bentuk promosi daerah. Selain itu, paguyuban juga dapat membantu perkembangan daerah asal paguyuban itu sendiri. Sebagai contoh, sebuah paguyuban seni dapat diminta tolong oleh pemerintah daerah setempat untuk membuat

Nama Penulis Utama, Nama Penulis Pendamping, Nama Penulis Pendamping
JUDUL ARTIKEL TIDAK LEBIH DARI 15 KATA, 1 - 20

monumen atau patung sebagai bentuk penghormatan terhadap sosok yang dihormati dari daerah tersebut.

Paguyuban seni umumnya mendapat pengakuan resmi dari pemerintah daerah setempat. Paguyuban seni juga mendapat bagian anggaran yang dikelola dinas kebudayaan pemerintah daerah. Paguyuban seni juga mulai merambah ke media sosial sebagai bentuk promosi paguyuban sendiri dan juga para perupa yang menjadi anggotanya.

Paguyuban Seni Rupawan Klaten atau dikenal dengan nama Pasren, adalah perkumpulan seniman-seniman yang dilatar belakangi tinggal di area kabupaten Klaten dan memiliki minat untuk berkesenian dengan orientasi kebudayaan khas daerah Klaten. Perkumpulan yang sudah ada sejak tahun 1993 ini kerap kali mengadakan berbagai kegiatan berkesenian di seputar kabupaten Klaten. Kegiatan tersebut berupa kegiatan melukis plein-air atau melukis langsung di tempat hingga pameran di galeri lokal bahkan di luar kota. Pasren merupakan salah satu paguyuban kesenian yang telah diakui oleh pemerintah daerah Klaten. Pasren juga pernah diminta oleh Pemerintah Daerah untuk pembuatan patung Ki Napto Sabdo di Klaten.

Pasren yang memiliki semangat berkesenian yang tinggi, berkontribusi dalam perkembangan dan promosi kebudayaan, serta diakui oleh pemerintah daerah, nyatanya belum banyak dikenal luas oleh masyarakat Klaten sendiri. Hal ini nampak dari kurangnya informasi berkaitan Pasren yang tersebar di masyarakat. Pasren yang telah hadir sejak 1993, kerap berganti logo dan mengubah tampilan aset visual mereka.

Berdasarkan hasil observasi, Pasren sangat bergantung kepada masyarakat sebagai audiens untuk hasil karya yang mereka ciptakan. Audiens ini dijangkau melalui perancangan identitas visual dan media promosi. Pasren yang berperan sebagai wadah masyarakat Klaten perlu Identitas visual yang mencerminkan semangat berkesenian perupa dari Klaten disertai promosi



yang membawa karakter kebudayaan masyarakat Klaten. Tentunya perancangan visual yang mencerminkan karakter kebudayaan masyarakat Klaten ini diharapkan akan menarik audiens dari berbagai daerah baik di dalam maupun diluar kabupaten Klaten serta membuat bangga masyarakat Klaten. Oleh karena itu, identitas visual diperlukan untuk membantu Pasren supaya lebih dikenal di masyarakat.

METODE PENELITIAN (Capital, Bold, 12pt)

2.1. Landasan Teori

Identitas visual adalah identitas yang menjadi ciri khas visual serta mewakili citra suatu perusahaan atau entitas lain untuk menyatukan berbagai konteks dan audiens bagi perusahaan tersebut. Identitas dapat berasal dari sejarah, filosofi, visi, misi, tujuan, strategi atau program dari suatu entitas yang dibawanya. (Rustan, 2009).

Brand atau merek juga sebagai penanda suatu produk atau jasa yang terdiri dari unsur visual (logo, mascot, kemasan) maupun unsur verbal (nama, tagline, jingle) yang membedakan dari pesaing sejenis serta tertanam dalam pihak konsumen (Swasty, 2016:5).

Media merupakan segala bentuk perantara yang bertujuan untuk menyebar atau menyampaikan suatu ide, gagasan ataupun pendapat kepada penerima (Hardiansyah, 2019:12). Menurut Michael Ray yang dikutip oleh Morrisian (2010:16) mendefinisikan promosi sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai oleh pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. Media promosi adalah sarana media yang digunakan pihak komunikasi untuk menyalurkan informasi, melakukan persuasi, serta memperkenalkan suatu gagasan kepada komunikasi.

Nama Penulis Utama, Nama Penulis Pendamping, Nama Penulis Pendamping
JUDUL ARTIKEL TIDAK LEBIH DARI 15 KATA, 1 - 20

AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) merupakan model consumption behavior yang terkonsentrasi bagaimana konsumsi barang dan jasa dilakukan. Model yang digagas Dentsu pada 2004 silam ini memiliki proses kunci yaitu: Attention, saat konsumen pertama melihat iklan lalu diikuti oleh interest, Konsumen lalu mencari informasi (search) yang kemudian dibagikan (share) (Wirawan, 2016: 74).

2.2. Data

Informasi dari berbagai macam sumber diperlukan dalam pelaksanaan riset atau penelitian ini. Data diperoleh melalui observasi, studi pustaka, wawancara, serta kuesioner. Hal ini diperlukan untuk mengetahui target pasar perancangan identitas visual dan media promosi dari Pasren ini. Berikut merupakan penjabaran target audience.

2.2.1 Data Audience

Sasaran perancangan identitas visual dan media promosi Pasren ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Klaten.

Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan

Usia : 18-25 tahun

Kelas social : Menengah

Kebangsaan : WNI

Pekerjaan : Pelajar, mahasiswa

Perlu dipertimbangkan juga bahwa target audiens merupakan orang yang tertarik dengan hal-hal berkaitan seni rupa atau kebudayaan, bangga sebagai masyarakat Klaten, dan berkeinginan kuat untuk mengembangkan potensi diri di bidang seni rupa.

Target dari perancangan identitas visual dari ini yaitu untuk mengenalkan Pasren kepada masyarakat Klaten dan menjangkau audiens berusia 18-25 tahun berdomisili di Kabupaten Klaten untuk ikut serta dalam



perkembangan kebudayaan seni rupa di Klaten. Pasren ini juga dirancang untuk memposisikan diri sebagai paguyuban tempat berkumpulnya para perupa untuk saling bertukar pengetahuan dan saling memotivasi semangat berkarya asal Klaten.

2.2.2 Data Hasil Kuesioner

Kuesioner yang dilakukan menyajikan pertanyaan seputar identitas responden, ketertarikan responden terhadap seni rupa, serta pengetahuan responden tentang Pasren. Dalam sebelas pertanyaan yang diajukan kepada responden menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

- a. Hampir setengah responden menyatakan tertarik terhadap seni rupa. Sisanya menyatakan sangat tertarik, lalu netral, hingga tidak tertarik.
- b. Setengah responden menyatakan memiliki karya seni rupa di rumah.
- c. Hampir Setengah dari responden berkespektasi bahwa perkumpulan senirupawan hendaknya membawa ciri khas daerah sebagai promosi potensi wisata. Sisanya menyatakan bahwa karya perkumpulan tersebut terpampang sebagai ikon daerah, diikuti dengan aktifnya dalam kegiatan social, dan aktif di media sosial
- d. Sebagian besar responden menyatakan tidak mengetahui Pasren.
- e. Setelah penyaji memberikan definisi pasren, sebagian besar responden menyatakan penting untuk warga Klaten untuk mengetahui keberadaan Pasren.
- f. sebagian besar responden menyatakan tertarik untuk mengetahui lebih lanjut karya-karya dari Pasren.
- g. Sebagian besar responden menyatakan penyebab kurangnya warga Klaten mengetahui keberadaan Pasren adalah kurangnya media promosi dari Pasren.

Nama Penulis Utama, Nama Penulis Pendamping, Nama Penulis Pendamping
JUDUL ARTIKEL TIDAK LEBIH DARI 15 KATA, 1 - 20

Semua responden merupakan warga Kabupaten Klaten, dengan berbagai kalangan pekerjaan serta umur. Sebanyak setengah dari responden menyatakan tertarik dengan seni rupa dan memiliki karya seni rupa di rumah. Responden ini memiliki jawaban beragam atas ekspektasi mereka terhadap sebuah perkumpulan seni rupawan. Namun suara terbanyak menyatakan bahwa perkumpulan senirupawan hendaknya membawa ciri khas daerah sebagai bentuk promosi daerah. Responden sebagian besar tidak mengetahui keberadaan Pasren, namun tetap menyatakan penting bagi masyarakat Klaten untuk mengetahuinya. Melalui kuesioner juga didapat bahwa media promosi yang kurang maksimal menyebabkan masyarakat Klaten sendiri kurang mengetahui keberadaan Pasren.

Bagian ini menjelaskan pendekatan penelitian yang dilakukan, fokus penelitian, profil responden/ kasus studi, ukuran dan penentuan sampel, cara pengumpulan data dan cara analisis data. Metode penelitian harus memuat cukup detail untuk memungkinkan pembaca mengevaluasi kesesuaian metode serta keandalan dan validitas temuan Anda. Selain itu, informasi tersebut harus memungkinkan peneliti lain untuk mereplikasi penelitian Anda (American Psychological Association, 2001: 17).

HASIL DAN DISKUSI

3.1. Konsep

Konsep pesan yang ingin disampaikan yaitu Pasren ingin terlihat sebagai paguyuban senirupawan asal Klaten yang membantu mengembangkan situs budaya Klaten serta wadah pemuda Klaten untuk mengembangkan diri dalam bidang seni rupa. Apabila ada daftar tabel atau gambar, dinomori secara berurutan menurut urutan keberadaannya. Penyampaian tersebut akan mengusung konsep Pasren, Seninya Klaten. Pasren merupakan paguyuban senirupawan Klaten yang terbuka bagi



masyarakat Klaten khususnya pemuda yang hendak belajar atau mengembangkan diri di bidang seni rupa. Pasren juga merupakan kelompok seniman yang membawa ciri khas daerah Klaten dalam praktek berkeseniannya, baik dalam visual karyanya, maupun prosesnya.

Konsep kreatif dari perancangan ini memiliki nama Pasren wadah kreatif pemuda Klaten. Konsep ini akan membawa semangat pemuda yang senang bereksplorasi dipadukan dengan unsur kebudayaan Klaten dalam visualnya. Tampilan visual tersebut terinspirasi dari bentuk-bentuk pada batik Bayat khas Klaten. Konsep ini lalu divisualkan dengan tata letak yang berdasarkan anak muda sebagai audiens. Tata letak yang digunakan mengambil inspirasi dari kitab jawa kuno yang dipadukan dengan nuansa 'bermain-main' ala dadaisme. Kitab Jawa disini digunakan untuk menonjolkan karakteristik Jawa. Dadaisme disini dipilih karena dadaisme merupakan aliran seni yang inovatif, variatif, dan destruktif dengan tujuan positif sebagaimana hal tersebut dapat ditemui pada budaya remaja (Sulastianto, 2019). Selain itu akan mengambil ilustrasi yang terinspirasi dari batik Bayat asal Klaten yang akan dipadukan dengan ilustrasi bergaya flat ala street art, menggunakan font yang merupakan perpaduan dari font Jawa Palsu dengan Source Sans Pro, dan penggunaan warna earth tone untuk membawakan nuansa kedaerahan serta ciri khas Pasren yang sebagian besar beraliran naturalis.

Adapun media yang akan digunakan menggunakan metode AISAS antara lain:

Tabel 1

AISAS	Pesan	Media
<i>Attention</i>	Audiens tertarik melihat informasi tentang Pasren	1. Poster Ukuran : 29,97 x 42 cm Material : <i>Artpaper</i> Color mode : CMYK 2. <i>Instagram feed</i> Ukuran : 1080 x 1080 px

Nama Penulis Utama, Nama Penulis Pendamping, Nama Penulis Pendamping
 JUDUL ARTIKEL TIDAK LEBIH DARI 15 KATA, 1 - 20

		Resolusi : 300 ppi Color mode : RGB
	Audiens tertarik melihat iklan pameran Pasren	1. Spanduk Ukuran : 300 x 100 cm Material: Vinyl Color mode : CMYK 2. Poster Ukuran : 29,97 x 42 cm Material : Artpaper Color mode : CMYK
Interest	Tampilan media dengan kesan milenial namun membawa kebudayaan Klaten	1. Flyer Ukuran : 9,9 x 21 cm Material : Artpaper Color mode: : CMYK 2. Brosur Ukuran : 29,97 x 21 cm Material : Artpaper Color mode : CMYK 3. Instagram feed Ukuran : 1080 x 1080 px Resolusi : 300 ppi Color mode : RGB
Search	Audiens melakukan penelusuran tentang Pasren	1. Instagram feed Ukuran : 1080 x 1080 px Resolusi : 300 ppi Color mode : RGB
Action	Audiens mendatangi pameran Pasren	1. Katalog Ukuran : 29,97 x 29,97 cm Material:Artpaper, hardcover casewrap Color mode : CMYK
Share	Audiens menunjukkan bukti pengalaman interaksi dengan Pasren	1. Stiker Ukuran : 4,4 x 4,4 cm Material : semi gloss white vinyl, matte finish Color mode : CMYK 2. Katalog



		Ukuran : 29,97 x 29,97 cm Material: <i>Artpaper,</i> <i>hardcover casewrap</i> Color mode : CMYK
--	--	--

3.1. Hasil Perancangan

3.2.1. Logo dan Supergrafis



Gambar 1. Logo dan Supergrafis

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Logo ini memiliki bentuk yang menyerupai candi prambanan. Didalam logo ini terdapat tiga akar batik yang menyiratkan tiga orang pertama pendiri Pasren. Kuas pada sisi logo melambangkan kesenian. Warna yang dipilih pada logo ini merupakan warna-warna earth-tone untuk menyiratkan aliran naturalis yang umum dikenal dari Pasren. Supergrafis yg diambil inspirasi dari pola batik Bayat. Inspirasi tersebut dipadukan dengan unsur khas Klaten berupa candi Prambanan, angkringan, serta gunung Merapi ditambah ilustrasi orang melukis yang dibentuk dengan gaya khas batik.

Nama Penulis Utama, Nama Penulis Pendamping, Nama Penulis Pendamping
JUDUL ARTIKEL TIDAK LEBIH DARI 15 KATA, 1 - 20

3.2.2. Poster



Gambar 2. Rancangan poster
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Spanduk ini dibuat sebagai informasi terhadap masyarakat tentang hadirnya Pasren. Selain itu, terdapat juga spanduk yang dibuat sebagai tanda kepada masyarakat tentang diadakannya pameran “Awor”. Spanduk ini berukuran 300 x 100 cm menggunakan bahan vinyl dan didesain dengan berdasarkan poster sebelumnya. Spanduk ini akan dipasang didepan gedung dilaksanakannya pameran, guna menarik perhatian masyarakat.

3.2.2. Katalog



Gambar 3. Rancangan katalog
Sumber : Dokumentasi Pribadi



Katalog ini dibuat sebagai arsip kolektif karya-karya anggota Pasren yang ditampilkan pada pameran “Awor”. Katalog ini berukuran 29,97 x 29,97 cm dicetak menggunakan artpaper dan didesain dengan berdasarkan poster sebelumnya. Cover katalog menggunakan hardcover dengan laminasi doff. Katalog ini diberikan kepada tamu undangan pameran dan pengunjung pameran dengan ketentuan khusus.

3.2.3. Iyer

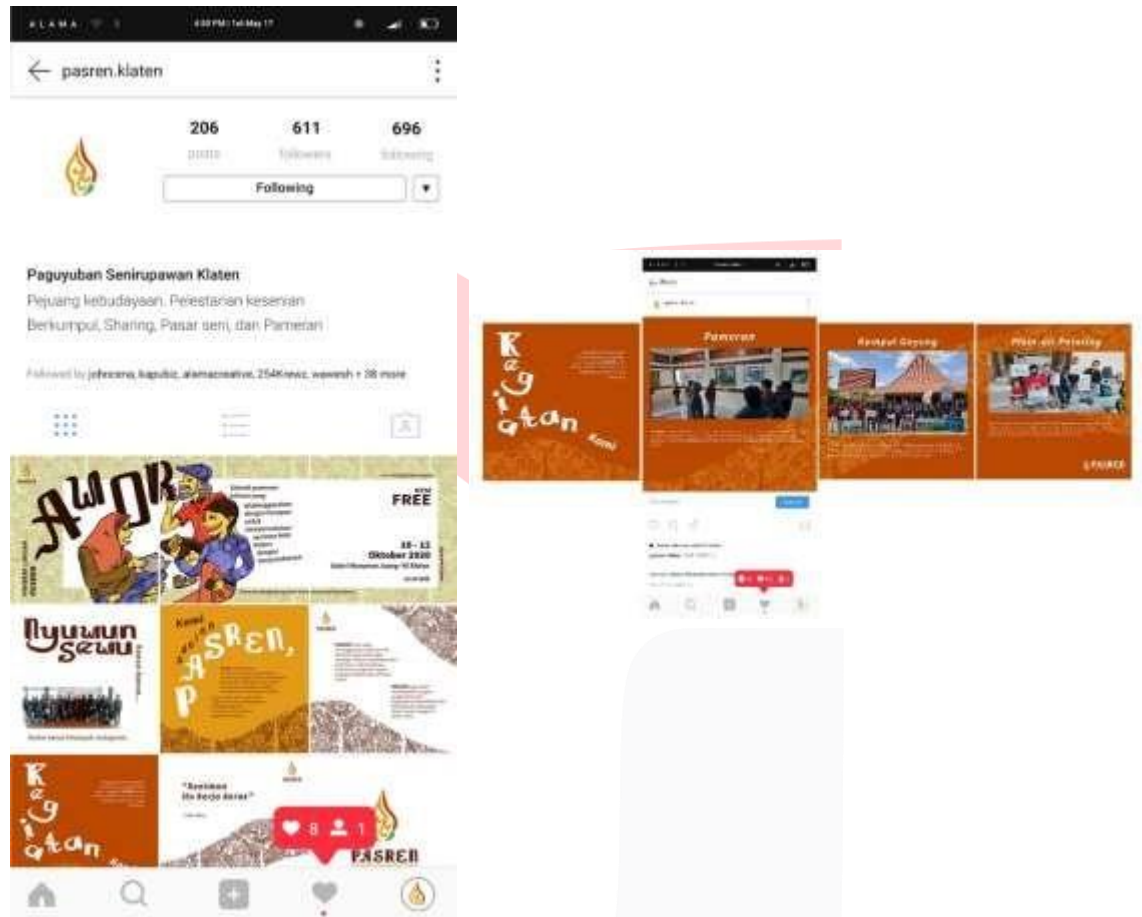


Gambar 4. Rancangan flyer
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Flyer tentang Pasren dibuat berisikan informasi ringkas untuk dibagikan kepada masyarakat. Selain tentang Pasren, terdapat juga Flyer yang dibuat sebagai bentuk ringkas dari poster pameran “Awor”. Flyer ini berukuran 9,9 x 21 cm dicetak artpaper depan belakang dan didesain dengan berdasarkan poster sebelumnya. Flyer ini nantinya akan dibagikan langsung kepada masyarakat dan tamu undangan pameran.

Nama Penulis Utama, Nama Penulis Pendamping, Nama Penulis Pendamping
 JUDUL ARTIKEL TIDAK LEBIH DARI 15 KATA, 1 - 20

3.2.4. Instagram Feed



Gambar 5. Rancangan Instagram Feed
 Sumber : Dokumentasi Pribadi

Postingan Instagram disini dibuat dengan konsep saling menyambung. Enam postingan pertama akan diisi dengan pengenalan secara singkat tentang Pasren, serta kegiatan dari Pasren. Untuk kegiatan Pasren dibuat dengan Carousel untuk lebih mudah melampirkan daftar kegiatannya. Tiga postingan teratas berisi tentang pameran yang akan dilaksanakan, dibentuk dengan saling menyambung juga.



KESIMPULAN

Pasren merupakan kelompok seniman asal Klaten yang dalam kegiatannya kerap membawa potensi daerah Klaten. Melalui kegiatannya, Pasren mampu bertindak sebagai promosi daerah serta wadah masyarakat Klaten untuk mengenal dan belajar seni rupa lebih dalam. Pasren memerlukan identitas visual supaya lebih dikenal di masyarakat. Perancangan identitas visual Pasren ini mengambil unsur daerah khas Klaten yang kemudian diolah sedemikian rupa supaya menyajikan karakter Pasren tersendiri. Perancangan media promosi Pasren ini juga mengambil unsur daerah Klaten dipadukan dengan unsur visual masa kini untuk menggaet target pasar yang lebih luas dari sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhi, Y. (2013). Merancang Media Promosi Unik dan Menarik. Yogyakarta : TAKA Publisher.
- Arntson. (2006). Graphic Design Basics. Belmont : Wadsworth Publishing.
- Rustan, S. (2009). Mendesain Logo. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sulastianto, H. (2019). Dadaisme, Sebuah Revolusi Seni. Bandung: UPI
- Swasty, W. (2016). Branding: Memahami dan Merancang Strategi Merek. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Wirawan, W., & Dona, P. (2016). "Analisis AISAS MODEL Terhadap Product Placement dalam Film Indonesia".Studi kasus: Brand kuliner di Film Ada Apa Dengan Cinta 2. 73-74. Vol 2 No. 12.