

Visual Branding Band *Ethereal* di Kota Padang

Yani Trullya

Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS, Universitas Negeri Padang

Korespondensi penulis: trullyaayy@gmail.com

Aditya Hanum Widarsa

Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS, Universitas Negeri Padang

Alamat: Air Tawar Barat, Padang Utara, Kota Padang, 25132, Sumatra Barat

Abstract. *Ethereal* is a band that plays post black metal music in the city of Padang. However, the lack of introduction in the form of visual media to the *Ethereal* band causes few underground music lovers to know the identity of the *Ethereal* band. This design is carried out in order to increase the existence of the post black metal genre in Padang city and optimize and provide consistency to the introduction of the *Ethereal* band's identity so that it can be better known and remembered by the target audience. This design uses the Design Thinking method, so it can be concluded that in this design a problem is sourced to an empathy, the need for solutions to existing problems, then keep testing for improvement. Therefore, a manual book was made as the main media to introduce the *Ethereal* band to the target audience. By using data analysis called SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats). and supported by various supporting media on the visual branding of the *Ethereal* band in the form of: Digital Catalog, Poster, Ticket, T-shirt, Tumblr, Emblem, and Sticker Pack.

Keywords: Visual Branding, *Ethereal*, Underground Music

Abstrak. *Ethereal* merupakan band yang beraliran musik *post black metal* di kota Padang. Namun minimnya pengenalan dalam bentuk media visual pada band *Ethereal* menyebabkan masih sedikit penikmat musik underground yang mengetahui identitas band *Ethereal*. Perancangan ini dilakukan agar dapat menaikan eksistensi aliran *post black metal* dikota Padang serta mengoptimalkan dan memberikan konsistensi terhadap pengenalan identitas band *Ethereal* sehingga lebih dapat dikenal dan diingat oleh target audience. Perancangan ini menggunakan metode *Design Thinking*, sehingga dapat disimpulkan pada perancangan ini suatu masalah bersumber terhadap sebuah empati, kebutuhan solusi dari permasalahan yang ada, lalu tetap melakukan test untuk perbaikan. Oleh karna itu, dibuatlah *manual book* sebagai media utama guna pengenalan band *Ethereal* kepada target audience. Dengan menggunakan analisis data yang disebut SWOT (*strengths, weakness, opportunities, threats*). serta didukung dengan berbagai media pendukung pada *vis ual branding* band *Ethereal* berupa: *Catalog Digital, Poster, Tiket, T-shirt, Tumblr, Emblem, dan Sticker Pack*.

Kata kunci: Visual Branding, *Ethereal*, Musik Underground

LATAR BELAKANG

Ethereal merupakan sebuah band yang beraliran musik *post black metal* yang lahir dikota Padang beranggotakan 5 orang personel. Terdiri dari Belliano (vokalis), Blvcksun (gitaris 1), Alan (gitaris 2), Ryo (bassist), dan Alip (drummer). Mereka resmi terbentuk pada bulan Desember 2020. *Ethereal* memulai perform pertama kali pada acara yang diselenggarakan oleh Angek Garang volume 1, berlokasi di Vibra Studio, Lubuk Alung pada bulan mei 2021. *Ethereal* memulai perjalanan di industri musik dengan membuat single album dan menguploadnya di beberapa platform musik seperti *Spotify, Bandcamp, iTunes* dan

Received Desember 30, 2023; Accepted Januari 25, 2024; Published April 29, 2024

* Yani Trullya, trullyaayy@gmail.com

platform musik lainnya. Hingga saat ini *Ethereal* sudah merilis beberapa lagu “9 10 11 *She Count, Nayanika, The Cloud Piercie Your Eyes, Soil Roots dan, Lithe Avvy*”. Di Sumatra Barat khususnya kota Padang , musik dengan aliran *post black metal* kurang dapat perhatian lebih dari pelaku musik underground di kota Padang dikarenakan belum banyak orang yang mengetahui bagaimana warna musik *post black metal* ini.

Untuk meningkatkan eksistensi dan konsisten terhadap pengenalan elemen visual band *Ethereal* membutuhkan sebuah identitas visual guna mendukung karakter band *Ethereal*. Dengan itu diharapkan *Ethereal* lebih mudah di ingat dan dikenali oleh pendengar dan penikmat musik underground , serta meningkatkan *brand awareness* band *Ethereal* diskenakan musik lokal saat ini.

Untuk memperoleh hasil yang baik dalam proses branding band *Ethereal* harus didorong dengan *visual branding* yang baik juga . Disamping itu *visual branding* juga dapat memperkuat karakter band sehingga dapat menggambarkan ciri khas band dari band *Ethereal*. Visual yang dapat merepresentasikan sebuah brand bukan hanya sekedar desain, akan tetapi gambaran dari sebuah brand (Chandra et al., 2017). Menurut penulis band *Ethereal* belum memiliki bentuk *visual branding* terhadap identitas band yang optimal sehingga promosi yang dilakukan sebelumnya oleh band *Ethereal* tidak berjalan dengan lancar.

Perancangan *visual branding* band *Ethereal* dilakukan dengan media komunikasi visual yang dapat diaplikasikan pada kegiatan branding hingga sanggup mempengaruhi pada target *audience* dan para penikmat musik serta kompetitor yang ikut bersaing di industri musik underground saat ini.

KAJIAN TEORITIS

Visual Branding

Visual Branding adalah suatu cara memperkenalkan sebuah produk melalui elemen-elemen visual. *Visual branding* adalah suatu langkah untuk menciptakan sebuah gambaran pada suatu produk/ brand yang ingin diperlihatkan kepada masyarakat, sehingga produk/ brand tersebut dapat lebih disadari oleh sekitar. Hal ini dilakukan supaya brand/ produk tersebut bisa menciptakan citra yang diharapkan di mata masyarakat (Shofurotul & Puri, 2020). Hal ini terdapat beberapa gagasan penting mengenai *visual branding* diantaranya adalah *visual branding* merupakan suatu langkah awal dalam membangun *image* sebuah produk/ brand serta menciptakan sebuah perbedaan dengan produk/ brand lainnya.

Strategi Positioning

Menurut Nubaini Bangsawan dkk (2013:15) *Positioning* suatu perkembangan pemasaran untuk menempatkan posisi produk, merek produk, sehingga tercipta imajinasi dan persepsi positif terhadap produk di benak konsumen atau pelanggan potensial. Strategi *positioning* adalah suatu faktor utama dalam meningkatkan kekuatan posisi pasar perusahaan disuatu pasar tertentu dengan melakukan perbandingan terhadap pesaing- pesaingnya. *Positioning* harus dilakukan oleh suatu brand sebelum melakukan strategi branding. Oleh karena itu *positioning* harus dilakukan dengan perencanaan yang matang dan langkah yang tepat sehingga membentuk persepsi yang dapat membangun dan membentuk citra positif kepada produk maupun brand dengan melakukan komunikasi-komunikasi tertentu.

METODE PENELITIAN

Metode perancangan yang digunakan untuk panduan dalam rangkaian perancangan branding karya ini adalah metode *Design Thinking*. *Design thinking* biasanya digunakan sebagai metode analisis dengan melewati proses pemahaman terhadap kebutuhan pengguna serta fokus kepada bentuk, hubungan, perilaku, interaksi dan emosi manusia guna menghasilkan suatu solusi dengan optimal (Mootee, 2013). Berikut rangkuman tahapan metode *design thinking*.

Empathy

Dengan melakukan pendekatan kepada personel band Ethereal guna mencari tau inti permasalahan terhadap masalah yang akan dipecahkan. Pengamatan terhadap objek dilakukan dengan cara memperhatikan perkembangan interaksi band Ethereal dengan lingkungannya sehingga dapat memahami apa yang dibutuhkan oleh band Ethereal.

Define

Proses *define* dilakukan sesudah mengetahui inti permasalahan yang dialami secara rinci berdasarkan kebutuhan pengguna serta hasil pengamatan yang diproses pada tahap berempati (*emphatize*). data yang didapatkan diolah lalu dianalisis sehingga mendapatkan permasalahan yang mendasar yaitu, Kurangnya konsistensi penggunaan pengenalan dan elemen visual band Ethereal.

Ideate

Pada proses ketiga ini, setelah menghasilkan ide yang akan dijadikan solusi atas permasalahan dengan melakukan proses brainstorming.

Prototype

Pada tahap ini, perancang akan mencetak media utama yang berupa *manual book* band *Ethereal*.

Test

Tahap akhir pada proses *design thinking* ini, perancang akan melakukan uji coba untuk memperoleh *feedback* dan menyempurnakan hasil akhir sehingga produk yang dirancang dapat lebih baik lagi. Dengan melakukan uji kelayakan agar dapat mengetahui hasil media yang dirancang cukup efektif untuk disebarluaskan sesuai target *audience*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

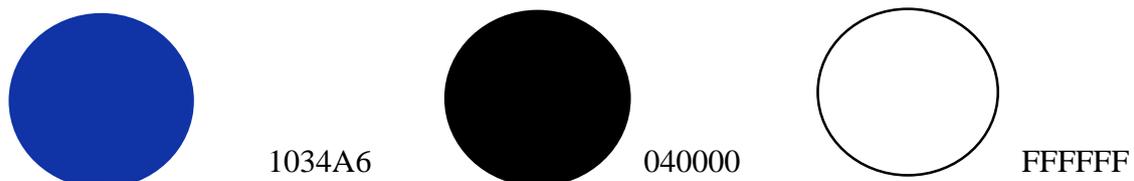
Media Utama

Perancangan pada perancangan *visual branding* dalam bentuk *manual book* band *Ethereal* mengusung konsep ketenangan, keberanian, dan jiwa. Ritme musik yang dimainkan *Ethereal* yaitu penggunaan nada dan tempo yang jelas. Seperti vokal khas *scream* atau *growl*, serta riff pada gitar yang atmosferik dan gelap sehingga *Ethereal* memiliki ciri khas tersendiri yang membuat suasana dan nuansa yang lebih eksperimental, atmosferik dan *dreamy*.

Perancangan *visual branding* ini dimulai dengan pembaharuan logo sebagai identitas utamanya. Dalam logo semua elemen visual, tipografi, dan warna tidak hanya berfungsi sebagai estetika saja, melainkan sebagai representasi identitas musik dari band *Ethereal*. Setelah melakukan pembaharuan dari logo band *Ethereal*, selanjutnya akan melakukan penerapan ke berbagai media pendukung : *e-catalog merchandise*, *T-shirt*, *Poster*, *Tumblr*, *Emblem*, *pin*, *keychain*, *Tiket*, dan *Sticker Pack*.

Penerapan diberbagai media tentunya menyesuaikan karakter yang digunakan di awal baik dari segi warna, *font*, elemen grafis, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan agar terlihat konsisten sehingga dapat terciptanya tampilan baru yang dapat memvisualisasikan langsung kepada *audience*.

Warna utama yang digunakan untuk perancangan visual branding band *Ethereal* di kota Padang dalam bentuk media *manual book* meliputi, warna biru egyptian, hitam dan putih.



Gambar 1. Palet Warna

Tipografi yang digunakan untuk merancang visual branding ini bertipe serif dengan 2 jenis font yaitu Forum dan Baskerville Old Face.

1. **Baskerville Old Face**, digunakan untuk *headline 16pt*

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**

abcdefghijklmnopqrstuvwxy**z**

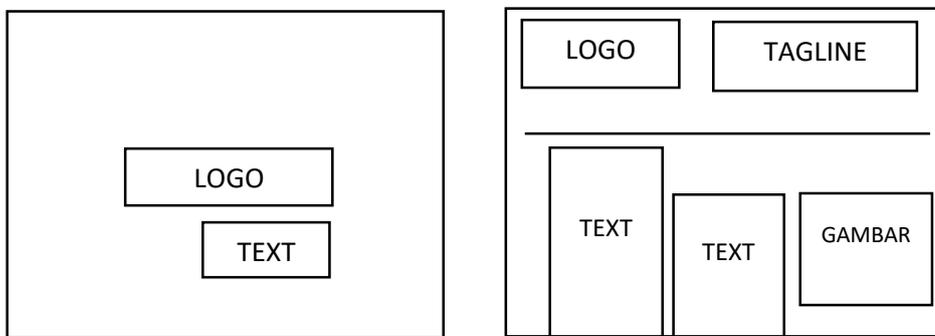
1234567890

2. **Forum**, digunakan untuk *tagline 16pt*, *sub headline 14pt*, *body text 11 pt*

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**

Abcdefghijklmnopqrstuvwxy**z**

1234567890



Gambar 2. Layout Cover dan Halaman *Manual Book*



Gambar 3. Final Desain Cover dan Halaman *Manual Book*

Uji Kelayakan Karya

Uji kelayakan yang dilakukan untuk perancangan *visual branding* band *Ethereal* di kota Padang merupakan tahap aakhir dari metode yang diterapkan oleh perancang yaitu, *Desain Thinking*. Dengan hadirnya uji kelayakan ini dapat menilai media visual yang diperkenalkan oleh *Ethereal* kepada target *audience* secara keseluruhan meliputi, Tipografi, warna, layout,

logo, dan lain sebagainya. Uji kelayakkan ini dilakukan kepada 12 *audience* yang terdiri dari personel *Ethereal*, Komunitas musik *underground*, mahasiswa DKV, mahasiswa dengan memperlihatkan secara langsung desain manual book yang berisikan panduan penggunaan pengenalan band *Ethereal* melalui media visual kepada *audience* yang dimaksud dengan penilaian indikator sebagai berikut:

1. Apakah panduan penggunaan media visual band *Ethereal* terbilang unik dan menarik?
2. Apakah pemilihan elemen visual pada *visual branding* band *Ethereal* telah tepat?
3. Apakah desain yang mengikuti panduan *visual branding* band *Ethereal* mempunyai keterbacaan dan ketertarikan yang jelas?
4. Apakah target *audience* lebih mudah mengenal dan mengingat band *Ethereal* dengan hadirnya *visual branding* yang baru?

No	Responden	Indikator Penilaian	Skala				Total Responden
			Sangat Baik	Baik	Kurang Baik	Sangat Kurang	
1.	Personel Band <i>Ethereal</i>	1	√√√√	□□			5
		2	√√√	√□			
		3	√√√	√□			
		4	√√	√			
2.	Mahasiswa DKV	1	√√	□			3
		2	√	√			
		3	√	√			
		4	□√√□	□□			
3.	Komunitas Musik <i>Underground</i>	1	√	√			3
		2	√√	□			
		3	√√	□			
		4	√√				
4.	Mahasiswa	1	√	□□			1
		2	√	□□			
		3	√	√	□		
		4	√	□			

Berdasarkan hasil uji kelayakan *visual branding* band *Ethereal* dalam bentuk *manual book* pada tabel diatas terdapat bahwa pengenalan band *Ethereal* secara media visual mendapat respon sangat baik dan baik. Hal ini menandakan *visual branding* tersebut sudah dapat di publikasikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Perancangan pada perancangan *manual book* band *Ethereal* mengusung konsep ketenangan, kehidupan, dan jiwa. Dirancang dengan menggunakan warna *Egyptian Blue* sebagai warna dominan lalu menggunakan tipe *font serif* dengan jenis font yaitu *Forum* dan *Baskerville Old Face* sehingga menciptakan suatu desain yang kreatif dan inovatif . Perancangan ini diharapkan agar dapat membantu band *Ethereal* untuk lebih konsisten terhadap pemakaian pengenalan media visual band *Ethereal* karna hal tersebut sangat berdampak kepada target *audience* serta pasar yang dituju oleh band *Ethereal*.

DAFTAR REFERENSI

- Nurbani Bangsawan dkk, "Strategi Positioning Dalam Rangka Mempertahankan dan Meningkatkan Pangsa Pasar RSIA ST Fatimah Makasar", Jurnal MKMI, Vol. 2, No. 3, (2013), 15- 20.
- Shofurotul, M., & Puri, S. (2020). Perancangan Visual Branding Latansa Collection. Citrakara, 02(01), 1–13.
- Mootee, I. (2013). Design Thinking for strategic innovation (pp. 1–204).
- Chandra, L. J., Natadjaja, L., Malkisedek, M., & Petra, U. K. (2017). Perancangan Visual Branding Toko Kue Mama Makassar Abstrak Pendahuluan. DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra, 1(10).