

# Komposisi Elemen Grafis pada Produk Kreatif dalam Membangun Identitas Visual Jenama (Studi Kasus: Produk Aksesori "Tulisan")

ASRI RADHITANTI<sup>1</sup>

1. Visual Communication Design, School of Design, Binus University Malang  
Email: [asri.radhitanti@binus.ac.id](mailto:asri.radhitanti@binus.ac.id)

## ABSTRAK

*Elemen grafis pada permukaan produk aksesori dapat dikelola dan dirancang sehingga memiliki peran dalam membangun identitas visual. Upaya ini dilakukan dalam membentuk kesadaran atas jenama yang kuat serta asosiasi jenama yang unik di benak konsumen. Identitas visual menjadi aset bisnis yang efektif karena mampu menyampaikan keunikan kualitas serta perbedaan yang dimiliki produk. Elemen grafis, khususnya elemen bidang, pada komposisi grafis permukaan produk aksesori "Tulisan", salah satu merek produk kreatif asal Jakarta - Indonesia, tampak memiliki peran yang cukup berpengaruh dalam membentuk identitas visual jenama. Kajian dilakukan melalui penelitian kualitatif deskriptif dan metode studi kasus dengan pengamatan terhadap elemen grafis, khususnya elemen bidang, produk-produk aksesori "Tulisan". Hasil penelitian berupa hasil pengamatan dan kajian atas elemen bidang dan bagaimana peran pengelolaan elemen bidang pada permukaan grafis produk-produk "Tulisan" dalam membangun identitas visual.*

**Kata kunci:** elemen grafis, elemen bidang, identitas visual, aksesori

## ABSTRACT

*One effort in building a product's brand visual identity is designing graphic elements promptly to be applied on the product's surface design, in this case accessories products. Visual identity has become a valuable business asset since it could effectively communicate the quality, uniqueness, and differentiation of the product. Thus, well-designed graphic elements applied on the accessories product's surface design could lead a positive impact to the brand as it could help increasing consumers' brand awareness and also forming brand association. The graphic elements on the surface of "Tulisan" products, one of the local creative brands from Jakarta - Indonesia, seemed to play a large role in building its visual brand identity. This study was put through a qualitative descriptive research using case study method to review on how "Tulisan" designed the graphic elements, especially the shape elements, and how these elements were playing their role in building "Tulisan" visual identity.*

**Keywords:** graphic element, shape element, visual identity, accessories

## 1. PENDAHULUAN

"Tulisan" adalah salah satu merek produk kreatif berasal dari Jakarta - Indonesia, yang menghasilkan berbagai ragam produk aksesoris sejak 2010. Produk "Tulisan" antara lain adalah aneka tas dan dompet, topi, celemek, dan juga produk-produk untuk keperluan rumah tangga seperti sarung bantal, taplak, *dining-set*, dan lain sebagainya. Sistem produksi "Tulisan" mengutamakan keterampilan pekerjaan tangan (*handcrafted*) seperti aplikasi teknik cetak serigrafi atau cetak saring (sablon) sehingga hasil produksi pun menjadi eksklusif dengan jumlah yang terbatas. Sejak semula sistem produksi "Tulisan" pun sudah menerapkan sistem produksi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Bahan produk "Tulisan" menggunakan kain katun kanvas bebas pemutih dengan jenis tinta cetak berbahan dasar air.

Desain permukaan produk-produk "Tulisan" dikelola menggunakan pendekatan desain grafis. Dalam hal ini, elemen grafis pada produk "Tulisan" tidak hanya berfungsi dalam memenuhi nilai estetis namun juga berfungsi dalam menyampaikan pesan. Pesan-pesan yang disampaikan secara tersirat melalui elemen grafis pada produk "Tulisan" adalah pesan mengenai citra produk, serta pesan mengenai konsep kreatif produknya sendiri.

"*Anima*" adalah nama salah satu rangkaian produk "Tulisan" yang beredar pada tahun 2014-2015. Seri koleksi "*Plume*" dan "*Wonder*" merupakan bagian dari "*Anima*". Narasi "*Anima*" dibuat Melissa Sunjaya, pemilik sekaligus desainer produk "Tulisan", berdasarkan inspirasi dari teori psikoanalisis "*Anima/Animus*" oleh Carl Jung (1875-1961). *Anima* dan *Animus* adalah istilah yang dibuat Jung untuk menggambarkan karakteristik jenis kelamin berlawanan yang ada dalam tiap diri manusia. *Anima* adalah sifat kewanitaan yang tersembunyi dalam diri laki-laki, dan *Animus* adalah sifat kelaki-lakian yang tersembunyi dalam diri perempuan. Manusia yang sudah memahami sisi *Anima* dan *Animus* dalam dirinya akan lebih mampu menguasai dirinya dalam bertingkah laku sehari-hari.

Teori *Anima* dan *Animus* lalu Melissa gabungkan dengan filsafat Yunani Kuno mengenai komponen dasar manusia yaitu tanah, air, udara, dan api. Filsafat ini menjelaskan bahwa keempat komponen dasar ini pada akhirnya akan membuat manusia kembali ke alam. Tubuh akan kembali ke bumi (tanah). Darah akan kembali larut dalam laut (air). Nafas akan bersatu dengan udara. Panas dari emosi akan menyatu dalam api. Komponen dasar manusia tersebut lalu Melissa sandingkan dengan empat nilai kehidupan, yaitu nilai perubahan, nilai visi, nilai intuisi, dan nilai keseimbangan. Narasi "*Anima*" menjadi sebuah paparan mengenai komponen-komponen dasar manusia yang digambarkan sebagai kerajaan-kerajaan dan disandingkan dengan nilai-nilai kehidupan.

Kerajaan *Terra* mewakili unsur tanah disandingkan dengan nilai perubahan, Kerajaan *Aqua* mewakili unsur air disandingkan dengan nilai visi, Kerajaan *Aer* mewakili unsur udara disandingkan dengan nilai intuisi, dan Kerajaan *Ignis* mewakili unsur api disandingkan dengan nilai keseimbangan. Tiap-tiap kerajaan dihuni oleh sosok hewan yang berbeda-beda yang dipilih berdasarkan karakter khasnya masing-masing. Anjing laut mewakili Kerajaan *Terra*, katak mewakili Kerajaan *Aqua*, burung hantu mewakili Kerajaan *Aer*, dan kucing hutan mewakili Kerajaan *Ignis*. Selain itu juga terdapat sosok ikan lele yang dikisahkan menjadi peramal spiritual penengah kerajaan-kerajaan tersebut.

Narasi "*Anima*" dirangkai menjadi satu set kartu permainan yang menggambarkan "permainan" dalam hidup terkait nasib dan keberuntungan. Narasi "*Anima*" dipaparkan "Tulisan" melalui bagan berikut (gambar 1).



**Gambar 1. Bagan Narasi "Anima" oleh "Tulisan" (Sumber: "Tulisan")**

Kajian serta pengamatan dilakukan melalui penelitian kualitatif deskriptif dan metode studi kasus khusus terhadap elemen bidang sebagai salah satu elemen grafis yang tampak berperan dalam membangun identitas visual "Tulisan". Pengamatan dilakukan terhadap dua jenis produk "Tulisan" dari koleksi "Anima". Produk-produk tersebut adalah tas model *siesta tote* dari seri "Plume" dan sarung bantal dari seri "Wonder" (gambar 2). *Siesta tote* adalah salah satu model tas "Tulisan" yang memiliki dimensi 33 x 15 x 33 cm yang dilengkapi dompet berukuran 23 x 19 cm. Sarung bantal "Tulisan" memiliki dimensi 70 x 70 cm. Kedua produk ini merupakan produk "Tulisan" yang paling populer di antara ragam produk lainnya.

Hasil penelitian adalah hasil pengamatan dan hasil kajian terhadap pengelolaan elemen grafis, khususnya elemen bidang, pada permukaan produk "Tulisan" serta bagaimana peran pengelolaan elemen tersebut dalam membangun identitas visual.



**Gambar 2. Produk Tas (Model *Siesta tote*) Seri "Plume" dan Sarung Bantal Seri "Wonder" dari Koleksi "Anima" oleh "Tulisan" (Sumber: "Tulisan" dan olah data)**

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Elemen grafis pada produk kreatif

Elemen-elemen grafis pada produk "Tulisan" termasuk garis, bidang, warna, dan tekstur dikelola menggunakan pendekatan desain grafis. Desain grafis adalah merencana dan menyusun obyek-obyek yang semula tidak beraturan menjadi kumpulan objek yang lebih teratur (White, 2022). Proses merencana oleh seorang desainer grafis memanfaatkan pengetahuan dasar mengenai elemen-elemen dan prinsip-prinsip desain grafis dipadu dengan pengetahuan umum, selera pribadi sang desainer, dan juga riset pasar, sehingga menghasilkan karya desain grafis yang estetis, tidak monoton atau tidak sama dengan karya desain grafis yang sudah ada sebelumnya.

Pemahaman atas elemen grafis serta prinsip-prinsip dalam mengelolanya merupakan aspek penting untuk menghasilkan karya desain grafis yang bernilai estetis serta fungsional. Elemen grafis meliputi garis, bidang, warna, dan tekstur, serta prinsip kerja dalam mengelolanya adalah keseimbangan, irama, penekanan, dan kesatuan (Landa, 2014).

Pengelolaan elemen-elemen grafis dengan pendekatan desain grafis adalah pengelolaan elemen grafis dengan menerapkan prinsip-prinsip desain grafis yaitu prinsip keseimbangan, irama, penekanan, dan kesatuan. Elemen grafis pada produk "Tulisan" dikelola untuk menghasilkan komposisi elemen grafis yang bernilai estetis juga dikelola untuk menjadi bagian dari identitas visual produk serta jenama "Tulisan". Elemen grafis pada produk "Tulisan" yang tampak memiliki peran besar dalam membentuk identitas visual adalah elemen bidang. Elemen ini menjadi elemen grafis yang paling menonjol pada komposisi grafis produk "Tulisan".

Penelitian ini khusus mengamati dan mengkaji elemen bidang pada komposisi grafis permukaan produk "Tulisan" serta bagaimana peran pengelolaan tersebut dalam membangun identitas visual. Elemen bidang adalah bentuk dengan raut pipih dan datar, sejajar dengan dimensi panjang lebar serta menutup permukaan. Bidang terbentuk dari gabungan garis-garis, baik garis nyata atau garis semu, atau dapat juga terbentuk karena warna dan tekstur. Bidang dalam desain grafis tidak hanya berupa bidang dua dimensi, namun dapat juga berupa bidang yang bervolume. Jenis bidang disebut sebagai bidang bervolume semu atau gempu semu karena tidak dapat diraba dan hanya berupa gambar (Sanyoto, 2009).

Jenis-jenis bidang menurut pembentuknya adalah sebagai berikut (Landa, 2014):

- a. **Bidang geometris** (*geometric*), yaitu bidang yang dibentuk oleh garis lurus, memiliki sudut bidang terukur dan lengkung bidang yang presisi.
- b. **Bidang organik** (*organic*), yaitu bidang yang didominasi oleh garis lengkung. Bidang ini memiliki karakter natural, bersifat bebas dan fleksibel.
- c. **Bidang *rectilinear***, yaitu bidang dari garis dan sudut serba lurus.
- d. **Bidang tak beraturan** (*irregular*), yaitu bidang dari kombinasi garis lurus dan garis lengkung.
- e. **Bidang *accidental***, yaitu bidang yang terbentuk secara tidak sengaja oleh material atau karena proses. Misalnya bentuk dari tumpahan cat di atas kertas.
- f. **Bidang *nonrepresentational* atau nonobjektif**, yaitu bidang baru yang tidak mewakili apapun dari alam semesta ini, baik benda, orang, maupun tempat.
- g. **Bidang abstrak**, yaitu bidang hasil menata ulang, merubah, atau hasil distorsi sederhana maupun rumit dari bentuk-bentuk alami dan nyata. Bidang abstrak umumnya digunakan untuk pengayaan serta tujuan komunikasi.

- h. **Bidang *representational* atau bidang figuratif**, adalah bidang yang mudah dikenali karena bentuknya mengingatkan pada bentuk-bentuk alami dan nyata yang ada di alam semesta.

Prinsip-prinsip kerja dalam mengelola elemen-elemen grafis meliputi prinsip-prinsip keseimbangan (*balance*), irama (*rhythm*), penekanan (*emphasis*), dan kesatuan (*unity*) (Landa, 2014). Penjelasan masing-masing prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

- a. **Keseimbangan.** Komposisi elemen grafis dikatakan memiliki keseimbangan jika tampilan terlihat sama berat pada bagian kiri dan bagian kanan, dan/atau bagian atas dan bagian bawah (Anggraini dan Nathalia, 2014). Keseimbangan harus tercapai agar karya nyaman dilihat sehingga tidak menimbulkan kegelisahan. Keseimbangan tidak dapat diukur namun dapat dirasakan. Dua pendekatan untuk menciptakan keseimbangan dalam desain grafis, adalah keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris (Landa, 2014). Keseimbangan simetris membagi sama berat elemen-elemen grafis yang terlibat pada sebuah tampilan secara simetris antara bagian kiri dan kanan, dan/atau bagian atas dan bawah. Keseimbangan simetris menghasilkan tampilan formal, kaku, dan resmi namun stabil. Sedangkan keseimbangan asimetris adalah komposisi elemen grafis yang tidak sama persis antara bagian kiri dan kanan, dan/atau bagian atas dan bawah. Meski demikian komposisi tetap harus terasa seimbang. Tampilan visual dalam keseimbangan asimetris memberi kesan dinamis, informal, dan lebih variatif.
- b. **Irama.** Gerak pengulangan atau gerak mengalir yang runtut, teratur, terus-menerus (Sanyoto, 2009). Dua jenis irama dalam desain, yaitu pengulangan (susunan elemen yang sama atau mirip secara berulang, gerakan bersifat semu) dan mengalir (susunan elemen dengan raut beragam menimbulkan gerakan mengalir semu). Pengulangan dengan kesamaan total atau ekstrem disebut repetisi, merupakan cara menyusun yang paling sederhana dan menghasilkan komposisi monoton. Beberapa variasi pengulangan kerap dilakukan untuk menghindari komposisi yang monoton, misalnya: transisi (pengulangan dengan perubahan atau variasi yang masih dekat antar elemen yang digunakan untuk menghasilkan komposisi yang harmonis), dan oposisi (pengulangan dengan perubahan ekstrem antar elemen yang digunakan untuk menghasilkan komposisi kontras).
- c. **Penekanan.** Elemen yang ditekankan dan menjadi pusat perhatian dalam sebuah karya desain grafis disebut *focal point*, *center of interest*, atau *eye catcher*. Sebuah *focal point* harus memiliki *stopping power*, yaitu kemampuan untuk menarik perhatian pembaca. Tujuan lainnya untuk menghindari kebosanan dan memecah keberaturan (Anggraini dan Nathalia, 2014).
- d. **Kesatuan.** Sebuah karya desain grafis tanpa kesatuan akan membuat elemen grafis yang terlibat terlihat terpisah-pisah dan tampak tidak saling berhubungan. Kesatuan dapat dicapai dengan membangun hubungan antar elemen (Anggraini dan Nathalia, 2014). Hubungan antar elemen grafis, disebut *correspondence*, akan terbentuk jika susunan elemen-elemen dapat memberi kesan mirip atau sama antar masing-masing sehingga terbentuk keselarasan di antaranya. Susunan yang tampak selaras dan menyatu akan tampak harmonis sehingga desain secara keseluruhan akan nyaman dilihat (Landa, 2014).

## **2.2 Identitas visual dan jenama produk kreatif**

Jenama produk apapun, termasuk jenama produk aksesori akan lebih mudah dikenali jika memiliki identitas. Identitas visual adalah identitas jenama yang memiliki wujud visual dan menjadi representasi jenama secara visual. Identitas visual berupa logo, huruf, warna,

kemasan, iklan, dan sebagainya (Wiryawan, 2008). Pengelolaan identitas jenama yang tepat dapat meningkatkan kesadaran atas jenama. Oleh karena itu, identitas jenama menjadi aset dan perangkat bisnis yang strategis (Wheeler, 2013). Identitas jenama dapat menjadi alat komunikasi untuk menyampaikan keunikan kualitas serta perbedaan yang dimiliki jenama. Pemanfaatan elemen jenama dan identitas visual akan meningkatkan kesadaran atas jenama dan mengarah pada pembentukan asosiasi jenama yang kuat, unik, dan berbeda (Keller dalam Farhana, 2012). Elemen jenama hendaknya menyajikan dan mewakili identitas jenama hingga berfungsi membentuk diferensiasi (Farhana, 2012).

Enam kriteria elemen jenama, yaitu (Kotler dan Keller, 2009):

- a. Mudah diingat dan dikenali (*memorable*).
- b. Memiliki arti (*meaningful*). Elemen jenama harus menyiratkan nilai-nilai tambah produk atau perusahaan, ataupun hal-hal lain yang berkaitan.
- c. Memiliki tampilan estetis dan menarik (*aesthetic appeal*).
- d. Mudah diterima di mana saja dan oleh siapa saja (*transferable*).
- e. Abadi, menyesuaikan waktu dan zaman (*adaptable over time*).
- f. Dapat dilindungi secara hukum (*legal*).

### 3. METODE

Kajian terhadap elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" dilakukan menggunakan kajian analisis visual oleh Feldman, Aland & Darby (Soewardikoen, 2013). Kajian analisis visual dilakukan melalui tahap-tahap: deskripsi, analisis, interpretasi, dan penilaian.

Hasil akhir kajian menghasilkan paparan penilaian atas elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" yang membantu perumusan kesimpulan akhir kajian. Isi kesimpulan akhir kajian berupa paparan mengenai pengelolaan elemen bidang pada komposisi grafis permukaan produk aksesori, dalam hal ini produk merek "Tulisan", yang dapat memenuhi fungsi sebagai identitas visual serta memberi dampak baik terhadap jenama.

#### 3.1 Tahap deskripsi

Tahap deskripsi mengurai tiap elemen bidang yang terlibat pada komposisi grafis produk "Tulisan" secara satu persatu. Deskripsi dilakukan untuk mengidentifikasi secara obyektif tanpa disertai opini dan interpretasi.

#### 3.2 Tahap analisis

Tahap selanjutnya adalah tahap analisis yang dilakukan berdasarkan teori-teori penunjang. Teori penunjang dalam kajian ini adalah teori mengenai elemen bidang serta prinsip-prinsip dalam mengelola elemen bidang, dan juga teori mengenai identitas visual dan jenama. Paparan dan penjelasan singkat mengenai teori-teori ini terdapat di bagian kajian pustaka di atas. Tahap analisis dilakukan guna melihat hubungan antar elemen bidang dan identitas visual. Analisis dilakukan dengan teknik analisis matriks secara *juxtaposition* yaitu teknik analisis yang membandingkan data dengan dijabarkan (Soewardikoen, 2013).

#### 3.3 Tahap interpretasi

Tahap berikutnya adalah tahap interpretasi. Tahap ini menerangkan pemikiran-pemikiran yang terdapat di balik pengelolaan elemen bidang pada produk "Tulisan" berdasarkan landasan teori-teori, data dari aspek pembuat, dan juga paparan hasil deskripsi dan analisis yang telah dilakukan sebelumnya.

### **3.4 Tahap penilaian**

Tahap terakhir adalah tahap penilaian. Tahap ini memaparkan pendapat akhir mengenai elemen bidang yang sudah dideskripsikan, dianalisis, dan diinterpretasi. Penilaian merupakan sintesa dari analisis yang akan menghasilkan pemahaman dan apresiasi atas pengelolaan elemen bidang pada produk "Tulisan".

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**



**Gambar 3. Komposisi Grafis pada Permukaan Tas (kiri) dan Sarung Bantal (kanan) "Tulisan" (Sumber: olah data)**

Kajian terhadap elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan", ragam produk tas dan sarung bantal (gambar 3) dipaparkan sesuai tahapan analisis visual berikut ini:

### **4.1 Deskripsi elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan"**



**Gambar 4. Elemen bidang pada komposisi grafis produk tas (kiri) dan sarung bantal (kanan), diperbesar (Sumber: olah data)**

Gambar 4 (kiri) memperlihatkan elemen bidang pada permukaan produk tas menggunakan bentuk bulu burung hantu. Burung hantu dalam "Anima" dikisahkan sebagai penghuni Kerajaan Aer, sosok hewan yang pandai dalam menggunakan intuisi saat menyelesaikan persoalan.

Gambar 4 (kanan) memperlihatkan elemen bidang pada permukaan produk sarung bantal menggunakan bentuk ikan lele yang sedang berenang di habitatnya (air). Ikan lele dalam "Anima" dikisahkan sebagai peramal spiritual. Alasan pemilihan ikan lele adalah kemampuannya dalam beradaptasi dan tumbuh dengan baik di dalam lingkungan yang sulit

yaitu dasar air yang gelap dan keruh. Ikan lele memiliki kepekaan penglihatan dan pendengaran, serta terbiasa mengonsumsi sisa-sisa makanan yang mengendap di dasar air. Keterbatasan keadaan tidak menjadi penghalang bagi ikan lele untuk bertahan hidup.

Elemen bidang pada komposisi grafis permukaan produk tas dan sarung bantal "Tulisan" terbentuk dari garis-garis lengkung sehingga termasuk ke dalam bidang organis. Elemen bidang menggunakan bentuk-bentuk yang mengingatkan pada bentuk-bentuk yang ada di alam semesta sehingga termasuk bidang figuratif. Karakter yang dihasilkan dari elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" adalah bebas dan natural, dinamis, ekspresif, kuat, megah, dan stabil.

Karakter yang dihasilkan dari elemen bidang ini sangat dipengaruhi oleh raut elemen garis yang membentuk elemen bidang. Gambar 5 memperlihatkan elemen garis pada komposisi grafis produk tas dan sarung bantal "Tulisan" berupa garis lengkung dengan macam-macam ukuran, namun lebih banyak menggunakan garis-garis panjang dengan ketebalan sedang. Elemen bidang banyak diisi oleh garis-garis arsir dengan raut kecil dan tipis. Jarak antar garis arsir rapat-rapat dengan interval raut, ukuran, dan arah yang berdekatan sehingga menghasilkan susunan garis dengan transisi yang harmonis. Raut garis dihasilkan dari goresan tinta pena dengan ukuran mata pena sedang dengan tekanan yang kuat dan stabil.



**Gambar 5. Elemen Garis pada Komposisi Grafis Produk Tas (kiri) dan Sarung Bantal (kanan), diperbesar (Sumber: olah data)**

#### 4.2 Analisis elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan"

Hasil deskripsi elemen bidang pada komposisi grafis kedua produk sampel kemudian dianalisis untuk diketahui potensinya sebagai elemen grafis pembentuk identitas visual. Analisis dilakukan berdasarkan enam kriteria elemen jenama (Kotler dan Keller, 2009) menggunakan tabel matriks berikut ini.

**Tabel 1. Analisis Elemen Bidang terhadap Enam Kriteria Elemen Jenama**

	<i>Memorable</i>	<i>Meaningful</i>	<i>Aesthetic</i>	<i>Transferable</i>	<i>Adaptable</i>	<i>Legal</i>
Elemen bidang	✓	✓	✓	✗	✓	✓

Elemen bidang dapat memenuhi kriteria *memorable* karena rautnya yang mencolok dan mendominasi komposisi grafis produk "Tulisan" secara keseluruhan. Raut elemen bidang berukuran besar dan terbentuk dari raut elemen garis yang berkarakter kuat dan tegas. Sebagian besar elemen bidang merupakan bidang organis sehingga komposisi tampak lebih luwes dan tidak kaku. Raut elemen bidang banyak menggunakan bidang figuratif yang mudah dikenali bentuknya, namun pengelolaannya mampu menghasilkan raut elemen bidang yang memiliki diferensiasi.

Elemen bidang juga dapat memenuhi kriteria *meaningful* karena dikelola berdasarkan konsep kreatif yang filosofis. Elemen bidang dikelola untuk menyampaikan pesan sesuai dengan isi dan tujuan konsep kreatif, serta berkaitan dengan visi misi serta citra "Tulisan" sendiri.

Elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" dapat memenuhi kriteria *aesthetic* karena elemen bidang tampak selaras, menyatu, dan harmonis bersama elemen grafis lainnya, sehingga komposisi menjadi nyaman untuk dilihat.

Elemen bidang tidak dapat memenuhi kriteria *transferable*, karena belum dapat menjangkau lintas segmen pasar. Konsumen "Tulisan" masih didominasi segmen tertentu yaitu kelompok konsumen perempuan dewasa yang tinggal di perkotaan. Namun unsur bidang sudah dapat memenuhi kriteria *transferable* dalam hal lintas geografi karena produknya sudah dapat diterima oleh konsumen di luar Indonesia.

Elemen bidang dapat memenuhi kriteria *adaptable*. Raut elemen bidang tidak berdasarkan tren masa tertentu sehingga tidak akan lekang oleh waktu dan akan tetap berlaku sampai kapan pun. Hal ini juga dipengaruhi kemampuannya menjadi *memorable* sehingga akan tetap diingat dalam jangka waktu yang lama.

Elemen bidang dapat memenuhi kriteria *legal*, karena rautnya tidak melanggar norma-norma, maupun etika hak cipta. Hak cipta atas elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" sifatnya deklaratif, artinya hak ciptanya sudah diakui sejak pertama kali kemunculan di tengah masyarakat. Dengan demikian komposisi grafis pada produk "Tulisan" secara keseluruhan dapat dilindungi oleh hukum.

#### **4.3 Interpretasi Elemen Bidang pada Komposisi Grafis Produk "Tulisan"**

Pengelolaan elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" dilakukan berdasarkan konsep visual yang tersusun melalui pendalaman ide dan riset yang dilakukan secara bertahap. Riset dilakukan dengan melihat persoalan-persoalan dari berbagai sudut pandang. Pendalaman ide serta riset yang bertahap ini lalu menghasilkan konsep visual yang filosofis. Konsep visual ini tidak hanya mencakup rencana capaian estetis, namun juga rencana-rencana dalam menyampaikan pesan terkait konsep visual produk, dan juga visi misi "Tulisan".

Elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" senantiasa dikelola untuk memiliki arti, makna, dan pesan khusus, sehingga elemen bidang banyak menggunakan simbol-simbol visual. Elemen bidang pada komposisi grafis tiap produk "Tulisan" meski dari seri koleksi yang berbeda memiliki raut yang serupa dengan nafas yang sama.

Melalui koleksi-koleksinya, "Tulisan" selalu menyampaikan pesan mengenai nilai-nilai visi dan misi yang mereka miliki. Pesan utama yang hendak disampaikan adalah "Tulisan" merupakan produk hasil pekerjaan tangan dari Indonesia yang dibuat untuk perempuan yang teguh pada jati diri. "Tulisan" menganggap dirinya sebagai sosok yang liar, artinya bebas berimajinasi dan mencari inspirasi dari mana saja. "Tulisan" adalah media bercerita dengan dongeng yang penuh warna.

Elemen bidang pada komposisi grafis "Tulisan" dikelola agar dapat menyampaikan visi misi tersebut secara tersirat. Raut elemen bidang yang berkarakter kuat dan megah dapat mewakili karakter perempuan yang teguh dan kuat pada jati diri. Komposisi elemen bidang banyak menerapkan prinsip keseimbangan asimetris dengan irama transisi sehingga menghasilkan karakter dinamis dan informal. Karakter ini mewakili pesan "Tulisan" mengenai sosok liar dan bebas berimajinasi.

Pengelolaan elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" adalah berdasarkan konsep visual yang filosofis dan banyak menggunakan simbol-simbol visual. Hal ini menjadikan grafis produk "Tulisan" secara keseluruhan memiliki karakteristik khusus yang berpotensi memiliki diferensiasi yang akan mengarah pada pembentukan identitas visual dan berdampak pada kesadaran atas jenama dan asosiasi jenama.

#### **4.4 Penilaian Elemen Bidang pada Komposisi Grafis Produk "Tulisan"**

Rancangan akhir komposisi elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" diperoleh setelah proses pengelolaan elemen bidang secara bertahap. Tahapan dimulai dari pendalaman ide, riset, hingga eksplorasi visual. Proses pendalaman ide dan riset oleh "Tulisan" menghasilkan ide-ide yang kaya karena riset dilakukan secara luas dengan membuka pandangan pengetahuan, tidak hanya seputar bidang seni dan desain atau perancangan saja.

Penggunaan simbol-simbol visual pada elemen bidang membuat komposisi elemen bidang memiliki makna-makna filosofis dan tidak hanya sekadar memiliki nilai estetis. Elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" juga berperan dalam menyampaikan pesan-pesan terkait konsep produk dan juga visi misi.

Komposisi elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" secara keseluruhan memiliki nilai estetis baik. Raut elemen bidang memiliki karakteristik yang khas meski lebih banyak menggunakan bidang-bidang figuratif, yaitu bidang-bidang yang sudah dikenal bentuknya, bukan bidang-bidang nonobjektif yang betul-betul baru. Meski menggunakan bidang-bidang yang sudah dikenal bentuknya, namun "Tulisan" mampu mengelola raut bidang-bidang figuratif tersebut menjadi bidang-bidang abstrak untuk tujuan pengayaan sehingga menghasilkan bidang-bidang figuratif berkarakteristik khas.

Raut elemen garis pada komposisi grafis produk "Tulisan" memiliki karakter kuat dan stabil sehingga membentuk raut elemen bidang yang kuat dan stabil pula. Raut elemen bidang umumnya berukuran besar sehingga tampak mencolok, mendominasi komposisi, dan senantiasa menjadi *focal point*. Raut elemen bidang yang mencolok ini didukung dengan penggunaan kombinasi warna-warna terang dan mencolok.

Raut elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" yang memiliki karakter khas ini didukung dengan pengelolaan yang berdasarkan konsep visual filosofis menjadikan komposisi grafis "Tulisan" secara keseluruhan memiliki keistimewaan. Elemen bidang mampu memunculkan diferensiasi sehingga mampu memicu kesadaran atas jenama dan mengarah pada asosiasi jenama. Konsumen dapat mengenali dengan cepat sehingga menyebutkan merek "Tulisan" setelah konsumen melihat elemen bidang pada komposisi grafis produk.

### **5. KESIMPULAN**

Elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" menjadi elemen grafis yang mampu berperan dalam membangun identitas visual jenama "Tulisan". Elemen bidangnya memiliki raut *memorable*, memiliki karakteristik yang khas sehingga mampu memunculkan diferensiasi.

Karakteristik khas elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" terbentuk dari raut elemen garis yang lebih banyak menggunakan garis-garis organik yang dinamis. Raut elemen garis memiliki karakter kuat dan stabil yang merupakan hasil tarikan garis sang desainer. Raut elemen bidang umumnya berukuran besar sehingga tampak mencolok, mendominasi komposisi, dan menjadi *focal point*. Hal ini juga didukung dengan penggunaan

warna-warna terang dan mencolok pada elemen bidang, serta komposisi elemen bidang yang asimetris dengan irama transisi. Penerapan-penerapan ini membuat komposisi elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" tampak dinamis sehingga mampu mendukung elemen bidang menjadi *memorable*.

Elemen bidang banyak berupa bidang figuratif yaitu bidang dengan bentuk yang mudah dikenali karena mengingatkan pada bentuk-bentuk alam nyata yang ada di alam semesta. Namun pengelolaan dan penggayaannya membuat elemen bidang memiliki visual yang sedikit berbeda dari bentuk nyatanya, meski demikian bentuknya masih tetap dapat dikenali.

Gaya visual elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" meski dari seri koleksi yang berbeda akan tetap memiliki raut serupa dengan nafas yang sama. Konsistensi penerapan gaya visual ini akan menjadi pendukung dan penguat dalam memenuhi kriteria identitas visual untuk menjadi *memorable*.

Pengelolaan elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" selain untuk mencapai nilai estetis juga untuk tujuan menyampaikan pesan, yaitu pesan mengenai nilai-nilai visi misi jenama dan konsep visual produk. Hal ini yang menyebabkan elemen bidang pada komposisi grafis produk "Tulisan" banyak menggunakan simbol-simbol visual.

Berdasarkan paparan beberapa simpulan di atas, maka dapat disusun sebuah pola yang dapat digunakan dalam mengelola elemen grafis, khususnya elemen bidang, pada produk aksesori terkait tujuannya dalam membangun identitas visual jenama, yaitu:

- a. Elemen bidang agar dikelola sehingga memiliki karakteristik khas dan mampu menjadi *memorable*. Raut bidang secara khas akan terbentuk dari raut garis yang khas pula. Dalam hal ini, tarikan garis oleh tangan desainer mampu membentuk ciri khas ini.
- b. Elemen bidang dengan ukuran besar disertai penggunaan warna terang dan mencolok akan lebih menarik perhatian dan menjadi *memorable*.
- c. Komposisi elemen bidang yang menggunakan prinsip asimetris dengan prinsip irama transisi akan menghasilkan komposisi yang dinamis dan lebih menarik perhatian sehingga mampu menjadi *memorable*.
- d. Elemen bidang agar dikelola dengan penggayaan untuk menghasilkan perbedaan bentuk dari benda nyatanya namun penggayaan ini tidak untuk menimbulkan kesulitan dalam mengenali benda yang divisualkan. Penggayaan ini dilakukan untuk menghasilkan diferensiasi.
- e. Usaha penggayaan visual elemen bidang agar diterapkan secara konsisten pada komposisi grafis permukaan tiap-tiap produk meski produk dapat berasal dari seri yang berbeda-beda.
- f. Elemen bidang yang memiliki makna filosofis atau simbolik lebih memiliki daya tarik.

Pola pengelolaan elemen grafis bidang yang ditemukan pada komposisi grafis produk-produk "Tulisan" dapat diaplikasikan pada produk-produk aksesori serupa lainnya. Penerapan ini dapat dilakukan terutama jika produk-produk tersebut hendak membangun identitas visual melalui komposisi grafis, khususnya elemen grafis bidang, yang diaplikasikan pada permukaan produknya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini S., Nathalia, L., Kirana. (2014). *Desain Komunikasi Visual, Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Marketing Evolution. (2022). *Brand Equity: What It Is & Why It's The Key to Your Business*. Dipetik dari <https://www.marketingevolution.com/marketing-essentials/what-is-brand-equity-marketing-evolution>.
- Mosarrat, F. (2012). Brand Elements Lead to Brand equity: Differentiate or Die. *Information Management and Bussiness Review*, 4(4), 223-233.
- Robin, L. (2014). *Graphic Design Solutions*. USA: Wadsworth Cencage Learning.
- Sadjiman, S. E. (2009). *Nirmana, Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Jalasutra.
- Soewardikoen, D.W. (2013). *Metodologi Penelitian Visual, dari Seminar ke Tugas Akhir*. Bandung: Dinamika Komunika.
- Sohaid, M., Mlynarski, J., Wu, R. (2023). Building Brand Equity: The Impact of Brand Experience, Brand love, and Brand Engagement—A Case Study of Customers' Perception of The Apple Brand in China. *Sustainability*, 15, 746.
- Wira, N. N. (2019, February 17). Melissa Sunjaya Champions Serigraphy with Exhibition. *The Jakarta Post*. <https://www.thejakartapost.com/life/2019/02/17/melissa-sunjaya-champions-serigraphy-with-exhibition.html>.
- Wiryawan, M. B. (2008). *Kamus Brand A-Z*. Jakarta: Red & White Publishing.
- Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- White, A. W. (2002). *The Elements of Graphic Design: Space, Unity, Page Architecture, and Type*. New York: Allworth Press.