

PERANCANGAN DESAIN DAN FOTO UNTUK SOSIAL MEDIA ANDJI COFFEE DI JANJI DESIGN LAB

Putu Ardhy Widnyana Sapanca¹, Arya Pageh Wibawa², I Putu Arya Janottama³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jalan Nusa Indah,
Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail: hellopradnyaa@gmail.com

Abstrak

Promosi bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja melalui berbagai cara, salah satunya melalui media sosial. Media sosial saat ini sangat berperan penting dalam melakukan kegiatan promosi terlebih lagi seluruh kalangan muda, remaja, dewasa hingga tua memiliki gadget masing-masing sehingga semakin memudahkan dalam melakukan promosi. Salah satu usaha yang perlu melakukan kegiatan promosi melalui media sosial yaitu Andji Coffee. Andji Coffee merupakan toko kopi dan tempat makan yang berada di pinggir kota Badung dengan pemandangan persawahan. Proses pengerjaan proyek untuk Andji Coffee dimulai dari pembuatan konten oleh Content Planner, selanjutnya dimulai untuk proses pengerjaan desain dan foto, lalu dilanjutkan ke tahap checking dan revisi oleh Content Planner beserta Project Manager, setelah disetujui maka desain selanjutnya akan dilakukan tahap scheduling untuk di upload ke sosial media.

Kata Kunci: kopi, sosial media, desain sosial media

Abstract

Promotion can be done anywhere and anytime through various ways, one of which is through social media. Social media currently plays an important role in carrying out promotional activities again, young people, teenagers, adults to old people have their own gadgets, making it easier to carry out promotions. One of the businesses that needs to carry out promotional activities through social media is Andji Coffee. Andji Coffee is a coffee shop and place to eat located on the outskirts of Badung city with views of the rice fields. The project work process for Andji Coffee starts with content creation by the Content Planner, then begins with the design and photo work, then proceeds to the checking and revision stage by the Content Planner and Project Manager, after approval, the scheduling stage will then be carried out for upload to the media. social.

Keywords: coffee, social media, social media design

PENDAHULUAN

Pada era revolusi industri 4.0 dan society 5.0 pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi di dunia mengakibatkan kebutuhan perusahaan hingga masyarakat akan sebuah peran seorang desainer menjadi sangat besar. Dikarenakan fungsi desain ialah sebagai bentuk rancangan atau media untuk membangun suatu perusahaan agar bisa berkembang di era yang serba digital saat ini. Meningkatnya minat perusahaan dan masyarakat terhadap kebutuhan desain membuat banyak berdirinya perusahaan industri kreatif yang mengkhususkan diri pada bidang desain grafis seperti branding, sosial media management, ilustrasi, fotografi, periklanan hingga perancangan sebuah desain.

Kampus Institut Seni Indonesia Denpasar memberi kesempatan kepada mahasiswa-nya untuk mengikuti program magang sebagai bentuk pelatihan kerja untuk mengimplementasikan ilmu yang didapatkan dari kampus ke dalam dunia kerja (experiential learning). Sehingga setelah selesai menempuh Pendidikan, mahasiswa diharapkan mampu mengimplementasikan ilmunya dan siap masuk ke dalam dunia kerja. Institut Seni Indonesia Denpasar per tahun 2021 mulai menerapkan Program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM).

Selain program magang terdapat beberapa bentuk kegiatan pembelajaran sesuai dengan Permendikbud No 3 Tahun 2020 Pasal 15 ayat 1, yang dapat dilakukan di dalam Program Studi dan di luar Program Studi meliputi :Pertukaran Pelajar, Magang/Praktik Kerja, Atensi Mengajar di Satuan Pendidikan, Penelitian/Riset, Proyek Kemanusiaan, Kegiatan Wirausaha, Studi/Proyek Independen, Membangun Desa/Kuliah, Kerja Nyata Tematik. Pelaksanaan program MBKM di Institut Seni Indonesia Denpasar berlangsung selama 4 bulan dari bulan September 2021 hingga Januari 2022. Institut Seni Indonesia Denpasar memiliki dua fakultas yaitu Fakultas Seni Pertunjukan dan Fakultas Seni Rupa dan Desain. Penulis menempuh Pendidikan di Fakultas Seni Rupa dan Desain, Jurusan Desain Komunikasi Visual. Desain Komunikasi Visual merupakan salah satu Program Studi yang ada di Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar. Desain Komunikasi Visual menjadi salah satu jurusan yang memiliki banyak peminat dikarenakan peluang kerja pada jurusan Desain Komunikasi Visual sangat menjanjikan di era revolusi industri 4.0.

Dalam kegiatan program MBKM ini, penulis memilih magang di perusahaan Janji Design Lab, perusahaan agency digital creative yang bergerak di bidang Desain Komunikasi Visual yang berfokus pada sosial media management, branding, fotografi. Perusahaan ini beralamat di jalan Imam Bonjol Gg. Rahayu No. 16A, Pemecutan klod, Kec.Denpasar Barat. Memiliki pengalaman dibidangnya serta memiliki system yang baik, hal tersebut menjadi alasan penulis melaksanakan kegiatan magang/praktik kerja di Janji Desain Lab. Dalam kegiatan magang ini, penulis berkesempatan untuk turut ambil bagian dalam sebuah proyek yang sedang berlangsung Janji Design Lab. Salah satunya adalah proyek sosial media management untuk Andji Coffee. Dalam hal ini penulis berkesempatan pula mengangkat proyek sosial media management untuk Andji Coffee ini sebagai judul atau kasus dalam Skripsi Program Magang Institut Seni Indonesia Denpasar.

Andji Coffee merupakan kedai kopi dan tempat makan dengan view persawahan di tengah kota. Andji Coffee memiliki akun Instagram dengan nama @andjicoffee yang telah di follow lebih dari 12 ribu pengguna Instagram. Namun Andji Coffee memiliki kekurangan terhadap konten apa yang di upload di Instagram mereka sehingga kurangnya brand awareness serta promosi kepada konsumen yang mengikuti akun Instagram Andji Coffee itu sendiri maupun yang tidak mengikuti. menurut Chamid, brand awareness (kesadaran merek) diartikan sebagai kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari katagori produk tertentu (Yosef, 2017: 603). Kemudian promosi sendiri diartikan sebagai suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan konsumen akan merek dan produk perusahaan (Fandy Tjiptono, 2015: 387).

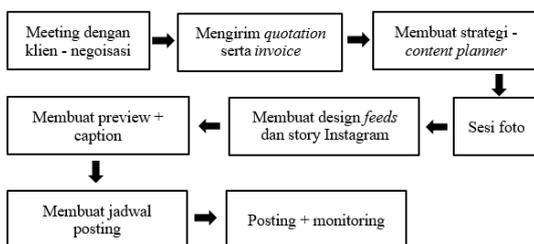
Desain Komunikasi Visual ialah salah satu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan layout. Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan. (Kursrianto, 2007: 2).

Dalam perihal ini media Desain Komunikasi Visual melalui sarana media sosial dapat menjadi cara dalam kegiatan meningkatkan brand awareness dan promosi. disisi lain platform media sosial yang digunakan adalah berbasis visual, dimana yang menjadi instrumen utama dalam

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena yang ada, baik itu alamiah maupun rekayasa manusia (Thabroni, 2021). Metode ini digunakan karena dapat menjabarkan proses perancangan *feeds* Instagram Andji Coffee hingga analisis hasil perancangannya. Untuk mengumpulkan data mengenai proyek desain yang dirancang, akan dilakukan melalui metode wawancara, observasi, partisipan, dan dokumentasi. Sedangkan, teknik perancangan dimulai dari penerimaan *brief* desain dari klien, Setelah memahami *brief* yang diberikan, mahasiswa mulai untuk membuat *planner*, foto dan juga *design feeds* Instagram yang kemudian di *preview* oleh pihak Janji Design Lab.

Dalam hal ini Janji Design Lab berperan sebagai pengantar antar mahasiswa yang merancang *feeds* Instagram dengan pihak klien The Ambengan Tenten Apartemen. Ketika *planner* disetujui, akan dilanjutkan ke proses eksekusi foto dan juga *design* hingga final.



Gambar 1. Skema Perancangan Feeds(sumber: dokumen pribadi, 2022)

PEMBAHASAN

Unsur-unsur visual dalam desain komunikasi visual dapat dibagi menjadi enam, yaitu ilustrasi, teks, tipografi, warna, ukuran, dan teknik cetak.

1. Ilustrasi

Pengertian ilustrasi secara luas tidak terbatas pada gambar foto. Ilustrasi bisa berupa garis, bidang, dan bahkan susunan huruf bisa disebut ilustrasi. Pengertian ilustrasi secara umum adalah gambar atau foto yang bertujuan menjelaskan teks dan

penyampaian informasi adalah visual. Hal ini media Desain Komunikasi Visual dapat menjadi sarana untuk mempromosikan Andji Coffee dalam hal brand awareness dan juga promosi

sekaligus menciptakan daya tarik (Supriyono, 2010: 50-51). Ilustrasi dapat dibedakan menjadi 3, yaitu : Ilustrasi gambar tangan (Hand Drawing), Ilustrasi Fotografi, Ilustrasi Gabungan.

2. Teks

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, teks merupakan naskah yang berupa kata-kata asli dari pengarang atau bahan tertulis untuk memberikan pelajaran, berpidato dan lain sebagainya. Bahasa yang digunakan untuk penyusunan teks pada iklan hendaknya sederhana jelas, singkat, dan tepat serta memiliki daya tarik pada kalimatnya, selain itu perlu diperhatikan ukuran termasuk jarak antar huruf dan ukurannya termasuk jarak antar huruf, kata, baris dan lebar paragraf (Suriyanto, 2009:28). Teks merupakan suatu struktur, yang terdiri dari unsur – unsur berikut : *Headline*, *Subheadline* (judul), *Bodycopy* (isi teks), *Tagline* (slogan), *Baseline* (penutup), *Product shot*

3. Tipografi

Tipografi adalah “bidang ilmu yang mempelajari seluk-beluk mengenai huruf, yang mempunyai dua fungsi, yaitu sebagai fungsi estetis dan fungsi komunikasi, sebagai fungsi estetis, tipografi digunakan untuk menunjang penampilan sebuah pesan agar terlihat menarik, sedangkan sebagai fungsi komunikasi tipografi digunakan untuk menyampaikan pesan (informasi) berupa teks dengan jelas dan tepat (Sihombing, 2001: 58). Secara garis besar jenis huruf dibagi menjadi 5 yaitu : Huruf Tak Berkait (Sans Serif), Huruf Berkait (Serif) , Huruf Tulis atau Latin (Script), Huruf Dekoratif (Graphic), Huruf Monospace,

4. Warna

Salah satu elemen visual yang dapat dengan mudah menarik perhatian pembaca adalah warna. Tetapi, dalam penggunaan warna perlu dilakukan dengan hati – hati. Apabila pemakaian warna kurang tepat maka dapat merusak citra, mengurangi nilai keterbacaan, dan bahkan dapat menghilangkan gairah baca (Supriyono, 2010: 70). Dalam seni rupa, warna dapat dilihat dari tiga dimensi (Supriyono, 2010: 72), yaitu :

1. Hue, yaitu pembagian warna berdasarkan nama – nama warna, seperti merah, biru, hijau, kuning dan seterusnya.
2. Value, yaitu terang – gelapnya warna.
3. Intensity, yaitu tingkat kemurnian atau

kejernihan warna.

Berdasarkan Hue, warna dipisahkan menjadi tiga golongan, yaitu : a. Warna Primer (Primary Colors) Warna primer merupakan warna – warna paling kuat yang mana merupakan warna yang utama dalam pembentukan warna-warna lainnya (Pujiriyanto, 2005: 43). Warna primer terdiri dari warna merah, kuning, dan biru. b. Warna Sekunder (Secondary Colors) Warna sekunder merupakan campuran dua warna primer dengan perbandingan seimbang (1 : 1), menghasilkan warna oranye (merah + kuning), hijau (kuning + biru), dan ungu (biru + merah) (Supriyono, 2010: 72). c. Wara Tersier (Tertiary Colors) Jika warna primer dicampur dengan warna sekunder akan terjadi warna – warna tersier, yaitu kuning – oranye, merah – oranye, merah – ungu, biru – ungu, biru – hijau, dan kuning – hijau (Supriyono, 2010: 72).

Warna	Makna
Kuning	Dapat meningkatkan konsentrasi, sebagai simbol persahabatan, optimisme, santai dan nyaman, kebahagiaan.
Biru	Warna yang berasosiasi dengan alam sebagai simbol keharmonisan, kesetiaan, ketenangan, sensitif, kepercayaan.
Merah	Warna yang paling emosional dan cenderung ekstrem. Dapat memberi kesan berani, semangat, penuhpercaya diri, gairah, kekuatan, sertavitalitas.
Hijau	Warna yang merepresentasikan alam, kehidupan dan simbol fertilitas, sehat, natural.
Coklat	Warna netral yang cenderung natural, hangat, membumi dan stabil, memberi kesan anggun, serta kesejahteraan.
Putih	Dapat memberi makna keaslian, kemurnian, kesucian, sederhana, polos, suasana damai dan bersih.
Hitam	Warna yang kuat dan penuh percaya diri, maskulin, elegan, dan misterius.

KONSEP PERANCANGAN

Andji Coffee

Dalam pelaksanaan magang, penulis ditugaskan oleh Janji Design Lab selaku pihak mitra magang untuk mengerjakan proyek sosial media management untuk Andji Coffee yang merupakan sebuah cafe dengan nuansa open space. Andji coffee berada di tengah kota dan juga di areal industri. Namun terlepas dari areal lingkungan yang penuh hingar-bingar, Andji Coffee memiliki kelebihan yaitu disekitarnya terdapat persawahan

yang dimana dapat membuat konsumen merasa nyaman dan cukup memanjakan mata.

Janji Design Lab sebagai Creative Agency membantu menyuguhkan konten untuk sosial media Andji Coffee dengan tujuan, memperkenalkan ke khalayak umum serta membangun citra Andji Coffee sebagai tempat yang nyaman di tengah kota melalui media sosial. Untuk jenis konten yang diusung oleh Andji Coffee dominan menggunakan fotografi, dengan tujuan untuk memperlihatkan suasana Andji Coffee secara langsung kepada pengguna media sosial. Konten yang menggunakan Fotografi sebagai media akan dengan mudah mampu mengkomunikasikan atau menceritakan hal yang ingin disampaikan seperti halnya suasana tempat maupun ekspresi.

Dalam proyek social media management untuk Andji Coffee ini, penggunaan elemen tesk sangatlah sedikit. Hanya beberapa bentuk konten yang menggunakan unsur teks ke dalamnya. Seperti halnya konten pengumuman live acoustic pada Instagram story. Penggunaan teks sangatlah membantu dengan tujuan memperjelas maksud dan tujuan dari konten tersebut tentang pengumuman live acoustic yang akan berlangsung di Andji Coffee. Untuk konten yang menggunakan desain sebagian besar hanya menggunakan 2 jenis unsur teks (Headline, dan Subheadline atau body text).

Selanjutnya untuk penggunaan jenis huruf, huruf yang digunakan yaitu jenis huruf sans-serif sebagai jenis huruf utama. Huruf Sans-Serif memiliki readability dan legibility yang tinggi, memberikan kesan minimalis, sederhana, clean dan modern. Kesan yang dihasilkan oleh huruf Sans-Serif sesuai dengan konsep yang diusung pada proyek desain ini.

Di bagian warna pada foto menggunakan warna hijau, hitam, abu, putih dan dengan sedikit warna coklat atau kuning. Warna-warna tersebut secara langsung menggambarkan suasana lokasi tersebut seperti warna hijau sebagai warna daun, sawah, dan pohon. Selanjutnya warna hitam, abu, putih, dan coklat menggambarkan bangunan dari Andji Coffee.

Untuk ukuran desain yang digunakan pada proyek ini terbagi atas 2 pilihan berdasarkan format unggahan. Terdapat 2 jenis format unggahan yang digunakan pada proyek ini, Instagram post dan Instagram Story. Ukuran desain untuk Instagram post menggunakan format square dengan resolusi 1080px : 1080px. Sedangkan untuk Instagram Story menggunakan resolusi 1920px : 1080

SIMPULAN

Perancangan feeds Instagram Andji Coffee terdiri atas beberapa tahapan proses. Diawali dengan mahasiswa diberikan sebuah proyek berupa merancang desain dan foto untuk sosial media Andji Coffee. Proses pengerjaan proyek tersebut dimulai dari pembuatan konten oleh Content Planner, selanjutnya dimulai untuk proses pengerjaan desain dan foto, lalu dilanjutkan ke tahap checking dan revisi oleh Content Planner beserta Project Manager, setelah disetujui maka desain selanjutnya akan di lakukan tahap scheduling

DAFTAR RUJUKAN

- Andres Kaplan & Michael Haenlein, 2010. *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons.
- Agoeng Noegroho, 2010. *Teknologi Komunikasi, Graha Ilmu Yogyakarta*.
- Achmad Kabiru, Said. 2017. *Manajemen dan Teori Aplikasi*. Alfabeta : Bandung.
- Thomas Sumarsan. 2013. *Sistem Pengendalian Manajemen*, Edisi 2, PT Indeks, Jakarta
- Heryanto, Imam dan Totok Triwibowo. 2013. *Manajemen Proyek Berbasis Teknologi Informasi*. Bandung: Informatika
- Manullang, M.. 2008. *Dasar-Dasar manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kotler, Philip. 1992. *Marketing*, jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. 2014. *Principles of Marketing : Global Edition*. 15th Edition. England: Pearson.
- untuk di upload ke sosial media. Pentingnya seorang desainer dan fotografer dalam membantu menjual sebuah brand melalui sosial media dengan cara membuat konten-konten yang sekiranya relevan dan cocok untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dikerjakan oleh klien atau perusahaan. Desainer dan fotografer sebelumnya harus melakukan analisis terhadap target pasar serta audiens yang biasanya dibantu oleh Content Planner dan Project manager sebelum melakukan pembuatan konten.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*, 14th Edition. United States of America : Pearson.
- Riyanto, Y. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Nazir. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Widoyoko, Eko Putro. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Wijatno, Serian. 2009. *Pengantar Entrepreneurship*. Jakarta : Grasindo

