

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 1, Nomor 11, 2023, Halaman 160-166
Licenced by CC BY-SA 4.0
E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.10217290)
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10217290>

Perancangan Desain Kaos Sebagai Visual *Merchandise* di PT. Urban Spasial Indonesia

Zebrinna Delivia Putri Bahri¹, Alfian Candra Ayuswantana²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual UPN “Veteran” Jawa Timur

Email: : 21052010003@student.upnjatim.ac.id¹, alfianayuswantana.dkv@upnjatim.ac.id²

Abstract

In the case of application creativity in the domain of design industry, t-shirt design is regarded as one of the creative forms in the industry, evolving beyond simple clothing and functionality, according to a case study on the application of creativity in the field of design industry. The T-shirt design process at PT. Urban Spasial Indonesia, a consulting firm that specializes in mapping and spatial planning, is the subject of this study. This design is visually appealing and consistent with the company's brand identity thanks to the use of graphic design. At PT. Urban Spasial Indonesia, achieving balance between innovation, brand identity, creativity, and trend sensitivity is essential. A case study approach is used in conjunction with qualitative research methodology. This study clarifies that, especially in T-shirt design, typography, visual coherence, and adaptation to the target audience are essential elements for any design layout. Furthermore, the study delves deeply into the creative, tactical, and useful concepts that underpin T-shirt design.

Keywords: *design, graphics, shirt, visual merchandise*

Abstrak

Dalam studi kasus penerapan kreativitas dalam ranah industri desain, perancangan desain kaos dapat dijadikan sebagai salah satu bentuk kreatif dalam perindustrian, yang telah berkembang menjadi lebih dari sekedar pakaian saja dan fungsional. Penelitian ini fokus pada proses desain kaos di PT. Urban Spasial Indonesia, sebuah perusahaan konsultan perencanaan tata ruang dan pemetaan. Dengan pendekatan visual melalui desain grafis, perancangan ini menjadi menarik dan sesuai dengan identitas merek perusahaan, seperti, menciptakan harmoni antara inovasi, identitas merek, kreativitas, dan kepekaan terhadap tren sangat penting dalam PT. Urban Spasial Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode pendekatan studi kasus. pada penelitian ini menjelaskan bahwa tipografi, kohesivitas visual, dan penyesuaian dengan target audiens adalah komponen penting untuk setiap layout desain, terutama pada perancangan desain kaos. Dan pada penelitian ini, mengeksplorasi secara menyeluruh ide-ide inovatif, strategis, dan praktis yang membentuk dasar desain kaos.

Kata kunci: *desain, grafis, kaos, visual merchandise*

Article Info

Received date: 10 November 2023

Revised date: 20 November 2023

Accepted date: 27 November 2023

PENDAHULUAN

Dalam dunia desain telah mengalami transformasi besar selama era globalisasi yang diwarnai oleh kemajuan teknologi dan kecepatan informasi. Seperti contohnya yaitu, Desain Kaos, yang merupakan salah satu bentuk kreatif dalam perindustrian, telah berkembang menjadi lebih dari sekedar pakaian atau visual *merchandise*. Hal ini telah menjadi alat yang sangat efektif untuk mengekspresikan seni, desain, identitas merek, merangkul kreativitas visual yang inovatif dan sebagai alat komunikasi. PT. Urban Spasial Indonesia, yang bergerak dalam bidang konsultan perencanaan tata ruang dan pemetaan, merupakan perusahaan konsultan perencanaan tata ruang dan pemetaan yang didukung dengan tenaga

professional di bidang pemetaan dan penataan ruang, untuk membantu memfasilitasi proses pelaksanaan tata ruang, baik pada tahap perencanaan ruang, penetapan peraturan daerah tentang rencana tata ruang, maupun menyiapkan perangkat pemanfaatan dan sistem pengendalian ruang.

PT. Urban Spasial Indonesia semakin menyadari peran strategis desain kaos atau T-shirt dalam membangun citra dan meningkatkan kehadiran merek di mata klien dan masyarakat. Desain kaos tidak hanya penting karena tampilannya, tetapi juga karena mampu menyampaikan pesan yang tepat, memperkuat citra merek, dan mendukung strategi pemasaran. PT. Urban Spasial Indonesia bertindak proaktif dengan menggunakan desain kaos sebagai alat penting untuk meningkatkan kesadaran merek, memperluas jaringan komunikasi, dan membangun hubungan dengan pemangku kepentingan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana PT. Urban Spasial Indonesia menggunakan desain kaos sebagai alat yang efektif untuk mencapai tujuan bisnis dan mengkomunikasikan mereknya. Penelitian ini melibatkan berbagai elemen, seperti memilih konsep, mengikuti tren, dan memahami dengan baik target audiens. Diharapkan penelitian ini akan membantu mengembangkan teori dan praktik desain grafis dan industri kreatif secara keseluruhan, terutama dalam perancangan desain kaos di PT. Urban Spasial Indonesia.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam perancangan desain kaos di PT. Urban Spasial Indonesia adalah penelitian kualitatif dengan metode perancangan dengan pengumpulan data studi kasus, yang menurut Sugiyono (2016:17) adalah dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas, terhadap satu atau lebih orang. Suatu kasus terikat oleh waktu dan aktivitas dan peneliti melakukan pengumpulan data secara mendetail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dan dalam waktu yang berkesinambungan. Dimulai dengan menentukan subjek utama penelitian, yaitu perancangan desain kaos di PT. Urban Spasial Indonesia. Sebagai contoh penelitian ini akan memfokuskan pada pemahaman mendalam tentang proses kreatif, strategis, dan implementasi dalam desain kaos sebagai visual *merchandise* di lingkungan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap perancangan desain kaos, proses ini diawali dengan *brainstorming* untuk menghasilkan ide-ide dan inspirasi desain grafis yang berdasarkan pada pengumpulan data sebelumnya. Dengan konsep ide yang telah diperinci, tahap selanjutnya yaitu pembuatan sketsa, alternatif, pemilihan warna hingga *finishing*. Yang melalui proses sebagai berikut:

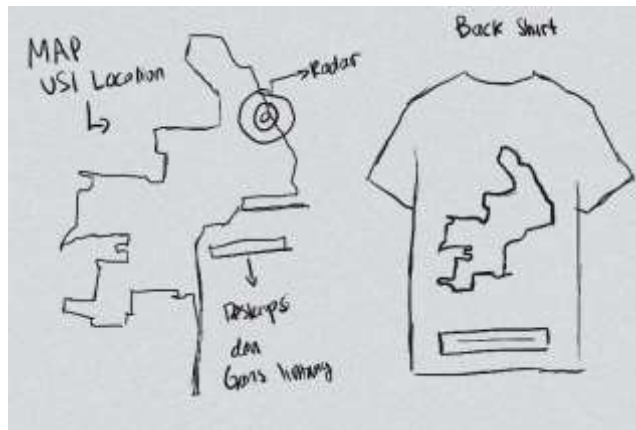
Analisis Konsep Desain

Pada konsep perancangan desain kaos di PT. Urban Spasial Indonesia, terdapat beberapa aspek yang penting untuk dipertimbangkan. Dengan memperhatikan aspek-aspek inovasi, originalitas, dan kreativitas selama perancangan desain kaos. Analisis Citra merek yang dapat mencerminkan dan memperkuat identitas PT. Urban Spasial Indonesia. Sehingga dengan memahami aspek-aspek tersebut dapat menghasilkan desain yang memuaskan untuk PT. Urban Spasial Indonesia. Setelah memahami konsep ini, implementasi desain grafis dalam perancangan desain kaos sebagai visual *merchandise* dapat digunakan tanpa mengurangi identitas unik perusahaan.

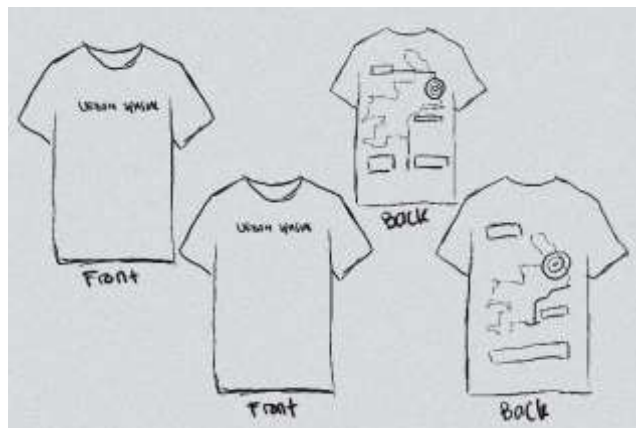
Perancangan Desain

1. Proses Sketsa

Dalam tahap ini, dilakukan sebuah perancangan sketsa yang menjadi tahap penting dalam penelitian ini. Konsep dengan kebutuhan visual yang sesuai dengan identitas perusahaan akan berlanjut dengan tahap sketsa. Dengan menggunakan aplikasi Procreate, sketsa yang eksekusi berkembang menjadi beberapa alternatif.



Gambar 1. Proses sketsa desain kaos dan layout desain
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)



Gambar 2. Proses sketsa desain kaos dan layout desain
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

Setelah melakukan brainstorming, dan mendapat ide-ide yang menarik. Sketsa dieksekusi menjadi beberapa alternatif yang mencerminkan PT. Urban Spasial Indonesia. Dengan menggunakan konsep titik koordinat, *map/location* dan diberi radar serta beberapa keterangan pada layout desain kaos untuk mengetahui tata letak Perusahaan Urban Spasial Indonesia.

2. Digitalisasi Sketsa



Gambar 3. Proses digitalisasi sketsa
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

Pada tahap ini, digitalisasi sketsa dilakukan dengan melayout desain kaos yang telah dibuat saat proses perancangan sketsa. Dengan memasukkan elemen yang mencerminkan PT. Urban Spasial Indonesia yang terdiri dari keterangan lokasi, titik koordinat, radar, map, dan juga logo perusahaan. Yang kemudian dieksekusi dengan menggunakan *software* Adobe Illustrator. Dengan mengimplementasikan ke beberapa *mock up* kaos yang akan menjadi acuan saat dicetak berskala besar.



Gambar 4. Implementasi alternatif desain kaos ke *mock up*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)



Gambar 5. Implementasi alternatif desain kaos ke *mock up*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

Implementasi beberapa alternatif desain kaos dibutuhkan untuk dijadikan acuan dalam pencetakan kaos. Dengan pemilihan dalam pewarnaan kaos yang akan dipilih, menggunakan estetika dan keterampilan dalam perancangan desain kaos merupakan aspek yang penting. *Mock up* kaos dan pemilihan warna pada tahap ini menggunakan *software* Adobe Photoshop.

3. Finishing Desain Kaos



Gambar 6. Desain final untuk bagian belakang
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

Pada tahap finishing, desain dibuat menjadi lebih clean dan simple tetapi tetap mencerminkan PT. Urban Spasial Indonesia yang identik dengan warna hijau. Terdapat titik koordinat dan radar yang menunjukkan lokasi perusahaan. Desain ini diletakan pada bagian belakang kaos.



Gambar 7. Hasil Final Desain Kaos USI (*front and back*)
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

Pemilihan warna pada kaos PT. Urban Spasial Indonesia adalah putih, dengan layout desain berwarna hijau. Pada bagian depan, terdapat nama dari perusahaan tersebut. Dengan penempatan di bagian tengah atas.



Gambar 8. Hasil Final Desain Kaos USI (*inside shirt tag*)
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

Untuk tahap final sebelum dicetak, desain kaos diberi inside shirt tag, yang akan disablon di dalam kaos pada bagian tengah atas.

4. Hasil Cetak Desain Kaos

Setelah melalui beberapa proses perancangan, Desain Kaos di kirim ke Tempat percetakan kaos untuk diproduksi secara massal. Baju yang sudah diproduksi dibagikan ke karyawan PT. Urban Spasial Indonesia dan mahasiswa magang. Beberapa kaos direncanakan akan dibagikan ke pengikut instagram @urbanspasial. Berikut gambar hasil cetak Desain Kaos USI.



Gambar 9. Hasil Cetak Final Desain Kaos
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

KESIMPULAN

Desain kaos telah berkembang menjadi bentuk kreatif yang lebih dari sekadar pakaian fungsional. Penelitian ini menelusuri bagaimana desain kaos dirancang di PT. Urban Spasial Indonesia, sebuah perusahaan yang bekerja sebagai konsultan perencanaan tata ruang dan pemetaan. Desain Kaos dianggap sebagai lebih dari sekedar produk sebagai alat untuk ekspresi seni, identitas merek, dan komunikasi visual. PT. Urban Spasial Indonesia mengakui bahwa desain kaos memiliki peran strategis dalam menciptakan citra merek dan meningkatkan kehadiran merek di masyarakat dan klien. Dalam bisnis ini, harmoni antara inovasi, kreativitas, identitas merek, dan respon terhadap tren dianggap penting.

Dengan Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus digunakan untuk mendalami ke dalam proses perancangan desain kaos di PT. Urban Spasial Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tipografi, kohesivitas visual, dan penyesuaian dengan target

audiens menjadi komponen kunci dalam setiap layout desain, terutama dalam konteks perancangan desain kaos. Hasil cetak desain kaos ini diapresiasi karena merupakan hasil dari proses perancangan yang teliti dan memperhatikan detail. Desain Kaos ini tidak hanya merupakan produk fisik yang dapat dikenakan, tetapi juga merupakan cara untuk menyampaikan pesan perusahaan dengan cara yang unik dan kreatif. Secara keseluruhan, penelitian ini berfokus pada perusahaan konsultan perencanaan tata ruang dan pemetaan, meningkatkan pemahaman kita tentang praktik desain kaos di industri kreatif. Diharapkan hasilnya akan membantu industri kreatif memahami bagaimana konsep desain kaos berkembang di masa depan.

Referensi

- Assyakurrohim, D., Ikham, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1-9.
- Banindro, B. S. (2022, March). Desain Komunikasi Visual, Pandemi, Disrupsi Dan Solusi, Studi Kasus Project Based Learn Dan Project Case Study Penelitian Sosial Sebagai Basis Perancangan Desain Virtual. In SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi) (Vol. 5, Pp. 1-13).
- Julianto, I. N. L., Wirakesuma, I. N., Swandi, I. W., & Adnyana, I. N. W. (2022). Pendampingan Mendesain Merchandise 'Tari Leko'Desa Kukuh Kerambitan Tabanan-Bali. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 73-80.
- Nurtjahjo, B. P., & Setiadarma, W. Perancangan Desain Kaos Ciri Khas Sidoarjo.
- Pranata, R. (2022). PERANCANGAN DESAIN BAJU DI JASA DEREK CV. MANURUNG BROTHER'S. *Representasi: Jurnal Ilmu Sosial, Seni, Desain Dan Media*, 1(2), 55-63.
- Ridwan, I. H. J., & Achmad Sodik, S. H. (2023). *Hukum Tata Ruang: Dalam Konsep Kebijakan Otonomi Daerah*. Nuansa Cendekia.
- Tri, M. (2019). Perancangan Desain Kaos Sablon DTG Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Engineering: Jurnal Bidang Teknik*, 10(2), 78-85.