

Perancangan Artwork Pada Album Perdana “Illogically” Musisi Nuwa

Ahmad Dika Dwi Prasetyo¹, Widyasari², Aditya Rahmad Yani³

¹UPN Veteran Jawa Timur

² UPN Veteran Jawa Timur

³ UPN Veteran Jawa Timur

E-mail: 21052010187@student.upnatim.ac.id¹, widyasari.dkv@upnjatim.ac.id²,
aditya.dkv@upnjatim.ac.id³

Article History:

Received: 01 Mei 2025

Revised: 05 Juni 2025

Accepted: 16 Juni 2025

Keywords: Perancangan,
Artwork Album, Nuwa,
Illogically, Desain Grafis

Abstract: Perancangan artwork album *Illogically* ini dibuat sebagai bentuk visualisasi dari karya perdana musisi Nuwa yang mengangkat tema besar mengenai ketidakmasukakalan. Album ini terinspirasi dari pengalaman pribadi Nuwa yang penuh dengan dinamika emosional dan kisah hidup yang tidak selalu berjalan sesuai logika. Lewat pendekatan desain yang konseptual dan eksploratif, perancangan ini bertujuan untuk menerjemahkan suasana dan pesan dari lagu-lagu dalam album ke dalam bentuk visual yang mampu menarik perhatian audiens dan menyampaikan makna mendalam. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara langsung dengan musisi Nuwa, observasi visual terhadap audiens, serta studi literatur untuk memperkuat landasan teori. Proses perancangan dimulai dari pembuatan sketsa kasar, eksplorasi digital, pemilihan konsep visual, hingga finalisasi desain. Hasil akhir dari perancangan ini adalah sebuah artwork album yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mampu merepresentasikan tema besar dari album *Illogically* secara visual. Diharapkan, perancangan ini dapat menjadi media promosi yang efektif dan memperkuat identitas visual Nuwa sebagai musisi baru di industri musik..

PENDAHULUAN

Dalam industri musik, visualisasi sebuah album memiliki peran penting untuk memperkenalkan konsep musik kepada audiens. Album *Illogically* milik Nuwa menggambarkan perjalanan emosi yang absurd dan personal. Oleh karena itu, dibutuhkan artwork yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mampu menerjemahkan makna-makna kompleks dalam karya musik ini ke dalam bentuk visual.

Artwork album tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap sebuah album, tetapi juga menjadi sebuah media komunikasi yang mampu menyampaikan konsep, tema, serta emosi yang

terdapat pada album musik tersebut. Melalui visual, audiens dapat memperoleh gambaran awal mengenai isi dan nuansa sebuah album bahkan sebelum mendengarkannya. Selain itu artwork album juga berfungsi sebagai media promosi yang juga dapat membentuk sebuah identitas visual yang itu sangat penting dimiliki oleh seorang musisi. Peranan identitas visual sangat penting dalam membangun identitas bagi perusahaan sebagai penanda nilai dan citra perusahaan ke masyarakat. (Prastika A.F, 2021) Desain pada berbagai media seperti poster, cover album, dan *merchandise* berfungsi sebagai representasi visual dari karya musisi, memperkuat branding dan daya tarik estetis. Serta menciptakan sebuah personal branding yang membuat musisi lebih mudah dikenal dan diingat oleh audiens. Menurut (Afrilia, 2018) Pada akhirnya, pembentukan personal branding tersebut dapat meningkatkan nilai jual seseorang atas keahlian yang dimiliki.

Nuwa yang merupakan seorang musisi yang mengawali karirnya dengan merilis *single* pertamanya yang berjudul “*Tuesday*”. Berawal dari ketidak sengajaan itu, *single* pertama dari Nuwa dapat meraih sebanyak 8 ribu lebih pendengar pada aplikasi musik “Spotify”. Kemudian Nuwa kembali merilis *single* keduanya yang berjudul “*Nothin’ More Than A Friend*” dimana *single* kedua tersebut meraih lebih banyak pendengar dari *single* pertamanya yaitu sebanyak 11 ribu lebih pendengar pada aplikasi yang sama. Dari kedua *single* tersebut, Nuwa berhasil mempunyai pendengar setia yang kebanyakan berusia 18 hingga 22 tahun berdasarkan data yang dilihat dari statistik pendengar spotify pada akun Nuwa. Dari keberhasilannya pada kedua lagu pertama tersebut, Nuwa memberanikan diri untuk membuat karya yang lebih besar yaitu sebuah album. Saat ini Nuwa sedang berproses untuk merilis album perdananya tersebut yang diberi nama “*Illogically*”. melalui album perdananya tersebut Nuwa mengangkat tema ketidakmasukakalan sebagai refleksi dari perjalanan emosional dan pengalaman pribadinya. Tema ini muncul dari ketidakteraturan dalam kisah cinta, proses kreatif, hingga dinamika kehidupannya. Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan artwork yang mampu merepresentasikan tema dan makna tersebut dalam bentuk visual.

Di tengah arus industri musik saat ini, di mana persaingan tidak hanya terjadi pada kualitas musikal, tetapi juga pada kekuatan branding visual, kehadiran artwork yang kuat dan relevan menjadi sangat penting. Dari hal tersebut maka dibutuhkan sebuah media promosi sebagai sarana memperluas audiens dan penyebaran informasi terkait produk tersebut kepada masyarakat luas (Harahap, 2022) Sebuah desain yang tepat dapat membantu album untuk lebih mudah dikenali, meningkatkan daya tarik pasar, serta memperkuat koneksi emosional antara musisi dan pendengarnya di industri musik yang serba digital kini yang dimana pendengar musik saat ini kebanyakan menikmati musik melalui platform streaming digital. Layanan streaming musik menjadi metode paling populer bagi konsumen untuk mendengarkan musik. Layanan streaming menawarkan konsumen akses tak terbatas ke katalog musik besar. (Noviani, 2020) Teknologi digital juga telah memudahkan musisi independen untuk memproduksi dan mendistribusikan karya mereka secara mandiri tanpa perlu melalui label besar, sehingga membuat industri musik lebih inklusif. Pemasaran musik pun terus berkembang dari masa ke masa, diawali dengan penjualan fisik seperti piringan hitam, kaset, cd (yang seringkali disebut dengan era analog) dan sekarang sampai dimana penjualan musik tidak terbatas dengan pemasaran bentuk fisik saja tetapi juga pemasaran dalam bentuk digital. (Dewatara, 2019) Pada awalnya, musik didistribusikan melalui media fisik seperti kaset, vinyl, dan CD.

Perancangan artwork untuk album *Illogically* ini menjadi tantangan tersendiri, mengingat tema ketidakmasukakalan menuntut pendekatan visual yang tidak konvensional, kreatif, dan mampu membangkitkan interpretasi bebas dari audiens. Untuk itu, diperlukan penelitian dan eksplorasi visual yang mendalam agar hasil akhirnya tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga

memiliki kedalaman makna yang sejalan dengan esensi musik Nuwa.

Melalui jurnal ini, dibahas proses perancangan artwork mulai dari tahap eksplorasi konsep, pemilihan elemen visual, hingga produksi final, dengan tujuan menghasilkan karya desain yang mampu menyampaikan identitas album *Illogically* secara efektif.

LANDASAN TEORI

1. Definisi Artwork Album

Artwork album merupakan salah satu elemen visual yang digunakan sebagai representasi dari isi album musik. Desain *artwork* album berisi gabungan dari sebuah foto, ilustrasi, tipografi, dan elemen grafis lain yang dapat mencerminkan tema atau konsep album. Fungsi dari *artwork* album adalah sebagai penarik perhatian *audiens*, agar dapat memberikan identitas visual bagi album tersebut, serta memperkuat branding artis atau band yang merilisnya.

Menurut beberapa ahli desain komunikasi visual, menurut (White, 2020) dalam *The Elements of Graphic Design* (2020), *artwork* album tidak hanya berfungsi sebagai media estetika tetapi juga sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan emosional dari konten musik. Desain *artwork* ini sering dipadukan dengan gaya visual yang konsisten di media promosi lainnya, seperti poster dan iklan digital, untuk meningkatkan dampak promosi. Desain *artwork* album adalah hal yang spesial dan penting, karena dapat diharapkan dapat membuat peningkatan dalam penjualan lagu dalam album tersebut secara menarik dan menggoda melalui visual yang bagus (Tempo, 2019).

2. Teori Desain Visual

Media menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah sebuah sarana komunikasi seperti koran, televisi, poster dan sebagainya. Sedangkan visual merupakan sesuatu yang dapat dilihat dengan menggunakan indera penglihatan. Jika digabungkan kedua kata tersebut memiliki makna sebuah sarana komunikasi yang berfungsi untuk menyampaikan sebuah pesan melalui indera penglihat. Dalam konteks desain komunikasi visual, media visual berperan penting dalam membangun identitas dan menyampaikan informasi secara menarik, mudah dipahami, dan emosional. Media visual memiliki banyak jenis,

3. Definisi Desain Komunikasi Visual

Dari artikel yang dipublish oleh (telkomuniversity, 2023) Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah ilmu yang mempelajari tentang cara penyampaian pesan dengan menggunakan elemen visual desain grafis, seperti huruf, warna, gambar, dan *layout*. Hal yang dipelajari dalam bidang keilmuan DKV adalah bagaimana cara mengolah sebuah pesan visual yang efektif secara informatif, komunikatif, dan efektif, yang kemudian dikemas secara kreatif untuk menyampaikan pesan kepada penerima informasi tersebut.

Serta tertulis juga pada artikel Sumbo Tinarbuko yang dipublish oleh dgi.or.id (Desain Grafis Indonesia) (Tinarbuko, DeKaVe: Berkomunikasi Lewat Tanda (Visual), 2007), Desain komunikasi visual juga merupakan salah satu bagian dari seni terap yang mempelajari tentang perencanaan dan perancangan berbagai bentuk informasi komunikasi visual yang dimulai dari mencari permasalahan pada komunikasi visual, mencari data verbal dan visual, menyusun konsep kreatif yang berdasarkan karakteristik target sasaran, sampai dengan penentuan visualisasi final desain untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi verbal-visual yang fungsional, persuasif, artistik, estetik, dan komunikatif. Artinya, menurut Sumbo Tinarbuko, desain komunikasi visual dapat dipahami sebagai salah satu upaya pemecahan masalah (komunikasi, atau komunikasi visual) untuk menghasilkan suatu desain yang paling baru di

antara desain yang baru (Tinarbuko, Desain Komunikasi Visual : Penanda Zaman Masyarakat Global, 2015).

3. Album Perdana Illogically

Album *Illogically* oleh Nuwa adalah karya yang menggambarkan pengalaman personal dari perjalanan emosional sang musisi. Album ini berfokus pada tema ketidakmasukakalan, mencerminkan perjalanan cinta dan proses kreatif yang penuh dengan tantangan. Setiap lagu dalam album dirancang untuk menyampaikan makna mendalam tentang kehidupan dan hubungan, yang tidak selalu berjalan sesuai logika atau harapan. Album ini menjadi wadah bagi Nuwa untuk berekspresi dan membangun identitas musiknya, memperkenalkan perspektif uniknya kepada pendengar.

METODE PENELITIAN

Menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data:

- **Wawancara Mendalam**

Metode wawancara dilakukan dengan melibatkan narasumber yang merupakan pencipta album “Illogically” yaitu Nuwa. seorang musisi baru yang sudah merilis 2 *single*. Tahap ini dilakukan untuk mengetahui data apa saja terkait dengan album “Illogically”, mulai dari proses penciptaan lagu hingga penciptaan nama album.

- **Observasi Visual**

Metode Observasi dilakukan dengan cara melakukan observasi pada Platform digital dan media sosial musisi Nuwa, serta mengobservasi secara langsung pada saat penampilan Musisi Nuwa pada acara “Freedom Beats” hari Senin, tanggal 22 September tahun 2024. Observasi dilakukan agar dapat mengetahui respon audience Nuwa secara langsung.

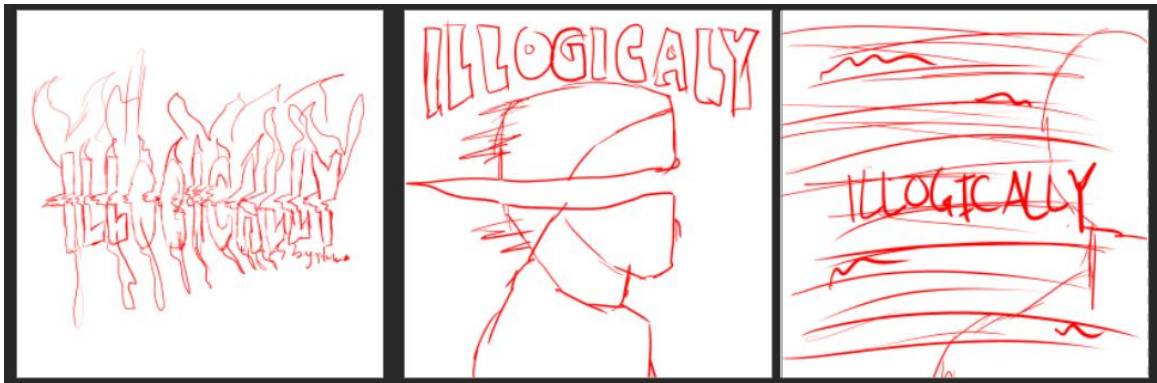
- **Studi Literatur**

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti, melainkan melalui sumber lain, seperti buku, jurnal, atau laporan. Meskipun tidak dikumpulkan secara langsung, data sekunder dapat digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data primer. Mengkaji teori desain grafis, prinsip-prinsip estetika, konsep visual surealisme, serta tren desain dalam industri musik kontemporer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Rought Sketch (Sketsa Kasar)

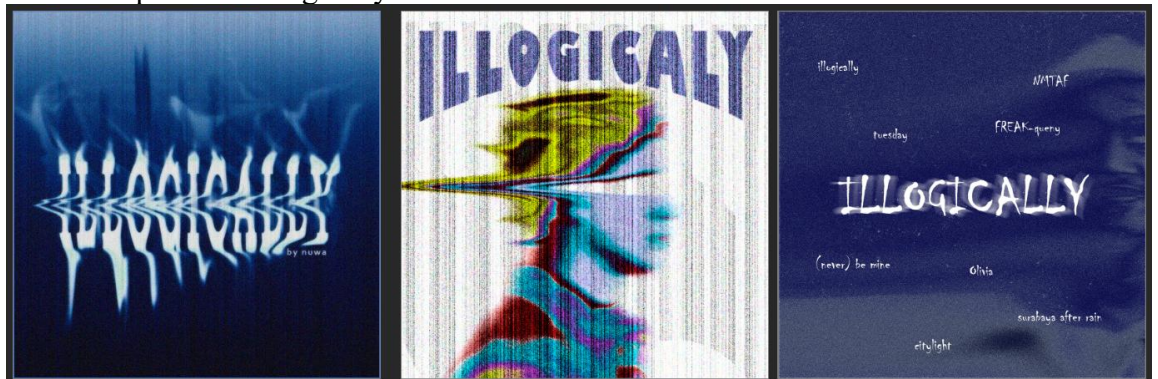
Sketsa kasar atau rough design merupakan langkah awal dalam proses pembuatan ilustrasi yang berfungsi untuk menggambarkan rancangan visual secara umum sebelum mencapai tahap penyempurnaan. Dalam perancangan buku visual ini, sketsa kasar dimanfaatkan sebagai media eksplorasi berbagai kemungkinan komposisi layout, ilustrasi, dan elemen tipografi yang akan diterapkan di setiap halaman. Tahapan ini memiliki peran penting dalam mengarahkan gaya visual agar sejalan dengan konsep serta karakter komunitas musik alternatif yang diangkat. Melalui proses ini, perancang memiliki ruang lebih untuk meninjau, menilai, dan mengembangkan ide-ide visual sebelum melanjutkan ke tahap akhir dalam pembuatan desain.



Gambar 1. Sketsa kasar cover album
(Sumber dokumen pribadi)

2. Komprehensif Design

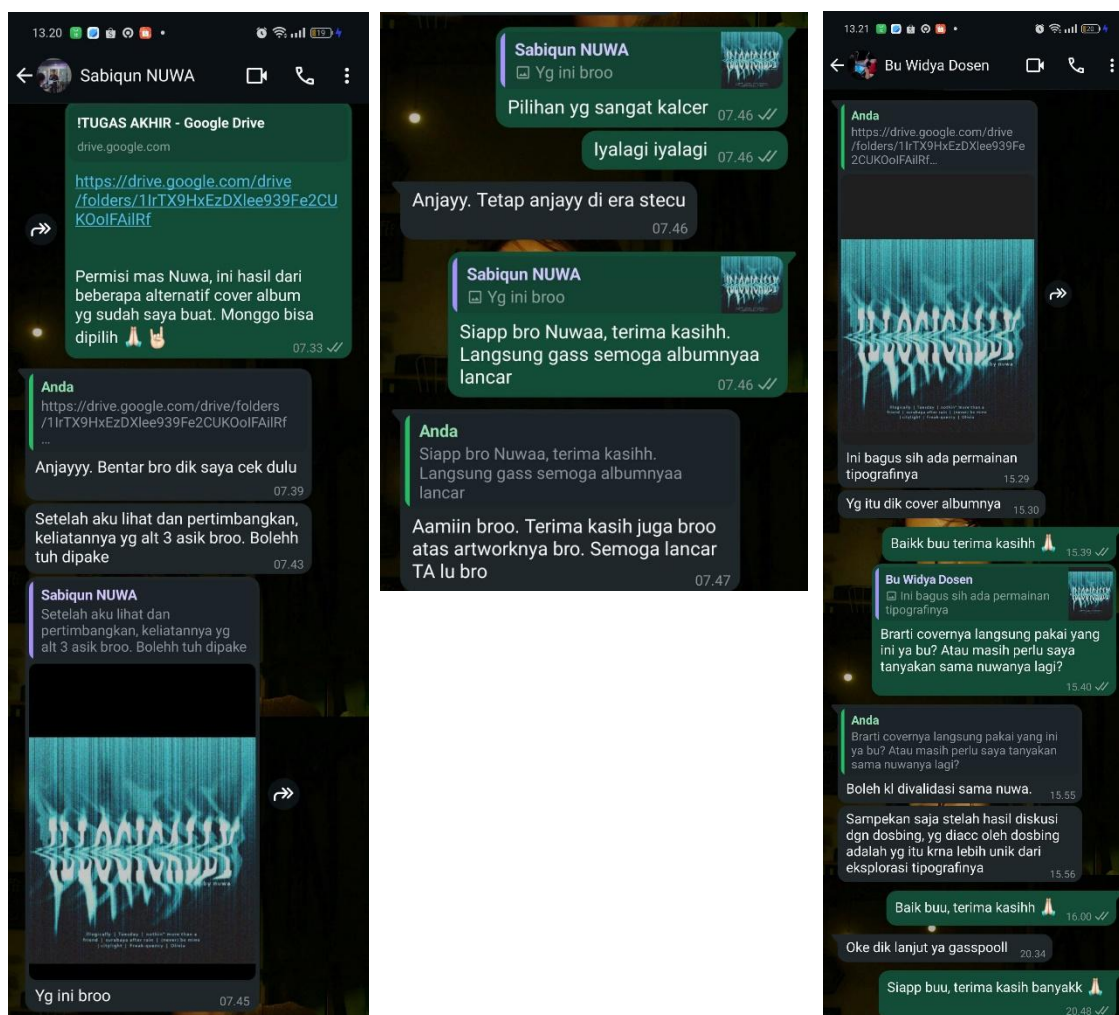
Tahap komprehensif desain akan melanjutkan proses logo ke dalam bentuk digital serta melakukan eksplorasi pewarnaan pada cover album yang telah terpilih. Setelah proses digitalisasi dan pewarnaan selesai, beberapa alternatif artwork akan disajikan kepada musisi Nuwa untuk dipilih, guna menentukan artwork yang paling tepat dan sesuai untuk mewakili identitas album perdana "Illogically".



Gambar 2. Finalisasi Sketsa Kasar)
(Sumber dokumen pribadi)

3. Validasi Desain

Proses validasi dilakukan untuk menentukan satu dari tiga alternatif cover album yang akan digunakan. Pemilihan cover album dilakukan langsung oleh musisi Nuwa selaku pemilik karya yang akan menggunakan cover album tersebut. Dari hasil validasi, terpilih alternatif cover album pertama, kemudian cover album tersebut disempurnakan kembali berdasarkan masukan dari dosen pembimbing.



Gambar 3. Validasi Desain
(Sumber dokumen pribadi)

4. Desain Final

Alternatif cover yang terpilih akan menjadi cover media baru dari album “Illogically” Musisi Nuwa dan akan digunakan dalam berbagai implementasi desain album “Illogically” dari Musisi Nuwa.



Gambar 3. Validasi Desain
(Sumber dokumen pribadi)

KESIMPULAN

Perancangan artwork album “*Illogically*” dari musisi Nuwa berhasil menginterpretasikan tema ketidakmasukakalan ke dalam media visual dengan pendekatan surealis dan simbolik. Elemen warna, tipografi, dan ilustrasi berfungsi untuk mendukung karakter musik Nuwa yang personal dan emosional. Proses ini menunjukkan pentingnya keterlibatan musisi dalam pengembangan media visual untuk memastikan kesesuaian pesan antara musik dan desain.

DAFTAR REFERENSI

- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi* , Vol 11 (1), Juni 2018, 20-30, 21.
- Dewatara, G. W. (2019). PEMASARAN MUSIK PADA ERA DIGITAL: DIGITALISASI INDUSTRI MUSIK DALAM INDUSTRI 4.0 DI INDONESIA. *WACANA*, 1.
- Harahap, Z. H. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Musik dan Personal Branding Penyanyi Vionita Sihombing. *Grenek: Jurnal Seni Musik* Vol. 11 No. 2 (Desember 2022) Page: 81-94 , 85.
- Noviani, D. d. (2020). PENGARUH STREAMING MUSIK TERHADAP INDUSTRI MUSIK DI INDONESIA. *Jurnal Bisnis STRATEGI*, 15.
- Prastika A.F, N. D. (2021). PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UNTUK STARTUP SEDYAIN VISUAL IDENTITY DESIGN FOR SEDYAIN STARTUP COMPANY. *e-proceeding of Art & Design : Vol.8*, 2773.
- telkomuniversity. (2023, November 21). Apa itu Desain Komunikasi Visual (DKV)? Berikut Keunggulan dan Prospek Karier Jurusan DKV. Retrieved from [telkomuniversity.ac.id: https://telkomuniversity.ac.id/apa-itu-desain-komunikasi-visual-dkv-berikut-keunggulan-dan-prospek-karier-jurusan-dkv/](https://telkomuniversity.ac.id/apa-itu-desain-komunikasi-visual-dkv-berikut-keunggulan-dan-prospek-karier-jurusan-dkv/)
- Tempo, P. D. (2019). *Mengupas Kreativitas Cover Album dan Musik*. Jakarta: Tempo Publishing.

- Tinarbuko, S. (2007, November 29). DeKaVe: Berkomunikasi Lewat Tanda (Visual). Retrieved from dgi.or.id: <https://dgi.or.id/read/observation/dekave-berkomunikasi-lewat-tanda-visual.html>
- Tinarbuko, S. (2015). Desain Komunikasi Visual : Penanda Zaman Masyarakat Global. In S. Tinarbuko, Desain Komunikasi Visual : Penanda Zaman Masyarakat Global (p. 5). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- White, A. (2020). How Graphic Design Is Integrated With Bussiness Strategi Brian D. Miller. In S. a. Schuster, The Elements of Graphic Design: Space, Unity, Page Architecture, & Type. New York: Allworth Press.