

Perancangan Desain Karakter untuk Identitas Visual Band Drizzly

Nanda Ramadhan Putra Masdijanto¹, Sri Wulandari², Alfian Candra Ayuswantana³

^{1,2,3}Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur, Fakultas Arsitektur dan Desain

E-mail: 21052010149@student.upnjatim.ac.id¹, sri.wulandari.dkv@upnjatim.ac.id²,
alfianayuswantana.dkv@upnjatim.ac.id³

Article History:

Received: (diisi oleh editor)

Revised: (diisi oleh editor)

Accepted: (diisi oleh editor)

Kata kunci: Desain

Karakter, Identitas Visual,
Branding Band, Dream Pop,
Drizzly

Abstrak: Sebagai sebuah entitas kreatif, band membutuhkan identitas visual yang kuat untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens. Drizzly, yang mengusung genre dream pop memerlukan representasi visual yang mampu mempertegas nuansa musik mereka yang melankolis, atmosferik, dan penuh emosi, penelitian ini bertujuan untuk merancang desain karakter yang tidak hanya mencerminkan identitas Drizzly, tetapi juga selaras dengan estetika khas dream pop. Proses perancangannya dilakukan melalui studi literatur terkait teori branding visual, analisis estetika dream pop, serta eksperimen desain berbasis proses iterative. Hasil dari penelitian ini adalah seperangkat desain karakter yang menggambarkan atmosfer musik Drizzly dan berfungsi sebagai elemen branding di berbagai platform. Dengan pendekatan ini, diharapkan visualisasi karakter dapat memperkuat daya tarik Drizzly di mata pendengar sekaligus memperluas jangkauan audiens mereka.

PENDAHULUAN

Di dunia era modern saat ini, identitas visual punya peran besar dalam membentuk citra sebuah band dan menarik perhatian audiens. Identitas ini bukan cuma soal logo atau desain sampul album, tapi juga mencakup berbagai elemen kreatif yang bisa menunjukkan nilai, karakter, dan genre yang dibawa. (Oscario, 2021). Salah satu cara efektif untuk memperkuat identitas band adalah lewat pembuatan desain karakter. Karakter visual bisa membangun ikatan emosional dengan pendengar sekaligus memperkaya pengalaman menikmati lewat visual yang konsisten dan komunikatif. (Adzani & Murwonugroho, 2021).

Drizzly, band baru yang mengusung dream pop, dikenal dengan nuansa musiknya yang atmosferik, melankolis dan penuh imajinasi. Untuk memperkuat posisi mereka di dunia era modern ini, Drizzly butuh strategi visual yang benar-benar bisa menggambarkan suasana mereka. Membuat desain karakter menjadi pilihan yang pas untuk menyampaikan estetika mereka dengan cara yang kreatif dan menarik. (Admin Music, 2022).

Masalah utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana merancang desain karakter, yang mampu mewakili identitas band drizzly. (Darlene, 2024). Sesuai dengan karakteristik dream pop. Tujuan dari penelitian ini adalah menghasilkan desain karakter yang bisa digunakan untuk mendukung branding Drizzly, mulai dari promosi, merchandise, hingga konten media sosial. (Biteship, 2022).

Melalui studi literatur, analisis visual dream pop, dan proses perancangan berbasis metode terative. (Lahandi Baskoro & Haq, 2021). penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam praktik desain karakter, khususnya untuk membangun identitas visual band-band di genre alternatif seperti dream pop.

KAJIAN TEORITIS

Identitas Visual dalam Industri Musik

Identitas visual merupakan representasi visual dari sebuah entitas, yang mencakup elemen-elemen seperti logo, tipografi, warna, ilustrasi, hingga desain karakter. Dalam konteks industri musik, identitas visual berperan penting dalam membentuk persepsi publik terhadap sebuah band atau musisi. (Wheeler, 2017). Identitas yang kuat tidak hanya memperjelas citra band di mata audiens, tetapi juga membedakan mereka dari kompetitor dalam pasar yang semakin kompetitif. Visual yang konsisten dan selaras dengan karakter musik dapat memperkuat hubungan emosional antara band dan pendengar, serta meningkatkan daya ingat terhadap band tersebut. (Wibowo, 2020).

Peran Desain Karakter dalam Branding

Desain karakter merupakan salah satu pendekatan dalam pengembangan identitas visual yang mampu membangun narasi dan kedekatan personal dengan audiens. (Kapferer, 2012). Karakter visual efektif berfungsi sebagai media storytelling yang mampu menyampaikan nilai-nilai emosi, serta kepribadian dari entitas yang diwakilinya. Dalam konteks branding band, karakter yang dirancang dengan mempertimbangkan unsur estetika musik dapat memperkaya pengalaman audiens, baik melalui media digital, fisik maupun performative. (Hidayat & Rachman, 2021).

Studi Kasus: Desain Visual dalam Branding Band

Beberapa band yang bergerak dalam genre alternatif telah berhasil memanfaatkan desain visual sebagai bagian integral dari brand mereka, misalnya band Gorillaz menggunakan karakter animasi yang ikonik untuk merepresentasikan kepribadian para anggota band secara fiksi, menciptakan narasi visual yang kuat dan membedakan mereka dari band konvensional. (Yani Trullya & Aditya Hanum Widarsa, 2024). Contoh ini menunjukkan bagaimana desain karakter dapat menjadi asset branding yang tidak hanya memperkuat identitas visual, tetapi juga memperluas jangkauan audiens melalui medium storytelling visual. (Ariella dkk., 2022).

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode perancangan berbasis interactive design process. (Oscario, 2021). Pendekatan ini dipilih untuk memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap estetika visual dream pop, serta interpretasi kreatif dalam merancang karakter yang sesuai dengan identitas musik band Drizzly.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

1. Studi Literatur

Mengkaji teori-teori mengenai identitas visual, desain karakter, estetika visual dream pop, serta studi kasus terkait desain branding dalam industri musik.

2. Artikel

- a. Lebih Jauh Mengenal Genre Musik Dream Pop oleh Admin Music

“Dream pop adalah subgenre musik alternative rock dan neo-psychedelia yang menonjolkan tekstur sonic, melodi gitar dengan efek echo, serta vocal lembut dan breathy. Genre ini berkembang sejak 1960-an, dipengaruhi oleh Phil Spector dan Brian Wilson, dan semakin dikenal di era 1980-an melalui Cocteau Twins dan A.R. Kane. Dream pop sering dikaitkan dengan shoegaze dan chillwave, serta diusung oleh musisi modern seperti Fazerdaze, Julia Shapiro, Daruve, Jay Som, dan Lana Del Rey yang memadukan unsur mistis dan atmosfer musik yang lembut dan melamun.”

b. Kenalan Sama All-Female Band, Drizzly Lewat Lagu Terbaru

“Dimulai sebagai proyek solo, Drizzly telah berkembang menjadi kuartet bersaudara musisi yang terdiri dari Amanda (Vokal), Della (Drum), Moza (Bass), dan Faye (Gitar). Kehadiran mereka menambahkan satu lagi anggota band wanita yang baru-baru ini terlihat oleh media Indonesia seperti Voice of Baceprot (VoB), FLEUR! Dan The Dare. Uniknya, Drizzly dalam formasi terbaru ini dipertemukan tanpa melalui persahabatan lama sebelumnya.

c. Kisah Fantasi Drizzly di EP Fairyland

“Setelah kehadiran single debut “Bitter to See You” dan “If We Know Each Other Well Enough, Maybe Can Go on A Date”, mereka sempat melalui fase bongkar pasang personel hingga akhirnya bisa merilis Fairyland. Selaras dengan judul yang hadir, EP ini memuat lima kisah seputar dunia fantasi serta kehidupan para peri yang kerap ditemui di dongeng-dongeng. Meski begitu, tidak semuanya diceritakan dengan kisah yang indah.

3. Observasi Refrensi Visual

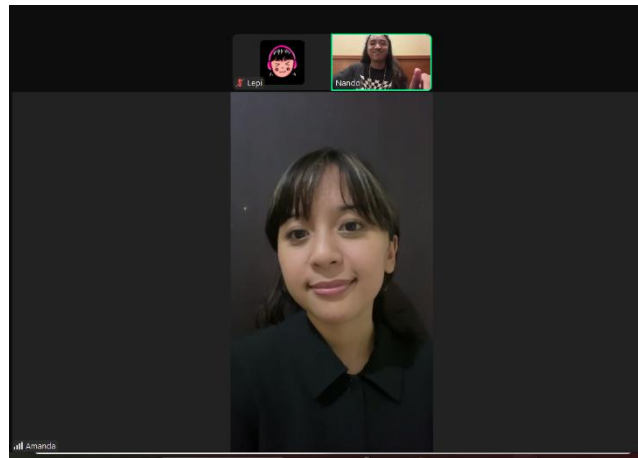
Mengumpulkan dan menganalisis berbagai contoh visual dari band yang bergenre dream pop, serta visual identitas band yang menggunakan desain karakter. Observasi dilakukan di Festival acara musik Sound of Downtown (SOD) Volume 6 yang diadakan pada tanggal 3-4 Agustus 2024.



Gambar 1. Drizzly Sound of Downtown Vol.6

4. Wawancara Semi Terstruktur

Melakukan wawancara dengan salah satu anggota band Drizzly yaitu vokalis yang bernama Amanda Putri, yang bertujuan untuk menggali insight terkait nilai-nilai band, konsep musik, karakteristik persona, serta aspirasi visual mereka.



Gambar 2. Wawancara Semi Terstruktur

Proses Perancangan

Proses perancangan dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:

1. Brainstorming dan Mind Mapping

Menyusun peta ide berdasarkan data yang telah dikumpulkan untuk menentukan arah konsep visual desain karakter. (Matondang, 2021).



Gambar 3. Brainstorming dan Mind Mapping

2. Pembuatan Sketsa Awal

Membuat sketsa karakter berdasarkan hasil brainstorming.



Gambar 4. Sketsa Awal

3. Pemilihan Konsep

Melakukan evaluasi internal bersama band Drizzly untuk memilih konsep karakter yang paling sesuai.



Gambar 5. Pemilihan Konsep

4. Finalisasi dan Implementasi

Mengimplementasikan desain karakter pada berbagai media seperti merchandise, dan media sosial untuk menguji konsistensi visual.



Gambar 6. Finalisasi dan Implementasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Desain Karakter

Desain karakter untuk band Drizzly dikembangkan dengan mengusung konsep “Fun Dreamscape”, yaitu menggabungkan kesan ceria, imajinatif, dan penuh semangat muda, sejalan dengan karakter musik dream pop yang mereka usung. Gaya ilustrasi yang dipilih sederhana, berkesan kartunis dengan garis tegas dan penggunaan warna-warna cerah. Pendekatan visual ini bertujuan untuk menampilkan sisi playfull dan dreamy Drizzly dalam bentuk yang mudah diingat. Pemilihan warna seperti kuning, pink, oranye, hijau, dan hitam yang kontras turut memperkuat kesan energik dan dinamis sekaligus membangun suasana visual yang hidup, sesuai dengan atmosfer musik mereka.

Deskripsi Visual Karakter

Dalam ilustrasi terdapat empat karakter yang masing-masing mewakili kepribadian unik:

1. Karakter 1

Seorang gadis berambut pirang dengan aksesori telinga kucing berwarna pink, menunjukkan ekspresi agak kesal namun tetap imut. Karakter ini merepresentasikan sisi energik dan pemberontak manis dari Drizzly.

2. Karakter 2

Gadis berambut hitam pendek dengan headphone pink, berwajah ceria dengan mata tertutup dan pipi bertabur bintang. Sosok ini menggambarkan mimpi penuh keceriaan yang menjadi bagian dari identitas band.

3. Karakter 3

Perempuan berambut pirang terang yang memakai kacamata dan hiasan bunga kecil di rambut. Dengan ekspresi yang tenang, karakter ini mewakili sisi kontemplatif dan perasaan sentimental dalam musik Drizzly.

4. Karakter 4

Sosok dengan rambut pink cerah dan hiasan berlian hijau di kepala, membawa ekspresi santai namun fokus, karakter ini mencerminkan nuansa imajinatif dan sentuhan futuristik, memperkaya tema visual band.

Selain itu, penggunaan elemen tambahan seperti ikon hati, not musik, bintang, dan berlian semakin menghidupkan suasana ceria dan dreamy dalam keseluruhan desain.



Gambar 7. Visual Karakter

Logo Band

Teks “Drizzly” dibuat dengan font lembut dan warna gradasi pink-kuning yang harmonis dengan karakter di bawahnya, menciptakan kesatuan visual yang kuat.



Gambar 8. Logo Band

Merchandise

Ilustrasi karakter ini sangat berpotensi diaplikasikan pada produk seperti kaos, stiker, totebag, dll.



Gambar 9. Merchandise Band Drizzly

KESIMPULAN

Perancangan desain karakter untuk band Drizzly menjadi salah satu strategi visual yang efektif dalam membangun identitas mereka sebagai band bergenre dream pop. Melalui pendekatan visual yang ceria, dreamy, dan youthful, karakter-karakter ini tidak hanya mempresentasikan kepribadian setiap anggota, tetapi juga mencerminkan suasana musik Drizzly secara keseluruhan, melankolis namun tetap penuh imajinasi dan semangat muda.

Penggunaan warna-warna cerah, gaya ilustrasi kartun yang sederhana, serta penambahan elemen simbolik seperti bintang, hati, dan not musik berhasil menciptakan kesan visual yang kuat, konsisten dan menarik secara emosional. Keempat karakter tampil tidak hanya sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai representasi naratif yang memperkaya citra band di mata audiens.

Implementasi desain karakter ini terbukti fleksibel dan adaptif untuk berbagai media promosi seperti merchandise, konten digital, dan materi visual lainnya, menjadikannya aset visual yang potensial dalam mendukung branding jangka panjang Drizzly.

Agar desain karakter Drizzly dapat terus relevan dan berkembang seiring perjalanan band, diperlukan Langkah-langkah pengembangan yang strategis dan berkelanjutan. Salah satunya adalah dengan memperkaya narasi masing-masing karakter baik melalui penambahan latar belakang cerita, variasi ekspresi, maupun dalam bentuk animasi singkat, untuk membangun keterikatan emosional yang lebih dalam dengan para penggemar.

Melibatkan audiens secara aktif juga menjadi hal yang tak kalah penting, misalnya melalui voting desain baru, atau kompetisi fan art, sebagai upaya membangun komunitas yang terlibat langsung dalam perkembangan visual Drizzly.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada band Drizzly yang telah bersedia meluangkan waktu, memberi dukungan, serta membuka ruang bagi penulis untuk menjadikan mereka sebagai objek penelitian ini. Keterbukaan dan semangat kolaboratif dari seluruh anggota band sangat membantu dalam proses perancangan desain karakter, serta menjadi sumber inspirasi yang berharga dalam penyusunan karya ini.

Terima kasih juga kepada kedua orang tua dan kakak yang selalu mendoakan. Terima kasih kepada pembimbing yang telah memberikan masukan berharga selama proses penelitian dan perancangan berlangsung. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan turut mendukung perkembangan identitas visual Drizzly ke depannya.

DAFTAR REFERENSI

- Kapferer, J. N. (2012). *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking*. London: Kogan Page
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. John Wiley & Sons.
- Admin Music. (2022, September 27). Kenalan sama All-Female Band, Drizzly Lewat Lagu Terbaru. superlive.id.
- Adzani, F., & Murwonugroho, W. (2021). Pentingnya Kesesuaian Visual Karakter Tokoh Dalam Film Animasi "My Little Pony: The Movie." *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti*, 6(1), 68–84. <https://doi.org/10.25105/pdk.v6i1.8630>
- Ariella, R., Rori, Y., & Wahyudi, A. T. (2022). *Proses Kreatif Pembuatan Desain Karakter Dalam Karya Ilustrasi*.
- Biteship. (2022, Oktober 26). *Pengertian Awareness dan Pentingnya bagi Sebuah Brand*.

- biteship.com. <https://biteship.com/blog/pentingnya-awareness-bagi-sebuah-brand-adalah/>
- Darlene, E. (2024). Identitas Kultural Musik Pop Indonesia dalam Konteks Seni Urban. *Tonika: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Seni*, 7(1), 49–61. <https://doi.org/10.37368/tonika.v7i1.573>
- Hidayat, S., & Rachman, M. F. (2021). Estetika Visual Sampul Album Grup Musik Folk di Indonesia. *JURNAL RUPA*, 5(2), 89. <https://doi.org/10.25124/rupa.v5i2.2740>
- Lahandi Baskoro, M., & Haq, B. N. (2021). Penerapan Metode Design Thinking Pada Mata Kuliah Desain Pengembangan Produk Pangan.
- Matondang, M. (2021). Penerapan Metode Brainstorming Dalam Perancangan Produk POCHADE. <https://doi.org/10.32734/ee.v3i2.1071>
- Oscario, A. (2021). PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRAND.
- Wibowo, A., Setia Utami, B., & Pratiwi, P. (2020). Perancangan Visual Brand Identity Tukang Sayoer Online Sebagai Upaya Menaikkan Brand Awareness.
- Yani Trullya, & Aditya Hanum Widarsa. (2024). Visual Branding Band Ethereal di Kota Padang. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, 3(1), 177–183. <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v3i1.2568>