

 <p>JOURNAL OF GRAPHIC DESIGN AND CREATIVE INDUSTRIES Published by Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS Universitas Negeri Padang, Indonesia</p>	ONLINE ISSN - 3025-924X
	<p><i>Vol. 2 No. 1, 2024</i> <i>Page 18-25</i></p>

## Katalog Brand Galanthus Nivalis

Kevin Yesa Saputra<sup>1</sup>, Defrizal Saputra<sup>2</sup>

Universitas Negeri Padang

Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Kec. Padang Utara, Kota Padang

Sumatera Barat, 25171, Indonesia

Email: [kevinyesa797@gmail.com](mailto:kevinyesa797@gmail.com)

Submitted: 20xx-mm-dd	Published: 20xx-mm-dd
Accepted: 20xx-mm-dd	DOI: 10.24036/grafiti.v11i1.xxxx

### Abstrak

Galanthus Nivalis adalah sebuah brand lokal yang berada di kota Padang, Sumatra Barat, brand Galanthus Nivalis lahir pada tahun 2020. Brand ini juga tergolong masih baru, namun dilihat dari target pasarnya brand ini memiliki potensi yang besar untuk berkembang serta siap untuk bersaing satu sama lain. Untuk saat ini Galanthus Nivalis dalam penjualannya masih berfokus pada online store saja, seperti Instagram. Tujuan perancangan ini adalah merancang promosi dari Galanthus Nivalis dalam bentuk katalog untuk meningkatkan minat target audience. Metode yang digunakan pada perancangan ini adalah metode FOUR-D, memiliki tahapan perancangan define (pendefinisian), design (perancangan), development (pengembangan), dissemination (penyebaran). Dan menggunakan metode 5W1H (what, where, who, why, when, dan how). Dengan menggunakan analisa 5W1H, penulis dapat menganalisa masalah dan pemecahan mengenai brand clothing. Perancangan ini menghasilkan katalog dalam rilisan fisik yang akan menjadi media utama pada perancangan ini dan juga media pendukung berupa baju kaos, poster, sticker, pin button, lanyard, dan tumbler.

**Kata kunci:** Brand, Art, Catalogue, Galanthus Nivalis, four-d

### Abstract

Galanthus Nivalis is a local brand located in the city of Padang, West Sumatra, the Galanthus Nivalis brand was born in 2020. This brand is also relatively new, but judging from the target market, this brand has great potential to grow and is ready to compete with each other. For now, Galanthus Nivalis in its sales still focuses on online stores only, such as Instagram. The purpose of this design is to design the promotion of Galanthus Nivalis in the form of a catalog to increase the interest of the target audience. The method used in this design is the FOUR-D method, which has the design stages of define, design, development, dissemination. And using the 5W1H method (what, where, who, why, when, and how). By using the 5W1H analysis, the author can analyze problems and solutions regarding brand clothing. This design produces a catalog in physical release which will be the main media in this design and also supporting media in the form of t-shirts, posters, stickers, pin buttons, lanyards, and tumblers.

**Keywords:** Brand, Art, Catalogue, Galanthus Nivalis, four-d

## Pendahuluan

Galanthus Nivalis adalah sebuah brand lokal yang berada di kota Padang, Sumatra Barat. Brand Galanthus Nivalis lahir pada tahun 2020. Brand ini juga tergolong masih baru, namun dilihat dari target pasarnya brand ini memiliki potensi yang besar untuk berkembang serta siap untuk bersaing satu sama lain. Untuk saat ini Galanthus Nivalis dalam penjualannya masih berfokus pada online store saja, yaitu melalui sosial media Instagram.

Asal usul terbentuknya nama Galanthus Nivalis tercipta dari 3 orang anak muda yang hobi dalam menggambar, dan bermusik yang disalurkan melalui sebuah brand, dan nama Galanthus Nivalis sendiri diambil dari nama bunga tulip yang berasal dari Belanda, "Galanthus Nivalis" yang berarti bunga tulip salju, kenapa bunga tulip salju? Karena orang Belanda memiliki sebuah filosofi terhadap bunga tersebut yang berarti "Harapan", karena bunga tulip salju ini tumbuh dalam satu tahun sekali, orang-orang Belanda berharap untuk bisa melihat keindahannya tahun depan. Karakter dari Galanthus Nivalis itu sendiri adalah memadukan antara puisi dan artwork dalam sebuah kaosnya, menceritakan sebuah harapan yang ada dalam setiap keadaan. Bergenre beautiful dark disetiap artworknya, dan memiliki slogan "There is a hope for us". Pemilik sekaligus owner Galanthus Nivalis ini adalah Ariq Al Hani sebagai owner, Vermiliano Rivanda sebagai manager, dan Chelvin Daffa sebagai designer. Hampir semua artwork yang terdapat pada kaos brand Galanthus Nivalis adalah hasil karya dari tangannya Ariq, karena Ariq sebagai owner dan juga sekaligus ikut serta dalam merancang design dalam brand ini. Dan Ariq memiliki keahlian yang apik dalam membuat gambar ataupun ilustrasi yang menarik. Sosial media merupakan salah satu senjata yang paling ampuh digunakan untuk memaksimalkan penjualan melalui media promosi. Mengenai rencana ke depan yang akan dilakukan oleh Galanthus Nivalis untuk mengembangkan usaha ini secara aktif seperti membuat katalog promosi yang akan di unggah ke berbagai media sosial, salah satunya yaitu Instagram.

Di Kota Padang sendiri memang sudah banyak brand-brand lokal yang mulai tumbuh bahkan ada yang sudah lama berdiri, seperti Macmawkish, Paxton Company, Goodwill, Awakening Apparel, Pony Boy, dan lain-lain. Brand lokal tersebut sudah menggunakan berbagai macam promosi, seperti katalog, poster, flyer dan juga membuka stand bazaar pada event-event yang ada di Kota Padang.

Hal ini merupakan salah satu tantangan bagi Galanthus Nivalis untuk lebih menggalakkan produk dalam perancangan promosi agar tidak ketinggalan dalam menonjolkan nama dari brand kompetitor. Karena Galanthus Nivalis termasuk brand lokal yang masih baru, dimana tidak semua kalangan yang bisa ditarik untuk menjadi konsumen dan menyukainya, hanya beberapa kalangan tertentu yang bisa menjadi target konsumen seperti, kalangan penyuka fashion yang mengarah ke seni terutama nya seni musik. Galanthus Nivalis sendiri sebelumnya telah melakukan beberapa kali percobaan promosi, salah satunya melalui media Instagram, namun tidak mencapai kepuasan yang diinginkan. Hal ini dikarenakan kurang matangnya konsep yang dilakukan, serta mengakibatkan penjualan produk tidak begitu baik. Kini Galanthus Nivalis mencoba menggunakan media katalog yang bertujuan untuk memberikan pandangan baru terhadap masyarakat bahwa tema yang diangkat tentang beautiful dark art ini bukan hanya sekedar gambar yang menyeramkan, melainkan ada suatu keindahan di dalam gambar tersebut.

Katalog berasal dari bahasa latin "catalogus" yang berarti daftar, dalam pengertian umum katalog diartikan sebagai daftar nama-nama, judul dan barang-barang. Menurut Hunter (1991) menyatakan bahwa katalog adalah suatu daftar dari, dan indeks kesuatu koleksi buku

dan bahan lainnya. daftar yang dibuat dalam bentuk cetak maupun digital. Manfaat katalog adalah mempermudah pembaca atau klien menemukan apa yang dicari.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa perancangan promosi Galanthus Nivalis dalam bentuk katalog sebagai media yang memberikan informasi tentang produk Galanthus Nivalis. Perancangan katalog dilakukan dengan eksplorasi langsung ke Galanthus Nivalis, sehingga setelah melakukan tahap eksplorasi diharapkan media promosi yang dibuat mampu meningkatkan minat beli dari konsumen terhadap brand Galanthus Nivalis. Perancangan promosi tersebut dalam bentuk "Katalog Brand Galanthus Nivalis " dirancang sepenuhnya oleh penulis tanpa penjiplakan atau duplikasi dari pihak lain. Adapun tujuan perancangan Promosi Galanthus Nivalis adalah merancang promosi dari Galanthus Nivalis dalam bentuk katalog untuk meningkatkan minat target audience.

## Metode

Dalam suatu penelitian, metode memegang peranan yang sangat penting. Hal ini disebabkan karena semua kegiatan yang dilakukan dalam penelitian sangat bergantung kepada metode yang digunakan. Metode perancangan dimaksudkan sebagai acuan rangkaian proses kreatif dalam merancang sesuatu. Dalam perancangan ini menggunakan metode FOUR-D. Metode FOUR-D (*Define, Design, Develop dan Disseminate*). (1)Pendefinisian (*Define*); (2) Perancangan (*Design*); (3) Pengembangan (*Develop*) dan (4) Penyebarluasan (*Disseminate*) merupakan 4 tahapan utama dalam model pengembangan FOUR-D. Pengembangan model dan prosedur penelitian FOUR-D akan dijelaskan secara rinci sebagai berikut :

### 1. Define (Pendefinisian)

Galanthus Nivalis merupakan salah satu brand clothing lokal yang berada di Kota Padang, namun sejak awal mulanya berjalan proses produksi baju kaos Galanthus Nivalis, pemilik mengeluhkan penurunan penjualan dari waktu ke waktu yang menyebabkan jumlah produksi menurun. Penyebab dari menurunnya penjualan ini karena kurang menarik perhatian para target audiens dari media promosi yang pernah dilakukan sebelumnya.

### 2. Design (Perancangan)

Pada media informasi yang penulis pilih sebagai media utama adalah katalog. katalog dalam media promosi mampu memberikan pesan yang lebih komunikatif dan memiliki gambar yang dapat merangsang emosional bagi yang melihat. Penulis memilih media katalog di dasari oleh perkembangan ilmu dan teknologi saat ini, karena dengan kecanggihan teknologi orang-orang dapat terhubung dengan satu sama lain walaupun berjauhan tempat. Promosi dalam bentuk katalog ini memiliki beberapa desain gambar.

### 3. Develop (Pengembangan)

Pengembangan dilakukan berdasarkan media yang belum ada sebelumnya, berdasarkan sistem promosi brand clothing Galanthus Nivalis dirasakan atau dipandang belum ada unsur dan strategi promosi.

### 4. Disseminate

Desiminasi dilakukan melalui uji coba atau sosialisasi terhadap konsumen dengan memperhatikan geografis, demografis, psikografis.

#### a. Geografis

Target audience masyarakat dari segala golongan yang memiliki ketertarikan terhadap karya seni dark art, khususnya yang berada di Kota Padang dan sekitarnya.

- b. Target audience masyarakat daerah Kota Padang dan juga yang berada disekitarnya. Target Utama : Remaja (16 Tahun) – dewasa (30 Tahun). Psikografis Pada aspek psikografis, target audience yang akan dicapai adalah : Kelas Sosial : semua golongan  
Gaya Hidup : golongan orang-orang yang menyukai ilustrasi darkart, seperti musisi, seniman, dan anak muda kreatif memiliki ketertarikan genre yang sama dengan pemilik dalam dunia musik.

## Hasil dan Pembahasan

### Media Utama

Pada media informasi yang penulis pilih sebagai media utama adalah katalog. Bagi penulis katalog ini mampu memberikan pesan yang lebih komunikatif dan juga katalog memiliki desain yang dapat merangsang emosional bagi para target audiens. Penulis memilih media ini didasari oleh teknologi yang berkembang, karena dengan kecanggihan teknologi orang-orang dapat terhubung dengan satu sama lain, walaupun berjauhan tempat. Media utama ini nantinya ada katalog, dimana pada katalog utama memiliki beberapa halaman dan layout desain, katalog nantinya akan berfungsi untuk memancing rasa penasaran audience terhadap katalog. Katalog akan ditampilkan pada Instagram. Pemilihan media ini atas sangat tepat sasaran karena pada saat ini semua gaya hidup manusia banyak terpaut dengan dunia internet, sehingga produsen Galanthus Nivalis dapat menayangkan katalog pada media ini atas.

Perancangan Katalog Galanthus Nivalis ini menggunakan pesan verbal yaitu dengan tagline “Explosive Mind” yang berisi tentang pikiran yang meledak - ledak. Tagline ini menggambarkan bahwa produk dari Galanthus Nivalis ini memiliki artian yaitu keresahan diri terhadap lingkungan sekitar, tentang apa yang dirasakan dan apa yang diceritakan sehingga menumpuk di kepala kemudian brand Galanthus Nivalis hadir sebagai bentuk visual dan memberikan “Harapan” bahwa semua keresahan di hati terkadang hanya imajinasi dan ketakutan semata.

Katalog galanthus Nivalis ini akan menggunakan jenis huruf dengan legibility dan readability yang baik digunakan pada format digital agar informasi yang ditampilkan dapat tersampaikan dengan baik. Jenis huruf yang dipilih terdiri dari Book Antiqua, Acumiin Variable Concept, Cattedrale, 1942 Report, Old English yang sesuai dengan konsep style design yaitu “Anti-design dan Raw”.

# Book Antiqua

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 . , ! ? - \_ : ;



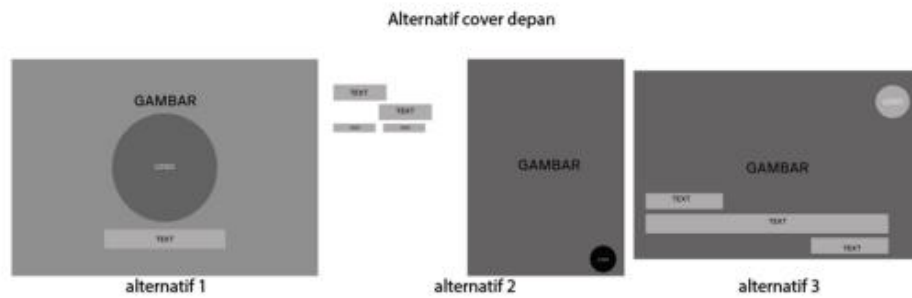
Gambar 1 Font Yang digunakan pada perancangan

Warna merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah desain, karena warna dapat menarik perhatian bagi pengelihat. Penggunaan warna disesuaikan dengan logo dari Galanthus Nivalis maka terpilihlah warna sebagai berikut :

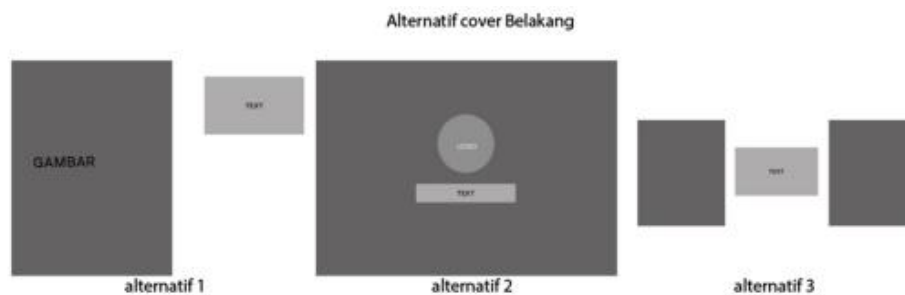


Gambar 2 pallete warna yang digunakan pada perncangan

Layout kasar adalah gambar kerja untuk memperlihatkan komposisi tata letak naskah, gambar yang akan dibuat, biasanya pada layout kasar ini dibuat hitam putih dengan menggunakan coretan atau sketsa pensil gambar yang dibuat secara manual.

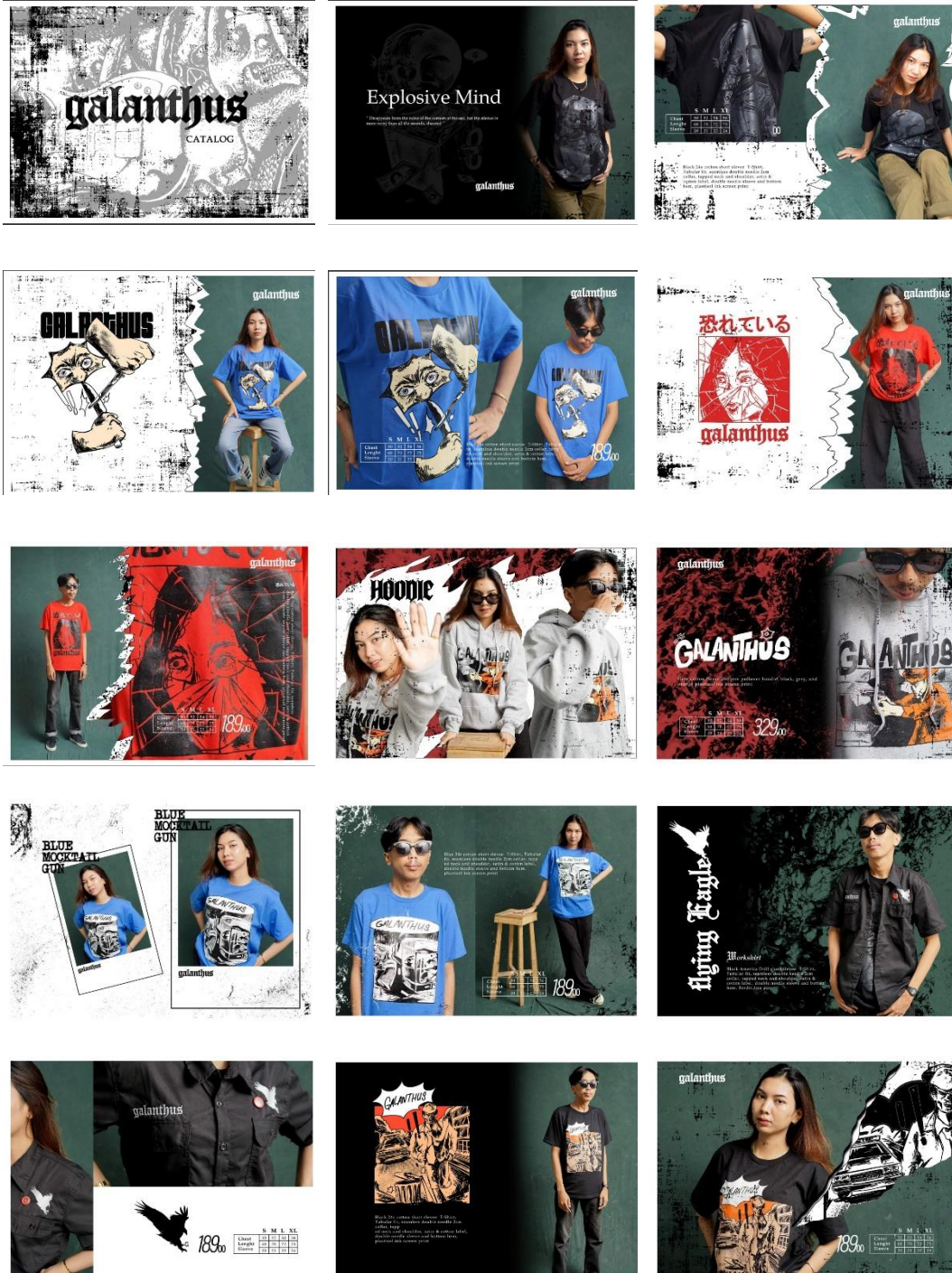


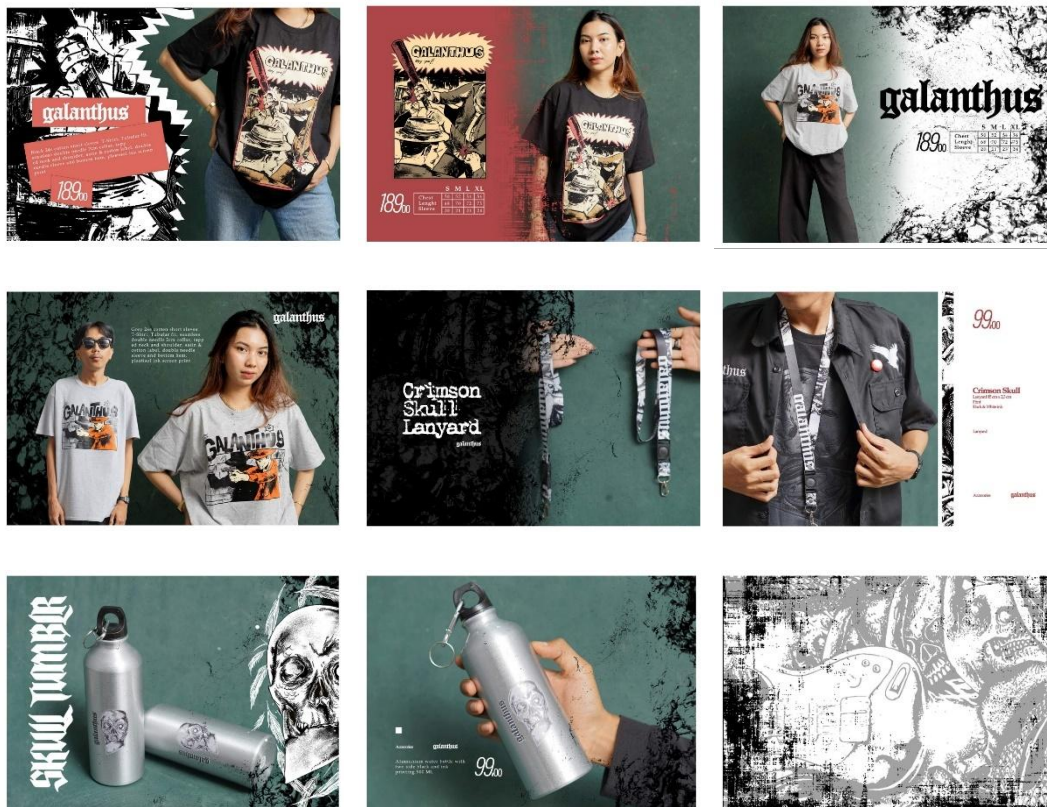
Gambar 3 Alternatif layout kasar cover bagian depan



Gambar 4 alternatif layout kasar cover bagian belakang

Media utama yang dihasilkan dalam perancangan ini adalah Katalog dari Galanthus Nivalis dalam bentuk catalog fisik/print out. Media utama ini berukuran 2480 X 3508 px, terdiri dari cover, isi penjelasan brand, produk produk dari brand, dan cover penutup. Dengan tujuan agar konsumen bisa dengan mudah mengetahui produk-produk yang ditawarkan oleh brand Galanthus Nivalis. Galanthus Nivalis mengeluarkan produk pada edisi artikel ini berupa T Shirt, Workshirt, Hoodie, Pin, dengan tema dengan makna "Explosive Mind". Berikut merupakan final desain Katalog dari Galanthus Nivalis:





Gambar 5 Final desain Katalog Brand Galanthus Nivalis

## Kesimpulan

Perancangan katalog Galanthus Nivalis dilakukan dengan menggunakan metode FOUR-D. Metode ini memiliki tahapan perancangan *define* (pendefinisian), *design* (perancangan), *development* (pengembangan), *desisment* (penyebaran). Setelah melalui tahapan-tahapan dalam metode FOUR-D, maka dihasilkan sebuah hasil perancangan berupa Katalog yang ditujukan kepada Galanthus Nivalis untuk digunakan sebagai media penyebaran informasi dan promosi dari produk Galanthus Nivalis sendiri. Melalui perancangan Katalog ini diharapkan dapat membantu peningkatan promosi, penjualan dan meningkatkan brand awareness dari brand Galanthus Nivalis

## Rujukan

Budiarto, Mukhti, (2019), *Media Berbentuk Katalog Pt. Polymindo Permata Kota Tangerang Penunjang Informasi Dan Promosi*. 05(01) : 2016.

Bara, Angelina Paskalia, (2017), *Perancangan Brand Identity Home Spa Laksmi sebagai upaya meningkatkan Brand Awareness*, 16