

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN DESAIN JERSEY BRAND *PARADISE ZONE***

Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)

Di Program Studi D-3 Kriya Seni Fakultas Seni Rupa dan Desain



Oleh :

Najla Audri Aprilia

202213015

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**SAINS DAN TEKNOLOGI REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT SENI BUDAYA INDONESIA BANDUNG**

**2025**

## LEMBAR PENGESAHAN

### PERANCANGAN DESAIN JERSEY BRAND *PARADISE ZONE*

Telah disidangkan dihadapan penguji pada tanggal 10 Juni 2025

Disetujui dan disahkan oleh :

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

Dida Ibrahim A, S.d., M.Sn  
NIP. 198104052009121005

Irma Rachminingsih, S.Pd., M.Hum  
NIP . 198301222006042001

**Penguji**

Dr.Wanda Listiani, M.Ds  
NIP. 197708212009122001

**Ketua Jurusan Kriya Seni**

**Koprodi D3 Kriya Seni**

Khairul Mustaqin S.Sn., M.Sn.  
NIP. 197405052003121003

M. Shidiq, M.Pd.  
NIP . 199303172019031005

**Dekan Fakultas Seni Rupa & Desain**

Dr. Husen Hendriyana, S.Sn., M.Ds.  
NIP. 197203101998021003

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penayayang, saya panjatkan puja dan puji Syukur atas kehadirat-Nya, yang telah melimpahkan Rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Tugas akhir yang berjudul Perancangan Desain Jersey Brand *Paradise Zone*

Laporan ini sebagai rangkuman proses pengkaryaan dan penelitian Tugas Akhir yang harus di tempuh untuk menyelesaikan program studi Diploma III jurusan Kriya Seni Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung.

Tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Laporan ini tidak akan tersusun sedemikian rupa. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua yang telah memberikan banyak dukungan dalam pelaksanaan Tugas Akhir.
2. Kepada diri saya sendiri yang telah memberikan banyak dukungan berupa materil dan imateril dalam pelaksanaan Tugas Akhir.
3. Dr. Retno Dwimawarti, S. Sen., M.Hum. selaku rektor Institut Seni Budaya Indonesia Bandung.
4. Dr. Husen Hendriyana, S.Sn., M.Ds. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain.
5. M, Shidiq, M.Pd selaku Ketua Jurusan Kriya Seni ISBI Bandung.
6. Dida Ibrahim A, S.d., M.Sn sebagai dosen pembimbing I yang telah membantu selama proses perancangan Laporan Tugas Akhir.
7. Irma Rachminingsih, S.Pd., M.Hum. sebagai dosen pembimbing II yang telah membantu selama proses penulisan dan perancangan Laporan Tugas Akhir

8. Dosen Irma Rachminingsih, S.Pd., M.Hum. dan seluruh Dosen jurusan Kriya Seni yang telah mendidik penulis selama proses pembelajaran di ISBI Bandung.
9. Kepada sahabat-sahabat saya yang telah membantu melancarkan tugas akhir.

Akhir kata, bahwa karya ini jauh dari kesempurnaan, dan tentunya masih terdapat kekurangan. Namun, semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi dalam bidang yang dipelajari.

Bandung,...2025

Penulis

Najla Audri Aprilia



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Tujuan .....	3
C. Perancangan.....	3
D. Sumber Pustaka/acuan .....	4
E. Metode Penelusuran Data .....	5
F. Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II PROSES PENCIPTAAN</b> .....	10
A. Sumber Penciptaan .....	10
B. Konsep Perwujudan .....	17
C. Proses Penciptaan.....	21
<b>BAB III DESKRIPSI HASIL GARAP DAN PEMAPARAN KARYA</b> .....	29
A. Dekskripsi Karya.....	29
B. Pemaparan Karya.....	33
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	34
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	35

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Refensi feeds Instagram.....	6
Gambar 1. 2, Gambar 1. 3 Refensi feeds Instagram .....	6
Gambar 1. 4, Gambar 1. 5 Referensi Desain Jersey Kpop .....	7
Gambar 1. 6, Gambar 1. 7 Referensi Desain Jersey Kpop .....	7
Gambar 1. 8 , Gambar 1. 9 Referensi Desain Jersey Kpop .....	8
Gambar 1. 10, Gambar 1. 11 Referensi Desain Jersey Kpop .....	8
Gambar 2. 1 Logo Brand Paradise Zone .....	12
Gambar 2. 2 Desain Jersey Kpop Newjeans .....	12
Gambar 2. 3 Desain Pada Produk Jersey Paradise Zone .....	13
Gambar 2. 4 Desain Pada Produk Jersey Paradise Zone .....	14
Gambar 2. 5 Desain Jersey Kpop Aespa .....	14
Gambar 2. 6 Desain Jersey Kpop BTS .....	15
Gambar 2. 7 Desain Jersey Kpop NCT.....	16
Gambar 2. 8 Font Thuast.....	18
Gambar 2. 9 Monsterrat.....	19
Gambar 2. 10 Colour Palette Brand Paradise Zone.....	19
Gambar 2. 11 Desain Moodboard konten media sosial.....	22
Gambar 2. 12 Isi konten, desain dan asset media sosial Instagram.....	22
Gambar 2. 13 Proses Desain Jersey Newjeans .....	23
Gambar 2. 14 Proses Desain Jersey Aespa.....	23
Gambar 2. 15 Proses Desain Jersey BTS.....	24
Gambar 2. 16 Proses Desain Jersey NCT .....	24
Gambar 2. 17 , Gambar 2. 18 Proses saat pemotretan outdoor.....	25
Gambar 2. 19 Proses Editing foto dan feeds .....	25
Gambar 2. 20 Proses Editing Poster 1 .....	26
Gambar 2. 21 Proses Editing Poster 2 .....	26
Gambar 2. 22 Proses Editing Poster 3 .....	27
Gambar 2. 23 Proses Editing Poster 3 .....	27
Gambar 2. 24 Proses Editing Poster 3 .....	27
Gambar 3. 1 Desain Jersey Paradise Zone .....	30
Gambar 3. 2, Gambar 3. 3 Feeds Media Sosial Instagram.....	31
Gambar 3. 4 , Gambar 3. 5 Feeds Media Sosial Instagram .....	31
Gambar 3. 6 , Gambar 3. 7 Feeds Media Sosial Instagram .....	32
Gambar 3. 8 , Gambar 3. 9 Desain Poster .....	32

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Desain jersey K-Pop merupakan salah satu bentuk perpaduan antara dunia musik dan fashion yang semakin berkembang pesat seiring dengan popularitas global budaya Korea Selatan (Hallyu). Jersey dalam konteks ini bukan hanya sebagai pakaian olahraga, tetapi telah bertransformasi menjadi bagian dari gaya hidup, identitas fandom, dan simbol ekspresi diri bagi para penggemar K-Pop.

Dalam beberapa tahun terakhir, gelombang budaya Korea atau yang dikenal dengan istilah Hallyu telah menyebar ke seluruh dunia, mencakup musik, drama, makanan, hingga gaya berpakaian. Salah satu bentuk ekspresi visual yang muncul dari fenomena ini adalah desain jersey K-Pop. Jersey, yang awalnya merupakan pakaian olahraga, kini telah berkembang menjadi bagian dari fashion populer, terutama di kalangan penggemar K-Pop. Desain jersey K-Pop tidak hanya menampilkan estetika visual yang menarik, tetapi juga merepresentasikan identitas grup idola, fandom, dan makna emosional bagi penggemarnya.

Desain jersey ini biasanya menggabungkan nama grup, nomor yang merepresentasikan tahun debut atau anggota favorit, serta warna dan simbol yang identik dengan identitas grup. Elemen-elemen tersebut menjadikan jersey bukan sekadar pakaian, melainkan media komunikasi visual yang menghubungkan penggemar dengan idola mereka.

Menurut Barnard (2002: 1) *"Fashion is a system of signs in which clothing becomes a means of communication."* Hal ini menunjukkan bahwa busana, termasuk desain jersey, memiliki nilai simbolik yang mencerminkan identitas sosial, budaya, bahkan psikologis pemakainya. Dalam konteks K-Pop, jersey menjadi sarana ekspresi dari loyalitas dan rasa memiliki terhadap grup idola.

Selain sebagai bentuk dukungan, desain jersey juga mengikuti perkembangan tren global dan gaya streetwear Korea yang dikenal dengan keunikannya. Media sosial pun memperkuat popularitas jersey K-Pop sebagai bagian dari gaya hidup digital para remaja dan dewasa muda.

Dengan maraknya konser, fan meeting, dan aktivitas daring, kebutuhan akan merchandise unik dan personal seperti jersey semakin meningkat. Oleh karena itu, mendesain jersey K-Pop yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki nilai identitas dan emosional, menjadi peluang sekaligus tantangan bagi para desainer muda saat ini.

*Paradise Zone* merupakan sebuah brand yang bergerak dibidang fashion. Brand ini berfokus pada jersey yang mengangkat tentang Kpop yang sedang trending di media sosial saat ini, karena brand ini baru, pemasaran di media sosial sangatlah penting untuk menjangkau konsumen dan menyebarkan branding agar diketahui banyak orang, terutama target pasarnya Anak muda hingga dewasa berumur 17-27 tahun yang sedang menyukai fashion nyentrik dan *Trendy* (Gaya Trendy yaitu gaya yang sedang tren saat ini atau bisa disebut sebagai gaya kekinian. Gaya jenis ini biasanya sangat digemari oleh remaja. Hal ini disebabkan dunia remaja yang selalu dinamis dan percaya diri. Warna-warna cerah dan potongan yang simple serta unik menjadi ciri khas dari model pakaian ini. Dictio.id,2018).

Membuat produk baru seperti *jersey K-pop* (Korean pop) memiliki beberapa tujuan yang berkaitan dengan strategi pemasaran, branding, serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. K-pop memiliki basis penggemar global yang sangat besar dan fanatik. Membuat jersey K-pop bertujuan untuk menarik perhatian penggemar grup K-pop, baik itu di Korea maupun di seluruh dunia. Hal ini dapat memperluas jangkauan produk ke audiens yang sangat luas, yang cenderung sangat loyal terhadap grup idol mereka, selain itu jersey K-pop sering kali dianggap sebagai simbol (simbol adalah kata, barang, atau objek atau hal-hal yang konkrit. Savickas,1980) identitas bagi penggemar

yang ingin mengekspresikan kecintaan mereka terhadap grup atau idola tertentu. Dengan menciptakan produk yang sesuai dengan tren, merek dapat memenuhi kebutuhan pasar ini.

Bedasarkan latar belakang diatas maka terdapat rumusan masalah dalam kutipan yang dapat ditentukan sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep Perancangan Desain Jersey Brand *Paradise Zone*?
2. Bagaimana teknik Perancangan Desain Jersey Brand *Paradise Zone*?
3. Bagaimana bentuk penyajian Perancangan Perancangan Desain Jersey Brand *Paradise Zone*?

## **B. Tujuan**

Adapun tujuan utama dari Perancangan Desain Jersey Brand *Paradise Zone* yaitu mengembangkan desain dan konsep yang lebih menarik dengan rincian tujuan sebagai berikut :

1. Menjelaskan konsep Perancangan Desain Jersey Brand *Paradise Zone*
2. Menjelaskan teknik Perancangan Desain Jersey Brand *Paradise Zone*
3. Menjelaskan bentuk penyajian Perancangan Desain Jersey Brand *Paradise Zone*

## **C. Perancangan**

### **1. Estimasi/Batasan Karya**

Beberapa fokus yang akan menjadi batasan penciptaan pada desain brand *Paradise Zone* adalah sebagai berikut :

- a. Konsep perancangan 4 desain jersey yang lebih kreatif dan menarik yang berbahan baby terry light dan serena.
- b. Membuat 12 feeds Instagram
- c. Feeds Instagram berukuran 1:1 1080 px 1350 px, dan Instastory berukuran 9:16 1080 px x 1920 pxl
- d. Mencetak bahan jersey di dua brand lokal Terua & Jersey Printing
- e. Photoshoot produk dan model

- f. Photo Katalog
- g. Membuat stiker, dan ganci sebagai media pendukung
- h. 4 Poster sebagai media pendukung dengan ukuran A3

## **2. Metode Visualisai Karya**

Visualisasi karya yang akan dilakukan pada tahap pertama yaitu :

1. Membuat sketsa manual untuk desain jersey
2. Menggunakan software seperti Adobe Illustrator, Sangat berguna untuk menunjukkan elemen desain seperti logo, warna, dan tipografi dengan presisi.
3. Memvisualisasikan desain dalam bentuk seperti jersey nyata.
4. Kumpulan gambar referensi: warna, gaya idol, tekstur kain, logo fandom, konsep lagu comeback, dll.
5. Memberi gambaran tentang nuansa atau emosi yang ingin disampaikan (misalnya: dreamy, fierce, soft, bold).
6. Menunjukkan aspek kenyamanan dan kesan visual dari bahan jersey.
7. Desain ditampilkan pada model (real atau digital), dalam gaya khas K-Pop.

## **D. Sumber Pustaka/acuan**

Donald Miller, *Building a Story Brand* : New York, 2017. Buku ini menjelaskan tentang membuat sebuah brand agar dilihat dan diingat oleh pelanggan.

Alina wheeler, *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the entire branding tram*. Alina Wheeler, Fifth Edition. Hoboken, New Jersey : John Wiley & Sons, Inc,, 2017. Buku ini menerangkan tentang dasar dasar perancangan Brand Identity beserta semua dasar kebutuhan Brand, fungsi dan tujuannya.

Marty Neumeier, *"The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design"* : 2017. Buku ini merupakan panduan yang sangat berharga bagi para profesional pemasaran, desain, dan bisnis yang ingin memahami pentingnya menghubungkan strategi bisnis dengan desain merek.

## **E. Metode Penelusuran Data**

Adapun metode dalam penelusuran data dalam perancangan ini sebagai berikut :

### **1. Studi literatur**

Perancangan karya ini diambil dari berbagai macam sumber tertulis seperti buku artikel yang di dapatkan dari internet sebagai kajian.

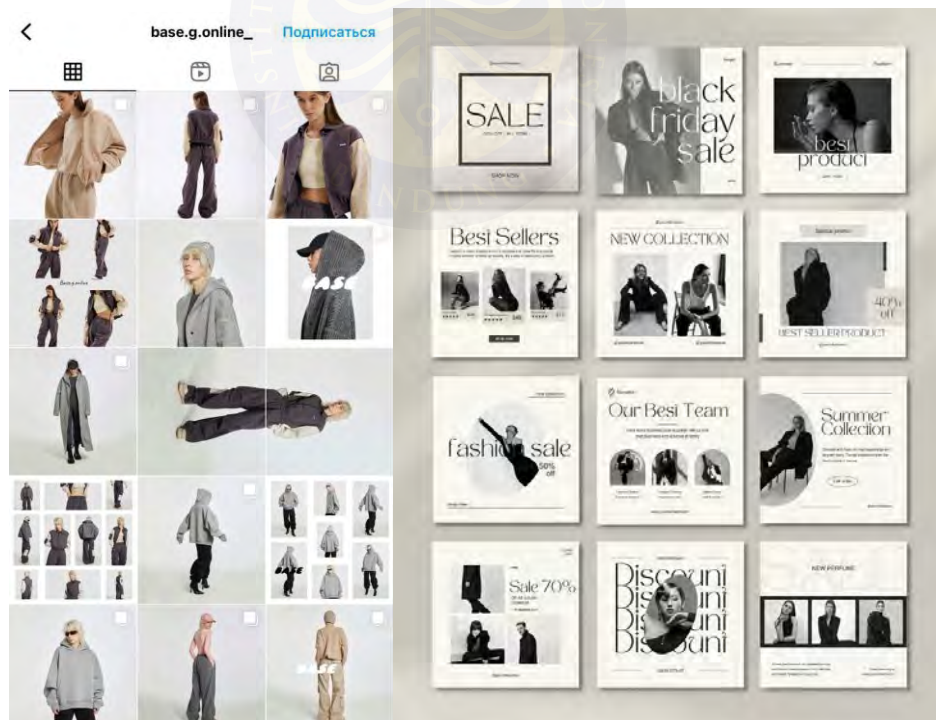
### **2. Studi pictorial**

Studi ini dilakukan agar mendapatkan Gambaran atau inspirasi dalam bentuk pengkayaan dengan Teknik yang akan dibuat. Pencarian studi ini dilakukan melalui internet.



Gambar 1. 1

Referensi Desain Feeds Instagram (sumber : Pinterest 2025)



Gambar 1. 2, Gambar 1. 3

Referensi Desain Feeds Instagram (sumber : Pinterest 2025)



Gambar 1. 4, Gambar 1. 5

Referensi Desain Jersey Kpop (sumber : Pinterest 2025)



Gambar 1. 6, Gambar 1. 7

Referensi Foto Jersey Kpop (sumber : Tiktok @yeoboseyo.id 2025)



Gambar 1. 8 , Gambar 1. 9

Referensi Foto Jersey (sumber : Pinterest 2025)

DESIGN  
FORSALE

DM FOR  
MORE INFO



Gambar 1. 10, Gambar 1. 11

Referensi Desain Jersey (sumber : Pinterest 2025)

### 3. Observasi

Proses ini dimulai dengan mengetahui permintaan pembuatan Desain jersey sesuai kebutuhan Brand. Penulis juga menggunakan metode observasi mempelajari pembuatan desain jersey agar lebih menarik dan memperkaya pengetahuan tentang perancangan desain jersey.

## F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penyusunan proposal Tugas Akhir ini Adalah :

### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang Latar Belakang Penciptaan, Tujuan, Perancangan, Sumber Pustaka/Acuan, Metode penulisan dan Sistematika Penulisan .

### **BAB II Proses Penciptaan**

Bab ini menjelaskan hal yang akan menjadi sumber penciptaan karya, Konsep yang akan di pilih sesuai dengan kebutuhan perancangan, dan proses penciptaan serta perwujudan karya yang berisi tentang proses visualisasi karya dan hal yang terkait mengenai perancangan hingga terjadinya perwujudan karya.

### **BAB III Deskripsi Hasil Garap dan Pemaparan Karya**

Bab ini menjelaskan deksripsi dan menggambarkan penciptaan secara mendalam mengenai karya yang di hasilkan dan menjelaskan permasalahan yang terkait hingga metode yang di gunakan.

### **BAB IV Penutup**

Bab akhhir ini mengungkapkan saran dan kesimpulan yang berhubungan dengan penciptaan dari karya yang akan di angkat

## BAB II

### PROSES PENCIPTAAN

#### A. Sumber Penciptaan

##### 1. Desain Jersey Kpop

Penciptaan desain jersey K-Pop ini dilatar belakangi oleh perkembangan budaya populer Korea Selatan (Hallyu), khususnya dalam bidang musik dan fashion. Fenomena K-Pop yang telah mendunia tidak hanya dikenal lewat musikalitas para idol, tetapi juga melalui gaya berbusana mereka yang unik dan berpengaruh. Desain jersey ini terinspirasi dari identitas visual grup idola K-Pop, seperti penggunaan warna khas fandom, logo resmi, nama grup maupun anggota, serta angka yang memiliki makna simbolis, misalnya tahun debut atau nomor favorit seorang idol. Unsur-unsur tersebut diintegrasikan untuk menciptakan jersey yang tidak hanya menarik secara estetis, tetapi juga memiliki nilai emosional dan identitas yang kuat bagi penggemarnya.

Dengan kolaborasi bersama *influencer* juga dapat meningkatkan *engagement*, karena *influencer* memiliki *audiens* yang sudah terhubung secara emosional dan lebih mungkin terlibat dengan konten yang mereka promosikan. Selain itu dengan konsisten berinteraksi melalui stories atau komentar, brand dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. seperti yang dikatakan Neumeier (2005 : 1) "Sebuah merek bukanlah apa yang Anda katakan tentangnya, tetapi apa yang orang lain katakan tentangnya."

Selain itu, testimoni dan ulasan pelanggan yang dibagikan di media sosial dapat meningkatkan kepercayaan calon pelanggan. Dengan transparansi dan respons yang cepat terhadap keluhan atau pertanyaan, brand baru dapat membangun reputasi yang baik dan menjadikan branding lebih kuat untuk menunjukkan karakter suatu identitas seperti menurut Wheeler (2017 : 1) "Corporate identity menjadikan branding lebih

kuat karena branding menunjukkan karakter suatu identitas dimana logo, iklan, dan behaviour mempunyai peranan dalam menggambarkan atau melukiskan sebuah perubahan. Sehingga corporate identity menjadi penting dalam menyampaikan nyawa dari perusahaan itu sendiri.”

Terakhir, media sosial memberikan fleksibilitas dalam pembuatan konten, mulai dari gambar, video, hingga live streaming. Dengan mengikuti tren yang sedang berkembang, brand dapat tetap relevan di mata audiens dan meningkatkan daya tariknya.

## 2. Merek dan Identitas Merek

*Paradise Zone* merupakan sebuah brand yang bergerak dibidang fashion. Brand ini berfokus pada jersey yang mengangkat tentang Kpop yang sedang trending di media sosial saat ini. Dari produk dan konsepnya brand ini cukup unik dan *trendy*. Selain menjual produk bisa dibilang juga menjual sebuah desain yang memiliki arti didalamnya. Dari analisis yang sudah dilihat pasar penjualan jersey ini baru beberapa orang yang menjual dengan desain *classic* atau hanya menjual jersey untuk sepak bola dan olahraga lain nya. Maka dari itu pemilik ingin mencoba membuat jersey yang tidak hanya untuk olahraga saja. Pemilik merasa promosi di media sosial Instagram ini sangat menguntungkan dan menjangkau brand kepada konsumen lebih luas. Terutama target utama dalam pemasaran brand ini adalah anak muda hingga dewasa yang berumur 17-27 tahun yang menyukai fashion unik dan *trendy*. Dengan mempromosikan brand secara optimal akan menjadikan brand *Paradise Zone* akan menonjol dan mudah diingat oleh konsumen.

Karena persaingan ini pasti akan sangat kuat, pemilik brand mencari cara untuk mencari perbedaan dengan brand lain agar konsumen lebih tertarik pada brand *Paradise Zone* ini. Karena membuat brand yang kuat menonjol di pasar yang padat ini tidak akan mudah. Konsumen akan jatuh cinta dan

mempercayai pada sebuah brand jika brand tersebut memenuhi sesuai ekspektasi mereka. seperti yang dikatakan Miller (2017 : 2) “Orang tidak membeli produk terbaik; mereka membeli produk yang paling cepat mereka pahami.”



Gambar 2. 1 Logo Brand Paradise Zone

(sumber : Paradise Zone 2025)

Logo Paradise Zone terdiri dari logotype yang bertuliskan Paradise Zone dengan font yang digunakan yaitu jenis grafitti.

Beberapa penjelasan mengenai desain produk Paradise zone adalah sebagai berikut :



Gambar 2. 2 Desain Jersey Kpop Newjeans

(sumber : Paradise Zone 2025)

Tulisan 'Bunnies' atau simbol kelinci yang terdapat pada desain jersey memiliki keterkaitan erat dengan identitas grup K-pop NewJeans, karena kelinci merupakan ikon atau maskot yang sering diasosiasikan dengan grup tersebut. Selain itu, angka '05' yang ditampilkan pada jersey melambangkan jumlah anggota dari NewJeans, yaitu lima orang, sehingga angka tersebut tidak hanya berfungsi sebagai elemen desain, tetapi juga merepresentasikan struktur dan identitas grup secara keseluruhan memiliki 5 anggota.



*Gambar 2. 3 Desain Pada Produk Jersey Paradise Zone*

*(sumber : Paradise Zone 2025)*

Tulisan besar “New Jeans” adalah nama grup kpop idol itu sendiri yang nama NewJeans merujuk pada gagasan bahwa jeans adalah busana yang tak lekang oleh waktu. Nama NewJeans juga merupakan plesetan kata dari frasa "new genes", yang merujuk pada grup yang mengantar generasi baru musik pop.



Gambar 2. 4 Desain Pada Produk Jersey Paradise Zone

(sumber : Paradise Zone 2025)

Logo New Jeans dapat berupa maskot kelinci, nama lengkap (NewJeans), singkatan (NWJNS), dan lain-lain. Dan arti 05 dalam desain jersey belakang adalah member dalam grup kpop New Jeans ini sendiri.



Gambar 2. 5 Desain Jersey Kpop Aespa

(sumber : Paradise Zone 2025)

Desain kedua dari jersey ini terinspirasi dari grup idola K-pop bernama Aespa, yang hingga saat ini masih menjadi salah satu grup yang sedang

populer dan banyak diperbincangkan. Pada bagian depan bertulisan “Aespa” itu adala font dari idol itu tersendiri dan motif dibelakang bertulisan Aespa itu motif yg sering di gunakan pada desain album musik mereka. lalu pada bagian belakang jersey terdapat tulisan 'MY', yang merupakan nama resmi dari fandom Aespa dan menjadi simbol keterikatan antara grup dengan para penggemarnya. Selain itu, angka '04' yang turut ditampilkan merujuk pada jumlah anggota dalam grup Aespa, yaitu empat orang. Elemen-elemen ini tidak hanya memperkuat identitas visual dari desain, tetapi juga merepresentasikan ciri khas serta struktur dari grup tersebut.



Gambar 2. 6 Desain Jersey Kpop BTS

(sumber : Paradise Zone 2025)

‘ARMY’ merupakan nama resmi dari fandom grup idola K-pop BTS, yang memiliki arti mendalam sebagai bentuk loyalitas dan dukungan para penggemar terhadap grup tersebut. lalu bentuk seperti tameng itu adalah logo BTS yang diciptakan untuk para fandom. Dalam desain jersey ini, motif tentara dipilih untuk merepresentasikan makna dari kata ‘ARMY’ itu sendiri, yang secara harfiah berarti pasukan atau militer, mencerminkan kekuatan dan

kesetiaan. Sementara itu, angka '07' yang ditampilkan merujuk pada jumlah anggota BTS, yaitu tujuh orang, yang telah bersama-sama membentuk grup ini sejak debut hingga kini. Kedua elemen ini—baik motif maupun angka—dipadukan untuk menciptakan desain yang tidak hanya estetik, tetapi juga penuh makna simbolis bagi para penggemar BTS.



Gambar 2. 7 Desain Jersey Kpop NCT

(sumber : Paradise Zone 2025)

NCT (Neo Culture Technology) adalah boy group asal Korea Selatan di bawah agensi SM Entertainment. Konsep unik NCT adalah memiliki jumlah anggota yang tidak terbatas dan terbagi dalam beberapa sub-unit yang berbasis di berbagai kota atau konsep tertentu. Beberapa unit terkenal NCT antara lain:

- NCT 127: Berbasis di Seoul, dengan konsep musik urban dan hip-hop.
- NCT DREAM: Awalnya beranggotakan remaja, kini menjadi unit tetap dengan gaya musik energik dan ceria.
- WayV: Unit berbasis di Tiongkok dengan lagu-lagu berbahasa Mandarin.
- NCT U: Unit dengan anggota yang berubah-ubah sesuai konsep lagu.

## **B. Konsep Perwujudan**

Dalam perancangan desain dan asset media sosial brand *Paradise Zone* terdapat beberapa gaya visual, tipografi atau huruf, pemilihan warna, serta Teknik dan bahan yang digunakan.

### **1. Gagasan Bentuk**

Karya ini nantinya akan hanya mencetak 10 pcs dalam setiap desainnya. Setiap ada event dalam idol tertentu desain akan mengikuti event tersebut dan tentunya ada freegift didalamnya , jadi tidak semua konsumen memiliki desain tersebut karena brand ini hanya mengeluarkan limited stock. Selain itu dengan daya tarik tersebut, konsumen pun bisa mengikuti dan memantau Instagram *Paradise Zone* dan menjadi nilai tambah untuk brand itu sendiri.

Dalam postingan Instagram tersebut terdapat 12 postingan dengan isi konten promosi untuk awalan yang menarik perhatian konsumen agar penasaran seperti postingan logo, *coming soon*, foto katalog, foto detail produk, membahas brand tersebut, photoshoot model *outdoor* atau *indoor* , *video teaser* dan desain *storic*.

Adapun karya pendukung seperti stiker, gantungan kunci dan poster berukuran A3 bergramasi 260gsm untuk bentuk promosi secara bentuk nyata dan disebar luaskan dilingkungan sekitar kampus sebagai bentuk untuk memberitahu akan adanya local brand baru.

### **2. Strategi Visual**

Perancangan ini akan difokuskan pada desain jersey *Paradise Zone* beserta media pendukungnya.

- Size chart desain jersey yaitu dengan ukuran M (P 60 x L 58 ) ,L (P 62 X L600, XL (P 64 X L620).

## a. Komponen Visual

### 1. Tipografi

Berikut ini merupakan font atau huruf yang digunakan pada merek, sesuai dengan brand, diantaranya :

Thuast

Jenis font atay huruf ini dipilih karena memiliki karakter font modern dan *sporty*. Font jenis sans serif ini sangat cocok untuk digunakan sebagai *typography* utama jenis huruf dan konten penting seperti feeds Instagram dan tipografi dalam jersey.



**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**  
**[!@#\$%^&\*/.~`'.,?;:]**

**PENULTIMATE**  
**THE SPIRIT IS WILLING BUT THE FLESH IS WEAK**  
**SCHADENFREUDE**  
**3964 ELM STREET AND 1370 RT. 21**

Gambar 2. 8 Font Thuast

(sumber : Paradise Zone 2025)

Montserrat

Font ini memberikan kesan klasik dan abadi, namun tetap terlihat segar dan kontemporer, menjadikannya pilihan populer untuk berbagai desain, mulai dari logo perusahaan rintisan hingga proyek kreatif.

# Montserrat

# Montserrat

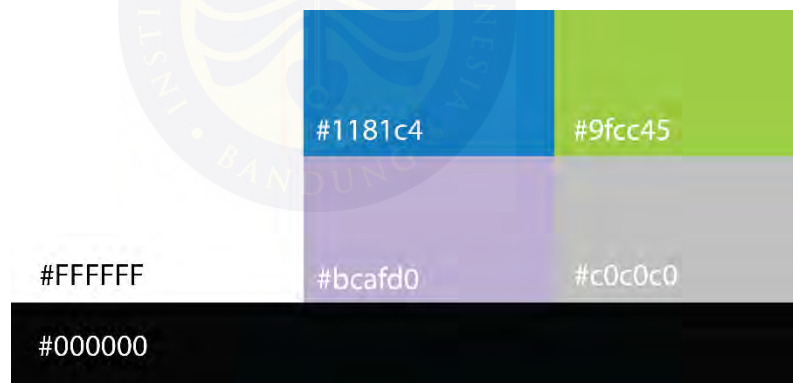
ABCDEFGHIJKLMNPO  
QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnop  
qrstuvwxyz  
1234567890

Gambar 2. 9 Montserrat

(sumber : Paradise Zone 2025)

## 2. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan ini mempunyai warna yang berbeda-beda. Sesuai dengan brand Paradise Zone.



Gambar 2. 10 Colour Palette Brand Paradise Zone

(sumber : Paradise Zone 2025)

Warna-warna seperti ungu, biru, hijau, putih, dan hitam sering kali memiliki makna simbolis atau psikologis tergantung pada konteksnya—budaya, spiritual, desain, atau emosi. Warna ungu Kemewahan, kebijaksanaan, spiritualitas, imajinasi. Warna biru Ketenangan, kepercayaan, kebijaksanaan, stabilitas. Warna hijau Alam, pertumbuhan, kesuburan, kesehatan. Warna putih Kesucian,

kebersihan, kepolosan, perdamaian. Warna hitam Kekuatan, elegansi, misteri, kesedihan.

### 3. Elemen Grafis



Elemen ini berfungsi sebagai bagian dari desain grafis dalam konten visual. Titik merepresentasikan awal dari sebuah perjalanan—kecil namun penuh makna. Ia melambangkan fokus, ketegasan, dan potensi yang akan berkembang. Dalam konteks desain, titik adalah fondasi dari segala bentuk, mewakili benih ide yang siap tumbuh. Love api adalah gabungan dari dua makna kuat yaitu cinta dan semangat. Bentuk hati mencerminkan kasih dan kepedulian, sementara elemen api melambangkan energi, gairah, dan transformasi.

Bersama-sama, simbol ini menggambarkan cinta yang menggerakkan, membakar semangat, dan memberi kehidupan pada setiap langkah. Dan Bintang adalah simbol harapan, inspirasi, dan arah. Ia bersinar dalam gelap, memberikan petunjuk dan menyampaikan harapan akan masa depan yang gemilang. Dalam sebuah brand, bintang menandakan pencapaian, kualitas tinggi, dan visi yang bersinar terang di tengah tantangan.

#### **4. Software/Perangkat Lunak**

Software yang digunakan untuk proses pembuatan desain adalah Adobe Illustrator CC 2022.

### **C. Proses Penciptaan**

Proses penciptaan karya melalui beberapa tahapan sehingga terbuatnya sebuah karya, diantaranya :

#### **1. Proses Pengumpulan Data**

Proses ini diawali dengan memahami kebutuhan akan desain jersey yang selaras dengan identitas brand. Selanjutnya dilakukan riset dengan menelusuri berbagai referensi dari internet, media sosial brand fashion lainnya, serta sumber literatur seperti buku. Tujuannya adalah menghasilkan desain dan aset Instagram yang mampu menyampaikan pesan brand secara konsisten dan efektif, sehingga Paradise Zone tampil lebih menonjol dan mudah diingat oleh audiens.

#### **2. Pembuatan Sketsa**

Rancangan Seperti yang sudah dipaparkan dalam konsep perwujudan, konsep yang dipakai dalam rancangan desain jersey menggunakan aplikasi Adobe Illustrator. Berikut merupakan Moodboard konten media sosial Instagram :



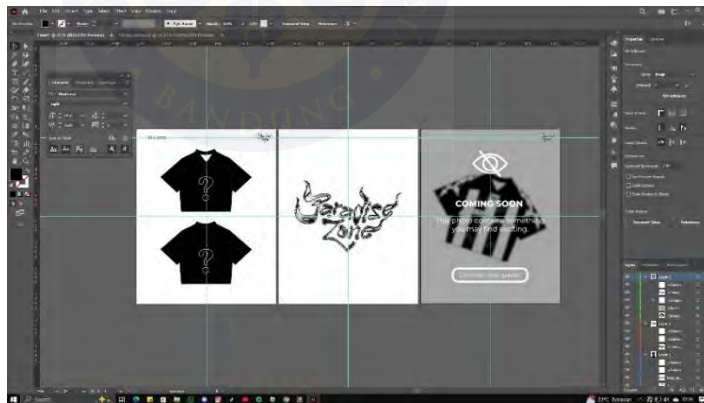
Gambar 2. 11 Desain Moodboard konten media sosial

(sumber : Paradise Zone 2025)

### 3. Proses Dgital

#### a. Proses Perancangan Desain Media Sosial

Proses layouting dilalukan menggunakan software Adobe Illustrator CC 2022. Langkah ini dilakukan untuk proses layout atau penempatan tata letak pada desain dan asset media sosial Instagram.



Gambar 2. 12 Isi konten, desain dan asset media sosial Instagram

(sumber : Paradise Zone 2025)

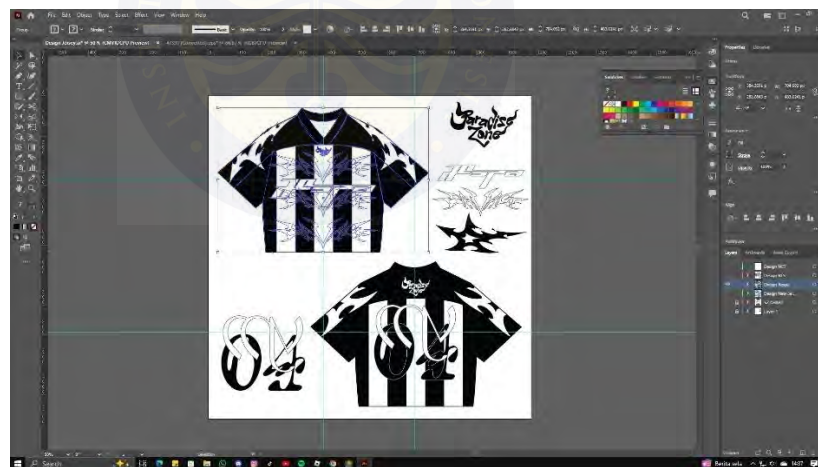
## b. Proses Perancangan Desain Jersey

Proses desain dilakukan menggunakan software Adobe Illustrator CC 2022. Langkah ini dilakukan untuk proses pembuatan desain dan tata letak detail motif pada pembuatan desain jersey.



Gambar 2. 13 Proses Desain Jersey Newjeans

(sumber : Paradise Zone 2025)



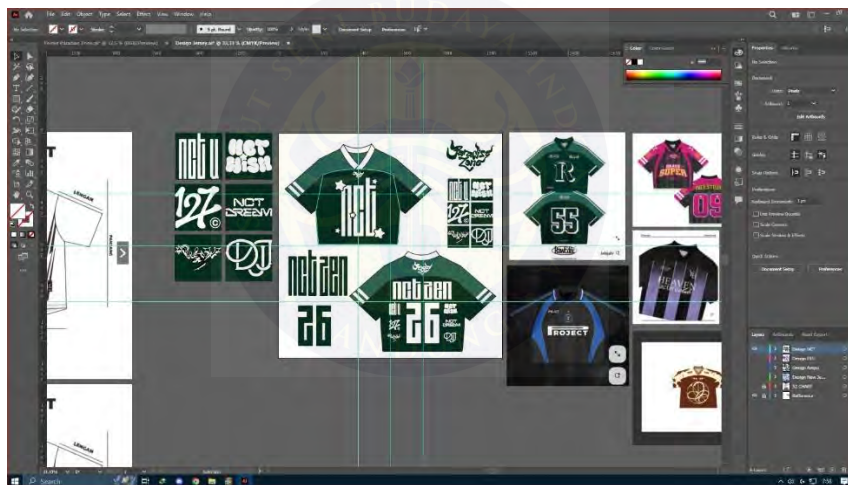
Gambar 2. 14 Proses Desain Jersey Aespa

(sumber : Paradise Zone 2025)



Gambar 2. 15 Proses Desain Jersey BTS

(sumber : Paradise Zone 2025)



Gambar 2. 16 Proses Desain Jersey NCT

(sumber : Paradise Zone 2025)

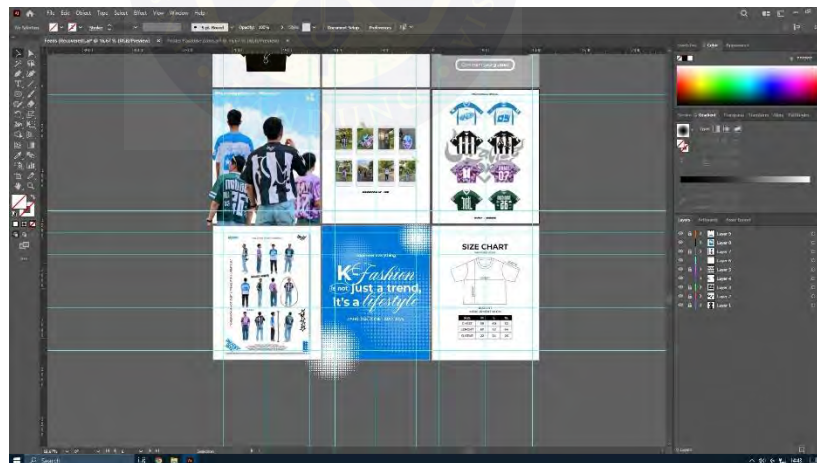
### c. Proses Pemotretan Photo Katalog

Proses pemotretan dengan model ini dilakukan diluar ruangan (outdoor) tepatnya di Summarecon Bandung, dan menggunakan kamera Iphone 11 Pro. Proses editing dilalukan menggunakan software Adobe Illustrator CC 2022.



Gambar 2. 17 , Gambar 2. 18 Proses saat pemotretan outdoor

(sumber : Paradise Zone 2025)

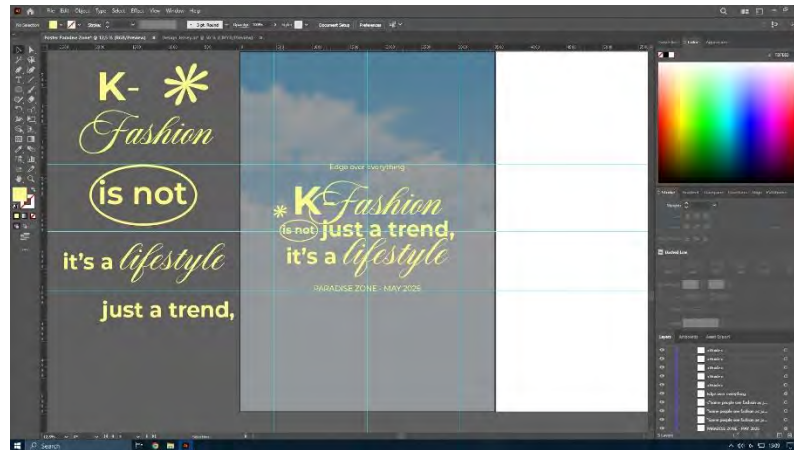


Gambar 2. 19 Proses Editing foto dan feeds

(sumber : Paradise Zone 2025)

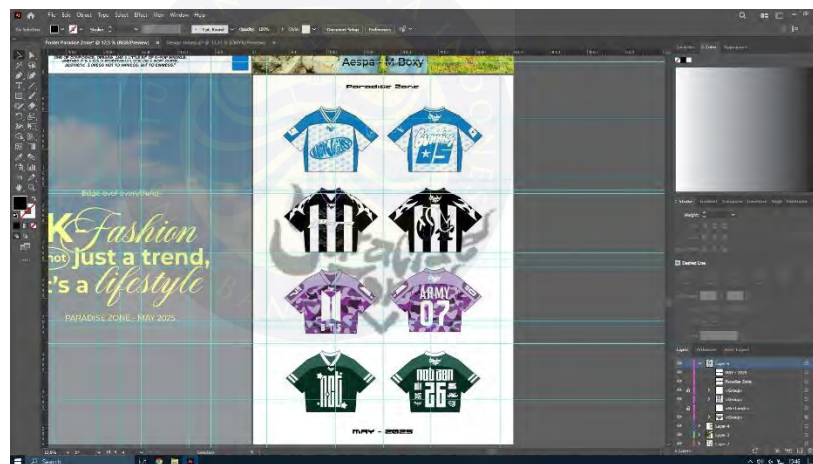
#### d. Proses Perancangan Desain Poster

Proses perancangan desain poster ini dilakukan menggunakan software Adobe Illustrator CC 2022.



Gambar 2. 20 Proses Editing Poster 1

(sumber : Paradise Zone 2025)

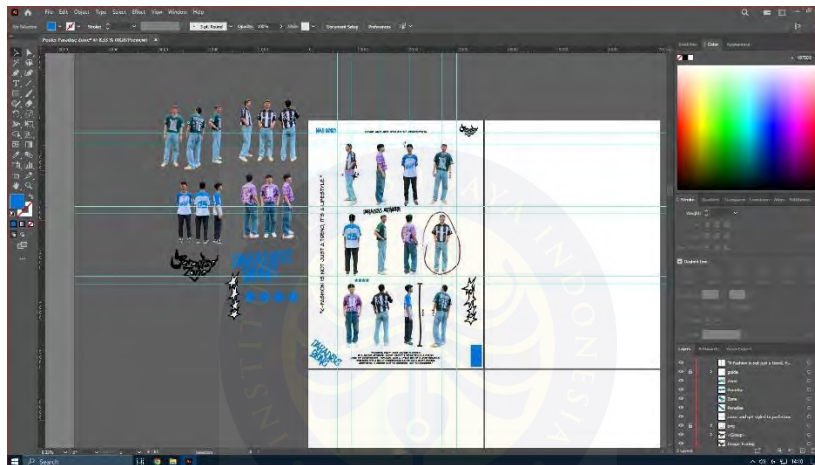


Gambar 2. 21 Proses Editing Poster 2

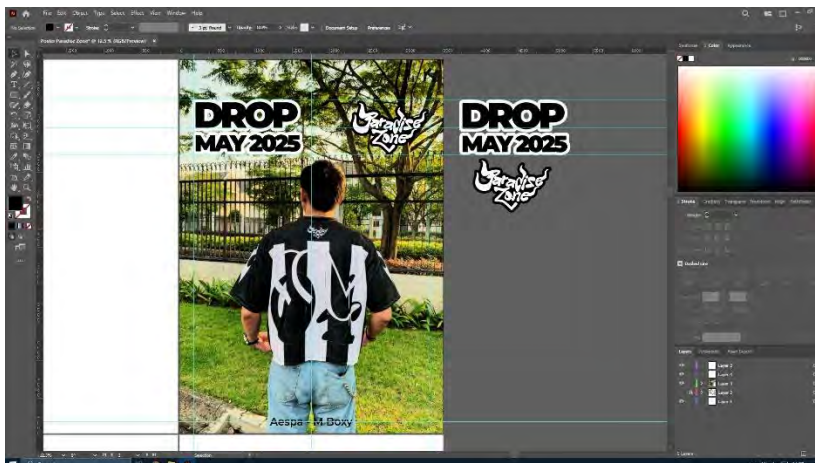
(sumber : Paradise Zone 2025)



Gambar 2. 22 Proses Editing Poster 3  
(sumber : Paradise Zone 2025)



Gambar 2. 23 Proses Editing Poster 3  
(sumber : Paradise Zone)



Gambar 2. 24 Proses Editing Poster 3  
(sumber : Paradise Zone)

#### e. Proses Perhitungan Biaya Produksi Dan Harga Jual

Dalam proses pembuatan desain dan aset media sosial untuk brand Paradise Zone, diperlukan perhitungan biaya produksi sebagai acuan penetapan harga jual. Biaya produksi atau harga modal meliputi penggunaan perangkat lunak desain, tenaga kerja, dan elemen pendukung seperti lisensi font atau gambar jika diperlukan. Adapun rincian biaya adalah sebagai berikut :

Perhitungan Harga Jual 1 Paket Jersey K-Pop + Ganci + Stiker

1. Biaya Produksi Jersey

Harga modal per jersey: Rp100.000

2. Biaya Aksesori Tambahan

Ganci : Rp5.000

Stiker A3 : Rp12.500

Total aksesoris : Rp5.000 + Rp12.500 = Rp17.500

3. Total Modal per Jersey (Jersey + Desain + Aksesori)

Rp100.000 (jersey)

Rp9.000 (desain)

Rp17.500 (ganci & stiker)

= Rp126.500

4. Harga Jual Setelah Keuntungan 20%

Keuntungan 20% dikalikan 1.2

Rp126.500 × 1.2 = Rp151.800

**Dibulatkan menjadi Rp152.000**

## BAB III

### DESKRIPSI HASIL GARAP DAN PEMAPARAN KARYA

#### A. Deskripsi Karya

Karya tugas akhir ini bertujuan untuk merancang desain serta aset visual media sosial Instagram bagi brand *Paradise Zone*, dalam rangka memperkuat penyampaian identitas brand secara konsisten dan maksimal. Harapannya, *Paradise Zone* dapat tampil sebagai brand fashion yang menonjol, mudah dikenali, dan melekat di benak audiens sebagai merek yang trendi dan relevan dengan perkembangan zaman.

Perancangan difokuskan pada visual yang estetis, kreatif, dan komunikatif, agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah melalui pendekatan visual yang menarik. Proses perancangan diawali dengan tahapan pengumpulan data, eksplorasi referensi, serta analisis terhadap karakter dan nilai dari brand *Paradise Zone* sebagai dasar ide desain.

Langkah berikutnya adalah penyusunan moodboard media sosial yang diselaraskan dengan arah komunikasi brand, lalu dilanjutkan dengan proses pembuatan layout dan pengolahan digital. Seluruh desain kemudian diaplikasikan ke dalam format feed Instagram, hingga mencapai tahap akhir berupa penyempurnaan tata letak dan sentuhan akhir desain.

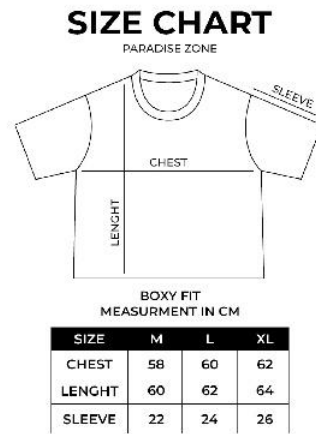
## 1. Karya Utama

- Karya utama yang dihasilkan berupa desain jersey untuk brand *Paradise Zone* yang berbahan baby terry light dan serena, dilengkapi dengan tak brand depan dan belakang serta tautan berupa QR Code. Seluruh karya dirancang menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator CC 2022. Ukuran jersey yang digunakan mengikuti cutting boxy fit, dengan detail size chart sebagai berikut M (P 60 x L 58 ) ,L (P 62 X L60), XL (P 64 X L62).



Gambar 3. 1 Desain Jersey Paradise Zone

(sumber : Paradise Zone 2025)



Gambar 3. 2, Gambar 3. 3 Feeds Media Sosial Instagram

(sumber : Paradise Zone 2025)



Gambar 3. 4, Gambar 3. 5 Feeds Media Sosial Instagram

(sumber : Paradise Zone 2025)



Gambar 3. 6 , Gambar 3. 7 Feeds Media Sosial Instagram

(sumber : Paradise Zone 2025)

## 2. Karya Pendukung

Karya pendukung berupa desain poster, karya dibuat menggunakan software Adobe Illustrator CC 2022. Format ukuran untuk Poster yaitu A3 Portrait (29,7 x 42 cm). Material kertas yang dipilih yaitu Artpaper dengan gramasi kertas 260gsm.



Gambar 3. 8 , Gambar 3. 9 Desain Poster

(sumber : Paradise Zone 2025)

## B. Pemaparan Karya

Karya Tugas Akhir akan dipresentasikan melalui sebuah pameran sebagai bentuk apresiasi terhadap proses dan hasil rancangan yang telah dicapai. Pameran ini bertujuan untuk menampilkan karya secara visual dan komunikatif kepada khalayak. Setiap stand akan dirancang selaras dengan tema serta judul dari masing-masing karya. Adapun beberapa elemen yang akan ditampilkan selama pameran meliputi:



- b. 1 meja untuk penyajian karya
- c. 1 Mannekin untuk memajang produk brand paradise zone
- d. 2 Poster
- e. 2 Katalog

## BAB IV

### PENUTUP

Tujuan untuk proses perancangan desain jersey untuk brand *Paradise Zone* ini adalah untuk menghasilkan visual yang kuat melalui media sosial Instagram. Penulis merancang desain jersey sekaligus merancang konten visual yang mampu menyampaikan identitas dan nilai-nilai brand secara lebih konsisten dan efektif. Dengan pendekatan ini, diharapkan *Paradise Zone* tampil sebagai brand yang unik, mudah dikenali, dan berkesan di benak audiens.

Selain merancang karya utama, penulis juga menciptakan berbagai media pendukung dengan variasi desain yang tetap selaras, guna memperkuat identitas visual dan meningkatkan daya kenal brand di pasar. Selama proses perancangan, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi, salah satunya adalah keterlambatan pada tahap produksi dari pihak brand, yang menyebabkan penundaan dalam pelaksanaan sesi pemotretan dan pembuatan video.

Meskipun menghadapi beberapa hambatan, tantangan tersebut berhasil diatasi melalui penyesuaian jadwal dan kerja sama yang solid. Di sisi lain, proses pengerjaan Tugas Akhir ini juga mendapat dukungan dari rekan-rekan, seperti bantuan selama sesi pemotretan serta dalam mencari vendor percetakan yang sesuai. Selama perjalanan ini, penulis memperoleh banyak pengalaman berharga dan pembelajaran baru yang memperkaya proses berkarya secara keseluruhan.

Demikian uraian mengenai proses perancangan Tugas Akhir ini. Penulis menyadari bahwa masih terdapat berbagai kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan laporan ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca, guna menyempurnakan laporan ini ke depannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2020). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. The Free Press. (hlm. 68–70).
- Barnard, M. (2002). *Fashion as communication* (hlm. 56–59). Routledge.
- Dictio.id. (2018, April 6). Trendy. <https://www.dictio.id/t/trendy/>
- Kerpen, D. (2011). *Rahasia sukses media sosial* (hlm. 112–115). Bentang Pustaka.
- Miller, D. (2017). *Building a story brand* (hlm. 26–30). HarperCollins Leadership.
- Neumeier, M. (2017). *The brand gap: How to bridge the distance between business strategy and design* (hlm. 24–27). New Riders.
- Vaynerchuk, G. (2013). *Jab, jab, jab, right hook: How to tell your story in a noisy social world* (hlm. 48–52). Harper Business.
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (hlm. 12–15). Wiley.
- Rahmawati, D. A., & Nugroho, A. S. (2021). Strategi komunikasi pemasaran digital UMKM di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 9(2), hlm. 101–112.
- Sutanto, H., & Permana, Y. (2020). Pengaruh identitas merek terhadap loyalitas konsumen pada generasi Z. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 5(1), hlm. 23–34.
- Putri, A. M. (2019). Visual branding dalam kampanye media sosial: Studi kasus pada brand lokal Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Visual*, 7(3), hlm. 145–160.

## **BIODATA DIRI**

Nama : Najla Audri Aprilia  
Tempa/Tanggal Lahir : Bandung, 11 April 2002  
Agama : Islam  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jl. Puri Agung 1 A4 No.46  
Email : dorydoryyespapa@gmail.com

### Riwayat Pendidikan

SD : SDN RAHAYU 03 BANDUNG

SMP : ISLAM PLUS AL IJTIHAD 2 KUTABARU

SMA : SMA NEGRI 15 TANGERANG

KULIAH : ISBI BANDUNG

