DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v11i1
P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062

Perancangan Media Promosi Event Musik Jazz melalui Poster dan Tiket dengan Pendekatan Ilustrasi dan Tipografi Ekspresif Bergaya Retro Jazz

[1]Jordan Giovani Bernadus Liandry, [2]Shazia Fahmidha Afarin, [3]Niken Savitri Anggraeni
[1,2,3]Desain Komunikasi Visual, Universitas Ciputra, Makassar

E-mail: [1]jgiovani01@student.ciputra.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi *event* musikal jazz retro dengan mengundang pemusik jazz senior dan desain poster dan tiket festival budaya yang mengintegrasikan identitas visual musik jazz melalui pendekatan ilustratif dan tipografi ekspresif dalam gaya Retro Jazz. Di tengah transformasi digital dan homogenisasi promosi musik modern, penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan acara kreatif lokal sebagai penggerak ekonomi kreatif dan pelestari subkultur musik. Tujuannya adalah merumuskan perpaduan harmonis antara ikonografi jazz era pertengahan abad ke-20 dengan elemen tipografi yang dinamis dan improvisasional untuk menciptakan media promosi yang bernilai estetika dan memikat secara emosional. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan penelitian berbasis desain (DBR), data dikumpulkan melalui tinjauan pustaka, analisis artefak visual, serta studi kasus grafis jazz historis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan ilustrasi organik yang berani, tata letak sinkopasi, dan palet warna retro yang terbatas secara signifikan memperkuat ritme visual dan kedalaman atmosfer media tersebut. Selain itu, tiket yang dirancang berhasil menyeimbangkan kegunaan fungsional dengan nilai sentimental, sehingga berfungsi sebagai kenang-kenangan fisik bagi para peserta. Penelitian ini berkontribusi pada wacana teoretis mengenai visualisasi subkultur musik dan menawarkan strategi praktis bagi desainer grafis yang bertujuan membangun branding budaya yang berkelanjutan.

Kata kunci : ***Media promosi, Festival budaya, Gaya jazz retro, Tipografi ekspresif, Desain visual.***

ABSTRACT

This study explores a retro jazz musical event featuring senior jazz musicians, alongside the design of cultural festival posters and tickets that integrate the visual identity of jazz music through an illustrative approach and expressive typography in a Retro Jazz style. Amidst digital transformation and the homogenization of modern music promotion, this research aims to optimize local creative events as drivers of the creative economy and preservers of musical subcultures. The objective is to formulate a harmonious fusion between mid-20th-century jazz iconography and dynamic, improvisational typographic

P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062
DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v11i1

elements to create promotional media that is aesthetically valuable and emotionally captivating. Utilizing a descriptive qualitative method and Design-Based Research (DBR), data were collected through literature reviews, visual artifact analysis, and case studies of historical jazz graphics. The results indicate that the application of bold organic illustrations, syncopated layouts, and a restricted retro color palette significantly enhances the visual rhythm and atmospheric depth of the media. Furthermore, the designed tickets successfully balance functional utility with sentimental value, serving as physical keepsakes for attendees. This study contributes to the theoretical discourse on the visualization of musical subcultures and offers practical strategies for graphic designers aiming to build sustainable cultural branding.

Keyword : ***Promotional media, Cultural festival, Retro jazz style, Expressive typography, Visual design.***

1. PENDAHULUAN

Festival musik khusus seperti jazz seringkali kesulitan untuk memikat audiens yang lebih luas atau menjalin hubungan yang mendalam dengan demografi yang lebih muda di Indonesia. Media promosi untuk acara musik lokal saat ini sering kali kurang memiliki identitas visual yang khas, bergantung pada fotografi digital yang kaku dan tidak menginspirasi atau tata letak konvensional yang gagal menyampaikan energi, jiwa, dan spontanitas musik sejak pertama kali dipandang.

Musik jazz secara dicirikan oleh ritme yang kompleks, sinkopasi, dan improvisasi struktural. Secara historis, kompleksitas sonik ini menemukan padanan visual yang sempurna pada pertengahan abad ke-20 terutama melalui sampul album ikonik Blue Note Records dan poster festival jazz modern pertengahan abad. Estetika "Retro Jazz" ini memiliki dinamika visual yang luar biasa, memanfaatkan abstrak geometris yang tajam, gambar kontras tinggi, dan tipografi ekspresif non-linear yang secara visual meniru irama alat musik.

Untuk mentransformasikan esensi klasik jazz menjadi kampanye promosi kontemporer tanpa melemahkan akar historisnya, proyek ini menerapkan pendekatan ilustrasi dan tipografi yang terinspirasi gaya retro. Arah desain ini dipilih karena kemampuannya yang membangkitkan nostalgiaserta menyampaikan rasa ritme dan emosi melalui grafis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran strategis dan proses kreatif dalam merancang paket promosi komprehensif yang secara khusus berfokus pada poster festival dan tiket masuk dengan memanfaatkan pendekatan ilustratif dan tipografi ekspresif dalam gaya Retro Jazz. Melalui desain visual ini, hasil yang dihasilkan diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan acara musik jazz, memperkaya titik kontak fisik penonton, dan secara berkelanjutan

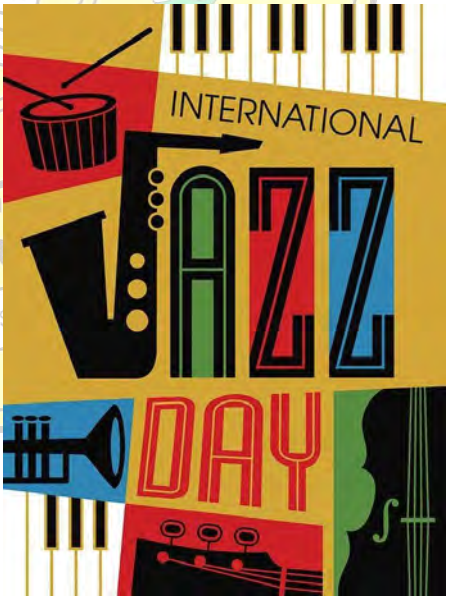
DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v11i1
P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062

mendukung pertumbuhan ekosistem kreatif regional.

2. LANDASAN TEORI

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini berfungsi sebagai landasan teoritis untuk memahami nilai strategis media promosi cetak dalam ekonomi pengalaman, tata bahasa visual historis budaya jazz, serta penerapan tipografi ekspresif dalam desain grafis kontemporer. Diskursus akademis menunjukkan bahwa poster dan tiket acara tidak lagi sekadar alat informasi pasif; sebaliknya, keduanya telah berevolusi menjadi artefak artistik taktil yang mencerminkan prestise dan identitas kuratorial sebuah festival (Meggs & Purvis, 2016). Dalam lanskap desain modern, kebangkitan estetika retro yang disengaja berfungsi sebagai mekanisme *branding* yang kuat, memungkinkan praktisi kreatif untuk menggali memori budaya kolektif sekaligus menawarkan alternatif visual yang otentik dan berbeda dari tata letak yang bersih dan steril di era digital murni (Heller & Chwast, 2008).

Secara khusus, gaya visual Retro Jazz diatur oleh prinsip-prinsip estetika yang ditandai oleh sinkopasi visual di mana ruang negatif, struktur asimetris, dan bentuk-bentuk terfragmentasi bekerja sama untuk mensimulasikan gerakan musik (Marsh & Broom, 1991). Studi desain sebelumnya menunjukkan bahwa menerjemahkan karakteristik auditori menjadi metafora visual melalui ilustrasi khusus dapat secara dramatis meningkatkan kedekatan psikologis dan resonansi emosional antara audiens sasaran dan acara budaya (Shaughnessy, 2005). Selain itu, dalam kerangka Ekonomi Pengalaman, materi promosi fisik seperti tiket masuk yang dirancang secara unik memainkan peran sentral dalam memperpanjang perjalanan konsumen, mengubah transaksi biasa menjadi souvenir yang berkesan (Pine & Gilmore, 2011). Meskipun telah banyak penelitian yang membahas sejarah fotografi jazz dan seni sampul album, studi akademis yang berfokus pada sintesis praktis prinsip-prinsip jazz retro pertengahan abad ke dalam desain poster dan tiket festival lokal modern masih langka. Kesenjangan teoritis ini menjadi motivasi utama penelitian ini: untuk merumuskan kerangka kerja visual yang andal untuk promosi musik yang memperkuat nilai estetika dan komersial dari acara budaya.

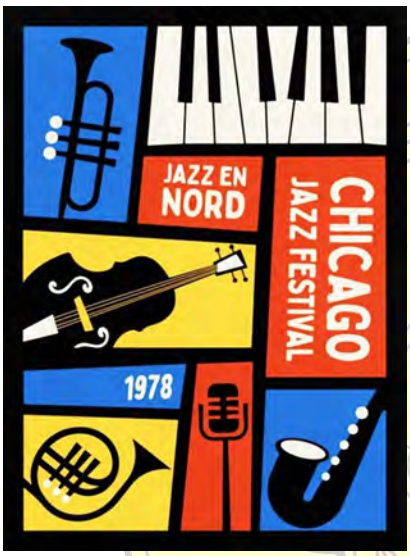


Gambar 1. Referensi Desain Poster Retro
(Sumber: https://pin.it/1fhNzukKa)

1. Poster International Jazz Day

P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062
DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v11i1

Poster ini menampilkan karakteristik retro melalui perpaduan warna cerah, bentuk geometris, dan garis tegas. Ilustrasi alat musik bergaya grafis dipadukan dengan tipografi berukuran besar untuk membangun hierarki visual. Komposisinya yang dinamis serta kontras warna yang kuat memberikan kesan ekspresif dan energik.



Gambar 2. Referensi Desain Poster Retro
(Sumber: https://pin.it/6liBOYJRa)

2. Poster Chicago Jazz Festival 1978

Poster ini memiliki karakteristik retro melalui penggunaan warna kontras, seperti biru, merah, kuning, hitam, dan putih. Komposisinya menerapkan color blocking dengan bidang geometris yang tegas, ilustrasi alat musik bergaya sederhana, serta tipografi tebal. Perpaduan elemen tersebut menciptakan kesan dinamis dan mencerminkan estetika desain grafis era 1970-an.



Gambar 3. Referensi Desain Poster Retro
(Sumber: https://pin.it/2fhsuj78j)

3. Poster New Orleans Jazz

Poster ini menggunakan palet warna krem, biru, kuning, merah bata, dan hitam yang menghadirkan nuansa vintage. Tipografi berukuran besar menjadi fokus utama, didukung siluet pemain musik dan ilustrasi alat musik. Penggunaan bentuk geometris, garis diagonal, serta komposisi yang dinamis memperkuat karakter visual retro yang klasik dan ekspresif.

3. METODOLOGI

DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v11i1
P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062



3.1. Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mendekonstruksi proses kreatif dalam mendesain media promosi budaya, khususnya poster festival dan tiket masuk. Fokus utamanya terletak pada integrasi identitas visual musik jazz melalui pendekatan ilustratif dan tipografi ekspresif dalam gaya Retro Jazz, yang bertujuan untuk mendorong pelestarian subkultur musik, branding acara, dan perekonomian kreatif lokal. Kerangka penelitian ini dilaksanakan melalui penelitian berbasis desain *(Design-Based Research / DBR)*, sebuah metode komunikasi visual yang berpusat pada pemecahan masalah kreatif. Prosedur sistematis ini mencakup pengumpulan, pemrosesan analitis, dan eksperimen estetika terhadap elemen visual jazz historis, yang kemudian disintesis menjadi konsep desain akhir.

3.2. Sumber Data dan Teknik Pengambilan Sampel

Subjek penelitian dan kumpulan data terdiri dari draf desain visual awal, tata letak album jazz era pertengahan abad ke-20 (seperti karya seni arsip Blue Note), materi poster konser *vintage*, dan lembar contoh tipografi bergaya retro. Untuk memilih referensi desain utama, digunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria seleksi sepenuhnya didasarkan pada kesesuaian karakteristik visual tertentu, termasuk representasi ritme musik, komposisi tata letak sinkopasi, kualitas ilustrasi yang dinamis, serta sifat ekspresif bentuk huruf retro, yang semuanya dianggap ideal untuk diterjemahkan ke dalam media cetak taktil seperti poster dan tiket acara.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan secara sistematis melalui empat metode utama:

1. **Tinjauan Pustaka:** Menelaah jurnal akademik, buku teks desain, dan arsip sejarah mengenai desain grafis modern abad pertengahan, evolusi budaya visual musik jazz, serta prinsip-prinsip struktural tipografi ekspresif.
2. **Pengamatan:** Melakukan analisis visual langsung terhadap desain poster jazz ikonik era pertengahan abad ke-20, sampul album vinil arsip (khususnya karya minimalis dan kontras tinggi dari Blue Note Records), serta grafis modern bergaya retro-revival untuk memetakan

P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062
DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v11i1

komposisi tata letak dan gaya ilustrasi.

3. **Tinjauan Video:** Menganalisis rekaman arsip, dokumenter sejarah, dan rekaman pertunjukan jazz langsung untuk mempelajari energi kinetik, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh musisi jazz, guna memastikan ilustrasi statis secara akurat menangkap esensi ritmis dan atmosfer otentik dari genre tersebut.
4. **Dokumentasi:** Mengumpulkan, mengatur, dan membuat katalog materi desain fisik dan digital termasuk contoh warna vintage, tekstur cetakan analog, dan spesimen font bersejarah untuk dijadikan perpustakaan referensi visual konkret pada fase eksperimen kreatif.



Gambar 1. Desain Poster Acara (Sumber: Dokumen pribadi)

Desain yang dihasilkan menghasilkan serangkaian materi promosi untuk acara Sonny Rollins Jazz Night, yang terdiri dari poster utama dan desain tiket konser. Poster tersebut menampilkan ilustrasi seorang pemain saksofon sebagai elemen visual utama. Nama "Sonny Rollins" ditempatkan di dalam rambut ilustrasi tersebut menggunakan tipografi dekoratif berukuran besar, sehingga menciptakan titik fokus utama. Detail acara, termasuk tanggal, lokasi, dan waktu, ditempatkan di bagian bawah poster menggunakan bentuk geometris yang menyerupai potongan kertas untuk memperkuat tema retro.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Poster Acara

Kedua desain menggunakan palet warna krem, merah, biru, oranye kekuningan, dan cokelat untuk menciptakan kesan retro yang hangat dan klasik. Warna krem digunakan sebagai warna dasar yang memberikan kesan vintage, sedangkan merah menjadi aksen yang menarik perhatian dan memberikan kesan energik. Warna biru memberikan kontras agar

DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v11i1
P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062

desain terlihat lebih segar, sementara oranye kekuningan menambah kesan hangat dan ceria. Warna cokelat digunakan pada ilustrasi untuk mempertegas elemen visual. Perpaduan warna tersebut membuat desain poster dan tiket terlihat harmonis serta memiliki identitas visual yang konsisten.

4.2 Tiket Acara



Gambar 2. Desain Tiket Acara
(Sumber: Dokumen pribadi)

Sebagai media pendukung, tiket konser dirancang dengan identitas visual yang konsisten dengan poster utama. Penggunaan warna, tipografi, dan elemen grafis yang sama bertujuan untuk membangun kesatuan visual yang jelas. Informasi utama, seperti nama acara, tanggal, lokasi, waktu, dan kode tiket, disusun dalam tata letak yang mudah dibaca yang meniru tiket konser klasik.

4.3 Diskusi

Desain akhir menunjukkan bahwa poster dan tiket memiliki identitas visual yang kuat dan terpadu melalui penggunaan warna, ilustrasi, dan tipografi yang konsisten. Ilustrasi sentral seorang pemain saksofon berfungsi sebagai simbol utama yang mewakili musik jazz. Pilihan visual ini membantu penonton dengan cepat mengenali tema inti acara.

Pemilihan warna krem dan coklat menciptakan kesan hangat dan klasik, sementara warna merah, biru, dan kuning berfungsi sebagai aksen visual yang menarik perhatian. Kombinasi warna spesifik ini sering ditemukan dalam desain poster musik dari tahun 1960-an dan 1970-an, yang secara langsung mendukung konsep retro.

Pada poster, hierarki visual dibangun melalui tipografi besar nama "Sonny Rollins" dan judul "Jazz Night." Sementara itu, pada tiket, detail acara disusun secara berurutan, sehingga memudahkan pengguna untuk dengan cepat melihat informasi penting. Konsistensi visual antara poster dan tiket ini memperkuat *branding* acara dan meningkatkan profesionalisme media promosi yang dihasilkan.

5. KESIMPULAN

Desain media promosi untuk Sonny Rollins Jazz Night berhasil menghasilkan poster dan tiket acara yang mewujudkan konsep Retro Jazz, dengan mengadaptasi karakteristik visual musik jazz dari era 1960-an dan 1970-an. Melalui penggunaan ilustrasi pemain saksofon, tipografi dekoratif, serta kombinasi warna krem, cokelat, merah, biru, dan kuning, desain tersebut menciptakan identitas visual yang kuat dan selaras dengan tema acara.

Selain nilai estetisnya, poster dan tiket tersebut juga dirancang dengan memperhatikan prinsip-prinsip hirarki visual, keterbacaan, dan konsistensi desain, sehingga memastikan informasi

P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062
DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v11i1

acara tersampaikan dengan jelas kepada audiens.

Desain akhir menunjukkan bahwa penerapan elemen visual yang sesuai dengan karakteristik sejati musik jazz dapat membantu menciptakan pengalaman visual yang menarik sekaligus memperkuat penyampaian informasi penting kepada audiens sasaran.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi selama proses penyusunan jurnal ini. Kami juga berterima kasih atas segala saran, masukan, dan informasi yang telah membantu kelancaran proses pengerjaan hingga jurnal ini dapat diselesaikan dengan baik. Kami menyadari bahwa penyusunan jurnal ini tidak terlepas dari dukungan dan kerja sama berbagai pihak. Oleh karena itu, kami berharap jurnal ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan bagi pembaca, serta menjadi referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Desain Komunikasi Visual.

DAFTAR PUSTAKA

- Heller, S., & Chwast, S. (2008). *Graphic Style: From Victorian to Digital*. New York: Harry N. Abrams.
- Marsh, G., & Broom, G. (1991). *The Blue Note Years: The Jazz Photography of Francis Wolff*. New York: Rizzoli.
- Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2016). *Meggs' History of Graphic Design* (edisi ke-6). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The Experience Economy* (Edisi yang diperbarui). Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- Shaughnessy, A. (2005). *How to be a Graphic Designer without Losing Your Soul*. London: Laurence King Publishing.
- Basuki, M., Lasiman, & Widjoyo, C. (2006). Desain Grafis Gaya Pop: Studi Kasus Sampul Album Rekaman Musisi Indonesia. Nirmana, 8(2), 73–83.
- Joachim David M. (2017). Analisa perkembangan desain poster event Electronic Dance Music tahun 2009–2010 di Jakarta. D'IDEA, 2(2).