

BAB VI

Strategi Kreatif

4.1 Strategi Komunikasi

4.1.1 Pendekatan Komunikasi

Strategi ini memadukan pendekatan komunikasi personal yang berfokus pada interaksi langsung dengan pelanggan, komunikasi digital yang memanfaatkan *platform online* untuk meningkatkan jangkauan dan *engagement*, serta komunikasi visual melalui banner yang dirancang menarik untuk memperkuat *brand awareness* dan mendorong minat beli. Ketiga pendekatan ini saling melengkapi untuk membentuk pengalaman konsumen yang menyeluruh, meningkatkan loyalitas, dan memperluas pengenalan merek di pasar.

1. Komunikasi Personal (One on One)

DAVINDA WATCH GALLERY menerapkan komunikasi yang bersifat personal untuk mendekati diri dengan pembeli. Setiap interaksi, baik di toko fisik maupun melalui *online*, diawali dengan salam hangat dan menggunakan bahasa yang sopan dan ramah. Staf akan menyebutkan nama pelanggan untuk menciptakan kesan personal dan membuat pembeli merasa dihargai. Selain itu, staf akan memberikan kesempatan kepada pembeli untuk berkonsultasi mengenai produk. Ketika calon pembeli sedang memilih jam tangan, staf akan memberikan rekomendasi berdasarkan preferensi gaya, budget, dan kebutuhan. Pihak toko akan menghubungi pelanggan untuk menanyakan kepuasan saat membeli, menindaklanjuti jika ada kendala, atau menawarkan promo spesial sebagai bentuk apresiasi. Hal ini membantu membangun hubungan yang lebih dekat dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Komunikasi Digital

DAVINDA WATCH GALLERY memanfaatkan platform digital sebagai media komunikasi utama untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Melalui akun media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook*, galeri ini membagikan konten yang menarik dan interaktif, seperti polling (contohnya: “Pilih gaya jam tangan favoritmu: *sporty* atau klasik?”), kuis berhadiah, dan *showcase* produk baru. Konten visual akan dirancang menarik dengan foto

produk berkualitas tinggi yang menonjolkan kualitas dan kemewahan produk. *Website* atau *e-commerce* akan dilengkapi dengan katalog produk lengkap, deskripsi yang informatif, serta fitur *live chat* untuk memudahkan pelanggan bertanya langsung. Selain itu, *WhatsApp Business* digunakan untuk mengirim katalog produk terbaru, penawaran spesial, dan memberikan respon cepat terhadap pertanyaan pelanggan. Tujuan dari komunikasi digital ini adalah untuk membangun keterlibatan pelanggan, meningkatkan kepercayaan, dan mendorong pembelian.

3. Komunikasi Visual

Komunikasi melalui banner dan spanduk pada DAVINDA WATCH GALLERY dirancang dengan gaya visual yang elegan dan profesional untuk memperkuat citra toko sebagai penyedia jam tangan *branded* premium dengan harga terjangkau. *Banner* akan menggunakan kombinasi warna dominan seperti hitam untuk menonjolkan kesan eksklusif, dipadukan dengan aksen emas atau putih yang menambah sentuhan mewah. Visual pada banner akan mengedepankan foto produk jam tangan dengan kualitas gambar yang tajam, menonjolkan detail kemewahan dan desain jam tangan yang premium.

4.1.2 Persepsi Konsumen/Audience

Persepsi konsumen terhadap DAVINDA WATCH GALLERY dibentuk melalui elemen visual yang kuat, konsistensi dalam komunikasi merek, dan kualitas produk yang ditawarkan. Brand ini dirancang untuk menciptakan citra sebagai penyedia jam tangan premium yang tidak hanya berfokus pada fungsionalitas, tetapi juga menonjolkan gaya hidup elegan dan modern. Berdasarkan hasil wawancara, konsumen memandang DAVINDA WATCH GALLERY sebagai:

1. Mudah diingat

Ini menunjukkan bahwa desain logo DAVINDA WATCH GALLERY sangat efektif dalam meninggalkan kesan yang kuat di benak konsumen. Kemampuan untuk mudah diingat adalah aset krusial bagi sebuah merek, karena membantu dalam pengenalan dan ingatan jangka panjang, yang pada gilirannya dapat mendorong loyalitas pelanggan.

2. Identitas yang Jelas sebagai Toko Jam Tangan

Ini adalah indikator keberhasilan desain logo dalam mengkomunikasikan jenis bisnisnya secara intuitif. Konsumen tidak perlu informasi tambahan untuk memahami bahwa ini adalah brand jam tangan, yang sangat penting untuk efisiensi komunikasi merek.

3. Penggunaan Warna: Kesan Eksklusif yang Kuat

Ini adalah poin yang sangat kuat. Warna (yang diasumsikan dari deskripsi penulis sebelumnya adalah emas) berhasil menciptakan aura kemewahan, *prestise*, dan keunikan. Konsumen secara universal mengasosiasikan DAVINDA WATCH GALLERY dengan produk yang berkelas tinggi dan istimewa.

4. Bentuk Huruf: Unik dan Berkarakter

Desain tipografi yang unik dan berkarakter membantu DAVINDA WATCH GALLERY menonjol dari pesaing. Meskipun penting juga agar mudah dibaca, penekanan pada karakter menunjukkan bahwa huruf-huruf tersebut memberikan kepribadian yang khas pada merek, sesuai dengan identitas yang ingin dibangun.

5. Kesan Pertama: Elegan dan Modern

Konsumen langsung merasakan bahwa merek ini mengikuti tren terkini dan memiliki sentuhan kelas atas. Ini sangat penting untuk menarik target pasar yang menghargai estetika modern dan gaya yang anggun dalam produk jam tangan.

Secara pribadi, penulis memandang DAVINDA WATCH GALLERY sebagai:

1. Mewah dan berkelas

Dengan penggunaan warna emas dan hitam yang mewah serta desain logo yang memadukan simbol waktu, keanggunan, dan dedikasi keluarga, konsumen menilai merek ini sebagai representasi gaya hidup eksklusif.

2. Elegan dan modern

Tipografi yang memadukan font (Alatsi) yang dimodifikasi dengan (Montserrat) serta penggunaan supergrafis yang terinspirasi dari elemen

logo, menciptakan citra brand yang elegan, modern dan relevan dengan selera masa kini.

3. Terpercaya dan berkualitas

Filosofi di balik logo yang mencerminkan ketepatan, keandalan, dan komitmen terhadap kualitas, memperkuat persepsi konsumen bahwa DAVINDA WATCH GALLERY adalah toko yang dapat dipercaya dan memiliki produk berkualitas tinggi.

4. Hangat dan personal

Adanya elemen visual yang melambangkan tiga anak pemilik toko menciptakan sentuhan personal yang membuat konsumen merasa lebih dekat dan dihargai sebagai bagian dari “keluarga besar” DAVINDA WATCH GALLERY.

Perpaduan desain yang serasi, pemilihan huruf dan warna yang mewah, serta makna yang dalam pada logo membuat DAVINDA WATCH GALLERY dilihat oleh konsumen sebagai merek jam tangan mewah yang bukan hanya sekadar penunjuk waktu, tapi juga bisa membuat mereka merasa spesial dan bergaya.

4.1.3 Strategi 5W+1H

Adapun strategi 5W+1H yang digunakan pada pendekatan komunikasi sebagai berikut:

1. *What* (Apa yang dikomunikasikan?)

Strategi komunikasi DAVINDA WATCH GALLERY berfokus pada penyampaian citra sebagai toko jam tangan premium yang menyediakan produk berkualitas tinggi dengan harga terjangkau. Pesan utama yang disampaikan meliputi keunggulan produk, variasi merk jam tangan yang tersedia, serta nilai tambah berupa layanan perawatan dan program loyalitas pelanggan. Informasi ini bertujuan untuk memperjelas posisi DAVINDA WATCH GALLERY di pasar sebagai pilihan tepat bagi konsumen yang menginginkan jam tangan *branded* tanpa harus mengeluarkan biaya yang berlebihan.

2. *Why* (Mengapa komunikasi ini penting?)

Komunikasi yang efektif sangat penting dalam membangun citra merek DAVINDA WATCH GALLERY di mata konsumen. Dengan persaingan yang ketat di pasar jam tangan, toko harus dapat menunjukkan keunggulan dan

keunikan yang membedakannya dari pesaing. Strategi komunikasi yang tepat akan membantu meningkatkan kesadaran konsumen akan keberadaan DAVINDA WATCH GALLERY sebagai toko jam tangan berkualitas yang juga menawarkan harga yang kompetitif. Selain meningkatkan brand awareness, komunikasi yang baik juga dapat memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk dan layanan. Ketika konsumen merasa yakin akan kualitas dan pelayanan yang mereka terima, kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian ulang maupun merekomendasikan toko kepada orang lain akan meningkat. Hal ini penting untuk membangun loyalitas pelanggan dan memperluas basis konsumen.

3. *Who* (Siapa target komunikasinya?)

Target utama komunikasi DAVINDA WATCH GALLERY adalah konsumen berusia 25 hingga 55 tahun, baik pria maupun wanita, yang memiliki minat pada jam tangan branded premium dengan harga terjangkau. Kelompok ini merupakan segmen pasar yang cukup luas dan memiliki kemampuan ekonomi menengah ke bawah yang ingin tampil gaya tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Mereka biasanya mengutamakan kualitas dan desain produk yang sesuai dengan tren dan kebutuhan gaya hidup mereka. Selain target utama, komunikasi juga diarahkan kepada konsumen yang mencari jam tangan sebagai hadiah spesial, misalnya untuk ulang tahun, perayaan, atau momen penting lainnya. Segmen ini cenderung mencari produk dengan nilai estetika tinggi dan kemasan menarik yang dapat memberikan kesan istimewa pada penerimanya. Dengan demikian, pesan komunikasi harus dapat menjangkau kebutuhan dan preferensi beragam dari kedua segmen ini.

4. *Where* (Di mana komunikasinya dilakukan?)

Komunikasi DAVINDA WATCH GALLERY dilakukan di berbagai saluran yang mampu menjangkau target audiens secara luas dan efektif. Salah satu media utama adalah platform digital, seperti media sosial Instagram, TikTok, dan Facebook, yang menjadi sarana interaksi dan promosi produk secara visual dan interaktif. Selain itu, penggunaan WhatsApp dan Line sebagai media pesan instan memungkinkan komunikasi langsung dan personal dengan pelanggan. Selain media digital, komunikasi juga dilakukan secara

offline melalui banner promosi, spanduk, dan display produk di toko fisik. Keberadaan materi komunikasi visual yang menarik di toko fisik berfungsi sebagai penguat brand presence sekaligus mendorong minat beli secara langsung. Event-event khusus atau diskon di toko juga dimanfaatkan untuk berkomunikasi dengan pelanggan secara langsung.

5. *When* (Kapan komunikasi dilakukan?)

Strategi komunikasi DAVINDA WATCH GALLERY dilakukan secara berkelanjutan dan terjadwal agar selalu relevan dan efektif dalam menjangkau konsumen. Komunikasi rutin dilakukan melalui update konten media sosial, pengiriman katalog produk terbaru, serta informasi promo dan diskon yang sedang berlangsung. Pendekatan ini membantu menjaga keterlibatan konsumen dengan merek secara konsisten. Selain komunikasi rutin, momen tertentu seperti hari besar, perayaan nasional, atau event khusus di toko juga menjadi waktu strategis untuk mengintensifkan komunikasi promosi. DAVINDA WATCH GALLERY bisa memanfaatkan peluang untuk memberikan penawaran khusus atau paket bundling yang menarik, sehingga meningkatkan daya tarik bagi pelanggan.

6. *How* (Bagaimana cara komunikasinya?)

Komunikasi DAVINDA WATCH GALLERY dilakukan dengan pendekatan yang hangat, ramah, dan profesional agar pelanggan merasa dihargai dan nyaman berinteraksi. Secara online, komunikasi disampaikan melalui konten visual menarik seperti foto dan video produk yang berkualitas, disertai bahasa yang mudah dipahami dan interaktif. Staf juga responsif menjawab pertanyaan pelanggan melalui chat agar tercipta komunikasi dua arah yang efektif. Di toko fisik, komunikasi dilakukan secara langsung oleh staf yang terlatih untuk memberikan penjelasan produk secara detail dan membantu pelanggan memilih jam tangan sesuai kebutuhan dan selera mereka. Sikap ramah dan sabar menjadi kunci dalam membangun hubungan yang positif dengan pelanggan. Selain itu, penggunaan media visual seperti banner promosi dan display produk yang tertata rapi membantu menarik perhatian dan memperkuat pesan komunikasi. Semua media komunikasi ini dirancang untuk

memberikan pengalaman yang menyenangkan dan mengesankan, sehingga konsumen merasa puas dan loyal terhadap DAVINDA WATCH GALLERY.

4.2 Analisa Segmentasi, Targeting, Positioning

Berikut adalah uraian rinci tentang Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) dari merek DAVINDA WATCH GALLERY:

1. Segmentasi

DAVINDA WATCH GALLERY menargetkan kelompok usia yang luas, mulai dari remaja hingga dewasa, khususnya mereka yang berusia antara 25 hingga 55 tahun. Targetnya mencakup baik laki-laki maupun perempuan, yang merupakan segmen penting dalam pasar jam tangan, karena mereka memiliki minat terhadap penampilan dan aksesoris fashion. Geografis yang disasar adalah wilayah Indonesia, dengan fokus utama di daerah Tangerang Selatan. Tangerang Selatan dikenal sebagai wilayah urban dengan gaya hidup modern, di mana masyarakatnya memiliki akses terhadap produk premium dan trend fashion terbaru. Segmen psikografis mencakup individu yang ingin memiliki jam tangan branded premium, tetapi tetap mempertimbangkan harga yang terjangkau. Ini menunjukkan bahwa DAVINDA WATCH GALLERY menyasar konsumen yang memiliki aspirasi untuk tampil mewah dan elegan, namun tetap cermat dalam memilih produk yang menawarkan barang berkualitas harga yang ramah dikantong. Gaya hidup segmen ini cenderung modern, modis, dan mengutamakan kualitas dan penampilan. Dari segi perilaku, segmen pasar DAVINDA WATCH GALLERY mencakup remaja hingga dewasa yang memiliki hobi mengoleksi jam tangan. Mereka menyukai variasi koleksi jam tangan, baik dari segi desain maupun merek, dan cenderung melakukan pembelian ulang jika kualitas dan pelayanan memuaskan. Mereka juga memiliki kecenderungan untuk mencari jam tangan yang memiliki ciri khas tertentu, seperti desain yang menarik.

2. Targeting

DAVINDA WATCH GALLERY menargetkan remaja hingga dewasa, berusia 25 hingga 55 tahun, dengan kondisi ekonomi menengah ke bawah. Mereka adalah individu yang memiliki aspirasi untuk tampil modis dan elegan dengan mengenakan jam tangan branded berkualitas, namun dengan harga yang

tetap terjangkau. Target utama ini mencakup mereka yang ingin merasakan sensasi memakai jam tangan berkualitas tanpa harus mengeluarkan biaya yang sangat besar. Mereka menghargai nilai estetika dan fungsionalitas jam tangan, serta mengutamakan keaslian dan desain yang menarik. Selain konsumen utama, DAVINDA WATCH GALLERY juga menargetkan pelanggan yang membeli jam tangan sebagai hadiah. Segmen ini terdiri dari orang-orang yang mencari hadiah spesial untuk orang tersayang, seperti teman, pasangan, atau anggota keluarga. Mereka menginginkan produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki desain yang menarik.

3. Positioning

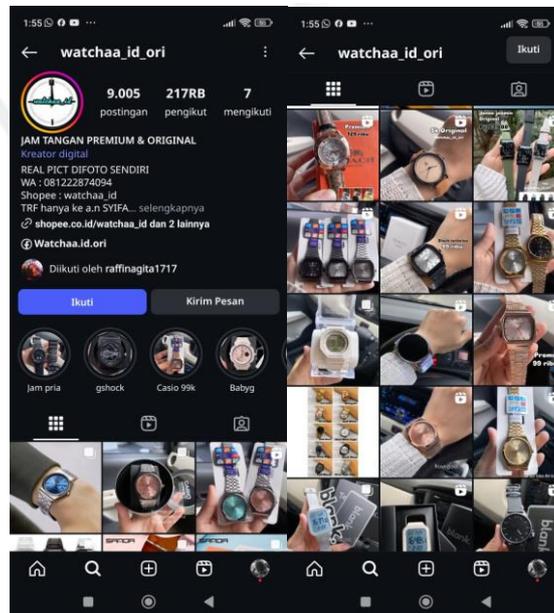
Identitas visual DAVINDA WATCH GALLERY dirancang untuk memperkuat citra merek sebagai toko jam tangan premium yang menyediakan berbagai pilihan jam tangan berkualitas tinggi. Desain logo, tipografi, palet warna, dan elemen visual lainnya akan mengomunikasikan kesan mewah, elegan, dan terpercaya, sehingga memperkuat posisi merek di benak pelanggan. Posisi yang diinginkan adalah sebagai toko jam tangan premium yang tidak hanya menawarkan satu jenis produk, melainkan koleksi dari berbagai merek ternama. Hal ini memberikan konsumen kebebasan dalam memilih jam tangan yang sesuai dengan gaya dan preferensi mereka, sekaligus memastikan kualitas tinggi dan desain yang menarik pada produk yang ditawarkan. Identitas visual yang kuat akan membantu meningkatkan daya ingat pelanggan terhadap merek, membangun citra toko yang profesional, dan menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Dengan begitu, DAVINDA WATCH GALLERY akan dikenal sebagai destinasi utama bagi pelanggan yang mencari jam tangan branded berkualitas dengan harga yang tetap terjangkau.

4.3 Analisa Pesaing

Sebagai bagian dari perancangan identitas visual DAVINDA WATCH GALLERY, dilakukan analisis terhadap pesaing yang memiliki kategori usaha serupa, yakni penjualan dan promosi jam tangan melalui platform digital. Salah satu pesaing yang dianalisis adalah akun Instagram @watchaa_id_ori yang memiliki fokus pada pemasaran jam tangan secara online.

1. Analisis bentuk

Logo @watchaa_id_ori berbentuk lingkaran menyerupai tampilan analog jam tangan. Elemen utama yang menonjol adalah visualisasi jarum jam yang menunjuk ke arah pukul 12 dan pukul 9, dengan nama akun "watchaa_id" diletakkan horizontal pada pusat lingkaran. Bentuk lingkaran ini merepresentasikan jam sebagai produk utama, serta memberikan kesan presisi dan profesionalisme.



Gambar 4. 1 Instagram watchaa_id_ori

Sumber : https://www.instagram.com/watchaa_id_ori/

2. Tipografi

Tipografi yang digunakan memiliki gaya tulisan tangan (handwritten) dengan warna biru muda dan outline hitam. Gaya ini memberikan kesan yang lebih santai, bersahabat, dan mudah didekati. Namun, pilihan gaya ini cenderung kurang mencerminkan kemewahan dan eksklusivitas yang sering diasosiasikan dengan produk jam tangan premium. Selain itu, penggunaan underscore (_) dalam tipografi menunjukkan bahwa logo diambil langsung dari identitas akun Instagram, yang memperkuat personal branding namun kurang fleksibel dalam penggunaan cetak atau media non-digital.

3. Warna

Palet warna terdiri dari kombinasi hitam, putih, dan biru muda. Warna hitam dan putih menegaskan kesan netral dan profesional, sedangkan biru muda

menambahkan sentuhan modern dan kasual. Namun demikian, warna biru muda ini memiliki keterbatasan dalam hal keterbacaan ketika diaplikasikan di latar belakang yang terang atau kompleks. Implikasi untuk DAVINDA WATCH GALLERY

4. Kesan visual

Secara keseluruhan, logo ini mencerminkan identitas brand yang bersifat modern dan komunikatif, dengan pendekatan visual yang sederhana namun langsung mengarah pada produk yang ditawarkan. Namun dari segi estetika dan branding, logo ini masih terkesan kurang premium dan eksklusif untuk pasar jam tangan mewah. Hal ini terlihat dari kombinasi tipografi kasual dan grafis jam yang relatif sederhana.

Logo @watchaa_id_ori secara visual mengambil bentuk utama lingkaran yang menyerupai wajah jam analog, lengkap dengan jarum panjang dan pendek yang mengarah ke pukul 12 dan 9. Elemen ini menciptakan asosiasi langsung terhadap produk utama yang ditawarkan, yaitu jam tangan. Penempatan teks "watchaa_id" di tengah sebagai elemen horizontal juga memperkuat fungsi jarum jam sekaligus memperkenalkan nama brand secara eksplisit.

Secara desain, pendekatan ini cukup literal dan deskriptif, di mana bentuk jam ditampilkan secara langsung tanpa eksplorasi bentuk yang lebih simbolik atau metaforis. Hal ini memberikan kelebihan berupa komunikasi yang cepat dan mudah dipahami, tetapi juga menciptakan keterbatasan dari segi estetika dan fleksibilitas visual, terutama jika brand ingin tampil lebih eksklusif atau elegan.

4.4 Analisa SWOT

Melalui pendekatan SWOT, Davinda Watch Gallery dapat mengidentifikasi potensi keunggulan yang dimiliki, berbagai kelemahan yang perlu diperbaiki, peluang yang bisa dimanfaatkan, serta ancaman yang harus diantisipasi. Hasil analisis ini diharapkan mampu menjadi dasar dalam merumuskan strategi pemasaran dan pengembangan bisnis yang tepat sasaran. Tabel berikut merupakan hasil analisis SWOT terhadap Davinda Watch Gallery:

Tabel 4. 1 Analisa Tabel SWOT

	STRENGTHS Menawarkan alternatif jam tangan branded dengan harga lebih ekonomis, menarik bagi konsumen yang ingin tampil gaya tanpa mengeluarkan biaya besar.	WEAKNESSES Status sebagai produk non-original bisa menimbulkan persepsi negatif atau keraguan terhadap keaslian dan kualitas.
OPPORTUNITIES Pengembangan digital presence, melalui media sosial, website interaktif, dan katalog online yang mendukung pengalaman belanja modern.	S-O Strategy/Analysis Gunakan harga ekonomis untuk memperkuat digital presence di media sosial dan katalog online yang menarik.	W-O Strategy/Analysis Manfaatkan website interaktif & sosial media untuk membangun citra terpercaya dan transparansi terhadap produk.
THREATS Banyak toko serupa (baik fisik maupun online) yang menawarkan produk dengan kualitas dan harga serupa.	S-T Strategy/Analysis Tonjolkan keunggulan harga dan pilihan produk melalui promosi aktif di media sosial agar tetap kompetitif.	W-T Strategy/Analysis Bangun keunikan branding dan loyalitas pelanggan dengan layanan purna jual atau garansi produk.

4.5 Moodboard

Perancangan moodboard DAVINDA WATCH GALLERY merupakan langkah krusial dalam mendefinisikan arah visual dan emosional merek, sejalan dengan tujuan untuk menciptakan kesan mewah, berkelas, dan eksklusif. Proses ini dilakukan melalui serangkaian tahapan sistematis untuk memastikan semua elemen visual mendukung identitas dan filosofi merek. Tahapan perancangan moodboard dijelaskan sebagai berikut:

1. Studi Pendahuluan dan Analisis Kebutuhan

- a. Identifikasi Tujuan Merek, Tahap awal melibatkan pemahaman mendalam mengenai visi dan misi DAVINDA WATCH GALLERY, yaitu sebagai

penyedia jam tangan premium dari merek-merek ternama dunia yang berfokus pada kualitas, ketepatan, dan keindahan.

- b. Penentuan Target Audiens, Menganalisis karakteristik demografi dan psikografi target konsumen yang cenderung menghargai kemewahan, profesionalisme, dan gaya hidup sophisticated.
- c. Analisis Pesaing, Melakukan studi terhadap brand jam tangan atau galeri sejenis untuk mengidentifikasi tren visual, kekuatan, dan kelemahan dalam penyampaian citra merek. Hal ini bertujuan untuk menciptakan moodboard yang unik dan membedakan DAVINDA WATCH GALLERY dari kompetitor.
- d. Brainstorming Konsep Kata Kunci: Mengumpulkan kata-kata kunci yang relevan dengan citra yang diinginkan, seperti "mewah," "eksklusif," "berkelas," "elegan," "presisi," "premium," "modern," "profesional," "kepercayaan," dan "keindahan." Kata kunci ini menjadi panduan dalam pencarian visual.

2. Penentuan Arah Visual dan Emosional

- a. Pemilihan Palet Warna Primer, Berdasarkan konsep kemewahan dan eksklusivitas, diputuskan untuk menggunakan kombinasi warna emas dan hitam sebagai palet utama. Emas dipilih sebagai warna aksen untuk menyimbolkan kemewahan, kepercayaan, dan keanggunan, memberikan efek visual yang memikat dan menonjolkan kualitas tinggi.
- b. Penentuan Gaya Visual, Ditentukan bahwa gaya visual harus mencerminkan citra modern, profesional, dan tetap elegan, menghindari kesan usang atau terlalu tradisional.

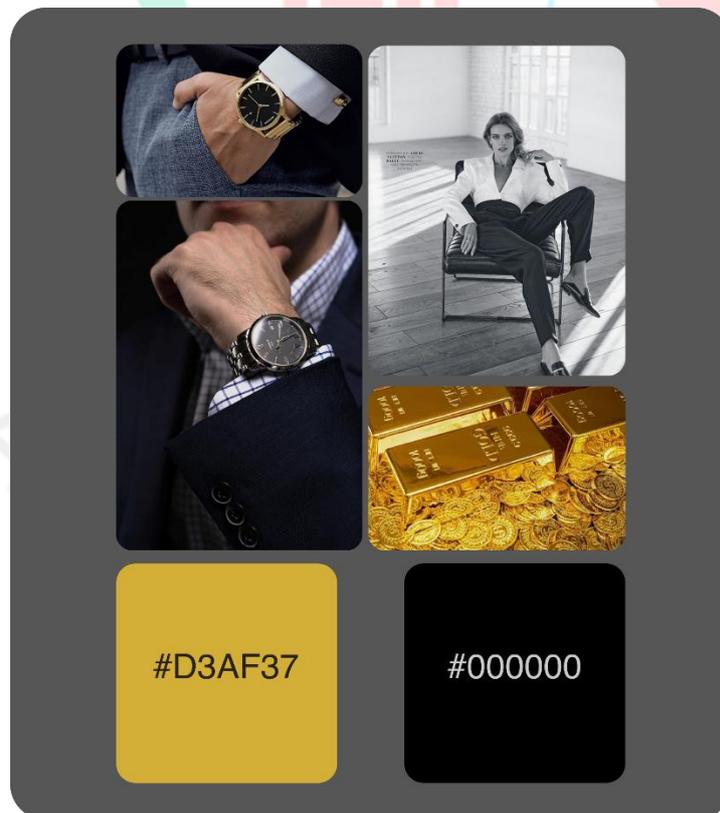
3. Pencarian dan Koleksi Elemen Visual

- a. Mengumpulkan gambar-gambar jam tangan premium dengan detail yang menonjolkan kualitas dan desain yang elegan. Gambar jam tangan berwarna emas dan perak dipilih untuk menunjukkan variasi produk yang sejalan dengan estetika kemewahan.
- b. Memasukkan gambar-gambar yang menggambarkan gaya hidup target audiens, seperti pria dengan jam tangan di pergelangan tangan (menunjukkan profesionalisme dan sophistication), serta elemen yang

secara visual mewakili kemewahan dan nilai tinggi (misalnya, tumpukan batangan emas dan koin).

4. Penyusunan dan Kurasi Moodboard

- a. Gambar-gambar yang telah dikumpulkan kemudian disusun secara visual dalam sebuah layout yang kohesif. Penempatan elemen dilakukan sedemikian rupa sehingga menciptakan narasi visual yang harmonis dan mendukung pesan merek secara keseluruhan.
- b. Memastikan adanya keseimbangan antara elemen produk, elemen gaya hidup, dan blok warna, sehingga moodboard tidak terkesan didominasi oleh satu jenis gambar saja.
- c. Setelah penyusunan awal, moodboard dievaluasi untuk memastikan bahwa semua elemen secara efektif mengkomunikasikan kesan mewah, berkelas, dan eksklusif yang diinginkan. Penyesuaian dilakukan hingga moodboard benar-benar memancarkan suasana yang relevan dan membangkitkan perasaan kepercayaan serta rasa bangga bagi konsumen.



Gambar 4. 2 Moodboard DAVINDA WATCH GALLERY

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

Pada moodboard ini ada dua warna yang digunakan, seperti berikut:

1. Emas

Warna aksen yang menyimbolkan kemewahan, kepercayaan, dan keanggunan. Emas memberikan efek visual yang memikat dan menonjolkan kualitas tinggi dari produk yang ditawarkan. Kombinasi hitam dan emas menegaskan citra premium dan elegan.

2. Hitam

Warna dasar yang memberikan kesan misterius, kuat, dan eksklusif. Dalam konteks ini, hitam menciptakan latar belakang yang dramatis, membuat elemen lainnya khususnya warna emas tampil lebih menonjol dan mewah.

Melalui tahapan-tahapan ini, moodboard DAVINDA WATCH GALLERY berhasil dirancang untuk memancarkan suasana mewah, eksklusif, dan elegan, yang membangkitkan perasaan kepercayaan dan rasa bangga bagi konsumen. Kombinasi warna emas dan hitam menekankan citra brand yang tidak hanya menjual jam tangan premium, tetapi juga gaya hidup yang sophisticated, profesional, dan penuh keanggunan.

4.6 Identitas Utama Brand

4.6.1 Visi dan Misi

Konteks DAVINDA WATCH GALLERY, visi dan misi tidak hanya berfungsi sebagai panduan internal bagi seluruh aktivitas perusahaan, tetapi juga sebagai pesan yang disampaikan kepada konsumen dan pemangku kepentingan lainnya. Visi yang jelas dan misi yang terarah akan membantu DAVINDA WATCH GALLERY membangun identitas yang kuat serta mempertahankan komitmen dalam menyediakan jam tangan berkualitas premium dengan harga yang terjangkau.

A. Visi

1. Menjadi toko terpercaya yang mengembangkan hobi koleksi jam tangan menjadi gaya hidup, investasi, dan toko yang dikenal bagi pecinta jam tangan di tangerang selatan.
2. Menjadi toko jam tangan premium yang terpercaya dan memiliki koleksi eksklusif berkualitas tinggi.

3. Menjadi toko jam tangan lokal yang mampu bersaing secara profesional dalam industri jam tangan nasional.

B. Misi

1. Menjadikan bisnis jam tangan sebagai pilihan utama dengan menyediakan produk jam tangan premium berkualitas yang dapat dibeli dengan harga terjangkau untuk semua kalangan.
2. Menawarkan koleksi jam tangan premium berkualitas dari berbagai merek terkemuka yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup para konsumen.
3. Memberikan pelayanan setelah pembelian yang cepat, ramah, dan bisa diandalkan agar pelanggan merasa puas dan nyaman.

4.6.2 Value & Personality Branding

Membangun citra merek yang kuat, DAVINDA WATCH GALLERY mengedepankan nilai-nilai utama dan kepribadian *brand* (value & personality branding) yang selaras dengan filosofi dan karakteristik target pasar. Value & personality branding ini dirancang untuk memperkuat ikatan emosional dengan konsumen, serta membedakan merek dari kompetitor di segmen jam tangan premium.

Adapun nilai utama (value) yang diusung oleh DAVINDA WATCH GALLERY meliputi:

1. Kualitas

Kami berkomitmen menghadirkan jam tangan premium dengan standar kualitas tertinggi, memadukan koleksi dengan desain yang elegan dan kekinian.

2. Integritas

Kepercayaan adalah landasan kami. Kami menjunjung tinggi kejujuran dan transparansi dalam setiap aspek bisnis, mulai dari produk hingga layanan.

3. Kepuasan pelanggan

Kebahagiaan pelanggan adalah prioritas utama. Kami memastikan setiap pengalaman berbelanja terasa istimewa dengan layanan yang ramah, responsif, dan penuh perhatian.

4. Professionalisme

Kami bekerja dengan dedikasi, keahlian, dan sikap profesional untuk memberikan layanan terbaik, baik online maupun offline, guna menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Kepribadian DAVINDA WATCH GALLERY tercermin dari karakteristik jam tangan yang ditawarkan, menonjolkan kualitas premium, eksklusivitas, dan keanggunan yang menjadi daya tarik bagi konsumen::

1. Kualitas

Menyediakan jam tangan dari berbagai merek ternama yang dikenal memiliki standar tinggi, memastikan konsumen memperoleh produk yang memuaskan baik dari segi performa maupun estetika.

2. Eksklusif

Menawarkan pilihan produk yang tidak hanya premium, tetapi juga memiliki kesan eksklusif, membuat setiap pelanggan merasa istimewa dengan koleksi mereka.

3. Elegan

Menyajikan jam tangan dengan desain yang menawan dan anggun, selaras dengan gaya hidup modern yang mengedepankan penampilan berkelas dan percaya diri.

Kombinasi nilai dan kepribadian brand ini memperkuat citra DAVINDA WATCH GALLERY sebagai penyedia jam tangan dari berbagai merek ternama dunia, yang menghadirkan pengalaman berbelanja premium dengan sentuhan kualitas tinggi, eksklusivitas, dan elegan.

4.6.3 Positioning Brand & Promise

DAVINDA WATCH GALLERY memposisikan diri sebagai destinasi utama bagi para pecinta jam tangan premium dari berbagai merek ternama dunia. Brand ini berfokus pada penyediaan koleksi jam tangan dengan kualitas tinggi dan desain eksklusif yang mewakili gaya hidup elegan dan modern. Melalui penawaran produk

yang beragam namun terkurasi dengan ketat, DAVINDA WATCH GALLERY membangun citra sebagai toko jam tangan terpercaya yang memberikan nilai lebih dari segi kualitas, keindahan, dan pengalaman berbelanja.

Sebagai janji kepada konsumen, DAVINDA WATCH GALLERY berkomitmen untuk:

“DAVINDA WATCH GALLERY berkomitmen untuk menjadi destinasi utama pecinta jam tangan premium dengan koleksi eksklusif, berkualitas tinggi, dan penuh gaya. Kami menjanjikan pengalaman berbelanja yang elegan dan memuaskan, didukung oleh layanan profesional yang membuat setiap pelanggan merasa istimewa.”

4.6.4 Focus Brand (Penamaan Brand)

DAVINDA WATCH GALLERY dipilih sebagai nama utama brand untuk mewakili identitas dan konsep yang ingin disampaikan kepada konsumen. Penamaan ini memiliki makna mendalam yang dikaitkan dengan filosofi brand.

1. DAVINDA

“DAVINDA” merupakan nama yang terbentuk dari gabungan tiga nama pemilik toko, yang mengandung makna kekeluargaan, kerja sama, dan semangat untuk mengembangkan usaha. Gabungan nama ini memberikan kesan yang personal dan unik, menjadikannya mudah diingat dan memiliki keterikatan emosional yang kuat. Selain itu, DAVINDA terdengar modern dan elegan, sesuai dengan citra premium dan eksklusif yang ingin ditampilkan oleh *brand*.

2. WATCH GALLERY

“WATCH GALLERY” menegaskan fokus bisnis sebagai penyedia dan tempat koleksi jam tangan berkualitas tinggi dari berbagai merek terkenal dunia. Istilah “gallery” juga menambahkan nuansa eksklusif, seolah setiap jam tangan yang ditawarkan merupakan koleksi pilihan yang dipilih dengan teliti untuk memenuhi selera pelanggan.

Dengan penamaan DAVINDA WATCH GALLERY, *brand* ini memperkuat identitas sebagai toko jam tangan premium yang mengutamakan kepercayaan,

kualitas, dan elegan, sekaligus mengedepankan nilai kekeluargaan dari para pemilik usaha yang menjadi fondasi *brand* ini.

4.6.5 Making Brand Name & Alternative

Nama ini memadukan kata “DAVINDA”, yang terdengar elegan dan berkelas, dengan “WATCH GALLERY”, yang memberikan kesan sebagai ruang eksklusif yang memamerkan koleksi jam tangan mewah. Kata "Gallery" menciptakan citra tempat seni, seolah-olah setiap jam tangan bukan hanya alat penunjuk waktu, tetapi juga karya seni yang dipilih dengan teliti. Nama ini menunjukkan bahwa DAVINDA bukan sekadar merek jam tangan biasa, tetapi sebuah koleksi yang dipilih dengan teliti untuk gaya hidup yang elegan dan penuh gaya.

Berikut adalah beberapa alternatif nama merek yang diajukan untuk brand DAVINDA, yang masing-masing disertai dengan penjelasan mengenai makna, filosofi, dan alasan pemilihannya:

1. DAVINDA TIMEPIECE

Nama ini menggunakan kata “*Timepieces*”, yang terdengar lebih halus dan klasik dibandingkan “*Watches*”. Istilah ini sering digunakan untuk merujuk pada jam tangan berkualitas tinggi yang dibuat dengan keahlian seni. Penggunaan nama ini akan memperkuat kesan bahwa setiap produk dari DAVINDA adalah karya seni yang memiliki makna dan keabadian.

2. DAVINDA CHRONOS

“*Chronos*” adalah dewa waktu dalam mitologi Yunani, yang juga menjadi akar kata “*chronology*” atau “*chronometer*”. Nama ini memberikan nuansa filosofis, eksklusif, dan artistik, seolah setiap jam tangan DAVINDA bukan hanya sekadar alat praktis, tetapi juga refleksi pemikiran tentang waktu dan kehidupan. Sangat cocok untuk brand yang ingin menonjolkan dimensi seni dan spiritual dalam produknya.

3. DAVINDA COLLECTION

Nama ini memadukan keanggunan kata “DAVINDA” dengan kata “*COLLECTION*” yang menekankan sifat kurasi dan seleksi dari produk

jam tangan yang ditawarkan. "*Collection*" menciptakan citra bahwa setiap produk dalam *brand* ini adalah bagian dari rangkaian karya seni yang disusun secara khusus. Nama ini memberi nuansa eksklusif dan canggih, menegaskan bahwa DAVINDA bukan hanya sebuah merek, tetapi juga penyedia koleksi jam tangan mewah yang bercerita.

4.7 Konsep Kreatif

Konsep kreatif DAVINDA WATCH GALLERY dirancang untuk mencerminkan filosofi, keunikan, dan daya tarik *brand* secara keseluruhan. Kreativitas visual dan verbal yang digunakan didasarkan pada latar belakang, visi-misi perusahaan, tujuan, yang dijadikan sebuah kata di *valuable words* yang menjadi dasar pengembangan identitas merek.



Gambar 4. 3 Mind Mapping Valuable Words DAVINDA WATCH GALLERY

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

4.8 Konsep Visual

a. Logo

Konsep perancangan gaya logo Davinda Watch Gallery didasarkan pada hasil wawancara serta analisis data yang telah dilakukan sebelumnya. Filosofi dari logo ini ditentukan melalui empat kata kunci utama, yaitu jam tangan, eksklusif, kualitas, dan elegan. Keempat kata kunci tersebut kemudian divisualisasikan ke dalam bentuk ikon atau simbol visual yang telah dianalisis sebagai berikut:

DAVINDA WATCH GALLERY							
Jam Tangan		Eksklusif		Kualitas		Elegan	
Icon	Simbol	Icon	Simbol	Icon	Simbol	Icon	Simbol

Gambar 4. 4 Eksplorasi icon

Sumber : Dokumentasi pribadi (2025)

Perancangan identitas visual bertujuan membentuk citra merek melalui pendekatan visual yang mencerminkan nilai eksklusivitas, kesan elegan, dan kualitas tinggi. Pendekatan perancangan berfokus pada penggunaan tipografi bergaya elegan namun modern, penerapan simbol visual yang kuat, serta pemilihan warna yang mewakili elegan dan juga dengan karakter premium. Setiap elemen visual dikembangkan berdasarkan rumusan kata kunci hasil analisis terhadap latar belakang perusahaan, visi, misi, tujuan, dan nilai merek yang telah ditetapkan. Konsep visual dibangun untuk memperkuat persepsi audiens terhadap identitas merek secara konsisten dan menyeluruh.

b. Tagline

Davinda Watch Gallery memiliki tagline sebagai media komunikasi yang merepresentasikan nilai brand, yaitu “Exclusive Collection of Quality and Elegant Timepieces”. Tagline ini mencerminkan komitmen Davinda Watch Gallery dalam menghadirkan koleksi jam tangan eksklusif dengan kualitas tinggi dan dengan koleksi yang elegan, serta memperkuat citra merek sebagai simbol gaya hidup berkelas.

c. Warna

Warna utama yang digunakan dalam perancangan identitas visual Davinda Watch Gallery adalah warna emas. Penggunaan warna ini memiliki makna psikologis yang sejalan dengan kata kunci utama yang telah ditentukan, yaitu jam tangan,

eksklusif, kualitas, dan elegan. Warna emas merepresentasikan kemewahan, prestise, serta kesan premium yang ingin ditampilkan oleh merek ini.

4.9 Tone and Manner

Tone and manner merupakan aspek penting dalam komunikasi merek yang mencerminkan kepribadian dan karakter *brand* dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Pada DAVINDA WATCH GALLERY, tone and manner dirancang untuk menyesuaikan dengan positioning sebagai merek jam tangan premium yang elegan dan berkelas.

4.9.1 Tone

DAVINDA WATCH GALLERY mengusung nada yang eksklusif, berkualitas, dan elegan. Nada ini bertujuan untuk menampilkan kesan premium dan mewah, sekaligus mencerminkan komitmen merek terhadap kualitas tinggi. Merek ingin memberikan pengalaman yang istimewa dan bernilai bagi konsumen, sehingga komunikasi terasa berkelas namun tetap hangat dan mengundang kedekatan emosional.

4.9.2 Manner

Cara mengekspresikan nada tersebut diwujudkan melalui pilihan visual yang konsisten dan khas, yaitu:

1. Warna

Menggunakan warna emas untuk menciptakan Kesan elegan, mewah, eksklusif, dan timeless.

2. Tipografi

Menggunakan font Alatsi yang terlihat elegan dan modern untuk tulisan “DAVINDA”, dan font Montserrat yang sederhana dan modern untuk tulisan “WATCH GALLERY”, sehingga tampilannya terasa seimbang antara gaya lama yang berkelas dan gaya baru yang kekinian.

3. Ilustrasi dan elemen visual

Menggunakan supergrafis yang diambil dari bentuk logo, seperti garis jarum jam, yang memberikan kesan dinamis dan artistik tanpa mengurangi kesan eksklusif.

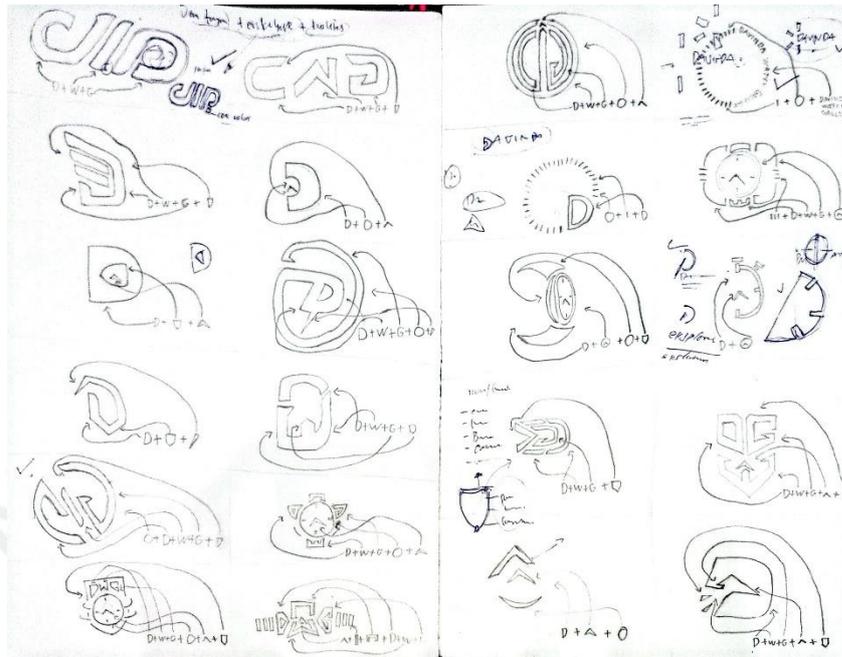
4. Gaya komunikasi visual

Komunikasi visual dibuat jelas, terstruktur, dan rapi dengan penggunaan ruang putih yang proporsional, sehingga keseluruhan desain terasa elegan, profesional, dan mudah diterima oleh target audiens.

4.10 Making Brand Mark Process

4.10.1 Sketsa Logo

Dalam proses pembuatan logo DAVINDA WATCH GALLERY, penulis melakukan serangkaian eksplorasi kreatif dengan membuat beberapa sketsa awal. Sketsa-sketsa ini berfungsi sebagai media untuk mengeksplorasi berbagai bentuk, konsep, dan ide visual yang potensial, guna menghasilkan desain logo yang paling representatif dan sesuai dengan identitas merek. Tahap eksplorasi ini sangat penting untuk menguji berbagai kemungkinan bentuk dan elemen desain yang dapat memperkuat pesan serta karakter dari DAVINDA WATCH GALLERY. Melalui proses ini, penulis dapat memilih dan mengembangkan konsep logo yang tidak hanya estetis tetapi juga mampu menggambarkan nilai dan positioning toko jam tangan tersebut secara efektif. Dengan pendekatan eksploratif melalui sketsa, proses perancangan logo menjadi lebih terarah dan kreatif, sehingga hasil akhirnya diharapkan dapat memberikan identitas visual yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen.

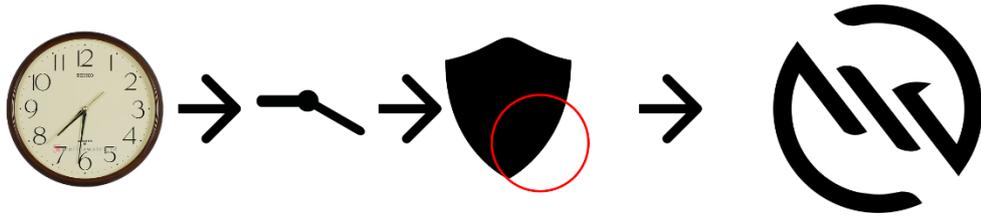


Gambar 4.5 Eksplorasi bentuk logo
 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

Dari beberapa eksplorasi yang telah dibuat, dipilih beberapa logo yang dinilai paling sesuai untuk dilanjutkan ke tahap digitalisasi. Proses eksplorasi ini dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti filosofi merek, keunikan desain, estetika visual, dan kemampuan logo untuk mewakili identitas brand DAVINDA WATCH GALLERY secara menyeluruh. Setiap alternatif logo dievaluasi berdasarkan kesesuaian elemen grafis yang di mulai dari bentuk, komposisi, hingga warna dengan kata kunci yang telah dirumuskan sebelumnya, seperti kualitas, eksklusif, dan elegan.

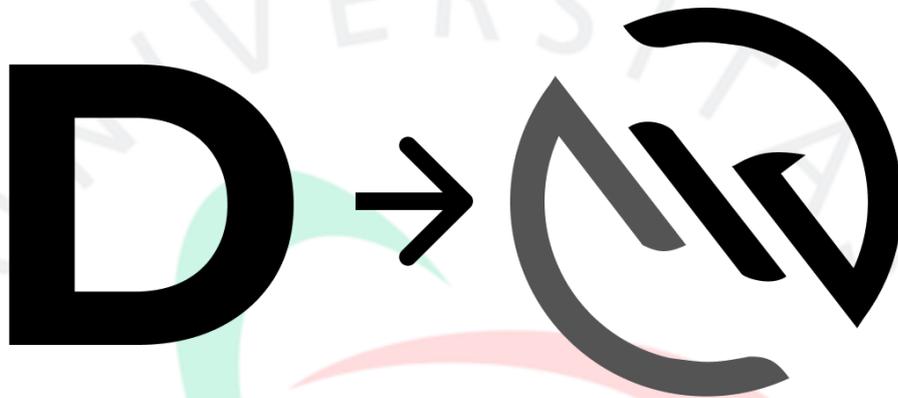


Gambar 4.6 Hasil digital eksplorasi bentuk logo
 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)



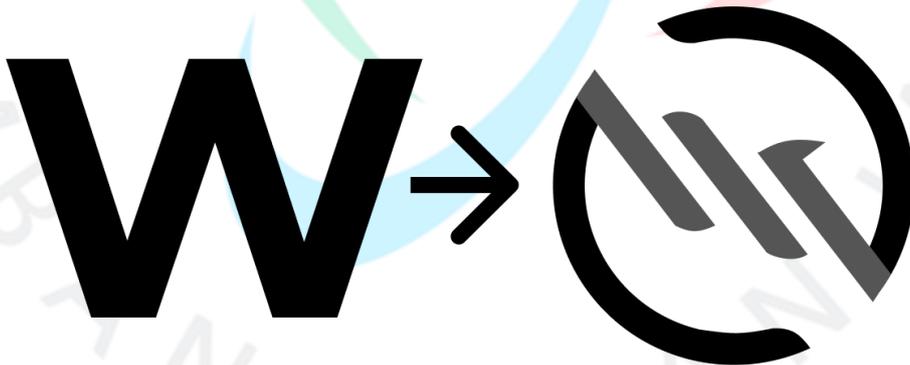
Gambar 4. 7 Makna logo DAVINDA WATCH GALLERY

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)



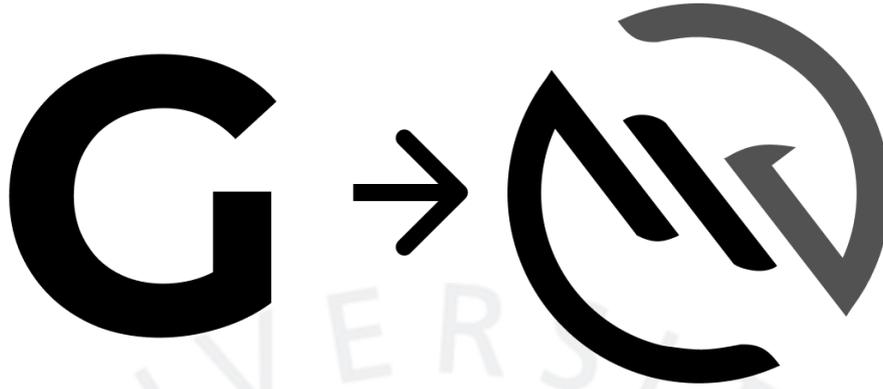
Gambar 4. 8 Huruf D pada logo DAVINDA WATCH GALLERY

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 4. 9 Huruf W pada logo DAVINDA WATCH GALLERY

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 4. 10 Huruf G pada logo DAVINDA WATCH GALLERY

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

Dari keempat alternatif logo yang telah dieksplorasi, akhirnya dipilih satu logo yang dinilai paling mewakili identitas dan filosofi merek untuk dijadikan logo final atau logo tetap. Pemilihan ini dilakukan berdasarkan penilaian mendalam terhadap kemampuan logo dalam merepresentasikan kata kunci utama seperti kualitas tinggi, eksklusivitas, dan elegan, yang menjadi ciri khas DAVINDA WATCH GALLERY. Selain itu, logo terpilih memiliki daya tarik visual yang kuat, bentuk yang harmonis, dan fleksibilitas penggunaan yang baik di berbagai media dan ukuran.

4.10.2 Warna

Logo DAVINDA WATCH GALLERY dirancang untuk memancarkan kesan mewah, eksklusif, dan profesional dengan pemilihan warna yang elegan. Warna emas dan putih dipilih untuk memberikan identitas visual yang kuat dan berkelas.

1. Logogram

Bagian logogram menampilkan bentuk geometris elegan yang menggambarkan filosofi merek, terinspirasi dari jam tangan dengan lingkaran yang menggambarkan keabadian waktu dan ketepatan. Warna emas digunakan untuk logogram ini, menonjolkan kesan kemewahan, prestise, dan eksklusivitas. Emas melambangkan kejayaan, nilai premium, dan elegan yang menjadi ciri khas jam tangan

mewah. Efek logam kilau emas juga memberi kesan visual yang mewah dan memikat perhatian.

2. Logotype

Warna putih dipilih untuk logotype ini, menciptakan kontras yang jelas dan menonjolkan kejelasan serta keterbacaan. Putih menggambarkan kekuatan, kepercayaan, dan kestabilan, yang mendukung citra merek sebagai penyedia jam tangan berkualitas premium.

4.10.3 Tipografi

Tipografi menjadi elemen penting dalam membentuk identitas visual DAVINDA WATCH GALLERY. Pemilihan jenis huruf yang tepat akan memperkuat kesan mewah, profesional, dan mudah dikenali.

1. Alatsi

Tulisan "DAVINDA" menggunakan font Alatsi, yaitu jenis huruf Sans-serif modern yang memancarkan nuansa modern, timeless, namun tetap elegan. Bentuk hurufnya menampilkan garis tegas dengan detail serif halus yang memberikan kesan keanggunan dan kekokohan.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()_ - += {[]}\|:;'"<, > .?/

Gambar 4. 11 Font Alatsi

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

2. Montserrat

Tulisan "WATCH GALLERY" menggunakan font Montserrat, jenis sans-serif yang dikenal dengan gaya bersih, modern, dan mudah dibaca. Font ini juga digunakan pada desain tertentu.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()_ - += {[]}\|:;'"<, > .?/

Gambar 4. 12 Font Montserrat

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

4.10.4 Fix Logo

Setelah melalui proses eksplorasi dan pengembangan ide melalui berbagai sketsa, penulis akhirnya memutuskan desain logo final untuk DAVINDA WATCH GALLERY. Logo final ini dipilih karena dinilai mampu merepresentasikan identitas merek dengan baik, baik dari segi bentuk visual maupun makna yang terkandung di dalamnya. Logo final DAVINDA WATCH GALLERY dirancang dengan mempertimbangkan keunikan dan daya tarik visual, sehingga dapat dengan mudah dikenali dan diingat oleh konsumen. Desain ini juga memadukan elemen-elemen yang mendukung citra merek sebagai penyedia jam tangan premium dengan harga terjangkau, menekankan kualitas, kepercayaan, dan gaya yang elegan. Tahap penyempurnaan logo ini memastikan bahwa seluruh elemen visual, termasuk komposisi, tipografi, dan simbol yang digunakan, telah selaras dan siap digunakan sebagai representasi identitas visual resmi DAVINDA WATCH GALLERY dalam berbagai media komunikasi.



DAVINDA
WATCH GALLERY

Gambar 4. 13 Konfigurasi logo pertama

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)



DAVINDA
WATCH GALLERY

Gambar 4. 14 Konfigurasi logo kedua

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

DAVINDA WATCH GALLERY

Gambar 4. 15 Konfigurasi logo ketiga

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

Dalam penyusunan logo, terdapat tiga konfigurasi utama. Konfigurasi pertama berfungsi sebagai logo utama untuk keperluan utama dalam berbagai aplikasi. Konfigurasi kedua merupakan alternatif yang digunakan untuk mendukung penerapan logo di berbagai media. Sementara itu, konfigurasi ketiga dirancang khusus sebagai opsi alternatif untuk diaplikasikan pada media seperti stiker mobil, booth pameran, dan signage.

4.11 Filosofi Logo

Logo DAVINDA WATCH GALLERY terinspirasi dari bentuk dasar lingkaran melambangkan jam tangan, simbol keabadian waktu dan kesempurnaan. Dua setengah lingkaran di dalamnya membentuk huruf "D" (Davinda) dan "G" (Gallery), menandakan dinamika, inovasi, dan ruang eksklusif untuk koleksi jam tangan premium. Garis lurus di tengah menyerupai jarum jam, mewakili ketepatan, keandalan, dan komitmen akan kualitas. Sementara tiga garis di tengah berbentuk huruf "W" melambangkan kata (Watch) dan mewakili tiga anak pemilik toko, sebagai simbol semangat dan dedikasi keluarga dalam mengembangkan merek. Keseluruhan desain logo ini menyatukan elemen-elemen elegan yang mewakili kualitas, eksklusif, dan elegan, sekaligus menegaskan filosofi DAVINDA WATCH GALLERY sebagai merek jam tangan premium yang berkelas.

4.12 Deskriptor dan Brand Fix

4.12.1 Deskriptor brand

Deskriptor merupakan penjelasan singkat yang menggambarkan inti dari identitas merek serta nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada konsumen.

Deskriptor berfungsi sebagai identitas verbal yang melekat pada nama brand dan menjadi dasar dalam membangun komunikasi merek secara konsisten.

Untuk brand DAVINDA WATCH GALLERY, deskriptor yang digunakan adalah:

1. Logo

Logo DAVINDA WATCH GALLERY terinspirasi dari bentuk dasar lingkaran yang melambangkan jam tangan simbol keabadian waktu, kesempurnaan, dan kesinambungan. Di dalam lingkaran tersebut terdapat dua setengah lingkaran yang membentuk huruf “D” (Davinda) dan “G” (Gallery), menandakan dinamika, inovasi, dan ruang eksklusif untuk koleksi jam tangan premium. Garis lurus di tengah menyerupai jarum jam, merepresentasikan ketepatan, keandalan, dan komitmen akan kualitas tinggi yang menjadi ciri khas brand. Selain itu, tiga garis di tengah yang membentuk huruf “W” melambangkan kata “Watch” dan juga mewakili tiga anak pemilik toko, sebagai simbol semangat, dedikasi, dan kebersamaan keluarga dalam mengembangkan merek.

2. Warna

Skema warna yang digunakan adalah warna emas. Warna emas sering dikaitkan dengan kemewahan, kejayaan, dan kekayaan. Dalam dunia desain, warna ini mampu menciptakan kesan megah dan eksklusif (Kartorejo, 2025). Warna ini dipilih untuk memperkuat citra *brand* sebagai penyedia jam tangan premium yang berkualitas tinggi.

3. Tipografi

Pemilihan tipografi memadukan dua karakteristik yang saling melengkapi. Kata “DAVINDA” ditulis dengan font Alatsi yang memberikan kesan elegan, Modern, dan mewah. Sedangkan “WATCH GALLERY” ditulis menggunakan font Mntserrat yang bersifat modern, bersih, dan profesional.

4.12.2 Brand Fix

Brand Fix adalah bentuk resmi dari identitas merek yang digunakan secara konsisten dalam seluruh aspek komunikasi visual dan verbal. Hal ini bertujuan untuk menjaga keseragaman dan memperkuat citra brand di mata konsumen.

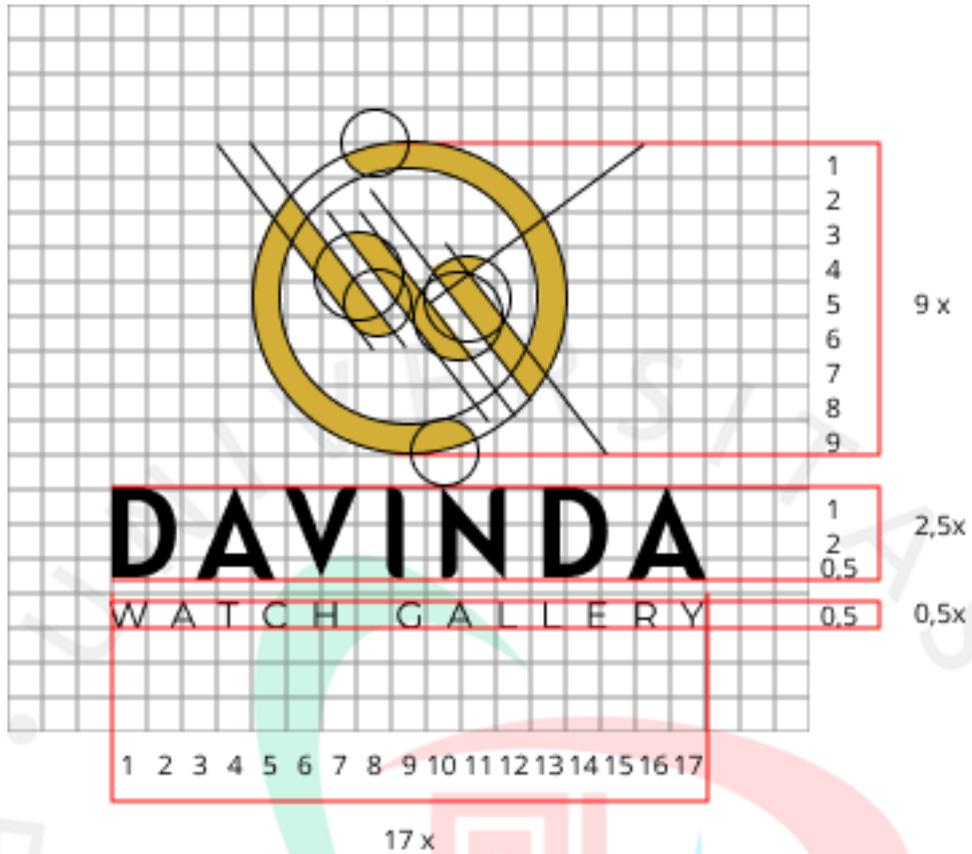
Berikut adalah Brand Fix untuk DAVINDA WATCH GALLERY:

Tabel 4. 2 Brand fix DAVINDA WATCH GALLERY

Elemen	Keterangan
Nama Brand (Fix)	DAVINDA WATCH GALLERY
Gaya Penulisan	Huruf kapital untuk menunjukkan kesan profesional dan elegan
Tipografi Utama	“DAVINDA” menggunakan font Addington CF (elegan dan mewah) “WATCH GALLERY” menggunakan font Helvetica (modern dan minimalis)
Tagline	“Exclusive Collection of Quality and Elegant Timepieces.”
Warna utama	Menggunakan warna emas dan hitam untuk menciptakan kesan mewah, eksklusif, dan timeless.
Voice & Tone	Berkualitas, eksklusif, dan elegan.
Logo style	Kombinasi bentuk jam, inisial DAVINDA WATCH GALLERY yaitu DWG, dan bentuk jarum jam.

4.13 Tata Letak dan Aplikasi

Tata letak dan aplikasi identitas visual DAVINDA WATCH GALLERY dirancang dengan mempertimbangkan konsistensi, estetika, dan kemudahan adaptasi di berbagai media. Tata letak ini menonjolkan konfigurasi logo, warna, dan tipografi khas brand yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga mampu menciptakan citra yang profesional dan mudah dikenali oleh konsumen.

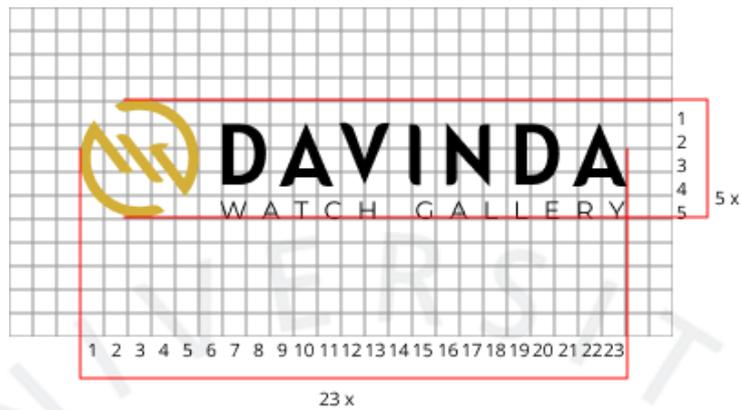


Gambar 4. 16 Grid logo vertical
 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 4. 17 White space logo vertical

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 4. 18 Grid logo horizontal

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 4. 19 White space logo horizontal

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

4.14 Konsep Verbal

4.14.1 Tagline/Slogan

DAVINDA WATCH GALLERY, slogan berperan sebagai cerminan dari karakter dan positioning toko jam tangan ini, yakni sebagai penyedia jam tangan premium dengan harga terjangkau. Slogan yang dirancang secara strategis akan membantu merek ini untuk lebih dikenal dan diingat oleh konsumen, serta membedakannya dari kompetitor di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, pemilihan dan perumusan slogan yang tepat menjadi bagian krusial dalam

strategi branding DAVINDA WATCH GALLERY, guna mendukung tujuan pemasaran dan meningkatkan daya tarik merek di mata konsumen.

Slogan pada DAVINDA WATCH GALLERY dibuat dengan empat valuable words yang telah dicari oleh penulis, keempat kata tersebut terdiri dari (Jam tangan, Eksklusif, Kualitas, dan Elegan), dari keempat tersebut dikombinasikan menjadi sebuah kalimat yang disebut dengan slogan. Slogan tersebut berbunyi “Exclusive Collection of Quality and Elegant Timepieces.” yang memiliki arti “Koleksi Eksklusif Arloji yang Berkualitas dan Elegan”.

4.14.2 **Headline, Sub Headline, dan Bodycopy**

Konsep verbal yang ingin diungkapkan mencakup elemen tipografi yang terdiri dari *headline*, *subheadline*, dan *body text*. Pesan utama yang ingin disampaikan melalui elemen-elemen ini akan mencerminkan makna dan citra yang diusung oleh *brand*.

1. **Headline:** *Discover the Art of Timeless Elegance*
2. **Subheadline:** Koleksi jam tangan premium yang memadukan kualitas, elegan, dan gaya hidup berkelas.
3. **Body text:** Di Davinda Watch Gallery, setiap jam tangan bukan sekadar penunjuk waktu, melainkan simbol kepercayaan, prestise, dan gaya hidup premium. Kami menawarkan berbagai koleksi jam tangan dari merek ternama dunia dengan kualitas tinggi dan desain elegan. Dari pilihan untuk gaya profesional hingga tampilan kasual berkelas, koleksi kami hadir untuk menyempurnakan momen berharga Anda. Temukan koleksi istimewa, wujudkan gaya hidup berkelas, hanya di Davinda Watch Gallery.

4.14.3 **Tipografi/Jenis Huruf**

DAVINDA WATCH GALLERY memadukan dua jenis huruf utama untuk menciptakan identitas visual yang kuat dan mudah dikenali:

1. **Alatsi**

Font untuk “DAVINDA” Menggunakan Alatsi, sebuah font Sans-serif yang elegan dan modern namun tetap mewah. Font ini dipilih

untuk memberikan kesan keanggunan dan kepercayaan diri yang memancarkan kualitas premium.

2. Montserrat

Font untuk “WATCH GALLERY”, dan “Exclusive Collection of Quality and Elegant Timepieces.” Menggunakan Montserrat, sebuah font sans-serif yang bersih, modern, dan mudah dibaca. Penggunaan Montserrat menciptakan kesan profesional, sederhana, dan seimbang dengan gaya klasik pada tulisan “DAVINDA”.

Kombinasi kedua font ini menyeimbangkan gaya visual antara klasik dan modern, sekaligus memperkuat citra merek sebagai penyedia jam tangan premium yang berkualitas dan berkelas.

4.15 Konsep Perancangan(Layout & Komposisi)

Konsep perancangan identitas visual DAVINDA WATCH GALLERY dirancang dengan prinsip keseimbangan visual, keterbacaan yang baik, serta kesan mewah dan elegan yang mencerminkan filosofi merek sebagai penyedia jam tangan premium berkualitas tinggi.

4.15.1 Layout

Layout dirancang dengan pendekatan sederhana (simplicity) dan jelas (clarity), dengan penataan elemen visual yang terstruktur agar memudahkan audiens dalam memahami pesan yang disampaikan.

1. Penggunaan ruang putih (*white space*)

Dilakukan secara proporsional untuk menciptakan kesan elegan dan profesional, serta menonjolkan elemen utama seperti logo, tipografi, dan gambar produk.

2. Hierarki visual

Disusun dengan menempatkan logo sebagai elemen dominan di layout, diikuti dengan tipografi brand, tagline, dan supergrafis sebagai elemen ilustratif pendukung.

3. Grid system

Digunakan secara konsisten untuk menjaga keteraturan penempatan elemen visual baik pada media cetak maupun digital.

4.15.2 Komposisi

Komposisi keseluruhan didasarkan pada prinsip simetri dan keseimbangan proporsi yang memberikan kesan stabil, terstruktur, dan selaras dengan nilai-nilai presisi dan keandalan *brand*.

1. Logo

Logo ditempatkan di bagian atas atau tengah layout sebagai identitas utama merek.

2. Tipografi

Tipografi disusun dengan gaya sejajar dan konsisten, memadukan font Alatsi pada tulisan “DAVINDA” yang menonjolkan kesan elegan dan mewah, dengan font Montserrat pada “WATCH GALLERY” yang menciptakan kesan modern dan profesional.

3. Supergrafis

Supergrafis digunakan sebagai elemen visual pendukung yang memperkuat karakter brand. Supergrafis ini terinspirasi dari bentuk logo seperti garis jarum jam dan arti nama DAVINDA, yang diolah secara grafis untuk menambahkan dinamika visual. Supergrafis ini diaplikasikan pada latar belakang atau sebagai aksen visual dalam media komunikasi *brand* untuk menciptakan nuansa elegan dan artistik.

4. Skema warna

Skema warna yang digunakan adalah emas dan hitam yang disusun secara harmonis untuk menambah kesan mewah dan memperkuat identitas premium brand.

4.16 Penerapan Desain(Final Artwork)

4.16.1 Graphic Standard Manual (GSM)



Gambar 4. 20 Cover GSM DAVINDA WATCH GALLERY

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 4. 21 Table of Content GSM DAVINDA WATCH GALLERY

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)



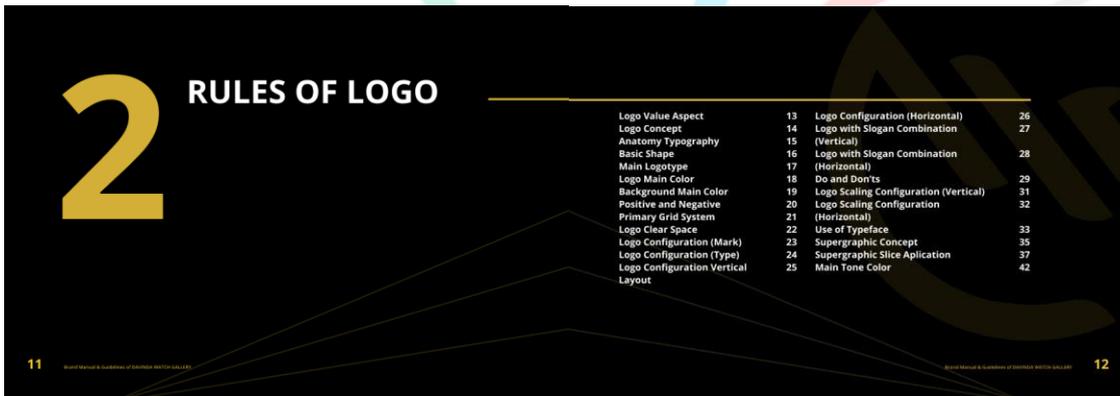
Gambar 4. 22 Brand identity & design strategy

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 4. 23 Vission, Mission, Goals & Core Value

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 4. 24 Rules of Logo

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 4. 25 Logo Value Aspect & Logo Concept

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

4.16.1.1 Kop Surat



Gambar 4. 26 Desain Kop surat

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

4.16.1.2 Amplop



Gambar 4. 27 Desain amplop
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

4.16.1.3 Kartu nama



Gambar 4. 28 Desain kartu nama
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

4.16.1.4 File folder



Gambar 4. 29 Desain file folder
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

4.16.1.5 Invoice



Invoice to:

Brittany E. Phelps
Grace Park, Riverflow St. 912, New City, NC.
+00 1234 567 89
CIF 00123-56789-00-004

Date: 12/09/2025

INV # 00012345789
004912-0

Qty	Service Description	Total
1	Lorem ipsum dolor sit	\$00,00
2	Amet consectetur	\$00,00
2	Elit erasium	\$00,00
3	Aqua volari elit	\$00,00
Sub Total		\$00,00
Taxes		\$00,00
Total		\$00,00

Deddy Ariefandi Achmad

Payment info: Credit Card - Lorem Bank
Account Number: LB-1234-567-8900
Bank Details: Lorem Bank - New City

davindawatchgallery.com

@davindawatchgallery   

Gambar 4. 30 Desain invoice
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)