

BY YOUR

TEST NO:

01

02

03



G-FORCE:

2.8



SUBJECT:

VIPORMAX





NIKE AIR VAPORMAX

Keterangan

Poster ini merupakan hasil eksplorasi visual mandiri dengan menggunakan produk Nike Air VaporMax sebagai objek latihan desain. Eksplorasi ini bertujuan untuk mempelajari pendekatan desain poster bertema teknologi dan performa, dengan menonjolkan kesan futuristik, ringan, dan inovatif yang menjadi karakter utama VaporMax.

Elemen visual seperti garis teknis, indikator data, dan tipografi bergaya blueprint digunakan untuk mensimulasikan narasi riset dan pengujian produk. Sepatu ditampilkan dalam posisi melayang (floating) untuk menegaskan konsep ringan dan responsif. Proyek ini dibuat sebagai media pembelajaran pribadi dan tidak ditujukan untuk kepentingan komersial.

Analisa Poster

1. Konsep Visual & Narasi

Poster ini tidak hanya menampilkan produk, tetapi juga membangun cerita seolah sepatu sedang berada dalam tahap pengujian laboratorium atau riset teknologi.

2. Fokus & Hierarki Visual

Meskipun banyak elemen grafis pendukung, fokus utamanya tetap pada ukuran, warna dan background netral yang tidak mengganggu.

3. Branding Nike

Identitas Nike terasa kuat walau logo tidak terlalu besar dan tidak ada headline Panjang. Karna Nike ditampilkan sebagai brand yang Inovatif, Berbais riset, dan modern yang futuristic.

4. Relevansi dan Kekuatan

Poster ini dirancang untuk menarik perhatian secara visual dan membangun citra brand. Menonjolkan fitur unggulan produk dengan pendekatan estetika yang kuat. Sebagai elemen dekoratif sekaligus informatif di titik penjualan. Sangat optimal untuk konten media sosial (Instagram), aset situs web, hingga tampilan pada layar LED luar ruang.

5. Batasan dan Rekomendasi

Meskipun memiliki daya tarik visual yang tinggi, desain ini memiliki keterbatasan pada kondisi kebutuhan Informasi yang cepat, karna kurang efektif bagi audiens yang memerlukan informasi instan (misalnya pejalan kaki yang terburu-buru).

Tidak disarankan untuk promosi yang bersifat diskon besar-besaran atau gaya retail murah yang mengutamakan keterbacaan harga di atas estetika.

Kesimpulan

Eksplorasi poster Nike Air VaporMax ini menunjukkan bahwa desain poster tidak hanya berfungsi sebagai media promosi visual, tetapi juga sebagai alat komunikasi brand dan narasi produk. Proyek ini menjadi latihan penting dalam memahami bagaimana konsep, visual, dan konteks saling berhubungan dalam sebuah karya desain.

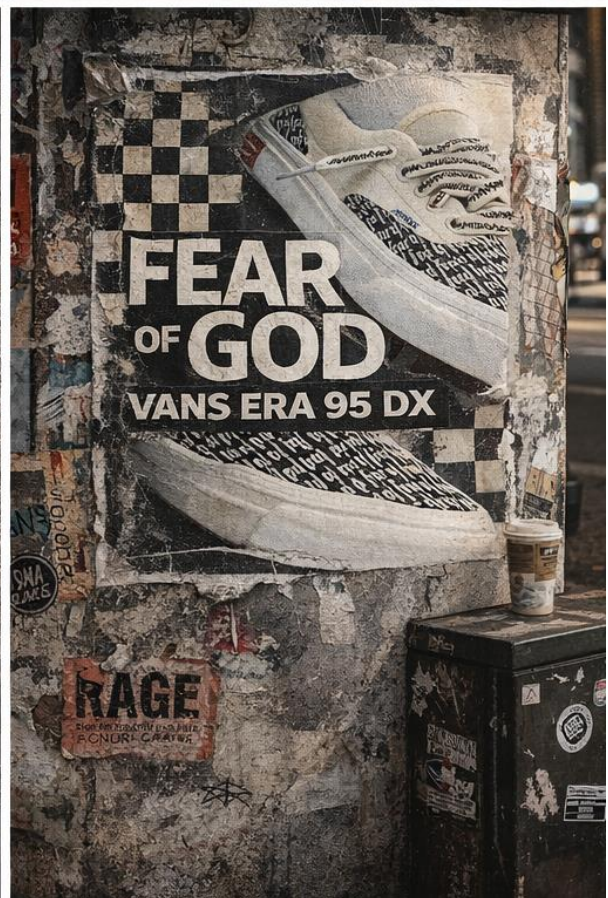
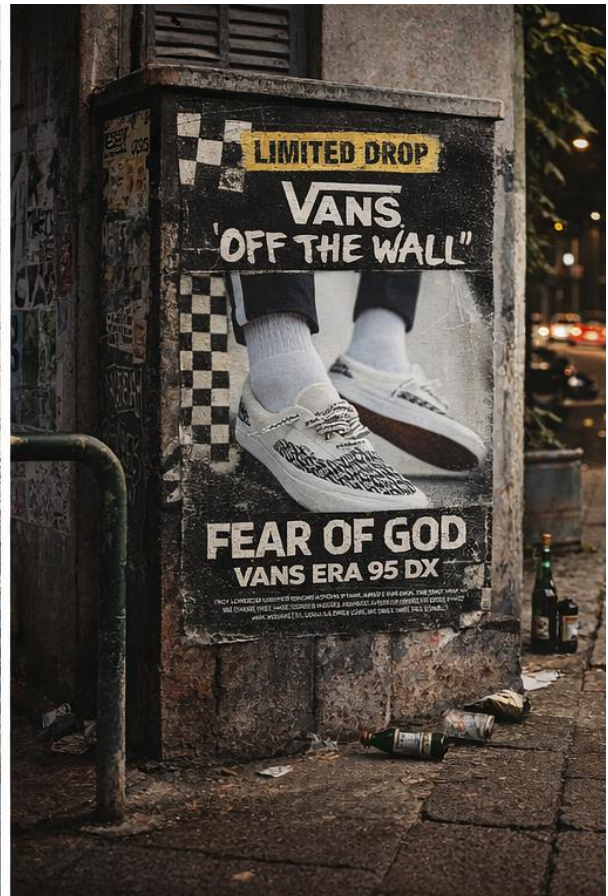
VANS®

"OFF THE WALL"



FEAR OF GOD X VANS ERA 95 DX

ERRY LORENZO'S DOUBLE HEADED COLLABORATION WITH VANS FOR HIS REFINED SPORTSWEAR -INSPIRED FEAR OF GOD IMPRINT AND THE MORE YOUTH-FOCUSED F.O.G. LABEL IS READY TO DROP. FIRST UP, THE HIGHER TIER VANS X FEAR OF GOD COLLABORATIVE RUN BOASTS THE CLASSICS LINE'S VERY OWN VANS SLIP-ON 47 DX IN A SUEDE AND CANVAS CONSTRUCTION WHICH IS OFFERED UP IN TASTEFUL BOLD RED, BLACK, AND WHITE COLOURWAYS. A METAL 'FEAR OF GOD' EMBELLISHMENT FEATURES ON THE STRAP FOR THE ULTIMATE BRANDED FINISH. THE VANS X F.O.G. COLLECTION THEN PACKAGES UP THE PRESENTS THE HIGH-TOPPED VANS MOUNTAIN EDITION 35 DX AND UNMISTAKABLY CLASSIC VANS ERA 95 DX WITH AN INVERSED FEAR OF GOD PRINT WHICH IS COMPLEMENTED BY CORDUROY, CANVAS, AND SUEDE UPPERS FOR A PREMIUM FINISH.



VANS X FEAR OF GOD ERA 95 DX

Keterangan

Poster ini merupakan hasil eksplorasi visual pribadi dengan menggunakan materi kolaborasi Vans x Fear of God ERA 95 DX sebagai objek. Proyek ini dibuat untuk melatih pemahaman mengenai penempatan poster pada ruang publik, penguatan identitas brand, serta bagaimana sebuah visual produk dapat berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya.

Dalam eksplorasi ini, poster ditempatkan pada konteks dinding dan sudut jalan perkotaan untuk mensimulasikan kondisi nyata pemasangan poster. Fokus utama diarahkan pada sepatu sebagai elemen visual, sementara tekstur lingkungan digunakan untuk memperkuat nuansa street culture. Proyek ini tidak bertujuan komersial, melainkan sebagai media pembelajaran mandiri dalam memahami komposisi, skala, dan storytelling visual.

Analisa Poster

1. Aspek Konteks & Penempatan

Poster ditempatkan pada lingkungan urban yang realistis. Hal ini membantu memahami bagaimana desain akan terlihat ketika diaplikasikan langsung di ruang publik, termasuk pengaruh tekstur dinding, pencahayaan, dan jarak pandang. Desain tidak hanya bagus di layar, tetapi juga harus tetap terbaca dan menarik di kondisi nyata.

2. Aspek Visual & Fokus

Elemen visual sepatu tetap menjadi pusat perhatian meskipun berada di lingkungan yang ramai. Kontras antara warna sepatu dan latar belakang membantu menjaga fokus audiens. Oleh karena itu pentingnya pesan utama tidak tenggelam oleh elemen pendukung.

3. Aspek Branding

Identitas brand Vans dan Fear of God masih dapat dikenali meskipun tidak menampilkan informasi yang berlebihan. Hal ini menunjukkan bagaimana branding dapat tetap kuat melalui visual dan komposisi sederhana. Karena brand itu tidak selalu harus “berteriak”, cukup konsisten dan tepat sasaran.

4. Efektivitas

Sebagai poster jalanan, desain ini cukup efektif untuk menarik perhatian dan membangun awareness. Namun poster ini tidak berfungsi untuk menyampaikan informasi yang detail, melainkan sebagai pemicu ketertarikan awal.

Kesimpulan

Poster ini efektif sebagai media eksplorasi, karena menggabungkan aspek visual, konteks ruang, dan identitas brand. Melalui proyek ini, proses tidak hanya berfokus pada estetika, tetapi juga pada pemahaman fungsi desain dalam situasi yang nyata.



NEW COLLECTION SNEAKERS



ADIDAS SPEZIAL

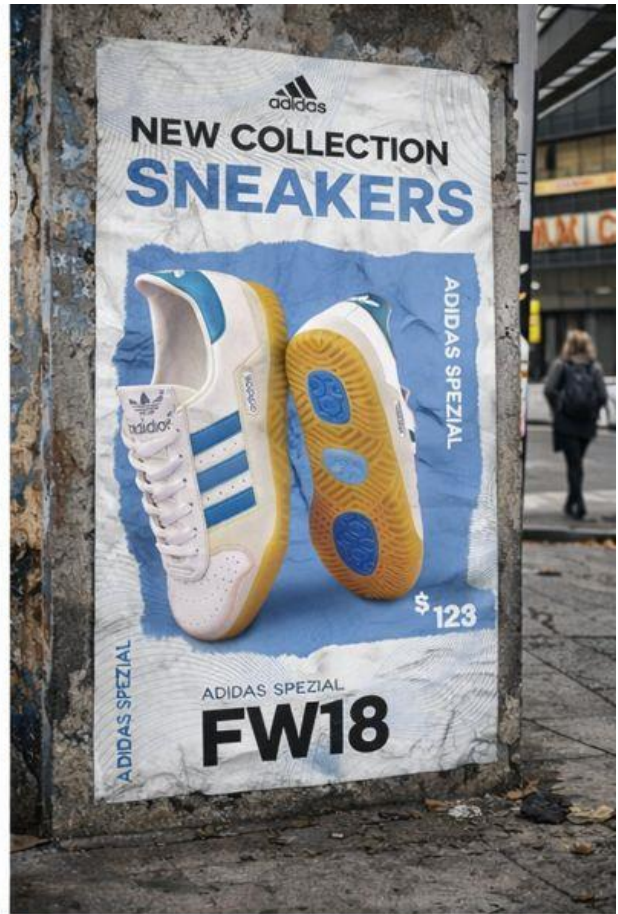
\$123

ADIDAS SPEZIAL

ADIDAS SPEZIAL

FW18

FOR FW18, ADIDAS SPEZIAL IS PAYING HOMAGE TO THE 30TH ANNIVERSARY OF ACID HOUSE, A SUB-GENRE OF HOUSE MUSIC DEVELOPED AROUND THE MID-1980S.



ADIDAS SPEZIAL FW18

Keterangan

Poster ini merupakan hasil eksplorasi desain visual yang saya kerjakan secara mandiri sebagai latihan pengembangan kemampuan desain grafis. Fokus utama pada eksplorasi komposisi, tipografi, warna, dan penataan produk agar pesan promosi tersampaikan dengan jelas dan menarik.

Desain menampilkan Adidas Spezial FW18 dengan pendekatan clean dan modern, dipadukan dengan tekstur kertas serta elemen garis dinamis untuk memberikan kesan klasik namun tetap relevan dengan gaya visual kontemporer. Penempatan objek sepatu dibuat dominan sebagai pusat perhatian, didukung teks informatif seperti judul koleksi, nama produk, dan harga.

Proyek ini bertujuan untuk melatih kepekaan visual, konsistensi branding, serta kemampuan menyusun layout poster promosi yang komunikatif.

Analisa Poster

1. Analisis Kekuatan Visual

Desain ini memiliki daya tarik visual yang sangat kuat karena mampu memandu pandangan audiens secara alami. Beberapa poin utama yang membuat poster ini menonjol antara lain:

- Fokus Utama yang Jelas

Penempatan produk di posisi tengah dengan ukuran yang dominan memastikan audiens langsung mengetahui inti dari informasi yang disampaikan. Secara visual, mata akan tertuju pada sepatu terlebih dahulu sebelum mengeksplorasi teks lainnya.

- Keseimbangan Komposisi Warna

Perpaduan antara warna biru, putih, dan aksen coklat pada outsole menciptakan harmoni yang pas. Kontras yang dihasilkan tidak hanya estetis, tetapi juga memberikan kesan profesional dan bersih.

- Karakter melalui Tekstur

Penggunaan tekstur kertas pada latar belakang bukan sekadar elemen hiasan, melainkan pemberi identitas visual yang unik. Tekstur ini memberikan kesan taktil dan karakter yang membedakannya dari desain digital biasa.

2. Tipografi

Desain ini memiliki hierarki informasi yang sangat jelas dan terstruktur. Headline 'Sneakers / New Collection' hadir sebagai penarik perhatian utama, diikuti oleh 'Adidas Spezial' sebagai identitas produk. Informasi komersial berupa harga (\$123) diletakkan secara strategis untuk mendorong konversi, sementara kode 'FW18' memberikan konteks koleksi yang melengkapi seluruh detail produk dengan sangat sistematis.

3. Aspek Branding

Logo Adidas ditempatkan dengan aman dan konsisten. Penggunaan gaya visual yang rapi dan minimalis sesuai dengan citra brand Adidas yang sporty, modern, dan clean. Walaupun ini eksplorasi pribadi, desainnya tetap terasa profesional dan tidak keluar dari karakter brand.

4. Efektivitas.

Poster ini dinilai sangat efektif untuk kebutuhan promosi produk, konten media sosial, katalog digital, hingga aset portfolio desain visual karena berhasil menjaga fokus produk tetap jelas dengan informasi yang tidak berlebihan.

Kekuatan visualnya mampu menarik perhatian tanpa mengganggu penyampaian pesan utama, menciptakan keseimbangan yang profesional. Untuk kebutuhan komersial nyata, desain ini sudah berada pada level yang matang dan siap dikembangkan lebih lanjut, seperti penambahan elemen Call to Action (CTA) atau diadaptasi ke dalam versi animasi untuk meningkatkan keterlibatan audiens.

Kesimpulan

Poster Adidas Spezial FW18 terbukti efektif sebagai media promosi visual karena mampu menyampaikan identitas produk secara jelas, kuat, dan konsisten. Desain ini adaptif terhadap berbagai konteks penempatan, sehingga layak digunakan sebagai materi display dan branding.

Proyek ini dibuat sebagai media pembelajaran pribadi dan tidak ditujukan untuk kepentingan komersial, saya sangat menghormati hak cipta brand tersebut dan hanya menggunakan aset mereka sebagai objek desain saya.

Mockup buatan AI

