

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Karya

1. Metode Perancangan

Metode perancangan ini diperlukan untuk mempermudah dalam pembuatan media promosi itu sendiri. Tentu langkah awal yang harus dilakukan ialah mengumpulkan data produk dari Monk Inshoes yang akan dipromosikan, keunggulan dari monk itu sendiri, target *audience*, target *market* hingga promosi yang pernah dilakukan. Langkah kedua mempersiapkan segala materi dan perlengkapan untuk pembuatan media promosi itu sendiri yang disesuaikan dengan target *market* yang telah ditetapkan, mulai dari logo, *headline* yang akan digunakan, foto atau ilustrasi dan font yang akan dipakai dalam desain tersebut.

Langkah selanjutnya ialah penentuan strategi kreatif, dilihat dari data yang diperoleh ditemukan keunggulan dan karakter dari produk Monk Inshoes itu sendiri, yang tidak dimiliki oleh kebanyakan perusahaan lain yang sejenis, sehingga dapat memanfaatkan strategi kreatif *Brand Image*. Kemudian terakhir adalah eksekusi dari seluruh bahan dan data yang telah diperoleh baik itu seperti dari pembuatan sketsa awal secara manual, pembuatan desain dengan komputer, memproduksi media promosi, hingga pemasangan di media *placement*.

commit to user

2. Konsep Kreatif

Konsep Kreatif adalah pelaksanaan dan pengembangan ide maupun gagasan yang dituangkan dalam suatu perencanaan yang matang mengenai gaya desain maupun bentuk pesan yang disampaikan sehingga dapat menghasilkan rancangan karya yang bagus dan komunikasi yang efektif.

Monk Inshoes dalam mempromosikan produknya tentu saja didasarkan atas target audiencenya yaitu 16 sampai 29 tahun yang sedang duduk di bangku SMA hingga yang berprofesi sebagai karyawan atau karyawan sehingga pesan dari media promosi Monk Inshoes ini dapat diterima baik oleh konsumen. Perancangan media promosi ini menggunakan pendekatan kreatif, dimana dari segi kreatif harus mempertimbangkan unsur warna, tipografi, ilustrasi dan sebagainya. Dalam hal ini, pemilihan kata sangatlah berpengaruh dalam perancangan media promosi ini.

Dalam perancangan media promosi ini, strategi kreatif yang digunakan dalam hal ini yaitu memakai konsep periklanan dengan strategi *Brand Image*. Strategi *Brand Image* ini lebih memfokuskan pesan promosi Monk Inshoes sebagai *brand footwear* yang pembuatan sepatunya secara *handmade* dan menerima *custom* dari konsumennya yaitu konsumen dapat memberikan contoh desain sepatu seperti apa yang mereka inginkan.

Monk Inshoes mungkin bukanlah satu-satunya jenis usaha yang hanya menjual sepatu jadi saja, namun usaha ini memiliki hal lebih dibandingkan usaha lain yang sejenis. Monk Inshoes sudah menekuni usaha ini yaitu sekitar 5 tahun. Walau ada beberapa jenis usaha yang sama, Monk Inshoes tetap dengan gigih
commit to user

menekuni usaha ini terutama pada sistem customnya, Monk menjaga kualitas dari produk itu sendiri dan kepercayaan yang diberikan konsumen olehnya, dari segi desain sepatu Monk sendiri didominasi konsep *vintage*. Kemudian harga yang ditawarkan oleh Monk sendiri cukup terjangkau, karena harga yang diberikan semua tergantung pada jenis bahan yang diinginkan konsumen dan juga tingkat kerumitan dalam pembuatannya.

B. Target

1. Target Market

a. Secara Demografi

- 1) Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- 2) Usia : 16 – 29 tahun
- 3) Pendidikan : SMA, Perguruan tinggi, dan karyawan
- 4) Sosial dan ekonomi : Menengah ke atas

b. Secara Geografis

Primer : Mencakup masyarakat daerah di kota Solo.

Sekundernya : Masyarakat luar kota Solo yang berkunjung kota Solo
ataupun tidak

2. Target Audience

a. Secara Demografi

- 1) Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- 2) Usia : 20 – 29 tahun
- 3) Pendidikan : Perguruan tinggi, dan karyawan

4) Sosial dan ekonomi : Menengah ke atas

b. Secara Geografis

Primer : Mencakup masyarakat daerah di kota Solo.

Sekundernya : Masyarakat luar kota Solo yang berkunjung kota Solo
ataupun tidak

c. Secara Psikografi

Target market konsumen yang benar-benar peduli akan perkembangan *fashion* dan memiliki *personal pride* yang tinggi.

C. Konsep Perancangan

Konsep perancangan adalah segala sesuatu yang melatar belakangi penciptaan karya. Adapun tujuan konsep perancangan dalam hal ini adalah menganalisa pemilihan media yang akan dibuat agar lebih efektif dan komunikatif sehingga sesuai sasaran.

Ada beberapa poin yang mendasari konsep perancangan kreatif agar pesan yang terkandung dalam sebuah iklan bisa dipahami dan dimengerti oleh konsumen, antara lain :

1. Strategi Visual Secara Umum

Diperlukan informasi yang lengkap mengenai keunggulan, kondisi pasar, dan target *audience*. Dengan mengetahui keunggulan maka dapat ditentukan strategi kreatif. Target dari perancangan media promosi ini adalah memperluas segmen pasar, sehingga menambah jumlah konsumen itu sendiri.

Strategi komunikasi visual disusun sebagai berikut:

- a. Menampilkan visual yang disesuaikan dengan image Monk Inshoes itu sendiri. Diperlukan suatu gaya desain yang digunakan dalam perancangan media promosi ini, yaitu dikemas dengan menggunakan *layout* yang *simple/minimalis* dan menampilkan warna-warna *vintage* yang dimodifikasi dengan suasana *modern* saat ini.
- b. Merancang desain promosi yang menarik dan menumbuhkan rasa *interest* konsumen
- c. Menciptakan identitas atau karakteristik yang mempunyai ciri khas Monk Inshoes sendiri baik dalam logo, warna, slogan dan tipografi yang representatif.

2. Strategi Visual Verbal

Strategi Visual Verbal merupakan naskah iklan (*copywriting*) dalam tampilan visualisasi tiap material promosi yang akan dirancang, adapun strategi tersebut meliputi :

a. Kepala Berita (*Headline*)

Headline disebut juga sebagai judul/kepala tulisan. *Headline* merupakan bagian terpenting dalam sebuah iklan media cetak. *Headline* inilah yang akan dibaca pertama kali serta akan melekat pada ingatan pembacanya. *Headline* merupakan suatu pendukung ide atau gagasan, digunakan sebagai penangkap perhatian pertama (*eye catcher*) untuk memberikan rangsangan atau ketertarikan pada pembaca untuk membaca teks berikutnya secara lebih detail.(Adi Kusrianto, 2007:328).

Headline yang digunakan pada materi promosi Monk Inshoes adalah:
commit to user

“Vintage does never disappear”

Kalimat *“vintage does never disappear”* ini menyatakan bahwa konsep vintage dalam sebuah fashion style tidak pernah lenyap atau hilang, seperti keunikan yang terdapat pada desain produk Monk Inshoes yang di dominasi dengan konsep *vintage*, yaitu gaya yang berkesan mengembalikan atmosfer tempo dulu tanpa meninggalkan unsur modern yang ada.

b. *Sub Headline*

Sub headline merupakan jembatan penghubung antara *headline* dan *bodycopy*. *Sub headline* berisi tulisan yang menginformasikan maksud dari *headline* yang berkaitan dengan promosi Monk Inshoes itu sendiri.

Sub headline yang digunakan pada materi promosi Monk Inshoes adalah:

“Visit Our Store & Create Your Own Shoes”

Kalimat *“visit our store”* ini mengandung ajakan untuk berkunjung ke Monk Inshoes dan *“create your own shoes”* dimaksudkan memberi penekanan adanya suatu ajakan atau perintah untuk menciptakan sepatu kita sendiri. Pemilihan *Sub headline* ini juga didasarkan keunikan yang dimiliki Monk InShoes yaitu jasa pembuatan sepatu di Monk InShoes bisa menerima desain sepatu sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, ataupun hanya sedikit merubah dari desain sepatu yang sudah ada di Monk itu sendiri, seperti dari segi bahan, warna, dan sebagainya.

c. Teks (*Body Copy*)

Body copy adalah penjelasan lebih lanjut dari *headline* dan *subheadline* sehingga perlu dibuat sekomunikatif dan seefektif mungkin. *Body copy* juga menjelaskan tentang produk serta memberitahukan secara lengkap tentang apa yang dijual. *Body copy* berupa teks informasi lengkap yang berisi informasi detail pada isi iklan (Adi Kusrianto, 2007:328). *Body copy* yang akan ditampilkan dalam material promosi Monk Inshoes ini berupa informasi lengkap tentang produk yang ditawarkan dan juga pemahaman tentang “Monk Inshoes” kepada *audience*.

d. Kalimat Dasar/*Baseline/ Signature/ Mandatories*

Baseline merupakan kalimat iklan cetak yang umumnya difungsikan sebagai *signature/ mandatories* adalah penyelenggara / alamat perusahaan/ distributor/ produsen, dan biasanya ditempatkan di bagian keseluruhan. Bagian ini dimuat dalam iklan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap isi iklan. Jika ada pertanyaan maupun komplain sehubungan dengan materi iklan maupun produk yang di iklankan, maka pembaca dapat menghubungi alamat tersebut. (Adi Kusrianto, 2007:328).

Untuk itu *baseline* dalam perancangan ini adalah alamat workshop “Monk Inshoes” yaitu :

Jl. Kediri Utara No.15, Nusukan, Solo 57135

monkinshoes.com

commit to user

3. Strategi Visual Non Verbal

a. Konsep Logo Baru



monkinshoes
The Original Handmade & Custom
.....★ since 2009 ★.....

(1) Dasar Bentuk Logo

Secara umum perubahan logo dari Monk Inshoes terletak pada posisi *icon* yang berada di atas, perubahan pada *logotype* dan font pada tagline. *Redesign* logo Monk Inshoes ini bertujuan untuk membangun suasana baru dengan tetap mempertahankan karakter kuat dan tegas seperti pada image awal Monk Inshoes, sedangkan penambahan ilustrasi bintang sendiri menunjukkan bahwa produk dari Monk memiliki nilai tambah atau keunikan dibanding produk lainnya.

(2) Nilai Visual

Konsep perubahan pada bentuk logo Monk Inshoes yaitu mengkomunikasikan unsur-unsur yang ada pada logo sebelumnya, sehingga lebih menarik, *simple*, dan kuat tanpa merubah makna yang terkandung pada logo sebelumnya. Perubahan pada logo baru ini juga untuk mempermudah dalam pengaplikasian ke dalam sebuah materi desain.

commit to user

(3) Warna

Warna dasar yang digunakan tetap menggunakan warna hitam, sesuai dengan warna logo awal. Pemilihan warna hitam sendiri untuk memperkuat image Monk Inshoes agar terlihat lebih elegan. Selain memang memberi pemberian warna hitam, dikombinasikan dengan warna merah pada ilustrasi bintang sebagai penyeimbang dari warna hitam dan pemicu daya tarik target audience, dan warna merah pada kata “Monk” sebagai pemisah, agar terbaca sebagai “Monk Inshoes” bukan “Monkinshoes”. Secara keseluruhan kedua warna ini memeberikan kesan lebih eksklusif pada logo tersebut.

(4) Tipografi

Perubahan tipografi terletak pada tagline ‘*The Original Handmade & Custom*’ dan ‘*since 2009*’ menggunakan font *rockwell* yang memberi kesan kuat, elegan dan klasik. Kemudian pada teks “Monkinshoes” menggunakan font *Marylin* yang pada dasarnya tergolong dalam jenis font *dekoratif*, penggunaan font *Marylin* ini bertujuan untuk memunculkan kesan modern dalam karakter Monk Inshoes. Kedua *font* ini memang tergolong dalam jenis *font Sans Serif* yang berkarakter tegas dan jelas.

a. *Marylin*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

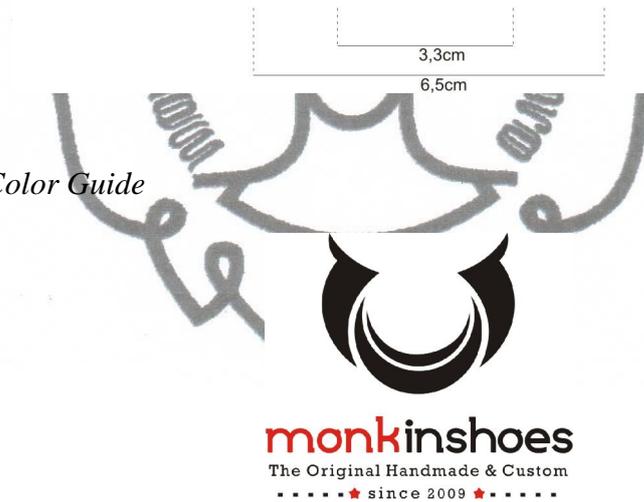
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

commit to user

b. Konfigurasi



c. Color Guide



	C = 0	R = 218
	M = 100	G = 37
	Y = 100	B = 29
	K = 0	
	C = 0	R = 31
	M = 0	G = 26
	Y = 0	B = 23
	K = 100	

commit to user

d. *Clear Area*



e. *Grid*



f. *Background Control*

Logo "Monk Inshoes" memiliki warna dasar hitam dan merah, oleh karena itu dibutuhkan aplikasi logo pada bidang warna terang untuk dapat tampil secara maksimal. Kemudian apabila diaplikasikan dalam bidang berwarna gelap, logo dapat di *reverse* menjadi warna putih. Beberapa diantaranya sebagai berikut:

commit to user



Logo tampil maksimal dengan *background* berwarna putih dengan warna dasar logo.



Untuk kebutuhan aplikasi logo dalam *background* warna hitam, maka warna logo dapat diaplikasikan dengan warna putih.



Untuk kebutuhan aplikasi logo dalam *background* yang berwarna cerah, maka warna logo dapat diaplikasikan dengan warna hitam.



Untuk kebutuhan aplikasi logo dalam *background* yang berwarna gelap, maka warna logo dapat diaplikasikan dengan warna putih.

g. Skala

100%



monkinshoes
The Original Handmade & Custom
.....★ since 2009 ★.....

50%



30%



h. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan salah satu unsur penting yang sering digunakan dalam komunikasi periklanan. Ilustrasi mampu membantu pembaca untuk menggambarkan apa yang tertulis dalam suatu artikel maupun cerita (Adi Kusrianto, 2007:139). Adanya gambar ilustrasi digunakan guna menarik simpati dari khalayak sasaran dengan menjelaskan maksud dan tujuan dari pesan dalam bentuk gambar atau foto. Ilustrasi dapat berupa grafik, gambar, foto, *pictograf*, *symbol* dan *vector art*. Dalam materi promosi Monk Inshoes, ilustrasi yang akan dipakai menggunakan ilustrasi yang berupa foto produk sepatu dari Monk Inshoes yang diangkat dengan konsep *modern-vintage* .

i. Tipografi

Typography adalah seni memilih jenis huruf, dari ratusan jumlah rancangan atau desain jenis huruf yang tersedia, menggabungkan dengan jenis huruf yang berbeda, menggabungkan sejumlah kata yang sesuai dengan ruang yang tersedia, dan menandai naskah untuk proses *typesetting*, menggunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda (Frank Jefkin, 1996:248).

Perancangan *typography* ini dibuat agar pesan mampu tersampaikan pada khalayak. Untuk mendapat kesan visual yang menarik pemilihan jenis huruf harus sesuai dengan konsep desain yang telah ditentukan. Berikut jenis huruf yang digunakan dalam pembuatan

media promosi Monk Inshoes dan alasan dari pemilihan karakteristik *typerface*:

1) *Iris UPC*

Jenis font yang digunakan sebagai standarisasi dalam setiap penulisan surat dan dalam administrasi. *Font Iris UPC* memiliki bentuk yang *simple*, memiliki karakter jelas dan tegas sehingga mudah dibaca yang dapat mewakili karakter *modern-vintage*.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

2) *Dillenia UPC*

Font berkarakter tegak dan mudah dibaca meskipun hanya dilihat sekilas, tidak membuat mata lelah. *Typerface* font ini terkesan *classic* dan semi formal, digunakan pada bagian *headline* dan *bodycopy*.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

3) *Century Gothic (Sans Serif)*

Merupakan jenis font yang memiliki bentuk yang *simple*, tegak dan jelas sehingga mudah terbaca. Font ini digunakan pada bagian *baseline* atau *bodycopy*.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

4) *Caviar Dreams*

Font ini karakternya hampir sama dengan karakter font *Century Gothic* yang memiliki bentuk sederhana, tegak dan jelas, namun perbedaannya font ini terlihat lebih modern. Font ini digunakan pada bagian *baseline* dan *bodycopy*.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

5) *Jane Austen*

Merupakan jenis font yang memiliki bentuk seperti tulisan tangan. Dengan font ini akan memunculkan karkater elegan dan klasik.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
commit to user

j. Warna

1) *Black*

C	=	0	R	=	0
M	=	0	G	=	0
Y	=	0	B	=	0
K	=	100			

Warna hitam memberi kesan elegan dan eksklusif. Digunakan sebagai warna dasar logo Monk Inshoes dan warna *content* dalam materi visual *stationary*.

2) *Brown*

C	=	0	R	=	255
M	=	5	G	=	240
Y	=	15	B	=	217
K	=	0			

Warna coklat dianggap dapat mewakili karakter *vintage* sendiri sebagaimana konsep Monk Inshoes. Warna ini Digunakan sebagai warna *content* media promosi sesuai dengan kebutuhan.

3) *White*

C	=	0	R	=	255
M	=	0	G	=	255
Y	=	0	B	=	255
K	=	0			

Warna putih merupakan warna netral, dengan memberi warna putih memberikan kesan yang lebih ringan dan sederhana. Digunakan sebagai warna *content* dalam materi visual promosi ataupun *background* sesuai dengan kebutuhan materi.

k. Tata Letak (*layout*)

Layout adalah pengaturan dari berbagai unsur komposisi seperti misal huruf teks, garis, bidang, gambar/ ilustrasi dan sebagainya. *Layout* harus dapat menghasilkan tatanan yang sesuai agar konsumen tertarik dengan desain tersebut. Pada persoalan dalam penataan letak dari unsur bentuk, warna, dan tipografi yang sudah dibuat tersebut diharapkan konsumen mampu menerima pesan apa yang ingin disampaikan.

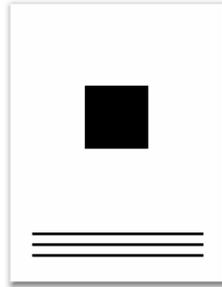
Penyajian *layout* dalam promosi “Monk Inshoes” ini berfokus pada penataan gambar dan huruf. Perancangan *layout* pada materi promosi ini lebih menonjolkan konsep *modern-vintage*. Nuansa *vintage* diambil dari nuansa yang ada pada karakter desain sepatu di Mionk Inshoes sendiri sedangkan konsep *modern* diambil untuk menarik target audience sendiri yang dominan remaja, meskipun begitu tetap menjaga agar terlihat lebih *simple* dan *elegant*. Dalam hal ini, *layout* yang digunakan dalam mempromosikan “Monk Inshoes” diantaranya adalah:

1) *Type Specimen Layout*



Tata letak iklan yang hanya menekankan pada penampilan jenis huruf dengan *point size* yang besar, umumnya hanya digunakan untuk promosi yang lebih berfokus pada *headline* saja.

2) *Jumble Layout*



Penyajian iklan yang tata letaknya mengacu pada ketentuan baku, baik dari segi komposisi visual, maupun teks yang disusun secara teratur dan rapi.

Kedua tipe *layout* tersebut akan lebih dominan diaplikasikan pada jenis materi promosi yang akan digunakan dalam merancang promosi yang menarik.

D. Target Visual / Karya

Media adalah segala sesuatu untuk menyampaikan/mengaplikasikan iklan atau pesan yang disampaikan melalui alat atau sarana komunikasi, misalnya melalui media cetak maupun elektronik. Strategi media diperlukan agar pesan periklanan yang akan disampaikan dapat dirancang dan dilakukan dengan baik dan dapat diterima masyarakat. Dalam dunia periklanan media dibagi menjadi 2 yaitu :

1. Media Lini Bawah (*Below The line*)

Media lini bawah merupakan media penunjang dalam berpromosi. Bertujuan sebagai alternatif dalam berpromosi yang sifatnya kontinyu (kegiatan promosi yang dilakukan berkesinambungan). Media iklan ini tidak dipungut biaya ataupun pajak untuk pembuatan iklan tersebut. Terdiri dari media alternatif seperti brosur, *sticker cutting*, leaflet.

2. Media Lini Atas (*Above The Line*)

Media lini atas merupakan media iklan yang dilakukan untuk menjangkau target *audience* secara menyeluruh. Media iklan ini dipungut biaya ataupun pajak untuk pembuatan iklan tersebut seperti iklan majalah, *website* dan sebagainya.

Berdasarkan hal tersebut maka media yang akan dipilih untuk menjadi media promosi Monk Inshoes adalah :

a. Media Penunjang Administrasi

- 1) Kop Surat
- 2) Amplop Surat
- 3) Kartu Nama
- 4) *Form Invoice*
- 5) Nota Penjualan
- 6) Stempel
- 7) *Uniform*

b. Media Lini Bawah (*Below The Line*)

- 1) *Portable Logo Signage*
- 2) *Price Tag*
- 3) *Packaging*
- 4) *Catalog*
- 5) *X-Banner*
- 6) *Poster*
- 7) *Flyer*

- 8) *Brochure*
- c. Media Lini Atas (*Above The Line*)
 - 1) Iklan Majalah
- d. Media Digital
 - 1) *Website*
 - 2) *Social Media Design*
- e. *Merchandising*
 - 1) *Tote Bag*
 - 2) *Sticker*
 - 3) Gantungan kunci

E. Teknik Pelaksanaan

Teknik pelaksanaan dalam merancang desain promosi untuk “Monk Inshoes” dimulai dari konsep kreatif yang akan menggunakan *metode Brand Image*, dimana lebih menonjolkan karakter dan keunggulan dari “Monk Inshoes” sehingga memiliki *image* di benak konsumen sebagai usaha sepatu yang dibuat secara *handmade* dan *custom* dengan tetap mengusung konsep *vintage*.

Setelah itu dilakukan konsep perancangan dilakukan pemilihan media promosi, pengumpulan materi dan pembuatan desain visual yang efektif dan efisien menggunakan *software* CorelDRAW dan Adobe Photoshop. Setelah pembuatan desain selesai langkah selanjutnya adalah visualisasi dengan menggunakan cetak *print* dan *offset* yang kemudian penempatan medianya

disesuaikan dengan kebutuhan akan desain yang dibuat. Berikut ini adalah teknik pelaksanaan dan perancangan desain-desain karya beserta konsep dan alasannya :

1. Media Penunjang Administrasi

a. Kop surat

1) Alasan Pemilihan Media

Kop surat merupakan suatu media kelengkapan tulis menulis yang di dalamnya disertakan nama dan identitas suatu usaha sehingga secara tidak langsung dapat dijadikan sebagai media promosi karena ditujukan kepada klien terkait.

2) Konsep Desain

Hanya menggunakan logo Monk Inshoes serta penambahan informasi berupa alamat

3) Distribusi Media

Diletakkan pada *office* Monk Inshoes, digunakan sebagai alat pengirim informasi kepada rekan kerja ataupun konsumen.

b. Amplop Surat

1) Alasan Pemilihan Media

Amplop merupakan media penyimpanan surat yang berisi nama dan identitas usaha sehingga secara tidak langsung dapat dijadikan media promosi

2) Konsep Desain

Menggunakan logo Monk Inshoes dan alamat. Layout menggunakan warna hitam hitam.

3) Distribusi Media

Diletakkan pada *office* Monk Inshoes, digunakan sebagai alat pengirim informasi kepada rekan kerja ataupun konsumen.

c. Kartu nama

1) Alasan Pemilihan Media

Kartu nama adalah representasi dari siapa kita atau sebagai tanda pengenal. Oleh karena itu kartu nama mutlak dapat dijadikan media promosi yang sangat efektif.

2) Konsep Media

Menggunakan desain yang sederhana dan jelas. Didalamnya terdapat logo, alamat, kontak disertai dengan alamat email dan web.

3) Distribusi Media

Media ini diberikan langsung kepada orang yang bersangkutan.

d. *Form Invoice*

1) Alasan Pemilihan Media

Monk Inshoes sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dibidang *fashion* setiap menerima dan mengeluarkan barang wajib menerbitkan *form invoice* kepada *tenant* yang bersangkutan.

2) Konsep Desain

Form invoice memiliki format dan *template* yang khusus dirancang dalam bentuk laporan data barang. Tentu saja menggunakan *layout* yang juga sederhana dan jelas, disertakan logo, alamat, dan kontak yang bisa dihubungi.

3) Distribusi Media

Disimpan bersama dengan dokumen penting lainnya, dan diberikan kepada *tenant* pada saat terjadi pengeluaran dan pemasukan produk.

e. Nota Penjualan

1) Alasan Pemilihan Media

Nota tentu saja diperlukan sebagai tanda bukti struk pembelian dan pembayaran dalam setiap transaksi pembelian produk Monk Inshoes yang secara langsung menjadi media promosi yang sangat efisien karena di dalamnya terdapat alamat dan kontak.

2) Konsep Desain

Menempatkan logo serta informasi lainnya seperti alamat, e-mail dan kontak Monk Inshoes.

3) Distribusi Media

Diberikan langsung kepada *customer* yang telah melakukan pembelian produk Monk Inshoes.

f. Stempel

1) Alasan Pemilihan Media

Stempel adalah tanda tera sebagai bukti pengesahan atas sesuatu yang terkait dengan interaksi.

2) Konsep Desain

Hanya menggunakan logo type

3) Distribusi Media

Dipegang oleh pemilik dari Monk Inshoes sendiri.

commit to user

g. *Uniform*

1) Alasan Pemilihan Media

Uniform ini diperlukan sebagai identitas karyawan Monk Inshoes. Terutama digunakan oleh karyawan yang berada di offline store atau yang berhadapan langsung dengan *customer*, hal ini dimaksudkan untuk menjaga *image* kerapian didalam produksi.

2) Konsep Desain

Hanya menggunakan *logo graf* pada bagian muka, dan mencantumkan alamat web pada bagian belakang.

3) Distribusi Media

Digunakan oleh seluruh karyawan Monk Inshoes.

2. *Media Lini Bawah (Below The Line)*

a. *Portable Logo Signage*

1) Alasan Pemilihan Media

Portable logo signage adalah sebuah tanda atau *symbol* dari logo “Monk Inshoes” yang digunakan di luar ruangan. Media ini merupakan salah satu media promosi utama. Mengingat sifatnya sebagai *portable signage* yang dapat digunakan untuk *event* atau acara tertentu.

2) Konsep Desain

Hanya menggunakan logo Monk Inshoes.

3) Distribusi Media

Diletakkan di bagian muka atau di dalam *offline store* dan tentu saja dapat digunakan pada *event-event* tertentu.

a. *Price Tag*

1) Alasan Pemilihan Media

Price Tag merupakan salah satu tempat atau media informasi yang memuat keterangan mengenai harga dan spesifikasi produk yang di jual dengan adanya itu maka pembeli bisa memilih barang yang akan di beli sesuai dengan desain produk dan harga yang dicari sehingga *Price Tag* ini bisa menjadikan media promosi agar pembeli tidak langsung bertanya kepada sales atau karyawan.

2) Konsep Desain

Menempatkan logo Monk Inshoes dan juga memberikan *space* kosong untuk pemberian keterangan harga dan ukuran.

3) Distribusi Media

Digantungkan pada produk Monk Inshoes.

b. *Packaging*

1) Alasan Pemilihan Media

Sebagai sebuah perusahaan *footwear* tentu saja kemasan sangatlah penting untuk menjaga kondisi produk itu sendiri, terutama penting ketika kemasan ini yang akan dikirim ke berbagai daerah. Kemasan atau *box* sepatu ini juga dapat digunakan sebagai media promosi yang efektif kepada *customer* yang statusnya berdomisili di luar kota Solo.

commit to user

2) Konsep Desain

Di dalam desainya menampilkan logo Monk Inshoes, kemudian memberikan keterangan alamat, alamat web dan sosial media yang dimiliki oleh Monk InShoes.

3) Distribusi Media

Dipakai dan diberikan kepada konsumen di setiap pembelian produk Monk Inshoes

c. *Catalog*

1) Alasan Pemilihan Media

Catalog merupakan media publikasi yang digunakan sebuah perusahaan sebagai cara untuk mempromosikan produk dan menyajikan secara rinci cakupan produk dan jasa, langsung kepada pelanggan.

2) Konsep Desain

Menampilkan foto-foto produk yang diproduksi dengan konsep *modern-vintage* dengan keterangan detail dari produk tersebut. Memberikan penjelasan mengenai apa itu Monk Inshoes, logo, alamat dan kontak dari Monk Inshoes.

3) Distribusi Media

Catalog akan diletakkan pada *offline store* Monk Inshoes sendiri dan diberikan di beberapa distro di Solo yang terdapat produk Monk Inshoes.

d. *X-Banner*

1) Alasan Pemilihan Media

X-Banner dipilih sebagai salah satu media promosi Monk Inshoes karena ukurannya yang mencolok, sehingga mampu menarik perhatian orang yang melintas di depannya untuk membaca pesan didalamnya.

2) Konsep Desain

Desain *x-banner* ini menggunakan logo Monk Inshoes, dan foto berkonsep *modern-vintage*, dengan model yang menggunakan produk sepatu Monk InShoes. Kemudian mencantumkan alamat web Monk InShoes.

3) Distribusi Media

Media ini diletakkan di depan pintu masuk *offline store* Monk Inshoes.

e. *Poster*

1) Alasan Pemilihan Media

Poster sebagai penunjang periklanan yang sangat strategis karena dapat dipasang dimana saja. Selain itu poster dipilih karena lebih tahan lama dan orang lain akan bisa lebih lama dalam membaca dan memahami pesan yang ingin disampaikan. Pemilihan media poster ini terkesan lebih fleksibel, bentuknya yang *simple* dan mudah ditemui menyebabkan siapapun bisa melihat, membaca dan mengamati. Selain itu ukurannya yang cukup besar sehingga mampu memuat ilustrasi dengan maksimal.

2) Konsep Desain

Poster dibuat lebih menonjolkan komunikasi secara visual daripada verbal. Maka dari itu konsep visual akan dibuat semenarik mungkin, namun tetap memberikan keterangan lengkap mengenai Monk Inshoes.

3) Distribusi Media

Ditempatkan atau ditempel dimana terdapat banyak orang melihat, terutama anak mudanya, misalnya papan pengumuman di Universitas Solo dan sebagainya.

f. *Flyer*

1) Alasan pemilihan media:

Flyer merupakan media promosi yang sangat dikenal di masyarakat. Dengan menggunakan *Headline* dan ilustrasi foto yang ditampilkan, diharapkan konsumen untuk mengetahui lebih jauh mengenai Monk Inshoes.

2) Konsep Desain

Dalam desain flyer ini juga menggunakan layout yang *simple* dengan menampilkan foto produk dari Monk Inshoes dan dengan menempatkan logo, *Headline*, *sub headline* dan *baseline*.

3) Distribusi Media

Flyer ini dibagikan kepada masyarakat di tempat-tempat strategis seperti mall, sekolah-sekolah, dan Universitas di Solo.

g. *Brochure*

1) Alasan Pemilihan Media

Standing Banner adalah bagian dari media pendukung pengenalan dan penjualan media utama.

2) Konsep Desain

Dalam konsep desainnya sendiri, brosur menyajikan penjelasan singkat mengenai apa itu Monk Inshoes ditambah menggunakan foto-foto produk Monk Inshoes lengkap dengan harga dan keterangannya dan kemudian menyertakan alamat lengkap dan kontak dari Monk Inshoes.

3) Distribusi Media

Brosur ini dibagikan kepada masyarakat di tempat-tempat strategis seperti mall, sekolah-sekolah, dan universitas-universitas di Solo.

3. Media Lini Atas (*Above The Line*)

a. Iklan Majalah

1) Alasan Pemilihan Media

Majalah merupakan salah satu media cetak yang diminati untuk kalangan menengah ke atas dan memiliki segmen yang jelas. Hal itu sesuai dengan target market yang dibidik oleh Monk Inshoes.

2) Konsep Desain

Iklan majalah dibuat lebih menonjolkan komunikasi secara visual daripada verbal. Maka dari itu konsep visual akan dibuat semenarik
commit to user

mungkin sesuai dengan konsep kreatif dan hanya akan menampilkan sedikit teks untuk memancing rasa keingintauan konsumen.

3) Distribusi Media

Iklan Majalah akan ditempatkan pada majalah *fashion* remaja, yang pendistribusiannya luas dan tidak hanya dalam satu wilayah. Agar promosi bisa sampai pada target yang diinginkan dan tidak hanya di dalam kota Solo.

4. Media Digital

a. Website

1) Alasan Pemilihan Media

Pemilihan media promosi melalui *website* ini tentu saja dikarenakan jangkauannya yang luas. Media ini sangatlah efisien mengingat dewasa ini banyak masyarakat yang mencari sumber informasi melalui internet. Selain itu, dengan *website* ini mampu menampung seluruh konten informasi mengenai Monk Inshoes, sehingga informasi yang diterima ke masyarakat akan lebih *update* dan jelas.

2) Konsep Desain

Desain *website* dibuat dengan semenarik mungkin dengan menonjolkan foto-foto Monk Inshoes. Selain itu menu tombol yang sederhana dan mudah untuk dijelajahi dengan konsep kreatif yang telah dibuat.

commit to user

3) Distribusi Media

Link website akan ada di setiap di halaman sosial media, dan mencantumkan alamat *website* tersebut di setiap media promosi yang dibuat agar memudahkan konsumen mencari informasi yang lebih banyak dan jelas tentang Monk Inshoes.

b. Social Media Design

1) Alasan Pemilihan Media

Dewasa ini media sosial sangatlah berpengaruh. Sesuai dengan pengalaman promosi yang pernah dilakukan Monk Inshoes, Monk mampu menjangkau *customer* dan membangun sebuah komunitas melalui media sosial. Oleh karena itu perlu adanya desain visual yang khusus untuk media sosial, mengingat fungsinya sebagai sarana yang sangat efektif dalam melakukan promosi bagi Monk Inshoes.

2) Konsep Desain

Menampilkan foto-foto produk dari Monk Inshoes dengan konsep *modern-vintage*.

3) Distribusi Media

Desain dari sosial media akan diaplikasikan pada media sosial tersebut yang memberikan fasilitas *layout display* masing masing, antara lain *facebook*, *twitter* dan *instagram*.

5. Merchandising

a. Tote Bag

1) Alasan Pemilihan Media

Tote bag adalah sebuah kantong tas yang dapat digunakan untuk membawa berbagai hal. *Tote bag* dianggap sebagai media promosi *merchandise* yang efektif.

2) Konsep Desain

Hanya menggunakan logo dari Monk Inshoes saja.

3) Distribusi Media

Diberikan kepada *customer* setiap pembelian minimal Rp 350.000,-

b. Sticker

1) Alasan Pemilihan Media

Sticker merupakan benda yang tidak asing lagi dikalangan anak muda, bahkan beberapa orang ada yang menjadikannya sebagai sebuah koleksi. Walaupun dicetak dalam media yang kecil, akan tetapi karena sifatnya yang sederhana, *sticker* ini ditempelkan pada sebuah barang atau tempat, maka media ini termasuk media yang efektif untuk melakukan sebuah promosi.

2) Konsep Desain

Desain *sticker* ini hanya menggunakan Logo Monk Inshoes.

3) Distribusi Media

Sticker diberikan secara gratis kepada *customer* setiap melakukan pembelian produk Monk Inshoes.

c. Gantungan Kunci

1) Alasan pemilihan media:

Gantungan kunci merupakan benda yang sangat menarik untuk dijadikan media promosi, karena dengan bentuk yang sederhana dan bisa dilihat oleh banyak orang, maka ini menjadi media promosi yang efektif.

2) Konsep Desain

Desain gantungan kunci menggunakan logo Monk Inshoes.

3) Distribusi Media

Diberikan kepada *customer* setiap melakukan pembelian produk Monk Inshoes minimal seharga Rp 250.000,-