

BAB IV KONSEP PERANCANGAN

A. Metode Perancangan

Dalam pembuatan suatu maskot dan ikon, penting adanya suatu perancangan yang matang agar maskot dan ikon yang dibuat memiliki hasil yang memuaskan. Dalam suatu perancangan, langkah awal yang perlu diambil adalah menentukan ide dasar untuk menjadi landasan dasar. Setelah ide dasar perancangan ditentukan, maka langkah selanjutnya memilih media yang akan digunakan untuk pengaplikasian dengan menggunakan ide dasar yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam pengaplikasian, jika terdapat suatu hal yang kurang cocok maka dapat dikoreksi lebih lanjut sehingga dapat mendapat hasil yang lebih baik. Setelah selesai diaplikasikan maka akan dievaluasi untuk terakhir kalinya untuk menghindari kesalahan-kesalahan baik kesalahan yang yang besar ataupun kesalahan kecil.

B. Konsep Kreatif

1. Konsep kreatif

a. Tujuan Kreatif

Perancangan ini memiliki tujuan untuk mendapatkan konsep perancangan maskot dan ikon sebagai aset Goody! Culture untuk menunjang media promosi dan di terapkan di media *online* dan *offline*, di harapkan dapat mengoptimalkan penggunaan aset ilustrasi untuk di terapkan dan digunakan ke berbagai media marketing Goody! Culture serta meningkatkan jumlah konsumen dari Goody! Culture itu sendiri.Strategi Kreatif.

b. Strategi kreatif

1) Desain visual maskot dan icon Goody! Culture

Dalam perancangan maskot dan ikon ini, terdapat empat maskot utama yang sering di tampilkan oleh Goody! Culture yaitu Koko, Dee, Nata dan Oky masing-masing maskot ini menjadi variable utama dan juga sebagai media utama untuk merancang berbagai media promosi yang akan digunakan untuk membuat rancangan media visual promosi. Koko, Dee, Nata dan Oky yang nantinya akan dijadikan aset ilustrasi yang akan di gunakan di beberapa media pendukung dan memiliki kesempatan untuk membuka cara promosi baru yang menarik, unik dan belum banyak digunakan di Indonesia, dan memungkinkan membuka peluang untuk menarik lebih banyak perhatian orang. Visual Koko, Dee, Nata dan Oky nantinya akan dibuat berbentuk Kartun dimana proporsi badan dari kepala, badan dan kaki memiliki

perbandingan 1:1:1, selain itu dalam perkembangannya, desain utama dari karakter Koko, Dee, Nata dan Oky sendiri ini dapat dibuat fleksibel dan variatif, mulai dari pembuatan kostum yang dapat disesuaikan dan desain ulang untuk berbagai kebutuhan, serta keluwesan dalam membentuk pose dan ekspresi untuk diletakkan dan diaplikasikan dalam berbagai media.

2) Target

Target audience dalam perancangan ini ditargetkan untuk usia 15-25 tahun, sedangkan untuk audiencenya adalah laki-laki dan perempuan yang berpendidikan SMP hingga Perguruan Tinggi dan berada pada tingkat ekonomi menengah dan atas, untuk segmen geografis mencakupi seluruh wilayah dalam dan luar negeri, dan untuk segmentasi psikografis teruntuk anak-anak muda yang menyukai fashion bertemakan budaya lokal Indonesia dan *Skateboard*.

3) Metode penyajian

Maskot dan ikon Goody! Culture yaitu Koko, Dee, Nata dan Oky yang telah didesain sebagai aset ilustrasi akan diaplikasikan kedalam berbagai media pendukung untuk menunjang visualisasi dari media promosi dan kebutuhan sosial media Goody! Culture. dalam pengaplikasiannya desain maskot dan ikon Goody! Culture ini akan diterapkan kedalam berbagai media seperti Sosial Media, *Voucher Promo*, *Poster*, *Thanks Card*, dan Stiker kemasan Goody! Culture.

4) USP (Unique Selling Proposition)

Maskot dan Ikon Goody! Culture menyajikan bentuk visual baru, unik dan menarik, *style* yang digunakan merupakan campuran antara *Street Art* dan kartun sehingga dapat menarik perhatian masyarakat, terutama untuk *target audience* yang suka akan budaya lokal dan *skateboard*.

5) Positioning

Positioning yang diinginkan oleh Goody! Culture adalah menjadi distro yang bertemakan budaya lokal Indonesia dan *skateboard* di wilayah solo, dan Goody! Culture ingin memperkuat citra Goody! Culture tersebut agar menjadi ambassador *fashion* distro bertemakan budaya lokal Indonesia dan *skateboard* di wilayah solo dan sekitarnya, dengan meningkatkan aset ilustrasi berupa Maskot dan ikon.

2. Konsep kreatif media utama

a. Konsep perancangan maskot dan icon

1) Ilustrasi

Dengan penggunaan visualisasi Maskot dan ikon Goody!Culture yang digambarkan dalam model kartun atau telah dideformasi lebih lanjut menjadi bentuk yang lebih simpel dan lucu dapat menarik dengan memiliki perbandingan tubuh 1:1:1. Penggambarannya yang dibuat simpel akan sangat memudahkan pihak Goody! Culture kedepannya apabila akan menggunakan dan mengaplikasikan kedalam media yang lain. Penggunaan ilustrasi Goody! Culture dalam bentuk Kartun (karakter manusia yang proporsi tubuhnya telah dideformasi menjadi

lebih simpel) memiliki berbagai keuntungan antara lain dalam gambarnya lebih bisa diterima berbagai kalangan usia, baik anak-anak, remaja, dan dewasa walaupun semua tetap tergantung dari selera dari masing-masing pribadi. Untuk pengaplikasiannya pun lebih mudah dibuat, lebih mudah diaplikasikan ke berbagai media lain, lebih terjangkau dalam hal biaya pembuatan dan juga lebih mudah untuk dibuat variasi dan modifikasinya karena tidak memerlukan detail yang sangat bagus.

2) Software yang digunakan

Penggambaran ilustrasi menggunakan aplikasi *Clip Studio Paint* sebagai aplikasi utamanya dan menggunakan *Corel Draw* sebagai aplikasi untuk mendukung seperti mengetik tulisan yang ada dalam memposisikan letak *layout* yang tepat.

3) Konsep proses produksi

a) Tahap pra-produksi

Pada tahap pra-produksi, akan dirancang sketsa awal desain dari maskot dan ikon Goody! Culture. Untuk desain awal akan difokuskan dalam pembuatan desain karakter maskot dan ikon Goody! Culture yang dapat mudah diaplikasikan kedalam berbagai media dan tidak terlalu sulit untuk dibuat.

b) Tahap produksi

Pada tahap produksi, desain yang telah dibuat sebelumnya akan dikembangkan lebih lanjut sehingga menjadi sebuah desain yang matang berdasarkan ketentuan yang telah dibuat sebelumnya.

c) Tahap pasca-produksi

Pada tahap pasca produksi, desain yang telah jadi akan dikaji ulang dengan berbagai pertimbangan agar lebih matang. Pada tahap ini, akan diadakan evaluasi dan perbaikan terhadap desain tersebut agar hasil yang didapatkan lebih maksimal.

d) Pengaplikasian

Setelah tahap evaluasi dan perbaikan, desain yang telah final akan diaplikasikan kedalam berbagai media untuk menunjang visualisasi dari berbagai media promosi yang akan dipakai.

3. Konsep kreatif media pendukung

Konsep kreatif untuk media pendukung ini adalah dengan menggunakan media utama, yaitu maskot dan ikon Goody! Culture sebagai daya tarik visual. Dari media utama yang telah disiapkan sebelumnya, akan diaplikasikan kedalam berbagai media pendukung seperti iklan media sosial, poster dan brosur. Untuk isi materi dalam media pendukung sendiri akan menampilkan berbagai foto produk yang dimiliki Goody! Culture serta *headline* dan *sub headline*, serta *logo* yang dapat menunjukkan Goody! Culture tersebut.

C. Konsep Perancangan

1. Konsep perancangan media utama

a. Desain maskot dan ikon Goody! Culture

karakter yang akan digambarkan sebagai maskot dan ikon untuk menjadi aset ilustrasi yang akan di gunakan sebagai media utama dalam promosi ini adalah 4 kucing Goody! Culture yaitu Koko, Dee, Nata dan Oky, ke-empat kucing ini memiliki keperibadian yang berbeda seperti kepribadian psikologinya, sebagaimana nata memiliki kepribadian koleris, sedangkan koko plagmatis, dee melankolis, dan oky santai, masing masing kepribadian ini akan di tunjukan lewat rawut wajah agar tercermin masing-masing kepribadian.

untuk pemilihan desain sendiri, ke-empat karakter ini akan digambarkan dengan proporsi kartun yang memiliki perbandingan kepala, badan dan kaki 1:1:1, sehingga proses penggambarannya akan lebih mudah dan memudahkan pula dalam pengaplikasiannya kedalam berbagai media. Sedangkan untuk ikon dari ke-empat maskot ini cukup dengan menggambar bagian kepalanya saja dan di sederhanakan.

b. Desain costume maskot Goody! Culture

Pada desain kostum, desain kostume yang akan di pakai oleh ke-empat maskot ini berupa kaos, celana pendek, dan sepatu *sneakers*, dan beberapa aksesoris yang mencerminkan pakaian distro yang dimiliki oleh Goody! Culture.

2. Konsep perancangan media pendukung

a. Strategi visual verbal

1) *Headline*

Headline adalah bagian menonjol dari suatu iklan. *Headline* biasanya dibuat dengan menarik agar dilihat pertama kali. *Headline* yang dipakai untuk promosi Goody! Culture ini adalah “Goody! Culture”.

2) *Sub Headline*

Sub headline adalah lanjutan dari *headline* yang mendukung isi dari *headline* sendiri. *Sub headline* yang dipakai untuk promosi Goody! Culture adalah “Cause everyone needs an identity”.

3) *Logo*

Dalam perancangan promosi ini, *logo* yang akan dipakai adalah *logo* yang telah dibuat dan telah digunakan oleh Goody! Culture.

4) *Ilustrasi*

Ilustrasi yang akan diisikikan pada media pendukung antara lain adalah desain Maskot dan ikon dari Goody! Culture sebagai pusat perhatian utama, *logo*, dan juga foto produk Goody! Culture itu sendiri.

5) Tipografi

Tipografi yang akan digunakan untuk menuliskan isi dari promosi tersebut akan dipilih *font* yang mudah untuk dibaca yaitu FrizQuaT Bold, Bebas kai dan Calibri sebagai tambahan untuk kebutuhan desain dalam media pendukung



Gambar 12: *Font* utama

(dokumentasi pribadi)

Gambar 13: *Font* tambahan 1

(dokumentasi pribadi)

Gambar 14: *Font* tambahan 2

(dokumentasi pribadi)

6) Warna

Untuk penggunaan warna pada media pendukung seperti pada poster dan brosur akan digunakan lima opsi warna dasar, tetapi dalam pengaplikasiannya, *opacity* dari warna dasar ini akan disesuaikan dengan kebutuhan:



Gambar 15. Palet warna utama untuk desain
(dokumen pribadi)

D. Media Placement

Dalam perancangan maskot dan ikon, Goody! Culture membutuhkan beberapa media pendukung. Media pendukung yang dipilih berdasarkan pertimbangan dari media utama yaitu Media Sosial. Media pendukung ini diharapkan mampu memperkuat media utama yaitu Media Sosial. Oleh karena itu, dipilih media pendukung sebagai berikut:

1. Media Sosial

Media sosial dianggap mampu menjangkau *target audience* yang kebanyakan menggunakan media sosial dalam kegiatan sehari-harinya, media sosial yang dipilih adalah *Facebook* dan *Instagram*. Alasan utama menggunakan *Facebook* dan *Instagram* yaitu karena media sosial ini memiliki banyak pengguna aktif. Pemilihan media ini dimaksudkan agar target pengguna dapat selalu update dengan konten atau karya yang baru saja dipublikasikan.

2. Voucher Promo

Voucher Goody! Culture merupakan salah satu media promosi untuk memberikan diskon atau penawaran menarik untuk konsumen yang sudah membeli produk Goody! Culture, dengan tujuan agar konsumen tertarik untuk membeli produk Goody! Culture dengan menggunakan *Voucher* yang diberikan sebelumnya

3. Poster

Media poster ini dipilih karena dianggap mampu menjangkau *target audience* secara *offline*. Poster karya dapat dijadikan sebagai hadiah dalam sebuah acara dan *event* yang akan diselenggarakan oleh *Jalcloth* atau *event* baju distro lainnya. Poster karya tersebut juga mampu dijadikan sebagai hiasan *booth stand* saat Goody! Culture menyewa booth dalam sebuah acara.

4. Thanks Card

Thanks Card merupakan kartu ucapan terima kasih berbentuk kartu dan diletakkan dalam kemasan kardus Goody! Culture, kartu ucapan ini memiliki dua sisi, sisi pertama berisikan ucapan terima kasih dari Goody! Culture untuk pelanggannya yang sudah membeli dan mengoleksi produknya, sisi yang kedua merupakan *artwork* dari Goody! Culture atau pun hasil kolaborasi dengan *artist* lain.

5. Stiker Kemasan Kardus

Goody! Culture mulai menggunakan kemasan kardus atau *Exclusive Box* untuk setiap pembelian produk Goody! Culture, karena dianggap mampu mengurangi limbah plastik. *Exclusive Box* akan mulai berlaku pada bulan July tahun 2020, berhubung kardus yang digunakan sudah jadi dari pabrik dan polos, maka Goody! Culture menambahkan elemen desain dengan menggunakan stiker pada kemasan kardus. Fungsi dari stiker kemasan ini untuk mengisi biodata pembeli dan sebagai penanda barang/produk agar tidak tertukar dengan produk lainnya.

E. Estimasi Biaya Produksi

Berikut adalah prediksi biaya yang di keluarkan untuk pembuatan media promosi Goody! Culture.

1. Prediksi biaya jasa ilustrasi

Dalam penentuan harga, harga diambil melalui referensi dari salah satu *illustrator* dengan nama “michelle mint” untuk harga sebuah desain karakter (*humanoid – chibi*), sedangkan harga ilustrasi untuk kepentingan desain stiker line diambil dari harga rata-rata dari beberapa *illustrator* yang menggunakan model ilustrasi *chibi* ataupun khusus untuk membuat stiker *line* yang berada grup “*Commision Corner Indonesia*”.

No	Item	Qty	Harga satuan (Rp)	Total (Rp)
1.	Pembuatan desain Maskot Goody! Culture dan 10 pose masing-masing karakter	56	325.000	18.200.000
2.	Pembuatan Ikon Goody! Culture	4	50.000	200.000
3.	Jasa desain grafis untuk keperluan media pendukung lain	5	250.000	1.250.000
Total				19.650.000

Tabel 3. Tabel prediksi biaya desain

2. Prediksi biaya pengeluaran pembuatan media cetak

Untuk refrensi harga dari media pendukung sendiri diambil dari harga percetakan sempurna. Harga yang diambil adalah dari harga percetakan Sempurna karena outlet Sempurna yang tersebar di banyak tempat dan lebih banyak ditemukan dan lebih umum.

No	Item	Qty	Harga satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Poster ukuran A2 (2 desain)	2 rim	175.000	350.000
2	Poster ukuran A3 (2 desain)	2 rim	84.500	169.000
4	<i>Voucher Promo</i> 10 x 12 cm*	2 rim	42.900	85.800
5	<i>Cutting Stiker</i> Kemasan bahan vinel 14,3 x 10.9 cm*	3 rim	180.000	540.000
6	<i>Thanks Card</i> Cetak dua sisi 7,4 x 10,5*	2 rim	85.000	170.000
Total				1.314.800

Tabel 4. Tabel prediksi biaya cetak

*Brosur dicetak dalam lembaran A3

3. Total biaya pengeluaran

No	Item	Qty	Harga (Rp)	Total (Rp)
1	Total biaya jasa ilustrasi maskot dan ikon	1	18.200.000	18.200.000
2	Total biaya cetak media pendukung	1	819.300	1.314.800
Total				19.514.800

Tabel 5. Tabel prediksi biaya total

