

BAB III

ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Setelah melakukan identifikasi data pada brand dai.pop data-data yang terkumpul pada bab sebelumnya, data-data ini akan dijadikan sebuah acuan pada pembuatan konsep dan strategi kreatif pada Perancangan Media Promosi Produk Tas dai.pop melalui Ilustrasi.

A. ANALISA DATA

1. Segmentasi

Dari perancangan media promosi produk tas dai.pop memiliki target audience yang diperuntukan untuk berjenis kelamin lebih cenderung ke perempuan, berikut ini adalah pertimbangan yang ditentukan untuk target audience :

a. Demografi

Jenis kelamin : Cenderung ke perempuan

Usia : 15- 23 Tahun

Ekonomi : Menengah

Agama : Semua agama

Tingkat Pendidikan : SMA-Perguruan Tinggi

b. Geografis

Konsumen brand dai.pop ini bisa dijangkau oleh konsumen dengan wilayah Indonesia dan sekitarnya untuk pelayanan *online order*.

c. Psikografis

Untuk kalangan anak muda yang suka berpenampilan artsy dan ingin tampil beda dengan berbagai jenis tas bertema pop dan Cheerfull dengan bentuk yang unik untuk dipadukan dengan busana apa saja.

d. Behavior

Kalangan anak muda yang memiliki gaya hidup simple tetapi ingin fashionable yang lebih mementingkan model dibandingkan kegunaan tas pada umumnya sehingga berpenampilan mencolok dengan warna-warna pop dan Cheerfull tetapi masih santai untuk di pakai sehari-hari.

2. USP (Unique Selling Proposition)

Brand dai.pop berdiri sejak tahun 2018 yang dimana kalangan anak muda di masa sekarang ini lebih ingin berpenampilan simple tetapi menarik khususnya kalangan anak muda yang menyukai berpenampilan artsy yaitu berpenampilan dengan cara yang lebih seni yang dimana identik dengan warna warna yang pop dan Cheerfull karna akan menonjolkan sisi uniknya ketika memakai tas dengan model berbeda seperti brand-brand biasanya. Karna brand dai.pop sendiri memiliki tema yang unik yaitu tema yang diambil mengadaptasi dari bentuk buah buahan.

3. ESP (Emotional Selling Proposition)

Brand dai.pop sendiri sudah digemari oleh kalangan anak muda di masa sekarang, karna modelnya cenderung lebih simple yang

mementingkan model dibandingkan kegunaan tas pada umumnya tetapi tetap unik dan mencolok karna tema yang diambil ialah tema pop dan Cheerfull yang ketika memakai sesuatu yang warna warni akan membuat perasaan senang. Sehingga untuk kalangan anak muda yang gemar berpenampilan artsy identik dengan memadukan busana dengan cara yang lebih seni hingga menjadikan penampilan lebih fashionable dengan tema pop dan Cheerfull sehingga look nya terlihat unik dan tidak terkesan berlebihan walau untuk dipakai sehari-hari.

4. POSITIONING

Konsumen dengan rata-rata usia 15- 23 Tahun yang memiliki kebiasaan hidup yang ingin berpenampilan mencolok dengan warna cheerfull, dan fashionable tetapi tidak terkesan berlebihan walaupun untuk dipakai sehari-hari. Oleh karena itu bahasa visual yang tepat dan unik adalah bentuk-bentuk simpel, dan sederhana yang biasa dilihat dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian gaya visual yang digunakan adalah gaya visual Pop Art dengan karakter ilustrasi drawing yang akan fokus pada produk tas dai.pop itu sendiri dengan ilustrasi yang cheerfull. Karena brand dai.pop sendiri mengadopsi dari bentuk buah-buahan maka ilustrasi yang akan dibuat kemudian dikombinasikan untuk menciptakan brand image yang baru. Model tas yang simple sehingga bagi kalangan anak muda sedang menjadi trend. Kemudian warna yang akan digunakan adalah warna-warna pop dan cheerfull sesuai dengan tema brand dai.pop itu sendiri yang menarik konsumen terutama yang tertarik ingin berpenampilan artsy.

Karena warna pop dan cheerfull sendiri dapat menciptakan perasaan lebih bahagia.

B. STRATEGI KREATIF

1. KONSEP

Pengertian Konsep adalah satuan arti yang mewakili sejumlah objek yang mempunyai ciri yang sama. Orang yang memiliki konsep mampu mengadakan abstraksi terhadap objek-objek yang dihadapi, sehingga objek-objek ditempatkan dalam golongan tertentu. Objek-objek dihadirkan dalam kesadaran orang dalam bentuk representasi mental tak berperaga. Konsep sendiri pun dapat dilambangkan dalam bentuk suatu kata. (Bahri ,2008:30)

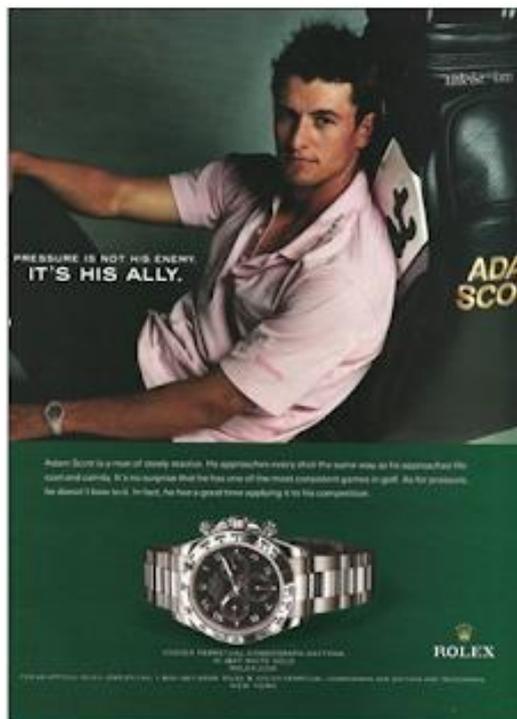
a. Visual

Visual disini merupakan sebuah konsep yang terlihat secara gambaran besar seperti :

a) Layout (Tata Letak)

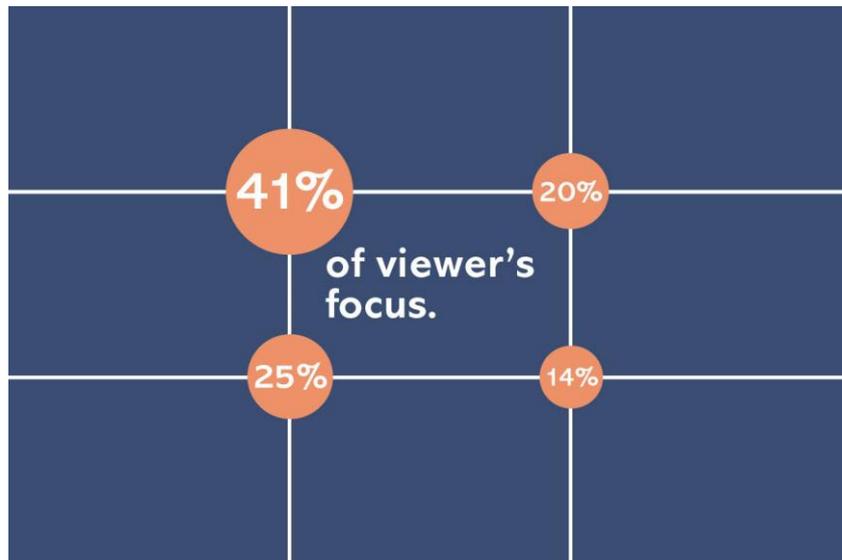
Tata letak (layout) merupakan salah satu keputusan strategis operasional yang turut menentukan efisiensi operasi perusahaan dalam jangka panjang. Tata letak yang baik akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan produktivitas perusahaan (Murdifin dan Mahfud ,2011:433) Layout juga sebagai desain awal sebuah iklan yang belum jadi. Pada *layout* unsur ketepatan sangat diperhitungkan baik teks dan ilustrasi sudah dibuat rapi. Pada konsep perancangan media promosi melalui ilustrasi ini karena gaya visual yang dipilih adalah popArt maka menggunakan jenis layout picture window layout. Karna tampilan

gambar/ilustrasi yang besar menjadi ciri utama tata letak ini, dan keterangan gambar hanya memiliki porsi yang kecil. Agar konsumen langsung tertuju dan focus pada ilustrasi itu sendiri. Sehingga jenis layout ini sangat tepat untuk digunakan sebagai konsep perancangan media promosi produk tas dai.pop ini.



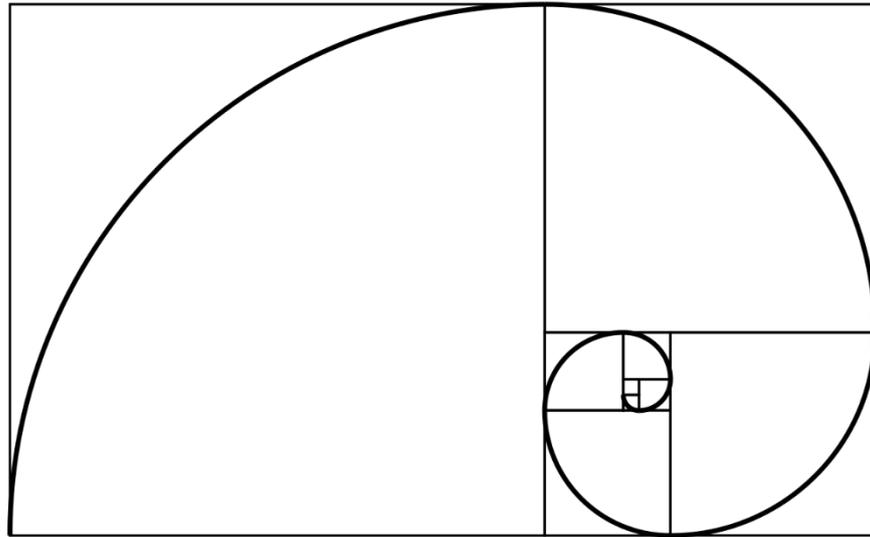
Gambar 3.4 Contoh Gambar Picture Window Layout
(Sumber : www.google.com, 2021)

Selain itu juga didalam layout memperhatikan *rule of thirds* yaitu layout yang menggunakan beberapa garis untuk melatih titik focus audience pada sebuah objek.



Gambar 3.5 Contoh Gambar rule of thirds
(Sumber : www.google.com, 2021)

Adapun hal yang perlu diperhatikan pada layout juga yaitu *golden spiral* . Golden spiral sendiri ialah berfungsi untuk menghadirkan keseimbangan alami dan harmoni visual dan merupakan pola yang diambil dari alam sekitar sehingga memberikan daya tarik estetika, sehingga menjadi mudah dan efektif untuk digunakan dalam membuat sebuah ilustrasi/desain.



Gambar 3.6 Contoh Gambar Golden spiral
(Sumber : www.google.com, 2021)

Pada sebuah feed instagram membutuhkan suatu konten yang menarik dan artistik, pengguna Instagram akan lebih mudah mengenali produk dan dapat mengaplikasikan beberapa tips dalam kegiatan digital marketing melalui aplikasi Instagram dengan memuali melakukan brand awarness melalui konten pada feed instagram. Sehingga dalam menciptakan sebuah konten feed dengan konsep yang menarik agar dapat menciptakan daya tarik beli konsumen pada sebuah produk yang ditawarkan membutuhkan sebuah layout.

Layout yang disajikan pada *Feed instagram* diantaranya:

a) Square layout

Square Layout merupakan desain grid ilustrasi yang paling dasar. Diterapkan pada satu postingan konten ilustrasi ukuran persegi dalam satu waktu. Dengan menciptakan suatu tema dengan warna colorfull,

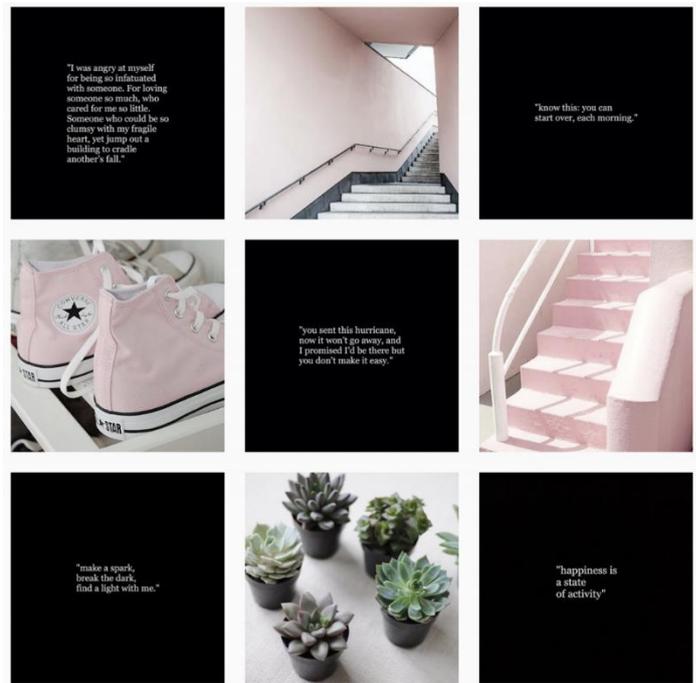
dan menonjolkan 1-2 feed agar audience dapat menemukan titik fokus pada sebuah layout, kemudian menggunakan tone warna yang konsisten. Sehingga membantu feed menghasilkan tampilan yang konsisten di setiap ilustrasi yang akan di posting.



Gambar 3.7 Contoh Gambar Square layout
(Sumber : www.pinterest.com, 2021)

b) *Checker board layout*

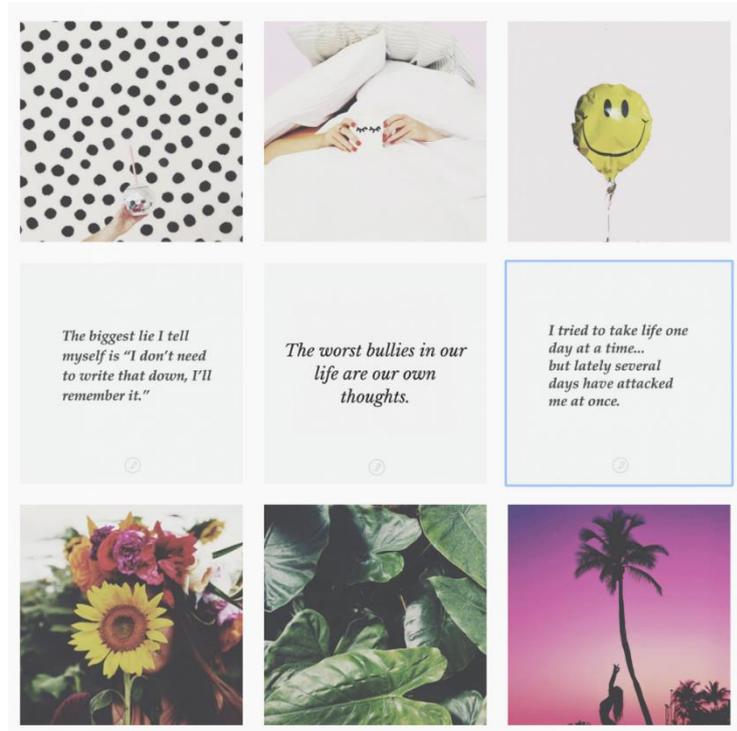
Checker board layout ialah desain grid dimana didalamnya bergantian antara dua warna atau jenis posting. Dengan memposting ilustrasi/foto, lalu kutipan, diikuti dengan ilustrasi/foto dan kutipan lainnya. Selain itu jenis layout ini dapat menginspirasi kepada audiens melalui teks dan visual yang akan di tampilkan pada suatu konten feed instagram.



Gambar 3.8 Contoh Gambar Checkerboard Layout
(Sumber : www.pinterest.com, 2021)

c) *Row By Row Layout*

Untuk menggunakan tata letak jenis layout ini adalah dengan menarasikan cerita di setiap baris. Desain ini berfungsi karena saat audience menggulir ke bawah feed, Mata audience akan fokus untuk membaca suatu teks pada suatu feed sehingga bergerak dari kiri ke kanan seperti saat membaca majalah atau katalog. Dengan berbagi cerita di setiap tiga pos, ilustrasi per baris harus berkaitan satu sama lain dalam hal warna atau estetika visual. Dan tidak harus menampilkan objek yang sama per ilustrasi, karna disetiap baris akan memiliki estetika visual yang sama.



Gambar 3.9 Contoh Gambar Row By Row Layout
(Sumber : www.pinterest.com, 2021)

d) *Rainbow Layout*

Pada dasarnya warna inti dalam suatu konten feed instagram akan memunculkan kesan rapi dan konsisten. Jenis layout ini bergantung pada sebuah warna- warna yang kontras sehingga menciptakan tema colorfull tetapi juga harus merencanakan bagaimana transisi warna di setiap kisi pada grid feed instagramnya. Begitu pula harus memiliki banyak jenis konten yang selalu berbeda tema setiap kali akan beralih ke tema baru. Sehingga unggahan 3 gambar serupa yang akan bertindak sebagai pemisah antara gambar dengan tema lama dan tema baru.



Gambar 3.10 Contoh Gambar Rainbow layout
(Sumber : www.pinterest.com, 2021)

b). Warna

Pengertian warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenai cahaya tersebut. Benda yang dipantuli cahaya mengabsorpsi sebagian atau seluruh warna yang memantul. Sehingga pada saat hanya warna merah yang dipantulkan dan warna lain diabsorpsi, maka benda tersebut menjadi warna merah. Dalam kaca mata seni rupa dan desain, pengertian warna menurut Prawira adalah “Warna termasuk salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain selain unsur-unsur visual yang lain” (Sulasmidarma Prawira, 1989: 4).

Warna juga ialah sebuah elemen grafik yang sangat kuat dan provokatif. Karena warna sebagai pelengkap bagi suatu bentuk sebagai

c). **Tipografi**

Dendi Sudiana (2001:1) dalam buku “Pengantar Tipografi” Gambar adalah elemen grafis yang paling mudah dibaca. Tetapi melalui kata-kata yang terdiri dari huruf oleh huruflah memandu pemahaman pembaca pesan atau ide. (Sudiana, 2001: 1).

Tipografi juga merupakan faktor penting dalam memunculkan ciri khas pada suatu brand itu sendiri. Dalam sebuah brand tipografi akan berperan sebagai citra dari brand dai.pop khususnya yang bergaya visual popArt akan menggunakan jenis font dekoratif karena akan lebih mudah untuk dikenali, kemudian karakteristik dari font dekoratif ini sangat fleksibel dan santai. Sesuai dengan tema brand dai.pop yaitu pop dan Cheerfull. Tipografi atau jenis huruf yang digunakan disesuaikan dengan konsep yang ada ialah :

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Contoh Font Cookies

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Contoh Font Brady Bunch Remastered

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Contoh Font Jackpot

Gambar 4.2 Contoh Gambar Font Typografi
(Sumber : Gian wandityani, 2021)

d). Ilustrasi

Ilustrasi adalah sebagai bentuk ekspektasi dari ketidakmungkinan dan tak ada yang berbeda jauh seperti halnya angan-angan, yang sifatnya virtual atau maya, serta ilustrasi hadir dalam sebagai diverikasi. **(Menurut Fariz , 2009:14).**

Ilustrasi juga merupakan salah satu unsur penting yang sering digunakan dalam media promosi karena dapat memunculkan diferensiasi dan *brand image* yang di hasilkan. Didalam media promosi, ilustrasi sendiri berfungsi untuk memperjelas atau menonjolkan suatu produk/brand tertentu yang ditampilkan yang sekaligus sebagai penghias serta daya tarik bagi para konsumen. Ilustrasi ini berupa sebuah karakter yang memakai produk tas dai.pop itu sendiri yang

fungsinya sebagai pengganti model. Dalam konsep perancangan media promosi ilustrasi ini gaya visual yang dipilih adalah popArt karena akan lebih mudah diterima oleh pengguna media sosial yang dimana popArt sendiri sudah menjadi populer dimasa kini, maka ilustrasi ini memakai warna yang beragam, yang tentunya sesuai segmen yang dituju cenderung ke perempuan karena lebih tertarik terhadap sesuatu yang menarik perhatian dan unik.



Gambar 4.3 Contoh Gambar Ilustrasi popArt
(Sumber : www.google.com, 2021)

b. Verbal

Verbal merupakan konsep yang terlihat dari berbagai aspek seperti :

1. Headline

Headline terletak pada suatu poster yang nantinya akan di tampilkan juga di instagram stories dan menggunakan kalimat yang simple dan memiliki daya Tarik tersendiri karna seperti sesuatu yang baru . pada poster pertama dengan teks “ Introducing’ dan poster kedua “Lemony Slingbag” yang Disertai typografi yang sesuai dengan perancangan yang akan dibuat dan ilustrasi drawing dengan bentuk sesuai dengan tema dai.pop itu sendiri yaitu bergaya cheerfull.

2. Sub Headline

Subheadline terletak pada bagian atas setelah headline pada poster pertama dengan teks “ NEW LOOK “ dan poster ke dua dengan teks “A collaboration pop colour, fruity and ilustrasion “ untuk memberitahu isi dari pesan tersebut adalah bahwa akan ada sesuatu yang akan diciptakan dengan model yang baru. Pada teks tersebut akan mendatangkan daya tarik audience yang lebih untuk membeli produk tersebut.

3. Body Copy

Body copy terletak pada bagian tengah pada poster brand dai.pop dengan teks “ Lemony waitsbag“ dan pada poster ke dua “ price 45k ” untuk menjelaskan kepada audience bahwa jenis produk tersebut berjenis

apa dan keterangan harga produk itu sendiri.

4. Splash

Splash terletak pada bagian setelah bodycopy dengan teks “NEW LOOK” untuk menjelaskan suatu look yang baru.

5. Base Line

Base line terletak pada bagian bawah yang berisi contact person, akun instagram, akun shopee, whatsapp hingga nomor telepon yang bisa dihubungi oleh konsumen.

C. KONSEP TEKNIS

Perancangan feed instagram dengan ilustrasi ini diawali dengan menyiapkan sebuah tema dan konsep yang sesuai dengan brand dai.pop. Untuk dilanjutkan membuat ilustrasi pada bagian konten feed instagram yang telah dibuat serta menatanya sesuai layout konten planner yang telah dipilih, perancangan tersebut dibutuhkan beberapa software grafis di antaranya adalah :

a. Clip Studio Paint



Gambar 4.4 Contoh Gambar Logo Clip Studio Paint
(Sumber : www.google.com, 2021)

Software Clip Studio Paint ini memiliki banyak fitur khusus yang mendukung untuk merancang sebuah ilustrasi karena mempermudah mulai dari dalam membuat sketsa awal sampai bagian coloring. Kemudian memiliki fitur warna yang lebih banyak dan terdapat banyak tools lalu disertai beragam jenis brush.

b. Photoshop



Gambar 4.5 Contoh Gambar Logo Photoshop
(Sumber : www.google.com, 2021)

Software photoshop ini memiliki fitur yang tidak jauh beda dengan Clip Studio Paint, software ini digunakan untuk menyatukan ilustrasi pada moc up agar dapat mempermudah dalam proses pengeditan dan dapat mengatur proses pengakaryaannya terhadap proses pencetakan media plan..

c. Spark AR Studio



Gambar 4.6 Contoh Gambar Logo Spark AR Studio
(Sumber : www.google.com, 2021)

Software Spark AR Studio ini memiliki fitur yang berfungsi untuk proses pembuatan Filter instagram, yang nantinya akan meluncurkan filter terbaru yaitu Galeri Efek AR. Pada Efek ini dapat membuat pengguna untuk menelusuri Efek AR yang telah dibuat oleh para pengguna lain dan para kreator instagram itu sendiri.

D. Media Plan

1. Feed Instagram

a. Alasan Pemilihan media

Feed instagram sebagai penunjang media utama untuk mempromosikan suatu brand/produk yang sangat strategis karena dapat dilihat oleh siapa saja. Selain itu feed instagram dipilih karena dapat bertahan dengan jangka waktu yang lama dan audience akan lebih tertarik untuk lebih lama melihat produk yang dipasarkan. Pemilihan media pada feed instragram ini terkesan lebih *modern*, Karena sekarang ini banyak terdapat sebuah produk yang dipasarkan dengan cara online, dengan memunculkan brand image dalam feed instagram tersebut audience akan lebih tertarik dan dapat membedakan kualitas pada brand-brand lainnya. Selain itu konten yang diposting di feed instagram oleh suatu brand akan menarik perhatian tersendiri bagi para pengguna media sosial karena dapat melihat produk dengan cara yang berbeda dari biasanya yaitu melalui ilustrasi yang akan dibuat untuk meningkatkan citra baru pada brand itu sendiri.

b. Konsep desain

Postingan feed instragram yang berukuran 1 : 1 , yang dimana nantinya sebuah desainnya akan menojolkan ilustrasi yang dikombinasikan sebuah produk yaitu Tas yang ditawarkan oleh brand Dai.pop yang terlihat unik & Cheerfull, agar dapat menarik perhatian bagi para pengguna media sosial dan membuat penasaran untuk

membeli dan memakainya produk tasnya.

c. Penempatan Media

ditempatkan pada akun instagram brand Dai.pop.

2. Katalog

a. Alasan Pemilihan media

Katalog sebagai media komunikasi persuasif yang dibuat menarik guna mempermudah penyampaian pesan (info produk atau jasa) oleh suatu brand. Selain itu katalog juga untuk mempromosikan produk ke konsumen yang berisi gambar, berupa foto, atau ilustrasi, serta informasi yang di mana setiap gambar tersebut terdapat deskripsi produk, termasuk karakteristik, berupa warna, bahan, fungsi, ukuran, dari produk yang ditawarkan oleh brand itu sendiri. Pemilihan media katalog untuk media promosi sendiri adalah agar para konsumen bisa memilih dengan hanya melihat produk yang dikombinasikan oleh ilustrasi melalui media cetak.

b. Konsep desain

Media katalog yang berukuran A5 , yang dimana nantinya sebuah desain jenis-jenis produk yang akan ditawarkan akan dibuat dalam bentuk ilustrasi dengan gaya visual PopArt.

c. Penempatan Media

Karena brand dai.pop sendiri tidak memiliki tempat untuk bisa

dikunjungi secara langsung maka media katalog ini ditempatkan pada akun instagram dai.pop dengan link yang tertera.

3. E-katalog

a. Alasan Pemilihan media

E-katalog ialah sebuah sistem informasi dari sebuah katalog yang berisi mengenai daftar produk atau jasa, jenis, merk, spesifikasi teknis, harga dan jumlah barang atau jasa yang tersedia, yang dapat diakses secara digital. E-Katalog tidak memiliki tanggal expired, karena bisa di upgrade kapan saja, sehingga tidak perlu terus menerus mencetak ulang seperti pada katalog manual pada umumnya. Pemilihan media E-katalog untuk media promosi sendiri adalah agar para konsumen bisa membantu konsumen untuk menghemat waktu dalam menentukan dimana mereka memutuskan untuk membeli barang tersebut dan barang apa yang akan dibeli. Hanya dengan 1 perangkat, mereka dapat melihat beberapa produk dari berbagai brand lain.

b. Konsep desain

Media E-katalog yang berukuran A5 , yang dimana nantinya sebuah desain jenis-jenis produk yang akan ditawarkan akan dibuat dalam bentuk ilustrasi dengan gaya visual PopArt.

c. Penempatan Media

Media E-katalog ini ditempatkan pada akun instagram dai.pop dengan link yang tertera dan akan dihubungkan melalui aplikasi perantara.

4. Instastory Instagram

a. Alasan Pemilihan media

Instastory instagram dipilih sebagai media karena instastory juga bisa dimanfaatkan sebagai media promosi *online* dengan cara yang kurang lebih sama seperti penggunaan personal. Selain itu, bisa membuat *story* bersambung mengenai produk dan bisnis yang ditawarkan, menceritakan *behind the scene*/ proses produksi produk yang akan segera di rilis, Instastory juga secara optimal dan kreatif bisa memancing lebih banyak *followers* untuk bergabung dan menciptakan interaksi terkait produk. Jika hal ini dilakukan secara tepat dan efektif, maka bisa meningkatkan *brand awareness*, memperbesar peluang terjadinya konversi penjualan, menambah jumlah *follower* aktif, bahkan bisa mendatangkan banyak pelanggan ke *online store* atau *website*_bisnis brand tersebut.

b. Konsep desain

Berhubung media sosial sudah menjadi kebutuhan manusia dan di lihat oleh banyak orang, maka desain yang dibuat harus unik dengan tema pop & cheerfull karna fitur instastory isntagram ini juga sarana untuk berkomunikasi antara audience dengan si penjual. Desain yang digunakan sangat cheerfull sesuai gaya visual yang dipilih yaitu popArt. Selain itu menggunakan warna-warna pop, sehingga warna ilustrasi popArt dapat terlihat lebih mencolok.

c. Penempatan Media

Media instastory instagram akan di tempatkan pada fitur cerita aplikasi instagram tersebut.

5. Poster

a. Alasan Pemilihan media

Poster merupakan alat mengiklankan sesuatu, sebagai alat untuk menyampaikan berbagai pesan dan informasi. Poster yang menarik tentunya akan memikat bagi siapapun yang melihatnya, oleh karena itu poster dapat digunakan sebagai media promosi yang dapat diandalkan.

b. Konsep desain

Media poster yang akan berukuran A3, yang dimana nantinya akan memakai jenis layout *picture window layout* karna akan berfokus pada ilustrasinya.

c. Penempatan Media

Media poster akan ditempatkan pada suatu dinding yang dimana mudah dijangkau dan dilihat oleh siapapun.

6. Filter Instagram

a. Alasan Pemilihan media

Instagram menyediakan fitur stories filter pada tampilan instagram Stories berbagai macam jenis filter yang bisa digunakan. Dengan hanya perlu memilih filter yang sesuai dengan tema foto agar tampilan unik dan menarik. Saat ini penggunaan filter foto Instagram bisa memengaruhi jumlah like postingan dan mempengaruhi jumlah jangkauan kunjungan profil pada sebuah akun instagram. Pada filter

instagram juga sangat bervariasi tidak hanya filter dengan efek tetapi juga bisa menciptakan filter dengan ilustrasi agar menambah kesan lucu dan unik. Pada dasarnya, instagram stories filter menggunakan teknologi yang bernama Augmented Reality (AR). Teknologi ini bekerja dengan cara memberi efek virtual ke dunia nyata melalui kamera. Dengan AR filter, tampilan gambar yang diambil dari kamera depan atau pun belakang akan memiliki efek sesuai dengan filter yang dipilih oleh penggunanya. Oleh karena itu, Filter instagram dapat digunakan sebagai media promosi yang dapat menunjukkan personality bisnis, meningkatkan brand awareness dan dapat mudah dijangkau oleh konsumen.

b. Konsep desain

Stories filter yang akan berukuran 1080 x 1920 px, yang dimana nantinya akan bertema popArt dengan menciptakan efek dan memunculkan ilustrasi lucu dan menarik.

c. Penempatan Media

Stories filter akan ditempatkan pada akun profil dai.pop itu sendiri yang dimana akan mudah dijangkau oleh konsumen.

7. Stiker pack

a. Alasan Pemilihan media

Stiker berfungsi sebagai media yang memiliki dampak yang lumayan besar dalam mempromosikan suatu brand dan bagi banyak

kalangan terutama bagi anak kalangan anak muda stiker sudah jadi suatu sarana untuk dapat dikenal lebih luas dengan mudah.

b. Konsep desain

Stiker pack yang akan berukuran A5, yang dimana nantinya akan bertema colorfull dengan ilustrasi yang lucu.

c. Penempatan Media

Stiker pack akan ditempatkan pada ukuran A5 yang berisi beberapa kumpulan ilustrasi yang dijadikan satu.