

BAB III

ANALISIS DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Setelah melakukan identifikasi data pada *self love*, data-data yang telah terkumpul pada bab I dan bab II, data-data tersebut akan menjadikan sebuah referensi dalam pembuatan konsep dan strategi kreatif pada perancangan iklan layanan masyarakat guna membangun *self love* untuk anak remaja 11-18 tahun.

A. Segmentasi

1. Demografi

Usia	: 11-18 tahun
Pendidikan	: SMP dan SMA
Jenis Kelamin	: Laki-laki dan Perempuan
Warga Negara	: Indonesia
Agama	: Semua Agama
Status Ekonomi	: Umum

2. Geografis

Iklan layanan masyarakat disebar luas keseluruh masyarakat di Indonesia supaya anak remaja mampu menerapkan edukasi *selflove* dengan mudah.

3. Psikografis

Sekelompok anak remaja usia 11-18 tahun yang ingin lebih mengerti apa itu arti dari *self love* atau mencintai dirinya sendiri agar membangun dirinya tanpa harus dipaksakan.

4. Behaviour

Sekelompok anak remaja yang memiliki kebiasaan menutupi diri, tidak ingin dirinya berkembang dan memiliki sifat cenderung menyalahkan diri.

B. USP (*Unique Selling Point*)

Unique Selling Point (USP) adalah salah satu komunikasi penting untuk menerapkan strategi pemasaran dengan cara kreatif dan unik yang bertujuan sebagai faktor pembeda produk. Unique Selling Point dari *self love* adalah bentuk energi yang kemungkinan untuk mencapai kekuatan menyayangi diri sendiri dan rasa syukur apa yang terjadi dihidupnya. Sehingga menghasilkan ruang *self love* dalam diri sendiri dan memprioritaskan diri untuk merangkul hidup dengan sepenuh hati. *Self love* ini mengajarkan untuk memperbanyak kebaikan diri ketika sedang berjuang dan mengalami penderitaan atau kegagalan. Salah satu apresiasi *self love* adalah memaafkan diri sendiri ketika melakukan kesalahan.

C. ESP (*Emotional Selling Proposition*)

Emotional Selling Proposition (ESP) adalah sebuah strategi yang dilakukan untuk menghubungkan brand dengan emosi pelanggan. *emotional Selling Proposition* dari *self love* adalah anak remaja usia 11-18 tahun memiliki emosional yang tidak stabil, tidak percaya diri terhadap diri sendiri, dan sering memikirkan perkataan orang lain karena fase anak remaja diusia tersebut fase dimana mencari jati diri dan pendewasaan. Kesalahan difase remaja dapat menyebabkan kesalahan yang fatal jika didiamkan dengan tidak mengelola

emosi dengan baik serta lingkungan atau pergaulan yang kurang membawa dampak positif, sehingga cara untuk mendorong emosional target untuk lebih mencintai diri sendiri dan lebih bersyukur dengan menggunakan media iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat ini akan diaplikasikan sebagai penggambaran keseharian anak remaja yang memiliki kecenderungan membandingkan diri terhadap orang lain, emosi tidak stabil, stress dan ekpetasi yang terlalu tinggi. Audiens mendapatkan motivasi dan inspirasi dalam hidupnya melalui iklan layanan masyarakat ini dapat sampai kedalam perasaan hatinya dan terwujud dalam perasaan simpati didalam diri audiens.

D. Positioning

Positioning menurut Philip Kotler adalah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan untuk menempati tempat yang berbeda di benak pasar sasaran. *Positioning self love* berdasarkan konsumen yaitu berusia 11-18 tahun yang gemar melihat media sosial dan memiliki sifat menutupi diri dari lingkungan. Salah satu bentuk komunikasi untuk menyebarkan informasi dengan melalui media iklan layanan masyarakat dalam bentuk *motion graphic*. Oleh karena itu gaya visual yang sesuai yaitu dengan *flat* desain yang akan dikombinasikan dengan ilustrasi 2D (dua dimensi) seperti kartun, sesuai dengan karakteristik anak usia 11-18 tahun dan dilampirkan dengan warna-warna perpaduan cerah agar lebih terlihat jelas. Tipe tipografi sendiri menggunakan jenis sans serif, agar terbaca dengan jelas dan tidak membingungkan.

E. Strategi Kreatif

Merancang sebuah media iklan layanan masyarakat dan media pendukung tentu memerlukan sesuatu konsep kreatif yang dapat mendorong masyarakat antusias untuk melihat suatu karya melalui pendekatan komunikasi visual. Strategi kreatif yang akan digunakan, sebagai berikut:

1. Konsep Estetis

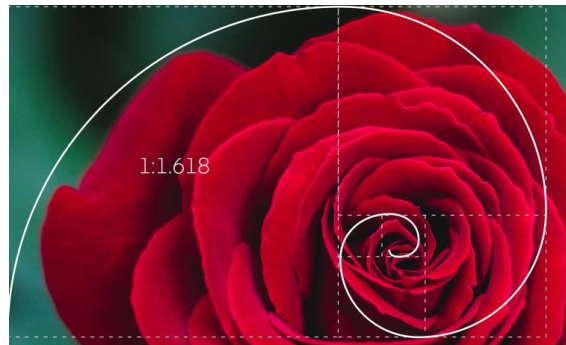
a. Visual

1) Layout

Layout merupakan tata letak yang digunakan untuk mengatur konfigurasi dalam sebuah desain, seperti huruf teks, garis, bidang, gambar, bentuk dalam konteks tertentu (Susanto, 2011:237). Tujuan adanya layout adalah membangun komposisi visual dengan pemahaman prinsip - prinsip visual dan dibantu dengan intuisi sehingga penyajiannya menjadi komunikatif dan informasi dapat diterima dengan mudah. Metode layout yang akan digunakan untuk *motion graphic* yaitu *golden ratio* dan *rules of third*.

a) Golden Ratio

Golden Ratio adalah angka yang digunakan ketika dua kuantitas dibagi sedemikian rupa sehingga rasionya sama dengan rasio jumlah dari yang terbesar dari dua kuantitas. Angka itu adalah 1.618, disebut juga dengan Phi.

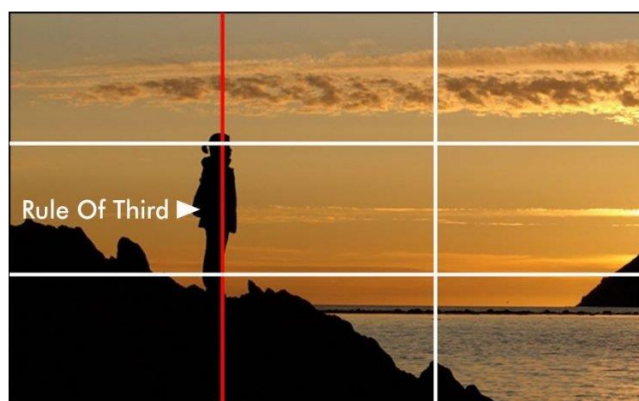


Gambar 1. Contoh Golden Ratio

Sumber: <https://www.invisionapp.com/inside-design/golden-ratio-designers/>

b) Rules of third

Rule of Thirds merupakan suatu istilah dalam dunia fotografi untuk memposisikan objek foto di sepertiga bagian dalam foto agar gambar terlihat lebih estetik. Dengan menggunakan aturan pada kamera maka akan terlihat 9 kotak pada *display* kamera dan terdapat 4 titik yang bertemu di tengah bidang tersebut.



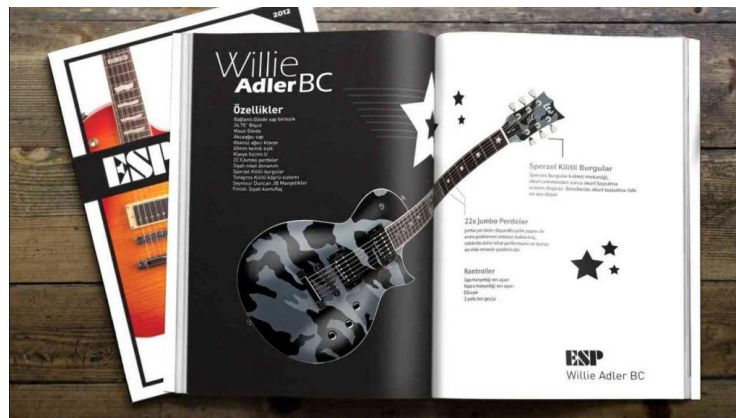
Gambar 2. Contoh Rule of Third

Sumber: <https://www.pixel.web.id/rule-of-third/>

c) Axial layout

Tata letak yang memiliki tampilan visual yang kuat ditengah halaman dengan tampilan element pendukung disekeliling

gambar utama biasanya berupa gambar atau tulisan yang berhubungan dengan tampilan ditengah halaman sebagai titik pusatnya.



Gambar 3. Contoh Axial layout

Sumber: <https://bag220.files.wordpress.com/2012/03/axial.png>

2) Warna

Warna adalah salah satu bentuk daya tarik sebuah karya untuk memberikan kesan yang indah dan warna juga terdapat makna psikologisnya untuk menunjukkan pesan perasaan dalam suatu warna, seperti warna kuning diindikasikan sebagai warna kebahagiaan.

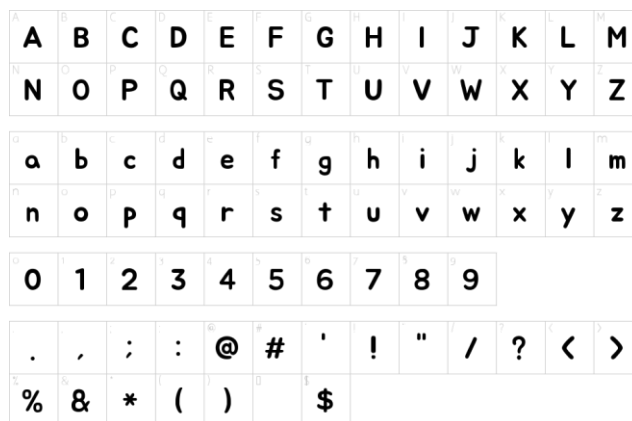


Gambar 4. Contoh palette warna

Sumber: <https://stackoverflow.com/questions/57153428/r-plot-color-combinations-that-are-colorblind-accessible>

3) Tipografi

Tipografi adalah salah satu bahasa dalam desain grafis yang tidak berdiri sendiri secara eksklusif, tipografi sangat erat terkait dengan bidang keilmuan lain seperti komunikasi, teknologi, psikologi dan lainnya (Rustan, 2011:2). Tujuan tipografi adalah sebagai peran pengantar komunikasi dari ide kepada audiens atau pembaca. Tipografi yang digunakan dalam perancangan iklan layanan masyarakat guna membangun *self love* adalah jenis *sans serif*, *font* tersebut memiliki kesan bersahabat, modern dan objektif sehingga mempermudah pembaca dan menarik audiens untuk membaca. *Font* yang akan dipilih yaitu *font* Jua diterapkan dibagian *headline* dan *subheadline* diterapkan *font* poppins.



Gambar 5. Contoh font Jua

Sumber: <https://www.1001freefonts.com/jua.font>

A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X	Y	Z	
a	b	c	d	e	f	g	h	i
j	k	l	m	n	o	p	q	r
s	t	u	v	w	x	y	z	
0	1	2	3	4	5	6	7	8
9	.	,	;	:	\$	#	'	!
"	/	?	%	&	()	@	

Gambar 6. Contoh font Poppins

Sumber: <https://fontmeme.com/fonts/poppins-font/>

4) Ilustrasi

Menurut Supriyono dalam Sugihartono (2015: 1101) ilustrasi adalah untuk memperjelas teks dan sekaligus sebagai *eyescatches*. Pembuatan ilustrasi perancangan iklan layanan masyarakat menggunakan *flat* desain yang akan dikombinasikan kedalam ilustrasi 2D (dua dimensi) sesuai dengan kesukaan anak remaja yang mempunyai kesan menarik dan lucu dengan memasukan warna yang mencolok. Ciri khas ilustrasi *flat* desain adalah gambar yang sederhana, sedikit ornamen didalamnya untuk terlihat menarik namun dapat dipandang dengan nyaman.



Gambar 7. Contoh ilustrasi flat desain
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/485333297360236877/>

b. Verbal

1) *Headline* : How To Love Yourself

Headline yang mengartikan anak remaja hanya tahu arti mencintai diri dan tidak mengerti bagaimana cara agar mencintai diri sendiri, maka iklan layanan masyarakat dengan headline “*How To Love Yourself*” membuat anak remaja mengetahui bagaimana tahap-tahap mencintai diri sendiri dan terwujudlah guna membangun *self love* pada ana remaja usia 11-18 tahun.

2) *Subheadline* : untuk menunjukan hidupmu dengan cinta

Subheadline menjelaskan arti *headline* menunjukan pentingnya kita mengetahui bagaimana langkah untuk mencintai diri agar hidup lebih sehat dan positif disebabkan adanya cinta didalam diri yang sudah ditanam tanpa tekanan.

3) Slogan

Slogan menggunakan frasa yang mengandung ajakan, deskripsi produk bahkan sesuatu mengenai target audiens. Slogan untuk memperkuat Iklan Layanan Masyarakat Guna Membangun Self Love yaitu “Stop Menyalahkan Diri Sendiri!”

4) Sinopsis

Seorang anak remaja bernama desi. Desi adalah anak yang tidak pandai bersosialisasi karena desi *insecure* pada dirinya sendiri, tidak banyak bicara karena tidak percaya diri, selalu menyimpan bakatnya, emosi tidak beraturan, melakukan hal yang tidak baik seperti bergosip kepada teman terdekatnya yang berkaitan tentang orang yang menyakitinya, suka menyakiti dirinya dan lain-lain. Desi tersadar dengan prilakunya tidak baik terhadap dirinya sendiri dan desi lama kelamaan ingin merubah dirinya lebih positif tetapi desi tidak mengerti bagaimana cara untuk menerima diri dan merubah dirinya lebih baik.

Munculah sosok *selflove* untuk memberikan bahwa pentingnya mencintai diri sendiri dan *selflove* ini memberikan informasi tahap-tahap bagaimana mencintai diri agar tidak disalah artikan. Desi menerima informasi yang diberikan *selflove* yang membuat desi semangat untuk mencintai dirinya dan diakhir cerita *selflove* memberikan pesan-pesan kepada anak remaja agar lebih mencintai dirinya sendiri.

5) Storyline

Scene	
1.	<p>Visual : menampilkan peran utama tidak banyak berkomunikasi dari pada teman-temannya.</p> <p>Audio : kamu orang yang susah bergaul?</p>
2.	<p>Visual : menampilkan peran utama merenung melihat teman-temannya yang pandai, pintar dan cantik.</p> <p>Audio : kamu suka insecure sama dirimu?</p>
3.	<p>Visual : menampilkan peran utama melihat social media terdapat foto teman-temannya yang menyebarkan momen bersenang-senang, liburan, hobi, dan prestasi</p> <p>Audio: kamu punya hobi? Tapi kamu malu untuk menampilkannya?</p>
4.	<p>Visual : menampilkan peran utama memiliki emosi kecewa, sedih, dan marah</p> <p>Audio : emosimu sering berubah-ubah?</p>
5.	<p>Visual : sosok si selflove muncul memberi tahu pentingnya selflove</p>

	<p>Audio: kalau iya, kamu masuk kategori itu. Jadi kamu harus panggil aku, si selflove!</p>
6.	<p>Visual : menampilkan headline “How To Love Yourself” dengan subheadline “Untuk menunjukkan hidupmu dengan cinta”.</p> <p>Audio : ayo kita bahas bagaimana cara mencintai diri sendiri</p>
7.	<p>Visual : menampilkan langka 1 dengan subhaedline self-esteem</p> <p>Audio : yang pertama ada self-esteem atau disebut, harga diri!</p>
8.	<p>Visual : menampilkan si selfove yang sedang menjelaskan apa itu self-esteem atau harga diri</p> <p>Audio : Sebuah keberanian mengalami perbedaan diri sendiri</p>
9.	<p>Visual : menampilkan peran utama yang sudah tidak membanding-bandingkan diri dan baik terhadap orang lain.</p> <p>Audio : jadi dapat melihat pandangan lebih positif terhadap teman dan disekitarmu</p>
10.	<p>Visual : menampilkan angka 2 dengan subheadline afirmasi</p>


	Audio : yang ke dua, afirmasi, apa itu afirmasi?
11.	<p>Visual : menampilkan peran utama melihat dirinya didepan cermin dengan kata aku cinta diriku dan aku hargai tubuhku</p> <p>Audio : keberanian melihat diri sendiri dari sisi positifnya</p>
12.	<p>Visual : menampilkan saat peran utama gugup saat presentasi lalu berubah deratis menjadi semangat untuk menjelaskannya dengan tulisan saya akan menjadi versi terbaik dari diri saya sendiri</p> <p>Audio : seperti kamu berani mengucapkan “aku bisa!”, “yes, I do it!”</p>
13.	<p>Visual : menampilkan angka 3 dengan subheadline berbicara jujur</p> <p>Audio : yang ketiga, berbicara jujur</p>
14.	<p>Visual : menampilkan peran utama menjadi manusia sempurna yang memiliki segudang bakat dan cerdas</p> <p>Audio : jujurlah dan katakanlah ketika kamu butuh me time</p>
15.	<p>Visual : menampilkan peran utama lelah dengan semuanya tetapi otak dan fisik berkata “aku harus kuat!”</p>

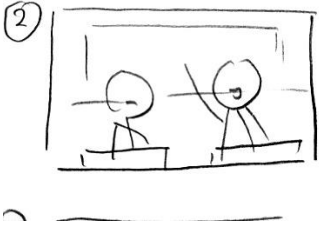


	<p>Audio : tidak selamanya kita harus kuat. Kita juga butuh istirahat.</p>
16.	<p>Visual : menampilkan peran utama mengambil waktu sendiri dengan membaca buku dan mendengarkan musik.</p> <p>Audio : istirahatlah untuk mengumpulkan energi untuk maju</p>
17.	<p>Visual : menampilkan angka 4 dengan subheadline menulis diary</p> <p>Audio : terakhir, menulis diary</p>
18.	<p>Visual : menampilkan peran utama sedang menulis diary</p> <p>Audio : tulislah semua emosi negatif didalam didalam diarymu</p>
19.	<p>Visual : menampilkan peran utama memberi tanda suka untuk self love karena self love sudah membantu dia untuk lebih mencintai dirinya</p> <p>Audio : itu saja dari si selflove. Sekarang saatnya dirimu jujur dan menerima perbedaan</p>
20.	<p>Visual : menampilkan peran utama berpeluk dengan si self love</p>


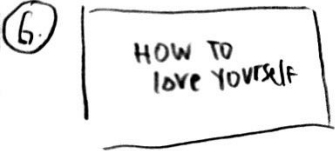

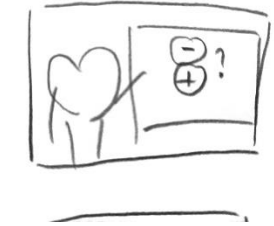
	Audio : cintai can like me si selflove dan berani jadi yang terbaik versi kita sendiri
21.	Visual : menampilkan kata-kata motivasi dari film moana Audio : sekarang aku tahu, aku bisa Bahagia sebagai seekor kerang karena aku cantik, sayang!
22.	Visual : menampilkan tulisan terimakasih Audio : terimakasih
23.	Visual : Self love dengan tulisan “How To Love Yourself” dengan subheadline “untuk menunjukkan hidupmu dengan cinta”



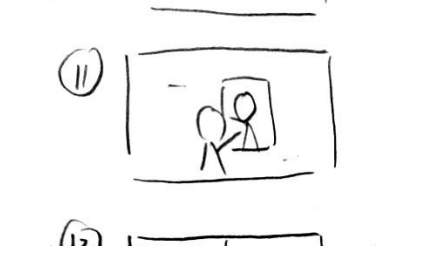

Tabel 2. Storyline
(Nursita Nugraini, 2023)




6) storyboard




Scane	Visual	Naskah
1.		<p>Deskripsi : sekolah – siang hari. Desi terdiam dan iri saat melihat kedua temannya yang sedang asik berbicara disampingnya</p> <p>Durasi : 4 detik</p>




2.		<p>Deskripsi : Ruang kelas. Desi memperhatikan teman yang pintar sedang mengajukan jawaban dari pertanyaan guru kepada murid dikelasnya</p> <p>Durasi : 5 detik</p>
3.		<p>Deskripsi : Tempat belajar – malam hari. Desi melihat social media teman-temannya yang sedang liburan, meraih juara, hobi. Desi hanya bisa merenung dan iri melihat teman-temannya yang bahagia</p> <p>Durasi : 6 detik</p>
4.		<p>Deskripsi : Watak atau sifat desi yang sedang sedih, marah dan cemas</p> <p>Durasi : 4 detik</p>

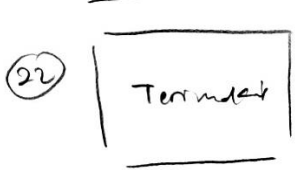

5.		<p>Deskripsi : Munculah sosok selflove yang sedang menunjukan bahwa ia adalah selflove yang akan menyelamatkan desi</p> <p>Durasi : 6 detik</p>
6.		<p>Deskripsi : Munculah tulisan how to love yourself dan subtitle</p> <p>Durasi : 5 detik</p>
7.		<p>Deskripsi : Langkah pertama adalah self esteem</p> <p>Durasi : 5 detik</p>
8.		<p>Deskripsi : Selflove sedang mengajarkan kita harus berfikir positif walaupun kita suka bersangka buruk kepada orang lain</p> <p>Durasi : 6 detik</p>

9.		<p>Deskripsi : Ruang Perpustakaan – siang hari. Dimana desi sudah tidak berburuk sangka dan menerima dirinya untuk terbiasa terhadap teman-temannya untuk tidak membandingkan negatif dan positif terhadap orang lain</p> <p>Durasi : 9 detik</p>
10.		<p>Deskripsi : Langkah kedua adalah afirmasi</p> <p>Durasi : 5 detik</p>
11.		<p>Deskripsi : Kamar Mandi. Desi melihat dirinya dicermin untuk menguatkan dirinya dan menerima apa kekurangannya.</p> <p>Durasi : 6 detik</p>
12.		<p>Deskripsi : Kelas. Desi sedang berpresentasi untuk perwakilan kelompoknya. Desi tidak ingin terlihat gugup, desi menguatkan dirinya dengan kata “aku bisa”</p>

		<p>dan desi berubah menjadi optimis untuk menjelaskan semuanya tanpa ragu</p> <p>Durasi : 7 detik</p>
13		<p>Deskripsi : Langkah ke tiga adalah berbicara jujur</p> <p>Durasi : 4 detik</p>
14		<p>Deskripsi : Kamar – tempat belajar. Desi sibuk dengan organisasi dan berbagai macam tugas dan les. Desi terlihat sangat Lelah namun desi berusaha untuk tetap melakukannya tanpa henti</p> <p>Durasi : 7 detik</p>
15		<p>Deskripsi : Tempat belajar. Desi sedang zoom meeting dengan teman-temannya dan desi melihat notifikasi dimana-mana dan tidak ada waktu luang untuk bersantai-</p>

		<p>santai dan desi menguatkan diri dengan kata aku harus semangat!</p> <p>Durasi : 6 detik</p>
16		<p>Deskripsi : Ruang keluarga – sore hari. Desi sedang beristirahat, ia duduk didekat jendela yang menampilkan pemandangan indah. Desi membaca sebuah novel dengan mendengarkan musik yang tenang agar tidak terlalu stress.</p> <p>Durasi : 7 detik</p>
17		<p>Deskripsi : Langkah ke empat adalah menulis dairy</p> <p>Durasi : 3 detik</p>
18		<p>Deskripsi : Kamar tidur – malam hari. Desi merasa dirinya memiliki masalah dan gelisah. Desi menuangkan isi hatinya ke</p>

		<p>dairy untuk melepaskan dirinya yang buruk.</p> <p>Durasi : 7 detik</p>
19		<p>Deskripsi : Desi bertrimakasih kepada selflove yang sudah membuatnya dia lebih positif dan berkomunikasi dengan baik</p> <p>Durasi : 9 detik</p>
20		<p>Deskripsi : Desi memeluk selflove tanda kasih sayang kepadanya</p> <p>Deskripsi : 7 detik</p>
21		<p>Deskripsi : kutipan motivasi yang berkutip “now i know i can be happy as a clam because i’m beautiful!” kutipan diambil dari film moana yang Berna tamatoa</p> <p>Deskripsi : 8 detik</p>

22		<p>Deskripsi : muncul kata terimakasih karena sudah melihat tayangan iklan layanan masyarakat ini</p> <p>Deskripsi : 2 detik</p>
23		<p>Deskripsi : muncul kata “how to love yourself” dengan subheadline “ dengan subheadline “untuk menunjukan hidupmu dengan cinta” dan menampilkan desi dan selflove yang sedang berpelukan</p> <p>Deskripsi : 5 detik</p>

Tabel 3. Storyboard
(Nursita Nugraini,2023)

2. Konsep Teknis

Perancangan iklan layanan masyarakat memerlukan alat dan media pendukung untuk melaksanakan pembuatan iklan layanan masyarakat sebagai berikut:

1) Corel Draw X8



Gambar 8. Logo Aplikasi Corel Draw X8

Sumber: <https://www.nesabamedia.com/cara-install-dan-aktivasi-coreldraw-x8/>

Corel Draw adalah program editor graphic vector untuk menuangkan karya seperti pembuatan infografis, desain, logo, icon dan macam karya seni lainnya, dengan menghasilkan tipe gambar vector lebih jelas. Corel Draw sangat komplet untuk digunakan dan tidak terlalu asing untuk digunakan.

2) Adobe Photoshop 2019



Gambar 9. Logo Aplikasi Adobe Photoshop 2019

Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Adobe_Photoshop_CC_icon.svg

Adobe photoshop adalah perangkat lunak editor yang dikhususkan untuk pengeditan foto atau gambar dan pembuatan efek. Adobe photoshop berfungsi untuk mempermudah menaruh ilustrasi atau gambar kedalam *mockup* yang menampilkan konsep visual dalam bentuk digital.

3) Adobe After Effects CC 2019



Gambar 10. Logo Aplikasi After Effects CC 2019

Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Adobe_After_Effects_CC_icon.svg

Adobe After Effects adalah perangkat lunak yang sangat profesional untuk kebutuhan motion graphic, animasi, film dan pos produksi pada video. Fitur-fitur didalam adobe after effect ini sangat mendukung editor untuk pembuatan motion graphic seperti pergerakan karakter, animasi teks dan lain-lain.

4) Adobe Premiere Pro 2019



Gambar 11. Logo Adobe Premiere Pro 2019

Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Adobe_Premiere_Pro_CC_icon.svg

Adobe premiere pro merupakan program penyuntingan video berbasis *non-linear editing* yang memiliki kelebihan seperti menggunakan efek video, transisi, serta *grading color*. Adobe premiere pro sangat dimudah dimengerti dengan mudah dikarenakan alat dalam program tersebut mudah dipahami untuk melakukan editing video *motion graphic* dan cocok untuk para pemula sebagai editor video.

5) Laptop Lenovo ideapad 100 core i3



Gambar 12. Lenovo ideapad 100 core i3

Sumber: https://4.bp.blogspot.com/-hQVVvwx2Z6w/V6G4nl2ZLSI/AAAAAAAAAXsc/BWeHbk69poEdJfafE9529Kpza9yGh43uQCLcB/s1600/Jual_Laptop_Lenovo_IdeaPad_100-151BD.JPG

- a) Device name : Lenovo IdeaPad 100
- b) Processor : Intel® Core™ i3-5005U CPU
@2.00GHz 2.00GHz

- c) Installed RAM : 4.00GB
- d) System : 64-bit operating system, x64-based processor
- e) Edition : Windows 10 Pro
- f) Display resolution : 1366 x 768

Laptop adalah perangkat keras berkaitan dengan teknologi yang bertujuan mempermudah pekerjaan seperti melaksanakan perancangan iklan layanan masyarakat guna membangun self love untuk anak remaja 11-18 tahun.

6) Handphone Redmi Note 10s



Gambar 13. Handphone Redmi Note 10s

Sumber: <https://fdn2.gsmarena.com/vv/bigpic/xiaomi-redmi-note10s.jpg>

Handphone adalah alat komunikasi yang berfungsi untuk komunikasi melalui suara dan pesan, menangkap gambar dan video, dan

mendapatkan informasi menggunakan jaringan internet. Handphone adalah alat komunikasi yang dapat dibawa kemana dan kapan saja.

7) Kertas HVS A4



Gambar 14. Kertas HVS A4

Sumber: https://images.tokopedia.net/img/cache/500-square/product-1/2020/7/27/3303668/3303668_d810c87b-6d9a-47e3-b4d6-719fc1def236_2048_2048.jpg.webp?ect=4g

Kertas A4 untuk melakukan sketsa gambar dan pembuatan storyboard sebelum memasuki digital art yang akan dijadikan gambar vector.

8) Pensil 2B (Staedler Mars Biru)



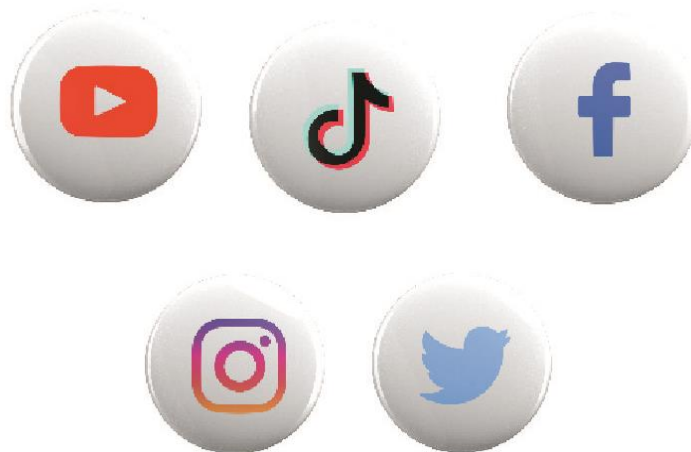
Gambar 15. Pensil 2B (Staedler Mars Biru)

Sumber: https://s2.bukalapak.com/img/7195812091/large/PENSIL_STAEDTLER_2B_MARS_BIRU.jpg

Pensil 2B sebagai alat pendukung proses sketsa dan penggambaran. Pensil yang menghasilkan tingkat kehitaman membuat sketsa terlihat jelas.

F. Media Plan

1. Media sosial



Gambar 16. Logo Media Sosial Youtube, Tiktok, Facebook, Instagram dan Twitter

Sumber: https://www.freepik.com/free-psd/social-media-3d-icons-pack_20099818.htm

Media sosial adalah rencana kerja digital yang memfasilitasi pengguna untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto dan video. Media sosial menggantikan cara komunikasi secara langsung sebagai mana media sosial menjadi sarana sosialisai dalam jaringan atau daring yang berkemungkinan manusia dapat berinteraksi dan mendapatkan informasi secara luas yang tidak ada batas waktu dan ruang.

2. X-banner



Gambar 17. Contoh gambar X-banner

Sumber: <https://akcdn.detik.net.id/community/media/visual/2019/11/26/29832092-15f4-4262-bc56-1788a217fe8c.jpeg?w=700&q=90>

X-banner adalah media promosi yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dalam bentuk banner dengan kontruksi penyangga berbentuk “X” agar banner dapat berdiri tegak. X-banner bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat dan sebagai

media promosi yang berisi publikasi, iklan, promosi dan lain sebagainya sehingga dapat menarik perhatian masyarakat untuk melihat.

3. T-shirt



Gambar 18. Contoh gambar T-shirt

Sumber: <https://www.logogenie.net/images/articles/printing-custom-t-shirts1.jpg>

T-shirt merupakan jenis pakian kaus oblong yang memiliki lengan pendek yang umumnya dipakai untuk sehari-hari. Kaus salah satu media pendukung untuk menyelenggarakan kegiatan sehari-hari atau kegiatan khusus yang berupa tulisan, gambar dan warna pada kaus untuk memperkuat promosi suatu kegiatan agar terlihat adanya pendukung dan kekuatan untuk melaksanakan suatu kegiatan.

4. Poster



Gambar 19. Contoh Poster

Sumber: <https://dinkes.surakarta.go.id/wp-content/uploads/2022/11/JUARA-3- scaled.jpg>

Poster adalah karya seni hasil desain grafis yang mengandung tulisan atau gambar, keduanya yang bertujuan untuk memberikan pesan-pesan, motivasi dan informasi pada masyarakat. Poster biasanya terdapat di dinding ataupun yang permukaannya datar. Tujuan poster self love untuk mengingatkan kepada masyarakat agar lebih mencintai diri dan tidak lagi insecure dan memberitahu langkah-langkah untuk mencintai diri agar lebih menerima diri sendiri.

5. Stiker Dan Gantungan Kunci



Gambar 20. Contoh Stiker Dan Gantungan Kunci

Sumber: <https://www.tokopedia.com/amachuure/gantungan-kunci-stiker-halloween-honeydale-a>

Stiker adalah suatu media informasi visual yang berupa selebaran kertas kecil, plastic, vinil atau bahan lain dengan perekat peka tekanan disatu sisi untuk memenuhi dekorasi dan untuk tujuan fungsional. Gantungan kunci adalah sebuah hiasan kunci yang biasanya dihubungkan dengan rantai keil dengan ukuran dan berbagai bentuk variasi, sehingga mudah dikenal oleh pengguna. Stiker dan gantungan kunci adalah merchandise dalam sebuah kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat untuk mengunjungi suatu event atau kegiatan usaha untuk melakukan promosi terhadap produk yang akan ditawarkan.

6. Buku diary



Gambar 21. Contoh Buku Diary

Sumber: <https://www.tokopedia.com/amachuure/gantungan-kunci-stiker-halloween-honeydale-a>

Buku diary atau buku harian merupakan memasukan atau menulis setiap hari tentang suatu kejadian atau peristiwa pribadi dalam sehari yaitu 24jam. Buku diary bertujuan untuk menuangkan isi hati pribadi dalam bentuk tulisan. Manfaat buku diary salah satunya adalah meredakan stress, mengenal lebih diri sendiri dan menyelesaikan masalah dengan baik.

