

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Era globalisasi membawa banyak pengaruh perubahan terhadap gaya hidup masyarakat saat ini. Dampak yang paling berpengaruh adalah pada ilmu pengetahuan dan teknologi. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi inilah yang menghasilkan berbagai macam peralatan untuk membantu manusia dalam bekerja. Bukan hanya itu saja perkembangan tersebut juga membantu manusia dalam waktu bersantainya dengan menciptakan berbagai hiburan, dimana mainan adalah salah satu pilihannya.

Berbagai jenis mainan telah diciptakan oleh manusia, dari tahun ke tahun bahkan setiap generasi memiliki jenis atau type mainan-nya masing masing. Mainan secara harfiah berarti obyek untuk dimainkan sedangkan bermain adalah proses interaksi dengan orang, hewan atau barang (mainan) dalam konteks interaksi, edukasi atau hobi. Mainan dan bermain merupakan bagian penting dalam proses pembelajaran untuk menemukan ide/gagasan, mengembangkan kreatifitas secara luas, membangun hubungan sosial dan membantu mengasah imajinasi dalam berfikir.

Di dunia modern saat ini, mainan digunakan oleh masyarakat mulai dari usia anak-anak maupun orang dewasa. Oleh sebab itu muncul banyak jenis benda yang khusus diciptakan untuk dipakai sebagai mainan. Banyak juga barang yang diproduksi untuk tujuan lain namun dimanfaatkan oleh anak-anak sebagai mainan. Sebagai contoh misalnya, seorang anak dapat mengambil suatu alat rumah tangga

dan menerbangkannya keliling rumah, membayangkan bahwa benda tersebut adalah sebagai sebuah pesawat terbang. Jenis benda lain yang banyak kita temui di pasaran sebagai mainan, akan tetapi ditujukan terutama sebagai barang-barang koleksi, barang-barang jenis ini tidak umum untuk dimainkan.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat, berpengaruh dalam berbagai macam aspek kehidupan masyarakat saat ini, maka tentu saja jenis-jenis permainan-pun juga mendapatkan pengaruhnya. Sehingga berdasarkan hal tersebut muncullah istilah permainan modern. Permainan modern itu adalah permainan yang dibuat dengan cara memanfaatkan teknologi dalam menciptakan sebuah karya seni. Kemajuan teknologi dimanfaatkan oleh para kreator seni mainan sebagai sarana untuk menciptakan ide-ide yang unik dan menarik yang kemudian dikembangkan dalam sebuah produk mainan yang kreatif dan inovatif. Salah satu produk mainan yang sudah sangat populer dan juga digemari oleh beberapa orang dari mulai anak-anak sampai dengan orang dewasa yaitu jenis mainan miniatur Action Figure. Action Figure merupakan salah satu jenis produk mainan berupa karya seni 3 dimensi yang dibuat berdasarkan suatu karakter tokoh cerita fiksi dalam budaya pop.

Action Figure sendiri mempunyai nilai-nilai seni modern dari hasil kreatifitas pembuatnya. Tidak banyak masyarakat yang tahu bahwa mainan Action Figure ini sekarang populer dan sangat banyak peminatnya. Mulai dari anak-anak sampai orang dewasa, dari orang awam, penghobi atau kolektor sampai penggemar seni sekalipun. Action Figure awalnya berasal dari karakter suatu tokoh

fiksi seperti dalam cerita dongeng legenda, film super hero maupun tokoh dalam sebuah game atau film animasi yang kemudian diolah oleh seorang kreator seni diwujudkan dalam sebuah bentuk miniatur karakter 3 dimensi, sehingga dalam penyampainya lebih menarik secara visual karena yang melihat dapat menikmati wujud nyata suatu tokoh atau karakter, detail sampai mendekati bentuk asli karakter yang digambarkan tersebut.

Menurut data dari forum diskusi hampir 40% penghobi adalah para pelajar dan mahasiswa, 20% penghobi eksekutif muda, 20% adalah penghobi di atas umur 35 tahun dan sisanya 20% adalah anak-anak. Jadi hobi ini tidak mempunyai batasan usia. Pekembangannya pun cukup pesat, yang ditandai dengan beberapa forum hobi online di Indonesia, di mana pada forum-forum tersebut, jumlah anggotanya semakin bertambah sekitar dua kali lipat tiap tahunnya. Beberapa majalah di Indonesia menjadikan hobi ini sebagai artikel utama dalam beberapa edisinya, misalnya pada *Ultime Next Generation Magazine*, *Anime monster*, dan *Game station* yang memuat hobi ini sebagai salah satu artikelnya. Bahkan telah terbit *Toymagz*, majalah yang membahas tentang seluk-beluk dunia action figure yang sangat berkembang di Indonesia.

Dari paragraf diatas, tentunya hobi action figure ini secara tidak langsung akan mengasah kreatifitas dan imajinasi, misalnya saja dengan cara memodifikasi action figure yang sudah ada, menjadi bentuk yang baru dengan menambahkan bagian-bagian tertentu. Dengan memposekan action figure yang baik atau merangkai dan mengecat sesuai selera, tentu saja akan menjadikannya sebagai

wadah imajinasi dari pembuatnya, yang tentunya menghasilkan produk sesuai dengan imajinasi dan visualnya.

B. RUMUSAN MASALAH

Permasalahan yang akan kami bahas di dalam penulisan tugas akhir ini, dirumuskan sebagai berikut :

- a. Bagaimana penulis menemukan ide sebuah karya mainan *action figure*, kemudian menuangkan ide tersebut dalam karya-nya untuk dibuat figure yang menyerupai hewan khas Indonesia ?
- b. Apa tujuan penulis membuat karya seni *action figure* lima hewan khas Indonesia ?
- c. Bagaimana cara penulis mempromosikan mainan (*action figure*) lima hewan khas Indonesia, sehingga dapat diterima oleh masyarakat secara luas ?

C. TUJUAN PERANCANGAN

Berdasarkan pada rumusan permasalahan di atas, tujuan perancangan penulisan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

- a. Menemukan ide-ide baru tersebut terinspirasi dari karya film dan mainan dari figure transformer
- b. Untuk memberikan informasi dan mengedukasi masyarakat tentang lima hewan khas Indonesia yang dilindungi di Indonesia.

- c. Cara promosi penulis dalam memperkenalkan mainan action figure lima hewan khas Indonesia kedalam bentuk karya seni tiga dimensi, yang berupa mainan action figure dan didukung dengan media promosi lainnya.

D. MANFAAT PERANCANGAN

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil perancangan penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Penulis mendapat tambahan informasi dan menambah wawasan terkait proses pembuatan mainan *action figure* dari mulai awal perancangan lewat ide/gagasan yang kreatif sampai dengan pembuatan mainan *action figure* yang inovatif, sehingga diterima oleh masyarakat luas.

b. Bagi Lembaga

Menambah referensi bagi kalangan akademis, khususnya lembaga Desain Komunikasi Visual mengenai cara promosi produk (mainan *action figure*) dan memperkenalkan jenis-jenis hewan khas Indonesia promosi yang efektif dalam memasarkan produk sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk penulis selanjutnya.

c. Bagi Masyarakat

- 1) Pembahasan dalam penulisan tugas akhir ini sebagai sumber informasi bagi masyarakat umum untuk mengenal mainan *action figure* secara lengkap.
- 2) Laporan tugas akhir ini dapat membantu masyarakat dalam memperkenalkan mainan *action figure* dan hal-hal yang terkait di dalamnya dengan lebih mudah dan dibahas secara lengkap sehingga menambah perbendaharaan serta referensi bagi penikmat mainan dan kolektor *action figure*.

E. TINJAUAN PUSTAKA

a. Hewan Khas Indonesia

Dalam berbagai hewan di Indonesia merupakan negara yang memiliki populasi hewan khas dan Indonesia mendapat julukan sebagai salah satu negara megabiodiversitas dunia. Indonesia memiliki 12 persen satwa dari total satwa dunia. Kusus satwa primata saat ini diketahui 59 spesies dari 11 genus primata mendiami berbagai tipe habitat alaminya (Roos et al. 2014)

Sehubungan dengan permasalahan tersebut pemerintah telah berupaya untuk menyelamatkan satwa primata atau hewan khas di Indonesia, bahkan beberapa sebagian spesies satwa primata tersebut telah ditetapkan sebagai satwa prioritas.

Berikut jenis dan sebaran satwa primata di Indonesia antara lain :

Pertama, Spesies satwa yang tersebar di Indonesia memiliki keunikan masing – masing. Sumatra, Jawa, Kalimantan dan Sulawesi memiliki keberagaman satwa

primata yang tinggi namun memiliki banyak kesamaan dari keempat wilayah tersebut di Indonesia. (*Harrison et al. 2006 Jurnal Primatologi Indonesia, Vol. 14, No. 1, Januari (2017)*). Meskipun secara genetik dalam perbedaan maupun kesamaan antara wilayah Sumatra, Jawa, Kalimantan dan Sulawesi mereka tetaplah spesies yang mempunyai ciri khas satwa dari daerah masing - masing.

Kedua, soal mobilitas. Satwa di Indonesia bisa di ibaratkan sebagai “ciri khas suatu daerah” yang mana dalam grafik pertumbuhan populasi satwa sebagian hampir punah karena ekosistem satwa yang rusak. (*Alejandro et al. (2006 Jurnal Primatologi Indonesia, Vol. 14, No. 1, Januari 2017)*)

Ketiga, soal perbedaan satwa di Indonesia ada lima kategori hewan khas indonesia salah satunya Satwa Badak Bercula satu dari Jawa karena keunikanya mempunyai tanduk atau bercula satu yang kuat, ada satwa dari NTT Nusa Tenggara Timur ada satwa dengan keunikan yaitu Komodo berkulit keras mempunyai bercak di tubuhnya serta racun yang sangat mematikan, selanjutnya satwa Anoa dari Sulawesi kenapa unik karena mempunyai tanduk yang sangat besar dan panjang, selanjutnya Harimau Sumatra mempunyai keunikanya dari kulit lorengnya yang beda dan taring besarnya itu salah satu satwa primata yang unik. Yang terakhir ada Burung Cendrawasih dari Papua yang mempunyai keunikan dan keindahan dari warna dan bulunya yang cantik. (*Supriatna J, Hendra E. 2000. Panduan tentang ciri khas Satwa Primata Indonesia. Jakarta*

b. Toys

Toys (mainan) adalah sesuatu yang digunakan dalam permainan oleh anak-anak, orang dewasa ataupun binatang. Berbagai jenis benda dihasilkan untuk digunakan sebagai mainan, akan tetapi barang yang diproduksi untuk tujuan lain dapat pula digunakan sebagai mainan. Sebagai contoh misalnya, seorang anak dapat mengambil suatu alat rumah tangga dan 'menerbangkannya' keliling rumah, membayangkan bahwa benda tersebut adalah sebuah pesawat terbang. Jenis barang lain yang dipasarkan sebagai mainan, ditujukan terutama sebagai barang-barang koleksi dan barang-barang dari jenis ini tidak umum untuk dimainkan.

NARADA, Jurnal Desain & Seni, FDSK - UMB

c. Action Figure

Action figure adalah mainan berkarakter yang berpose, terbuat dari plastik atau material lainnya dan karakternya sering diambil berdasarkan film, komik, video game atau acara televisi. Action figure ini sering dipasarkan memang untuk anak lelaki. Action figur yang bisa diganti-ganti pakaiannya sering disebut sebagai action doll sebagai sebuah perbedaan dari action figur yang pakaiannya tidak bisa diganti-ganti atau sudah dicetak.

Action figure sangat terkenal dikalangan anak lelaki karena mereka melambangkan suatu sifat maskulin. Awalnya action figure dibuat hanya untuk pasaran anak-anak, kemudian action figure telah berkembang menjadi sebuah barang koleksi bagi para kolektor dewasa dan telah diproduksi secara spesifik untuk orang dewasa. bowo bhagaskara

Secara umum action figure dikelompokkan menjadi dua yaitu action figure Amerika dan Jepang. Pengelompokan ini didasarkan pada asal tokoh/karakter dari action figure tersebut. Dari kedua pengelompokan Amerika dan Jepang didapat pengelompokan secara khusus yaitu pengelompokan *Real/Non Fiction Action Figure* dan *Imaginative/Fiction Action Figure* yang didasari asal masing-masing karakter. *Real/Non Fiction Action Figure* adalah action figure yang dibuat berdasarkan tokoh/karakter yang nyata/benar-benar ada misalnya action figure orang terkenal, hingga peralatan perang. Sedangkan *Imaginative/Fiction Action Figure* dibuat berdasarkan tokoh/karakter rekaan, dari mulai tokoh dongeng klasik, superhero, hingga robot masa depan seperti pada serial Gundam.

F. LANDASAN TEORI

1. Perancangan

Perancangan action figure merupakan penentuan proses dan data yang diperlukan oleh sistem baru. Manfaat tahap perancangan sistem ini memberikan gambaran rancangan pembuatan mainan action figure dengan konsep lima hero khas indonesia yang mana sebagai pelengkap program merdalam mengembangkan mainan figure. Sesuai dengan komponen sistem yang dikomputerisasikan, maka yang harus didesain dalam tahap ini mencakup hardware atau software, manual dan otomatis. Menurut Darmawan (2013:228), “ Perancangan mempunyai dua tujuan utama yaitu, memenuhi kebutuhan pemakaian sistem (user) dan memberikan gambaran yang jelas dan menghasilkan rancangan bangun yang lengkap

kepada pemrograman komputer dan ahli-ahli teknik lainnya yang terlibat dalam pengembangan atau pembuatan sistem yang secara rinci. Menurut Idrajani dalam jurnal Dani Anggoro, dkk (2015:2) mengungkapkan bahwa “Perancangan adalah upaya untuk mengkonstruksi sebuah sistem yang memberikan kepuasan akan spesifikasi kebutuhan fungsional, memenuhi target, memenuhi kebutuhan dari segi performansi maupun penggunaan sumber daya, kepuasan balasan pada proses desain dari segi biaya, waktu dan perangkat”. Menurut Sandro Sembiring (2013:45), “Perancangan adalah analisis sistem, persiapan untuk merancang dan implementasi agar dapat menyelesaikan apa yang harus diselesaikan serta mengkonfigurasi komponen-komponen perangkat lunak ke perangkat keras. Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa perancangan adalah tahapan setelah analisis sistem yang mana tujuannya untuk menghasilkan rancangan yang memenuhi kebutuhan yang ditentukan selama tahapan analisis.

2. Visual

Buku “Illustration, A Theoretical and Contextual Perspective” dikatakan bahwa untuk menyelesaikan suatu masalah dengan menggunakan visual yang pertama harus dilakukan adalah untuk mengidentifikasi dan mengerti konteks (Alan Male, 2007 : 13). Dibutuhkan pendekatan yang objektif serta pragmatis terkait dengan proses pengerjaan dan hasil karya. Bahasa visual dapat digunakan untuk merepresentasikan berbagai hal. Karena itu, amat penting bagi seorang ilustrator untuk mengerti dengan

subjek terkait yang hendak divisualisasikan. Ilustrasi memiliki peran penting dalam berkomunikasi. Sebagai media modern dalam bidang komunikasi visual, sekarang ini ilustrasi dapat dijumpai di mana-mana, ilustrasi memiliki potensi yang tidak terbatas dan memiliki pengaruh dalam kehidupan kita sehari-hari juga berfungsi sebagai media hiburan. Visualisasi dapat menjaga perhatian pembaca dan mendeskripsikan atau membuka cerita itu sendiri terlepas dari jenis genrenya. Selain itu, visualisasi juga dapat membangkitkan kaitan atau hubungan emosional dan imajinatif dengan tulisan, baik untuk buku begenre klasik, kontemporer, puisi, novel ataupun roman. Baik dalam konteks historis dan kontemporer, ilustrasi memiliki tempat tersendiri dalam aspek publikasi, walaupun terdapat kompetisi dengan media lain seperti fotografi. Sebagai contoh, “Family Guy” karya Seth Mcfarlane dan “The Simpsons” karya Matt Groening, kedua serial tersebut merupakan tontonan untuk kategori dewasa, namun alih-alih dibuat dalam bentuk live action, serial tersebut dibuat dalam bentuk kartun. Hal ini dikarenakan, dalam bentuk ilustrasi (kartun) bisa didapat kesan tersendiri yang tidak dapat didapat dengan media lain. Tokoh dan kejadian diciptakan dalam bentuk visual oleh seorang ilustrator, dan karakter-karakter tersebut dapat diterima secara luas dan dicintai. Psikolog Albert Mehrabian mengemukakan bahwa 93% dari komunikasi dilakukan secara non verbal. Orang berpikir menggunakan gambar. Selain itu seorang media theorist, dalam bukunya yang berjudul “Ways of Seeing” menulis bahwa melihat secara langsung lebih efektif dibandingkan

dengan kata-kata (John Berger, 1972 : 53). Seorang anak melihat dan mengenali sebelum ia dapat berbicara. Agar pesan dapat tersampaikan secara efektif, diperlukan pemahaman mengenai target audiens. Ini dilakukan untuk dapat mengetahui bagaimana konsumen akan merespons dan apakah mereka mengerti akan pesan yang disampaikan. Selain itu, keadaan geografis, demografis dan psikologi juga mempengaruhi bentuk visual dari pesan yang ingin disampaikan. Karena dengan budaya yang berbeda, maka pemahaman audiens terhadap suatu visualisasi bisa saja berbeda dan mengakibatkan terjadinya kesalahan pemahaman terhadap pesan yang ingin disampaikan. Karena itu desain visualisasi harus disesuaikan dengan target audiens berdasarkan pertimbangan tersebut. Berdasarkan sejarah dan pandangan mengenai ilustrasi, terdapat ratusan style. Namun dalam konteks luas, terdapat dua bentuk penggambaran. Semua variasi bahasa visual dimasukkan dalam salah satu dari dua kategori tersebut. Yang pertama adalah ilustrasi literal yang mewakilkan fakta. Ilustrasi ini menggambarkan secara akurat deskripsi dari kenyataan Meskipun ilustrasi tersebut menggambarkan tentang suatu cerita fiksi atau fantasi, penggambaran tersebut dilakukan dengan kredibel. Yang kedua adalah bentuk ilustrasi yang bisa disebut dengan konseptual di mana ilustrator dapat menggunakan metaphor atau pengandaian dalam memvisualisasikan sesuatu. Dalam ilustrasi konseptual, elemen dapat diambil dari kehidupan nyata, namun dapat digambarkan sebagai bentuk yang berbeda. Kedua bentuk ilustrasi yang telah dijabarkan tersebut dapat

diaplikasikan dalam lima konteks yaitu informasi, komentar, fiksi naratif, pendekatan dan identitas. Pada buku “The Fundamental of Illustration” disebutkan manfaat gambar untuk membantu audiens mencerna atau memahami sebuah ide dan peran ilustrasi adalah untuk memberikan arti visual pada sebuah tulisan (Lawrence Zeegen dan Crush, 2005 : 13). Salah satu aspek yang berperan penting dalam pengerjaan ilustrasi adalah media yang digunakan. Salah satu media yang paling sederhana namun dapat menghasilkan sesuatu yang luar biasa adalah pensil. Dalam pengerjaan ilustrasi dengan menggunakan pensil, program komputer seperti photoshop mungkin digunakan untuk keperluan mengedit, namun teknik yang kuat tetap merupakan yang paling penting. Selain pensil, masih banyak media lain yang dapat digunakan seperti cat air, fotografi, cat minyak, cukil kayu dan pada zaman modern ini, perkembangan Teknologi yang pesat membuat ilustrator dapat bekerja dengan media digital. Dalam mengilustrasikan sebuah cerita, Sarah Fanelli, seorang ilustrator buku anak berpendapat bahwa amat penting bagi seorang ilustrator untuk memiliki ide yang jelas. Ilustrator boleh menerima saran dan masukan, namun untuk memulainya diperlukan kepastian. Orang yang membuat ilustrasi disebut dengan ilustrator. Banyak media yang dapat digunakan oleh ilustrator. Media tradisional antara lain pensil warna, cat air, pastel, ukiran kayu dan lain-lain. Dengan kemajuan teknologi, pada masa ini banyak juga ilustrator yang menggunakan media digital.

Visual sesuatu yang dapat terlihat dengan melibatkan beberapa tahapan yakni tahapan merasakan, tahapan menseleksi, dan tahapan memahami. Tahap merasakan ialah membiarkan cukup cahaya masuk ke mata agar dapat melihat obyek-obyek sekeliling. Tahap menseleksi ialah mengisolasi dan melihat bagian tertentu suatu adegan atau bagian obyek sehingga menjadi hasil kombinasi pencahayaan dan fokus mata dengan fungsi otak tingkat tinggi. Sementara tahap memahami ialah mengerti apa yang diseleksi untuk memproses suatu image secara mental pada kesadaran yang lebih mendalam.

3. Brand

Brand berasal dari kata lama bahasa Jerman atau Norwegia yang berarti “burn” atau pembakaran. Namun sekarang ini brand memiliki arti yang sangat penting. Brand dapat berarti nama produk atau jasa, brand juga dapat berarti merek dagang, ataupun kepercayaan pelanggan. Arti brand sebenarnya adalah perasaan individu terhadap produk, service, jasa atau perusahaan (Marty Neumeier, 2006 : 2). Dengan adanya kompetisi dengan perusahaan lain membuat pilihan tidak terbatas sehingga perusahaan mencari jalan untuk membuat suatu hubungan emosional dengan konsumen, agar dapat tidak tergantikan, dan menciptakan hubungan yang kekal dengan konsumen. Sehingga muncul kata branding. Perancangan Rebranding Hubert Setiadi, FSD UMN, 2016 Branding.

adalah sebuah proses mengelola nilai-nilai suatu brand agar terjadi sebuah

jalanan emosional antara brand dengan audiensnya. branding dalam prakteknya secara umum melibatkan lima komponen, yaitu:

1. Positioning

Menentukan apa yang diwakili oleh brand tersebut dalam benak pelanggan dan bagaimana membandingkannya dengan brand kompetitor (Healey, 2008 : 8). Positioning N's Garage adalah menjadikan N's Garage sebagai bengkel modifikasi mobil spesialis drag race dan dapat melakukan body works.

2. Story

telling Brand yang baik adalah brand yang bisa meyakinkan pelanggannya seperti apa peran penting dalam cerita besar mereka.

3. Design

Menunjuk kepada segala aspek-aspek tentang bagaimana sesuatu dibuat, dan tidak hanya aspek visual. Seringkali ketika perusahaan membicarakan tentang rebranding, mereka maksud adalah redesain. Rebranding sejatinya langsung mengenai konsep ini.

4. Price

Harga adalah angka yang paling penting atau vital, meskipun kurang jelas dalam aspek brand. Permainan harga sangatlah krusial dalam kompetisi brand, dan banyak perusahaan yang telah belajar bahwa trik pemotongan harga jangka pendek dapat menghancurkan brand image dalam jangka panjang

5. *Customer Relationship*

Hubungan dengan pelanggan terkadang mewakili upaya murah hati dari perusahaan agar membuat setiap pelanggannya merasa dirinya istimewa.

Branding yang baik terletak pada kemampuan perusahaan tersebut untuk mengenal karakter dari pelanggannya, sehingga akan membangun ikatan emosional dan berharga antara produsen dengan pelanggan.

3. **Visual Branding**

Apabila kita mengambil pengertian dari sisi bahasa, brand adalah merek atau logo. Sedangkan visual branding adalah tampilan dari sebuah merek yang memiliki ciri khas khusus. Produk atau jasa dari setiap perusahaan pasti memiliki kisah dan pengalaman yang berbeda. Dengan adanya visual branding, maka dapat membantu setiap user atau konsumen untuk mengenal lebih mudah sebuah produk yang telah dirilis. Visual Branding disini dimaksudkan adalah pembentukan merek suatu produk dengan tujuan untuk meningkatkan citra dari produk tersebut di mata

khalayak. Produk yang sedang dibentuk mereknya untuk menuju proses pemasaran produk, dibuatkan semacam identitas visual yang berfungsi selain sebagai suatu identitas khusus juga untuk lebih mengenalkan atau mempromosikan daerah tersebut para target audiens. Jadi, apa yang dimaksud visual branding? Sebuah sumber dari InfoVis.net mengatakan bahwa visual branding adalah pengaruh yang diakibatkan oleh suatu

bentuk visual untuk mendiferensasikan brand. Differensiasi artinya membedakan brand tersebut dari brand kompetitor, sehingga dapat terlihat dan dirasakan menonjol dibanding yang lain dan paling diingat audiensnya (tingkatremindingnya tinggi). Adapun elemen-elemen terpenting sebuah visual branding terdiri atas :

- a. Brand (merk, logo) yang bisa berbentuk visual, susunan huruf atau keduanya
- b. Warna (produk, korporat)
- c. Komposisi semua elemen penyusunnya

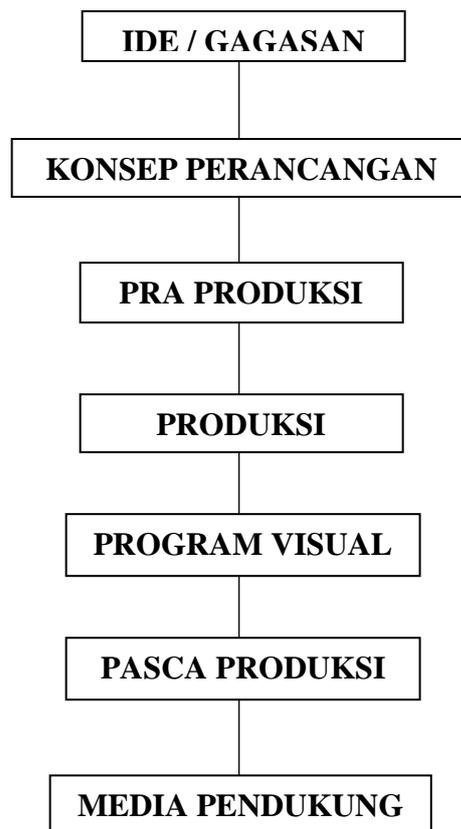
Dan tiga hal tersebut biasanya lalu diimplementasikan dalam Brand Identity sebuah perusahaan atau sebuah produk, yang bisa kita lihat di media

lini atas (above the line) maupun media lini bawah (below the line). Selanjutnya, kita bisa saksikan parade kampanyenya di iklan teve, iklan koran, liflet, brosur, billboard bahkan event-event off air. Tujuannya jelas, agar brand tersebut bisa dikenal oleh audiensnya: pertama bisa diingat secara visual, selanjutnya bisa diterima di hati.

Jadi konsep perancangan mainan action figure dapat kita artikan sebagai visual branding dengan berbagai element visual guna menjalin suatau hubungan maupun komunikasi dengan pemilihan media visual bertujuan memperkenalkan minan action figure (Urban Toys) ke khalayak umum,

mengenai mainan action figure ini agar menarik perhatian konsumen dan masyarakat luas.

G. METODE PERANCANGAN



Gambar 1. Sistematika Perancangan

a. Ide / Gagasan

Konsep dari mainan action figure yaitu upaya untuk mengedukasi masyarakat agar paham dan mengerti apa itu mainan moderen atau mainan urban toys di masa sekarang yang tidak banyak orang tau akan mainan tersebut. Maka si

penulis menjelaskan bedanya mainan dulu dan sekarang, mainan dulu seperti contoh mainan mobil – mobilan dari plastik atau kayu yang biasanya di mainkan oleh anak usia 3 – 5 tahun dan masyarakat sudah tau itu. Sekarang mainan moderen seperti robot robotan gundam dan lain – lain itu bentuk mainan moderen dengan bentuk mainan action figure yang sekarang mulai di edukasi dan di inovasi ini mainan moderen jaman sekarang dengan membuat karakter Action Figure mainan lima karakter hewan khas Indonesia agar menarik perhatian konsumen dan minat masyarakat tentang mainan urban toys atau mainan moderen.

b. Konsep Perancangan

Proses dimana mulai menyusun langkah-langkah pembuatan karakter urban toys, pertamakali membuat sket kasar kemudian meninjau kembali karakter apa yang kita pilih selanjutnya tema dari karakter urban toys tersebut, Setelah data dan rancangan terkumpul selanjutnya membuat rancangan Ebook / Majalah Digital agar lebih mudah dibaca kapan saja lewat Android maupun Laptop.

c. Pra Produksi

Tahap pra produksi dimana menentukan tahap-tahap yang akan dimunculkan pada perancangan Action Figure ini, sebagai berikut :

1. Sketch

Sebuah gambar atau sket kasar yang digambar secara sederhana dalam tahap ini menjelaskan Sketch juga bisa diartikan mendesain suatu proyek tapi secara kasar dan tidak rapih.

2. Tracing dan Vector

Sebuah gambar yang dihasilkan dari perpaduan antara titik dan garis dengan rumusan matematika, sehingga membentuk sebuah poligon yang menggambarkan objek gambar tertentu. Lokasi dari gambar vektor disebut dengan control points atau nodes, dimana lokasi dari setiap titik memiliki posisi yang pasti berdasarkan sumbu x dan y pada sebuah bidang kerja. Pada gambar vektor setiap garis atau titik dapat ditambahkan berbagai atribut seperti bentuk, ketebalan garis, kurva, warna garis, serta warna isi.

3. Format

Dalam Media informasi majalah digital ini format yang digunakan yaitu suatu gambar sket yang saya gambar lalu proses selanjutnya kami tracing dalam bentuk 2D dan 3D baru diimplementasikan di majalah digital sebagai media informasi terkini mengenai mainan action figure toys.

4. Produksi

Dalam tahap ini merupakan proses pembuatan karakter action figure dan pewarnaan, selanjutnya membuat cover template pada "Poster" yaitu media untuk membuat cover majalah tersebut yang mana telah di susun rapi sedemikian rupa segala aspek agar dapat diterima oleh penikmat Action Figure (konsumen).

5. Progam Visual

Proses dimana penempatan karakter hewan, dari segi warna, tipografi dan Icon telah dirancang sedemikian rupa secara sederhana sesuai dengan konsep yang diambil yaitu Desain Mainan Action Figure yang bertemakan super hero (Lima Hewan Khas Indonesia).

6. Pasca Produksi

Pada tahap ini semua desain karakter action figure di kumpulkan lalu disusun rapi agar saat di masukkan media merchandise seperti sablon, mug dan pembuatan karya 3 dimensi dengan bahan resin agar mencapai hasil yang maksimal dan membuat miniatur lima hewan khas indonesia.

7. Media Pendukung

Media pendukung merupakan sebuah media yang dibuat dengan berbagai jenis bentuk sebagai penyalur informasi yang akan ditunjukkan pada khalayak agar lebih mengenal mainan action figure, bahwa mainan action figure juga bisa bersaing dengan mainan – mainan pabrikan.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang Latar belakang, Rumusan masalah, Tujuan perancangan, Manfaat perancangan, Tinjauan pustaka, Metode perancangan, Sistematika penulisan.

BAB II : IDENTIFIKASI DATA

Pada bab ini menjelaskan tentang data mainan action figure dan lima contoh karakter hewan khas Indonesia.

Fungsi dan manfaat identifikasi data sebagai acuan untuk mengetahui berbagai sumber informasi yang dibutuhkan.

BAB III : ANALISIS DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Pada bab ini akan membahas mengenai konsep perancangan lima hero khas Indonesia untuk mainan Action Figure.

segmentasi, USP, *positioning* dan strategi kreatif perancangan.

BAB IV : PERWUJUDAN KARYA

Berisi tentang konsep teknik, konsep estetis dan media promosi.

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang simpulan dan saran, yaitu beberapa kesimpulan dan saran dari penulis.

DAFTAR PUSTAKA

GLOSARIUM