

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A. Identifikasi Data

Jenis data yang digunakan dalam perancangan media promosi yang menjadi data utama dalam perancangan dan pembuatan desain ini ialah boneka karakter oleh Bricko's Felt. Media promosi mencakup tentang hal-hal yang memiliki konten informasi dan jenis-jenis produk boneka karakter yang ditawarkan. Fungsi dari media promosi ini ialah memberi informasi mengenai jenis desain boneka karakter yang dimiliki oleh Bricko's Felt dan daftar klasifikasi serta harga setiap boneka karakter yang ditawarkan, dengan adanya desain media promosi ini masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai produk boneka karakter oleh Bricko's Felt.

B. Analisa Data

Analisis data dalam perancangan desain media promosi ini menggunakan analisis *SWOT* (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threat*). Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008: 64) mengelola fungsi pemasaran diawali dengan analisis menyeluruh dari situasi perusahaan. Pemasar harus melakukan *SWOT analysis* (analisis *SWOT*), dimana ia menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kekuatan meliputi kemampuan internal, sumber daya dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan. Peluang adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada

lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan, sedangkan ancaman adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan.

Analisis SWOT dibutuhkan untuk lebih memperkuat desain media promosi mengenai boneka karakter yang diproduksi Bricko's Felt. Analisis ini digunakan membantu untuk melihat kembali kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weaknes*), kesempatan (*opportunity*), dan ancaman (*threat*). Faktor-faktor internal adalah kekuatan dan kelemahan sedangkan faktor eksternal adalah kesempatan dan ancaman. Adapun analisis SWOT untuk desain produk boneka karakter sebagai berikut:

No	Analisis	Hasil Analisis	Aplikasi Desain
1	<i>Strength</i>	Dapat menjangkau seluruh Indonesia, serta memiliki desain produk yang sesuai dengan budaya Indonesia	Bisa dijangkau oleh masyarakat Indonesia.
2	<i>Weakness</i>	Faktor-faktor yang dapat menghambat perkembangan desain boneka karakter ini adalah keterbatasan desainer yang memahami karakter budaya Indonesia / Nusantara.	
3	<i>Opportunities</i>	Masih sedikit produk boneka yang memiliki desain berciri Indonesia.	Membuat rancangan, menggunakan ciri budaya nusantara

4	<i>Threats</i>	Persaingan dengan produk lain ialah dalam hal permodalan.	Menggunakan desain yang unik dan mempunyai ciri khas sehingga menjadikan daya Tarik tersendiri bagi masyarakat
---	----------------	---	--

Berdasarkan analisis SWOT yang diaplikasikan dalam desain boneka karakter ini maka visualisasi desain menggunakan dalam perancangan desain media promosi ini. Desain boneka ini menghadirkan desain boneka berkarakter budaya Indonesia, bertujuan untuk membuat ciri khas dari boneka karakter yang diproduksi oleh Bricko's Felt. Beberapa hal yang disajikan di dalam desain promosi bertujuan untuk menonjolkan keunggulan maupun sebagai solusi dari kekurangan yang dimiliki oleh Bricko's Felt Solo.

1. Segmentasi Pasar

Sasaran utama perancangan media promosi Bricko's Felt adalah remaja dan dewasa. Target market tersebut dapat ditinjau dalam segmentasi sebagai berikut :

a) Aspek Demografis

- 1) Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- 2) Usia : 12 – 40 tahun
- 3) Golongan sosial : Menengah dan Menengah ke atas

4) Pendidikan : SMA - Perguruan Tinggi

5) Agama : Semua Agama

b) Segmentasi Geografis

Wilayah : Berdomisili di daerah Surakarta dan sekitarnya

c) Segmentasi Psikografi

Boneka karakter diminati oleh anak remaja hingga dewasa karena bentuk boneka *handmade* yang sangat unik dengan bentuk dan pose yang sesuai permintaan customer, diharapkan mampu mempengaruhi minat konsumen *souvenir handmade* kepada semua masyarakat.

d) Segmentasi Behavior

Remaja hingga dewasa menyukai *souvenir handmade* lucu dan warna yang menarik, menggunakan bahan kain flanel dengan warna-warna cerah dan lembut.

2. USP (Unique Selling Propotion)

USP (*Unique Selling Preposition*) sebuah perusahaan yang menghasilkan barang ataupun jasa harus memiliki keunikan atau karakteristik yang berbeda dari produk lainnya. Sehingga produk tersebut memiliki posisi yang bagus di tengah konsumen. Kaitannya dengan materi tugas akhir kekaryaannya “Perancangan Media Promosi Boneka Karakter Barbie Oleh

Bricko's Felt Solo" adalah menghasilkan suatu produk boneka karakter manusia yang sebelumnya dikenal dengan nama Barbie (pada umumnya) menjadi produk boneka karakter manusia dengan desain yang dibuat semirip mungkin dengan aslinya. Selain itu dalam karya ini diharapkan mampu menampilkan keunikan dengan adanya ciri penggambaran khusus sebuah wilayah.

3. Positioning

Positioning adalah suatu proses atau upaya untuk menempatkan suatu produk, merek, perusahaan, individu atau apa saja dalam alam pikir mereka yang dianggap sasaran atau konsumennya (Kasali, 1995:157). Perancangan Media Promosi Boneka Karakter Barbie Oleh Bricko's Felt Solo ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tentang *souvenir* yang unik sesuai keinginan konsumen. Ciri karakter yang dibuat oleh Bricko's Felt lebih pada karakter profesi atau nuansa (sebagai contoh nuansa pernikahan adat). *Souvenir* boneka karakter yang diproduksi oleh Bricko's Felt memiliki kelebihan yang tidak dimiliki boneka karakter Barbie pada umumnya, sehingga produk boneka karakter ini akan lebih banyak diminati oleh masyarakat karena sesuai yang diinginkan masyarakat.

Perancangan Media Promosi Boneka Karakter Barbie Oleh Bricko's Felt Solo ini dirancang dengan media promosi yang mudah terjangkau oleh masyarakat umum dan dengan desain produk yang menyerupai bentuk asli dan karakter manusia secara nyata serta menggunakan komposisi warna yang sesuai dengan ciri karakter manusia yang diinginkan. Desain boneka karakter ini

dirancang secara menarik yang terlihat dari tampilan bentuk wajah dan postur tubuh yang lucu. Sehingga desain boneka karakter berbahan dasar kain flannel ini dapat menjadi pilihan yang tepat untuk *souvenir* ataupun pajangan rumah sebagai koleksi.

C. Strategi Kreatif

1. Konsep Estetis (Keindahan)

Pada konsep perancangan media promosi ini menggunakan satu page saja dalam wujud mediana. Media promosi ini dirancang dengan isian sebagai berikut.

a. *Layout*

Jenis desain yang digunakan pada media promosi boneka Barbie Bricko's Felt ini adalah *Picture Window Layout* dimana tata letak iklan dimana produk yang diiklankan ditampilkan secara *close up*. Bisa dalam bentuk produknya itu sendiri atau juga bisa menggunakan model (*public figure*)⁸. Gaya desain seperti ini akan membuat tampilan media promosi mudah dipahami oleh konsumen karena tidak terlalu banyak elemen yang ditampilkan. Desain seperti ini juga akan memudahkan konsumen untuk mengetahui jenis produk yang dimiliki oleh Bricko's Felt secara jelas.

⁸ <https://ngopidesain.wordpress.com/2008/08/07/macam-macam-lay-out-dalam-dkv/>
diunduh 20 Februari 2018 pukul 10.00 WIB

1) Logo dan Nama Perusahaan

Bagian ini terdapat di sisi atas pada media promosi yang berwujud x-banner dan brosur. Kedua media promosi ini yang sering dipergunakan oleh Bricko's Felt dalam pelaksanaan promosi. Kedua logo ini dirancang untuk menarik perhatian konsumen sekaligus membuat konsumen tidak jenuh dengan satu jenis logo saja. Logo tersebut memiliki dua jenis konsep warna yang menunjukkan keanggunan dengan warna magenta pada background dan putih pada tulisan Bricko's Felt. Konsep perancangan desain logo dan nama perusahaan digambar dengan sketsa sebagai berikut.



Gambar Logo Perusahaan (Scan: Putri, 2018)

Bagian logo dan nama ditampilkan pada beberapa media dengan warna dan penempatan yang berbeda. Font yang digunakan ialah October Twilight dan warna magenta dengan komposisi R=210 G=0 B=94 pada media promosi totebag, mug, kaos dan jam dinding. Selain itu juga digunakan warna putih pada media promosi x-banner, kartu nama, poster, sticker, pin, brosur, pin, box.

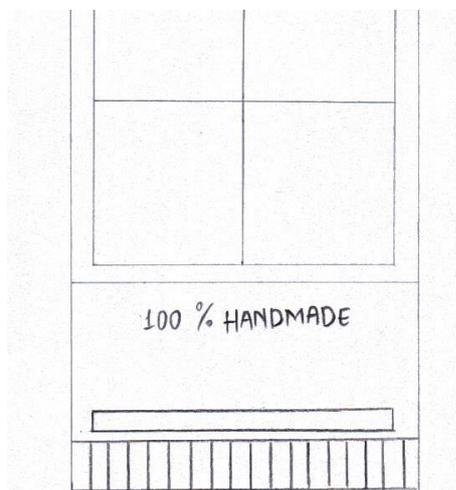
2. *Brand Product*

Brand Product ialah kata slogan yang digunakan untuk memperjelas bahwa produk *Bricko's Felt* merupakan *handmade* asli dari Indonesia.

Pada bagian *Brand Product* ditampilkan di tengah desain media promosi dengan tujuan menawarkan produk unggulan dari *Bricko's Felt*. Terdapat beberapa desain boneka unggulan *Bricko's Felt* diletakkan di tengah media promosi dalam bentuk x-banner, brosur, dan poster. Pada penulisan *brand product* dengan kata "BONEKA KARAKTER HANDMADE" menggunakan font Arial dan kata "100% *Handmade*" menggunakan font *Trajan Pro*.



Gambar Letak *Brand Product* 1 (Scan: Putri, 2018)

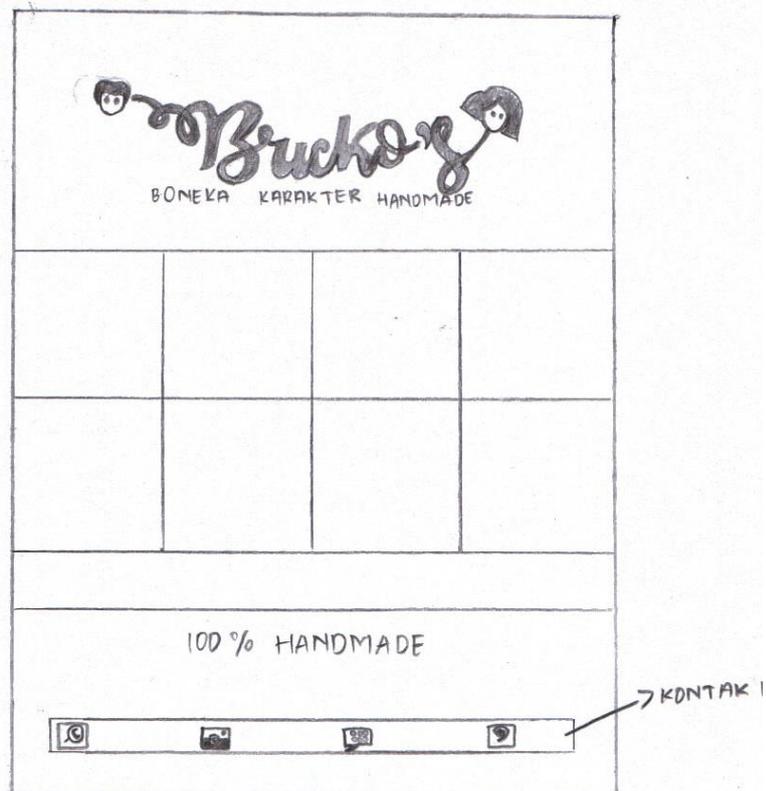


Gambar Letak *Brand Product* 2 (Scan: Putri, 2018)

3. *Contact Us* (Kontak Kami)

Pada bagian *contact us* di letakkan pada sisi bawah dari media x-banner dan browser. Hal tersebut ditujukan untuk menggiring konsumen untuk tertarik dulu terhadap produk Bricko's Felt kemudian memesan melalui kontak yang tertera di bawah desain produk.

Pada halaman *Contact Us* (kontak kami) terdapat beberapa informasi mengenai berbagai kontak yang dapat dihubungi oleh konsumen yaitu media sosial dan kontak lain seperti : Instagram, LINE, BBM (Blackberry Messenger), dan WA (Whatsap).



Gambar Bagian *Contact Us* (Scan: Putri, 2018)

b. Warna

Warna yang digunakan dalam Media Promosi Produk Boneka Karakter Bricko's Felt menggunakan warna yang cenderung dominan seperti magenta, putih dan merah muda. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan nuansa ceria dan elegan, selain itu warna putih pada *background* merupakan warna agar menjadi kualitas halus dan menjadikan warna yang ideal. Pada produk lain menggunakan background dengan warna magenta dan font berwarna putih yang juga menunjukkan kualitas halus pada produk Bricko's Felt. Warna merah muda merepresentasikan prinsip feminim dan banyak disukai oleh para wanita, auranya yang kuat memberi benak kita nuansa kelemah lembut, peduli, dan romansa, sedangkan warna putih melambangkan kesucian, kebersihan, dan warna ini sangat tepat sebagai warna dalam desain yang sederhana. Penggunaan warna ini diharapkan agar dapat menghadirkan energi positif bagi masyarakat yang melihat media promosi tersebut.

Warna tersebut merupakan warna dasar untuk desain media promosi ini karena warna tersebut terkesan dengan warna yang sederhana dan dapat diaplikasikan dengan desain flat.

Ada beberapa warna tambahan yang digunakan sebagai warna dengan perpaduan beberapa jenis warna merah muda, putih, dan hitam yang menampilkan logo desain boneka karakter yang dipromosikan, setiap warna tersebut menampilkan warna yang berbeda-beda tersebut disesuaikan dengan desain media promosi ataupun karya pendukung yang

digunakan. Beberapa warna dalam perancangan desain media promosi

Brickos Felt ini antara lain :

1) Warna Putih

Komposisi warna (R=254 G=254 B=254) 

Warna putih dalam media promosi ini merupakan warna yang dipilih untuk font tulisan dan background Bricko's Felt pada desain yang terdapat pada media promosi dalam bentuk x-banner dan brosur. Warna ini sekaligus sebagai warna yang menggambarkan kemakmuran dan kesuksesan Bricko's Felt. Warna putih memiliki makna suci dan kebebasan.

2) Warna Merah Muda dalam beberapa Komposisi

a) Komposisi warna (R=255 G=246 B=228) 

b) Komposisi warna (R=252 G=211 B=194) 

c) Komposisi warna (R=255 G=182 B=191) 

d) Komposisi warna (R=250 G=143 B=164) 

e) Komposisi warna (R=210 G=0 B=94) 

Warna merah muda/pink yang digunakan pada desain ini memiliki beberapa komposisi untuk berbagai bagian dalam desain produk. Arti warna merah muda sendiri ialah feminim, lemah lembut. Pemilihan warna ini untuk menunjukkan Bricko's Felt merupakan produk dengan cara penggarapan yang halus dan detail sehingga tercipta produk yang berkualitas tinggi. Warna ini digunakan pada tulisan Bricko's Felt yang terdapat pada produk kaos, box, mug, totebag, dan sebagai background pada pin, poster, x-banner, brosur, box. Masing-masing warna dapat menjadi background atau warna dasar dalam setiap desain. Warna tersebut lebih detail digunakan pada background poster, pin, kartu nama, jam dinding, brosur (bagian atas), box, font logo merk, x-banner dengan warna pada komposisi nomor e. Kemudian digunakan pada warna dasar karya sticker, poster (bagian bawah), totebag, dan brosur (bagian bawah) dengan menggunakan komposisi nomor c dan d.

3) Warna Hitam

Komposisi warna (R=0 G=0 B=0)



Warna hitam adalah warna yang melambangkan keanggunan, kemakmuran, percaya diri, kuat, maskulin, dramatis, misterius dan ketegasan. Namun pada budaya barat warna hitam melambangkan kematian dan kesedihan yang dapat menimbulkan perasaan tertekan. Sedangkan dalam *Fashion*, hitam sering digunakan untuk

menunjukkan kesan kurus dan langgeng. Warna hitam tersebut diaplikasikan dalam desain icon kepala boneka dalam font logo merk, contact us, dan tulisan “boneka karakter handmade” dan “100% Handmade” dalam karya pendukung box, kaos, sticker, poster, totebag, mug, dan brosur. Warna hitam juga digunakan dalam penulisan logo merk Bricko’s Felt pada karya totebag.

a. Tipografi

Tipografi adalah seni memilih dan menata huruf pada ruang untuk menciptakan kesan khusus sehingga pembaca dapat membaca semaksimal mungkin (Hendratman, 2010: 24).

Pemilihan jenis *font* perlu dipertimbangkan dengan baik karena desain *font* tertentu memiliki gaya dan karakteristik tersendiri. Pertimbangan ini berdasarkan fungsi dan penampilan dari segi visual serta tujuan media promosi yang dibuat. Tipografi yang digunakan dalam perancangan media promosi boneka karakter oleh Bricko’s Felt akan menggunakan empat jenis yaitu October Twilight, Arial, Trajan Pro, dan Tradisional Arabic.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Contoh Font October Twilight

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Contoh ARIAL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
Contoh Font Trajan Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
Contoh Font Tradisional Arabic

Trajan Pro dipilih karena jenis *font* seperti ini memiliki bentuk sederhana dan standar. *Font* seperti ini sangat baik dan mudah untuk dibaca oleh konsumen. Penggunaan font Tradisional Arabic digunakan untuk memperjelas tulisan yang dirasa cukup penting di dalam media promosi ini, sehingga *font* yang dipilih harus berukuran lebih besar dan tebal. Kedua jenis *font* tersebut merupakan *font* yang sesuai dengan karakter Bricko's Felt yang akan memunculkan nuansa minimalis yang modern. Penggunaan font disesuaikan dengan kebutuhan dan nilai estetis dari suatu desain.

Pada desain nama Bricko's Felt digunakan font October Twilight supaya memberikan kesan seperti tulisan tangan yang kemudian di masing-masing ujung diberi desain kepala boneka laki-laki dan perempuan. Bagian kata "Boneka Karakter" digunakan font Arial untuk mempermudah dan memperjelas ciri dari produk Bricko's Felt. Kemudian pada brand bertuliskan "100% Handmade" menggunakan font Trajan Pro, dan pada bagian kontak menggunakan Traditional Arabic.

D. Konsep Teknis

Dalam proses perancangan karya desain media promosi ini menggunakan *digital computer* juga ada alat alat yang digunakan dalam proses perancangan tersebut antara lain, (1) Kertas untuk menggambar, (2) Pensil 2B, (3) Pensil Warna, (4) Drawing Pen, (5) Penghapus, (6) Sceaner. Kemudian dalam pembuatannya media promosi ini menggunakan beberapa *software* yang digunakan antara lain.

1. Adobe photoshop cs3.

Adobe photoshop berguna untuk membuat grid ukuran dalam layar,edit foto dan menyesuaikan warna yang tepat untuk tampilan desain media promosi.



Gambar 17 Software Photoshop cs6
(Sumber www.googel.com, diunduh 5 Oktober 2017)

2. Corel Draw x5

Corel Draw x5 digunakan untuk membuat vector atau track vector yang merupakan proses penyempurnaan setelah melalui tahap sketsa manual.



Gambar 18 Software Corel Draw X5
(Sumber www.google.com, diunduh 5 Oktober 2017)

E. Media Plan

Target visual dalam perancangan desain visual ini adalah masyarakat dapat mengenal dan tertarik dengan produk Bricko's Felt. Media plan yang digunakan media/sarana untuk mempromosikan produk boneka Bricko's Felt kepada masyarakat. Beberapa media plan yang digunakan antara lain.

1. Vertical Tothem Display

Media yang digunakan dalam promosi adalah Tothem Display. Fungsi Vertical tothem display sebagai media promosi. Rencana penempatan akan ditempatkan di titik-titik tertentu. Antara lain pada sisi-sisi sudut kampus ketika acara wisuda dan beberapa gedung pertemuan yang sering digunakan sebagai tempat wisuda atau acara pernikahan.

2. Mug

Media yang digunakan selain brosur ialah mug. Produk ini mudah digunakan sebagai souvenir sekaligus menjadi media promosi bagi Bricko's Felt.

3. Kaos

Media yang digunakan dalam promosi adalah kaos. Fungsi media kaos adalah untuk lebih memperkenalkan Bricko's Felt sebagai produk *handmade*.

4. Pin

Media promosi lain yang digunakan ialah pin. Fungsi media pin adalah mempromosikan secara mudah dan ringan karena hanya dengan menempelkan di pakaian saja masyarakat tahu bahwa terdapat produk bermerk Bricko's Felt. Selain itu pin dapat juga digunakan untuk identitas produsen ketika di suatu event atau dapat juga digunakan sebagai *souvenir*.

5. Sticker

Media promosi lain yang digunakan ialah sticker. Fungsi media ini adalah mempromosikan secara mudah dan ringan karena hanya dengan menempelkan di kendaraan bermotor, mobil atau media lain masyarakat akan lebih mudah tahu bahwa terdapat produk bermerk Bricko's Felt.