

RINGKASAN

Lagu Nisshoku merupakan sebuah lagu berbahasa Jepang dengan konsep cerita romansa fantasy dan dijual dengan berbagai merchandise lainnya, berbasis pada produk *online* dan *offline* yang mana produk berupa cd music atau pun streaming. Lagu ini diciptakan dan diproduksi di awal Juli 2020 hingga Desember 2020 dan merupakan salah satu lagu yang dibuat oleh Untomodachi circle, yang mana merupakan bisnis utama yang bergerak di merchandise pop culture Jepang. Karena usaha ini tergolong masih muda dan persaingan antar *competitor* merchandise yang semakin ketat, Untomodachi membutuhkan sebuah produk baru dalam bentuk visual yang kuat di dalam menggambarkan identitas usaha, dengan tujuan agar lebih dikenal oleh konsumen dan masyarakat. Ditambah dengan lagu Nisshoku yang juga memfokuskan penjualannya di media online seperti *Instagram*, sehingga memerlukan visual yang unik, namun memiliki karakterisasi cerita yang kuat. Oleh karena itu, desain visual dalam bentuk artbook dipilih sebagai opsi yang tepat di dalam memperkuat visual branding dari penjualan lagu Nisshoku. Hal ini dikarenakan sebuah visual dalam bentuk artbook dapat memperkuat identitas dari sebuah produk dan juga menjadi kunci di dalam menciptakan minat beli konsumen. Selain itu, artbook juga berperan untuk memperkenalkan gambaran cerita sebuah lagu pada konsumen, terutama yang tertarik dengan budaya pop culture Jepang dengan cara yang unik dan tidak biasa, terlebih di lingkungan sosial media yang cenderung mencari segala sesuatu yang menarik dan terkesan unik.

Kata Kunci : Perancangan, Desain visual, lagu Nisshoku, Arbook, Nisshoku (Eclipse).

ABSTRACT

The song Nisshoku is a Japanese song with the concept of a fantasy romance story and is sold with various other merchandise as well as is based on online and offline products with products in music CDs or streaming. This song was created and produced from early July 2020 to December 2020. It is composed of the Untomodachi circle, which has its main business in Japanese pop culture merchandise. Because this business is still relatively new and competition between merchandise competitors is getting tougher, Untomodachi needs a new visual product that is strong in describing its business identity so that consumers and the public better know it. In addition, Nisshoku's song focuses its sales on online media such as Instagram so that it requires unique visuals and has a strong story characterization. Therefore, the visual design in the form of an artbook was chosen as the right option to strengthen the visual branding of Nisshoku Song Sales. It is due to the fact that a visual in the form of an artbook can strengthen the identity of a product and is also a key in creating consumer buying interest. In addition, the artbook also plays a role in introducing the description of the story of a song to consumers, especially those interested in Japanese pop culture, in a unique and unusual. It is since, in social media, society tends to look for everything exciting and unique.

Keywords: Design, Visual Design, Nisshoku Song, Artbook, Nisshoku (Eclipse).

