

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Saat ini, Pop Culture atau budaya populer mulai mendapatkan tempat tersendiri dalam peradaban manusia. Dalam Popular Culture (Strinati, 2004:18), budaya populer diartikan oleh Mc.Donald sebagai sebuah kekuatan dinamis yang menghancurkan batasan kuno, tradisi, selera dan menggabungkan segala macam perbedaan. Oleh karena kekuatannya tersebut, maka pada akhirnya budaya populer membaurkan segala macam perbedaan yang ada di tengah masyarakat menjadi sebuah budaya homogen. Kehadiran budaya populer ditengah masyarakat tak lepas dari pengaruh kemajuan teknologi dan globalisasi. Sehingga sebagai akibat wabah global yang di bawa oleh budaya populer ini adalah kita tidak menemukan adanya batasan-batasan lagi dalam sistem kehidupan manusia. Baik itu berupa batasan, tempat, waktu, usia, jenis kelamin, status social dan perbedaan-perbedaan lainnya.

Budaya populer yang cukup mendapatkan tempat di hati masyarakat

dunia saat ini adalah yang kita kenal dengan istilah *J-Pop* atau *Japan Pop Culture*. Masyarakat Indonesia sendiri lebih mengenalnya dengan istilah *J-Pop*. *J-Pop* itu sendiri merupakan salah satu dampak dari adanya kontestasi budaya yang menggambarkan tersebarnya produk-produk populer asal Jepang secara global di berbagai negara di dunia. *J-Pop* pertama kali berkembang sejak tahun 1990-an dan semakin tumbuh hingga hari ini. *Japan Pop Culture* adalah sebutan bagi produk-produk budaya yang sarat akan budaya tradisional Jepang, mulai dari komik, lagu, pakaian, hingga yang berbaur teknologi. Komik, Animasi Dan Musik merupakan contoh aliran *J-Pop* terpopuler di Indonesia, kepopuleran mereka sudah ada sejak lama bahkan lebih dahulu populer dari pada drama dan *boyband* Korea.

Industri *J-Pop* telah di persiapkan untuk di pasarkan ke dunia internasional dengan menggabungkan budaya tradisional mereka dengan budaya modern. Percampuran budaya ini sangat terasa pada salah satu industri kreatif mereka yaitu musik, dalam bidang musik jepang banyak mencampurkan budaya tradisional dan modern seperti memasukan instrument musik tradisional, gaya berpakaian, maupun visual dalam musik nya. Terutama dalam visualisasi musik, jepang sangat di dominasi dengan animasi atau ilustrasi dengan berbagai macam *style* visualiasasi seperti itu pula

membuat Jepang sangat unik dan memiliki karakter tersendiri dalam menyampaikan sebuah isi atau cerita dari sebuah musik.

Berbicara tentang visualisasi dalam musik *J-Pop*. Jepang sering menggunakan animasi 2dimensi, 3dimensi, atau dengan ilustrasi seperti *concept art*. *Concept art* adalah bentuk ilustrasi di mana tujuan utamanya adalah menyampaikan representasi dari sebuah desain, ide atau mood untuk digunakan pada film, video game, musik, atau buku komik *concept art* sering disebut juga sebagai *entertainment design* karena *concept art* digunakan pula untuk memproduksi artwork-artwork keperluan produksi sebuah industri kreatif.

Di Indonesia sendiri sangat jarang suatu industri musik menggunakan pengenalan visual dengan *Concept Art*, Umumnya produksi musik Indonesia masih menggunakan konsep lama yang mengandalkan video klip berupa potongan film film pendek. Hal ini menyebabkan kurangnya variasi visual dari musik musik yang ada di Indonesia, sehingga masyarakat pun masih kurang bisa menerima sesuatu yang baru akan selera musik. Masalah ini bisa diatasi dengan adanya sebuah solusi yang dapat mempermudah untuk memperkenalkan musik melalui *Concept Art*. Dengan demikian menjadikan ide utama di dalam proposal ini untuk menciptakan sebuah citra baru di dalam visual sebuah produk yaitu sebuah lagu

yang pertama di rilis oleh *Untomodachi Circle*. Lagu baru yang menjadi tajuk utama proposal ini adalah sebuah lagu berjudul “*NISSHOKU*”.

“*NISSHOKU*” adalah sebuah lagu berbahasa Jepang yang memiliki arti “GERHANA” yang di rilis oleh *Untodachi circle* pada tahun 2021, lagu ini menjadi lagu pertama dari rangkaian sebuah cerita yang nantinya akan menjadi beberapa lagu. “*NISSHOKU*” bercerita tentang romansa fantasi dimana seorang pria yang berusaha mencari kekasihnya yang hilang dan ternyata di culik ke bulan, sang pria mencari ke ajaiban melalui berbagai rintangan walau hanya sebatas bertemu lewat mimpi atau pun di realita yang berbeda. Karena mengandung unsur fantasi penulis menggunakan ilustrasi *Concept art* dalam isi *artbook*. dimana *Concept Art* sendiri sering di gunakan untuk menyampaikan ide ide fantasi.

Artbook sendiri merupakan buku kumpulan konsep dan ilustrasi mengenai suatu judul cerita yang akan dikembangkan menuju tahap selanjutnya. *Artbook* dipilih karena dapat menjabarkan konsep secara visual dan tepat sasaran, yaitu dengan target audiens secara umum adalah remaja berumur 15 tahun keatas, sedangkan secara khusus adalah perusahaan developer game, animasi, dan komik. Selain itu, *artbook* dapat digunakan sebagai

media untuk memperkenalkan budaya dengan konsep yang lebih modern sehingga dapat menjangkau kalangan anak muda saat ini. Beberapa penelitian perancangan sejenis telah dilakukan seperti Perancangan Artbook Berbasis Cerita Mundinglaya (Nugraha, 2010), dan Concept Artbook Calonarang: Sebuah Perjalanan Visual (Gunotama, 2013).

Saat ini sudah cukup banyak *Artbook* di ciptakan untuk kebutuhan berbagai karya, misal nya *Artbook* untuk mengenal kan Film “*Transformer*” atau game seperti “*Super Mario*” pun tak lepas dari kumpulan ilustrasi yang ada pada Artbook. Sementara untuk sebuah Lagu “NISSHOKU” yang baru di rilis, dimana masih pada tahap pengenalan produk dan pengembangan desain visual. Karena itu, salah satu masalah yang di hadapi produk lagu “NISSHOKU” adalah bahwa produk ini belum dikenal oleh masyarakat. Karena itu perlu ada nya sebuah pembentukan identitas unik dan juga bagaimana pengenalan pada masyarakat. Disinilah penting nya sebuah desain visual untuk produk lagu “NISSHOKU”. Desain Visual adalah perancangan visual guna memberi diferensiasi atau keunikan pada suatu brand atau produk. Elemen-elemen pada desain visual bisa berupa nama brand, logo, warna dan elemen-elemen visual pendukung termasuk di antara nya ialah desain *concept art* di dalam *artbook*.

Dari permasalahan di atas, maka dapat dilihat kebutuhan desain visual untuk produk lagu “NISSHOKU”. Tanpa sebuah desain visual, lagu “NISSHOKU” akan kesulitan untuk membentuk sebuah *brand image* yang kuat. Selain itu, lagu “NISSHOKU” juga membutuhkan identitas untuk menjadi pembeda dari pesaing-pesaingnya. Desain visual berbentuk *artbook* untuk Lagu “NISSHOKU” ini diharapkan dapat membantu dalam pembentukan *brand awareness* untuk mempromosikan lagu tersebut di kalangan masyarakat Indonesia. Sehingga tidak hanya kalangan pecinta musik Jepang, tapi juga masyarakat umum bisa merasakan pengalaman baru mendengar lagu sambil menikmati cerita dan visual yang disajikan dalam desain *artbook*.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis mengidentifikasi menjadi beberapa rumusan masalah. Antara lain sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep desain *artbook* untuk lagu “NISSHOKU”?
2. Bagaimana strategi visual yang akan digunakan di dalam melakukan desain *artbook* untuk lagu “NISSHOKU”?

C. TUJUAN

1. Menciptakan sebuah identitas usaha dengan media *artbook* yang dapat digunakan sebagai visual branding.
2. Menciptakan IP (*Intellectual Property*) *Character* berupa kumpulan *artwork-artwork* yang di satukan menjadi *artbook* dari produk Untomodachi circle sebagai cipta karya yang memiliki tujuan sebagai keperluan komersil.

D. MANFAAT

1. Bagi Penulis.

Penulis dapat meningkatkan kemampuan di dalam merancang sebuah konsep dan strategi kreatif, terutama pada desain *artbook*.

2. Bagi Universitas.

Tugas Akhir berupa desain karakter ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi tertulis yang disediakan oleh Universitas kepada mahasiswa lain yang mana seorang mahasiswa hendak akan melakukan perancangan karya.

3. Bagi Masyarakat.

Desain *artbook* untuk lagu “*NISSHOKU*” diharapkan memberi sebuah trend positif kepada masyarakat, baik di

ruang lingkup dunia maya maupun nyata serta mendongkrak daya beli konsumen terhadap usaha *Untomodachi Circle*.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Tugas Akhir yang dilansir dari E-Library ISI Yogyakarta berjudul Perancangan Artbook koleksi karakter untuk game visualisasi budaya Indonesia "ARKA" karya WIRAWAN, Asief Akbar (2012), menjelaskan bahwa sebuah karakter game memiliki peran di dalam mengubah citra sebuah tokoh, terutama tokoh sejarah seperti halnya tokoh dari game ini. Pada jurnal ini, penulis mengemas karakter dari kepulauan kepulauan Indonesia ke dalam bentuk karakter dengan *style MMORPG* desain dengan budaya Indonesia, yang mana di dalam pembangunan karakternya memanfaatkan pengembangan personaliti dan karakteristik tokoh-tokoh yang unik di setiap tempat yang di jelajah dan memiliki potensi untuk membentuk sebuah karakter yang baru serta selaras dengan selera di masa sekarang, terlepas dari style game barat pada umumnya yang mana kurang cocok untuk pasar remaja saat ini. Sehingga desain karakter ini memiliki potensi untuk mengubah citra karakter dari tokoh-tokoh sejarah yang mana memiliki peluang untuk disukai oleh remaja masa kini dan dapat menumbuhkan rasa penasaran akan sejarah dan budaya Indonesia. WIRAWAN, Asief

Akbar menyatakan bahwa agar sebuah produk atau konten dapat dikenal oleh masyarakat luas, produk membutuhkan visual yang menarik serta khas. Hal ini dikarenakan *artbook* merupakan salah satu cara untuk menggambarkan isi suatu produk dan *artbook* itu sendiri dapat membantu sebuah produk di dalam merespon mengenai kejadian yang sedang terjadi. Selain itu, *artbook* bisa digunakan sebagai gambaran jalannya suatu project sebuah karya.

Tugas Akhir ini memberi manfaat karena sama-sama membahas tentang desain *artbook* untuk keperluan visual branding. Namun, yang menjadi pembeda adalah WIRAWAN, Asief Akbar-selaku penulis dari karya Perancangan Artbook koleksi karakter untuk game visualisasi budaya Indonesia "ARKA" memfokuskan maskot sebagai objek branding untuk produk game, yang mana hal ini berbeda dari tugas akhir ini yang memfokuskan *artbook* sebagai media memperkenalkan isi sebuah lagu.

Dilansir dari Tugas Akhir yang dilansir dari *E-Library* ISI Yogyakarta dengan judul Perancangan ArtBook "The Ultimate Fire Rescue" sebagai Superhero Alternatif untuk Anak-anak & Remaja JANTORO, Fajar Dwi (2018), menjelaskan mengenai desain *artbook* sebagai media untuk memperkenalkan karakter *superhero* pemadam kebakaran dimana di dalam melakukan setiap melakukan

suatu hal selalu menjunjung sifat peduli sesama. Perancangan karakter *superhero* dengan menciptakan sebuah karakter yang baru dapat menciptakan sebuah trend positif bagi masyarakat terlebih di dalam mencontohkan perbuatan baik di lingkungan anak-anak. Hal ini dikarenakan anak-anak cenderung mengingat dan mengidolakan sosok *superhero* sebagai figur pahlawan pembasmi kejahatan. Desain karakter superhero ini dapat menjadi sebuah identitas baru bagi para pemadam kebakaran khususnya di Indonesia di dalam melakukan sosialisasi penanganan bencana dan menjadi sosok figur panutan baru bagi anak-anak di Indonesia.

Tugas Akhir karya dari JANTORO, Fajar Dwiini juga memberi manfaat mengenai desain karakter. JANTORO, Fajar Dwi memfokuskan desain karakter sebagai icon *superhero* yang suka menolong yang mana icon ini digunakan sebagai bentuk alternatif *superhero* untuk mencontohkan anak-anak untuk saling tolong menolong dan berbuat baik di Indonesia. Meskipun sama-sama merancang sebuah desain *artbook* yang berwujud icon maupun karakter, JANTORO, Fajar memfokuskan *artbook* nya sebagai media komunikasi memperkenalkan karakter *superhero* untuk pemadam kebakaran, sedangkan tugas akhir ini memfokuskan

desain karakter artbook sebagai media visual branding produk yang di jual secara *online* maupun *offline*.

Dilansir dari *E-Journal* Universitas Negeri Malang dengan judul Perancangan Concept Art Book Sebagai Panduan Produksi Serial Animasi "Indekos" karya Muhammad Andri Abdi (2017), menjelaskan bahwa dalam serial animasi berjudul "indekos" berceritakan keseharian dua tokoh utama yang merupakan mahasiswa seni, dalam produksi serial animasi dibutuhkan visulisasi ide agar produksi berjalan dengan baik dan sesuai dengan target audiens yang diinginkan. produksi serial animasi dibutuhkan visulisasi ide agar produksi berjalan dengan baik dan sesuai dengan target audiens yang diinginkan. Maka dari itu dirancanglah sebuah concept artbook "indekos" sebagai kumpulan visualisasi ide yang akan menjadi panduan dalam produksi serial animasi "indekos". Model perancangan yang dipergunakan dalam perancangan Artbook desain karakter dan concept art untuk serial animasi pendek 2D "Indekos" ini adalah model perancangan prosedural, dalam pengembangan model perancangan ini mengacu pada garis besar model perancangan Leonard Bruce Archer yang telah dimodifikasi dan dikembangkan menyesuaikan kebutuhan kerangka perancangan.

Jurnal ini memberikan manfaat terhadap desain *artbook* ini, yaitu dapat mengetahui bagaimana perancangan sebuah desain *artbook* dapat mengubah jalannya sebuah produksi industri kreatif yang sekaligus dapat menjawab selera dan trend pasar remaja. Hal yang menjadi pembeda dari jurnal ini adalah bagaimana Muhammad Andri Abdi selaku penulis dari Perancangan Concept Art Book Sebagai Panduan Produksi Serial Animasi "Indekos" di dalam memanfaatkan media brandingnya. Muhammad Andri Abdi memanfaatkan media animasi sebagai media branding desain *artbook* nya, sedangkan di tugas akhir ini menggunakan media lagu di dalam melakukan branding produk.

Dilansir dari jurnal e-Proceeding of Art & Design : Vol.2, No.3/ Desember 2015 dengan judul Perancangan Souvenir Art Book Kain Sasirangan Sebagai Media Promosi Pemerintah Kota Banjarmasin karya dari Rizky Yuliani, Paku Kusuma, Ashni Nurseptyani Sastrosubroto, menjelaskan tentang desain *artbook* dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan kepada masyarakat tentang pentingnya mengenalkan sebuah produk daerah Kalimantan, yang mana mengambil dari fenomena di daerah Kalimantan selatan khususnya kota Banjarmasin dan diaplikasikan ke dalam media pesan berupa kumpulan foto dengan judul Souvenir

Art Book Kain Sasirangan. Di dalam jurnal ini, foto merupakan unsur terpenting di dalam perancangan *artbook* yang mana *artwork* itu sendiri menggunakan kumpulan foto yang memperkenalkan sebuah produk serta menyampaikan pesan ke dalam bentuk *artbook*.

Di dalam jurnal ini, adapun manfaat yang diperoleh. Rizky Yuliani, Paku Kusuma, Ashni Nurseptyani Sastrosubroto selaku penulis dari jurnal Perancangan Souvenir Art Book Kain Sasirangan Sebagai Media Promosi Pemerintah Kota Banjarmasin menyatakan bahwa desain karakter dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas. Hal ini diperkuat dengan pemanfaatan *artbook* sebagai media branding membuat pesan yang disampaikan menjadi lebih komunikatif. Yang menjadi perbedaan dengan jurnal ini adalah Rizky Yuliani, Paku Kusuma, Ashni Nurseptyani Sastrosubroto menggunakan media foto sebagai media brandingnya, sedangkan penulis menggunakan desain *concept art* sebagai media brandingnya.

Dilansir dari jurnal Universitas Kristen Satya Wacana Desain Komunikasi Visual dengan judul Perancangan Game Artwork dan Artbook pada Platform Game Genre menggunakan Gaya Penggambaran Art Nouveau : Studi Kasus Game “ Endigo”

karya Arya Pradipta, Trisna, menyatakan bahwa sebuah desain klasik seperti *Art Nouveau* mampu dimanfaatkan sebagai media untuk memperkenalkan kembali sebuah budaya eropa klasik kepada generasi muda yang sudah lama dilupakan. Dalam jurnal ini, budaya klasik yang diangkat adalah game yang mengangkat gaya penggambaran eropa klasik yaitu *art nouveau* dan diterapkan ke dalam bentuk karakter baru. Adapun karakteristik ini akan diaplikasikan kembali menjadi karakter dalam pembuatan game, mainan, maupun output lainnya.

Di dalam jurnal ini, adapun manfaat yang diperoleh di dalam desain karakter. Manfaat tersebut adalah pengaplikasian *art nouveau* sebagai desain *artwork* dalam rangka untuk memperkenalkan kembali penggambaran Kembali gaya *art nouveau* di Indonesia yang sudah dilupakan oleh para generasi muda. Meskipun samasama merancang sebuah desain *artbook*, Arya Pradipta, Trisna. hanya memfokuskan desain *artwork* menggunakan gaya *art nouveau* ini sebagai media branding game *artwork* yang mana dapat diaplikasikan ke dalam media game, mainan, maupun output yang masih memiliki relevansi terhadap karakter bergaya *art nouveau*, sedangkan pada desain *artbook* ini, hanya akan difokuskan untuk membuat *concept art* dengan tujuan

untuk membentuk sebuah identitas baru yang mana memiliki tujuan di dalam melakukan sebuah branding produk, dalam hal ini adalah branding produk lagu.

F. LANDASAN TEORI

1. Perancangan

Perancangan merupakan sebuah penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi (Jogiyanto:2005)

Perancangan merupakan suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesain sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang mana diperoleh dari pemilihan alternatif dengan sistem yang terbaik (Ladjamudin, 2005:39)

Bila ditarik kesimpulan, perancangan merupakan suatu kegiatan yang berisi tentang perencanaan atau penggambaran dengan tujuan untuk mendesain sebuah rancangan atau sistem yang baru, yang mana bertujuan untuk menyelesaikan masalah, yang pada umumnya dari perancangan ini terciptalah beberapa pemilihan alternatif yang terbaik.

2. Desain

a. Pengertian Desain

Secara umum, desain merupakan sebuah rancangan atau perencanaan yang dilakukan sebelum seseorang melakukan pembuatan suatu objek, sistem, struktur, ataupun komponen. Secara bahasa, pengertian desain sudah disusun menurut beberapa kamus dan ensiklopedi yang tersusun oleh ahli bahasa dan kaum professional (Sachari, 2005 : 7-8), diantaranya :

- 1) Desain adalah garis besar, sketsa, rencana, seperti dalam kegiatan seni, bangunan, gagasan

tentang mesin yang akan diwujudkan (The American Collage Dictionary)

2) Desain adalah gambar atau garis besar tentang sesuatu yang akan dikerjakan atau dibuat (Readers Dictionary, Oxford

Progressive English)

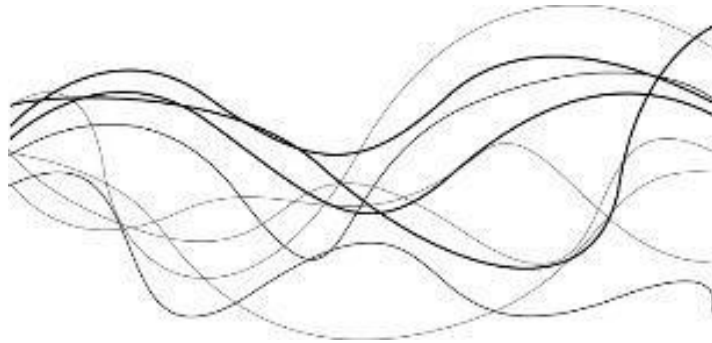
Hal ini ditegaskan oleh evaluasi dari Bruce Archer (Sachari, 2005:6), yang menyatakan bahwa desain merupakan salah satu bentuk kebutuhan badani dan rohani manusia yang dijabarkan melalui berbagai pengalaman, keahlian, dan pengetahuannya yang mencerminkan perhatian pada apresiasi dan adaptasi terhadap sekelilingnya, terutama yang berhubungan dengan bentuk, komposisi, arti, nilai, dan berbagai tujuan benda manusia. Sehingga, dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa desain adalah perencanaan yang dilakukan sebelum melakukan pembuatan suatu objek, sistem, struktur, ataupun komponen yang mana dijabarkan melalui berbagai pengalaman, keahlian, dan pengetahuan untuk mencerminkan perhatian terhadap sekelilingnya, yang dikaitkan dengan konfigurasi, komposisi, arti, nilai dan tujuan dari fenomena di lingkungan masyarakat.

b. Unsur Desain

Di dalam desain, ada beberapa unsur yang harus dipelajari di dalam merancang sebuah karya. Dilansir dari website Yayasan Pelatihan Anak Bangsa materi komputer desain dan web tentang unsur-unsur desain grafis, Unsur desain dibagi menjadi beberapa jenis, diantaranya adalah :

1) Garis (Line)

Garis adalah sebuah unsur desain yang menghubungkan antara satu titik poin dengan dengan titik poin yang lain sehingga membentuk gambar garis lengkung (curve) atau lurus (straight).



Gambar 1.1 Garis sebagai unsur desain.
(<http://allaboutstream.org/materi/images/a%20lines.jpg>)

2) Bentuk (Shape)

Bentuk adalah segala hal yang memiliki diameter tinggi dan lebar. Pada umumnya, bentuk dasar yang dikenal oleh orang-orang adalah kotak (rectangle), lingkaran (circle), dan segitiga (triangle).



Gambar 1.2. Bentuk sebagai unsur desain.
(<http://allaboutstream.org/materi/images/a%20shape.jpg>)

3) Tekstur (Texture)

Tekstur adalah tampilan permukaan (corak) dari suatu benda yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba.



Gambar 1.3. Tekstur sebagai unsur desain.
(<http://allaboutstream.org/materi/images/a%20texture.jpg>)

4) Ruang (Space)

Ruang merupakan jarak antar suatu bentuk dengan bentuk lainnya, yang mana ruang ini dapat dijadikan unsur untuk memberi efek estetika desain dan dinamika desain grafis. Di dalam identifikasi bentuknya, ruang digolongkan menjadi dua unsur, yaitu objek (*figure*) dan latar belakang (*background*).

5) Ukuran (Size)

Ukuran adalah salah satu unsur dari dalam desain yang menjelaskan besar kecilnya sebuah objek. Dengan unsur ini, seorang desainer dapat menciptakan kontras dan penekanan (*emphasis*) terhadap objek desain sehingga orang-orang akan tahu mana yang akan dilihat atau dibaca terlebih dahulu.

6) Warna (Colour)

Warna merupakan sebuah unsur penting di dalam objek desain, karena warna berperan penting di dalam menampilkan pesan atau membedakan sifat dari bentuk-bentuk visual secara jelas.

Warna terbagi menjadi dua kelompok, yaitu warna panas dan warna dingin. Warna panas ialah kelompok warna dengan rentang setelah dari lingkaran warna (merah sampai kuning). Sedangkan warna dingin ialah kelompok warna dengan rentang setelah lingkaran warna (hijau sampai kuning).

Menurut Albert H. Munsell (1858), warna dibagi menjadi 3 dimensi yaitu :

- Hue : Warna dasar yang terdiri dari warna merah , jingga, kuning, hijau, biru, ungu, dan lain-lain.
- Chroma : Warna yang dipengaruhi oleh tingkat gelapnya warna netral, dimulai dari abu-abu hingga seterusnya.
- Value : warna yang mana dipengaruhi oleh tingkat gelapnya warna, mulai dari tingkat paling atas (warna putih) sampai tingkat yang paling bawah (warna hitam)

c. Prinsip Desain

Di dalam sebuah desain, prinsip desain merupakan sebuah komponen penting di dalam pertimbangan perancangan karya. Dilansir dari website Internasional Design School mengenai prinsip-prinsip desain, dapat dibagi menjadi beberapa prinsip, diantaranya :

1) Keseimbangan (Balance)

Keseimbangan merupakan salah satu dari prinsip desain yang mana menampilkan semua komponen visual berada di titik yang seimbang, antara satu objek dengan yang lain. Seorang desainer memiliki kewajiban di dalam memadukan keseimbangan antara tulisan, warna, maupun gambar hingga menjadi satu kesatuan yang berimbang, sehingga tidak memunculkan kesan berat sebelah. Di dalam keseimbangan, ada dua pangkal pokok yang menjadi patokan di dalam menentukan prinsip ini, yaitu keseimbangan simetris dan asimetris. Simetris diitung berdasarkan pengukuran dari pusat yang menyebar dari arah sisi dan kanan, sedangkan asimetris memiliki

pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama di setiap halaman.

2) Kesatuan (Unity)

Kesatuan di dalam prinsip desain adalah sebuah konsistensi yang merupakan isi pokok dari komposisi. Dengan Unity, sebuah desain mendapatkan sebuah kepaduan semua elemen hingga menghasilkan tema yang kuat, serta mengakibatkan sebuah hubungan yang saling mengikat antar satu dengan yang lain.

3) Ritme (Rhythm)

Ritme adalah sebuah prinsip desain yang membuat sebuah desain memiliki sebuah irama. Irama yang dimaksud adalah pengulangan atau variasi dari komponen-komponen dari sebuah kesatuan desain.

4) Penekanan (Emphasis)

Penekanan adalah salah satu dari prinsip desain yang berbentuk penonjolan terhadap sebuah objek. Penekanan ini memiliki tujuan untuk mewujudkan pesan yang disampaikan oleh desainer sehingga dapat mengarahkan pandangan khalayak sehingga apa yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak.

5) Proporsi

Proporsi merupakan sebuah bentuk hubungan perbandingan antara bagian satu dengan yang lain atau beberapa elemen secara keseluruhan. Dapat juga diartikan sebagai perubahan ukuran tanpa perubahan ukuran panjang, lebar, dan tinggi sehingga gambar dengan proporsi akan terlihat distorsi.

d. Tujuan Desain

Tujuan utama dari sebuah desain adalah untuk merancang sebuah sistem yang berupa objek visual dengan tujuan agar bermanfaat bagi lingkungan dan masyarakat. Adapun tujuan desain yang dapat dibagi sebagai berikut :

- 1) Menciptakan sebuah objek, sistem, dan struktur secara visual yang memiliki tujuan untuk manfaat lingkungan dan masyarakat.
- 2) Menciptakan sesuatu yang mampu meningkatkan produktivitas dan efisiensi serta kualitas seorang individu.
- 3) Sebagai media seorang manusia untuk mengetahui seberapa jauh kemampuannya.

3. Desain *Concept Art*

a. Pengertian Desain *Concept Art*

Desain *Concept Art* merupakan salah satu bentuk ilustrasi yang digunakan untuk menyampaikan suatu ide untuk digunakan dalam film , video game , animasi , komik , atau media lain sebelum dimasukkan ke dalam produk akhir. *Concept Art* biasanya mengacu pada karya seni pembangun dunia yang digunakan untuk menginspirasi perkembangan produk media, dan tidak sama dengan *visual development art*, meski sering membingungkan.

Istilah "*Concept Art*" digunakan oleh Walt Disney Animation Studios sejak tahun 1930-an. Seorang *Concept Artist* adalah seorang individu yang menghasilkan desain visual untuk suatu item, karakter, atau area yang belum ada. Ini termasuk, namun tidak terbatas pada, film, animasi, dan yang terbaru, produksi video game. Menjadi *Concept Artist* membutuhkan komitmen, visi, dan pemahaman yang jelas tentang peran tersebut. Hal ini

memunculkan sebuah teborsan baru melalui metode *self-interest* dan *project driven*. *Self-interest* lebih mengacu pada perancangan karakter berdasarkan pilihan dan ide dari seorang individu, sedangkan *project driven* mengarah pada pengembangan *Concept Art* yang dikembangkan sebagai bagian dari cerita, konsep game, atau ide pembuatan mainan. *Concept Art* terbagi ke dalam beberapa jenis atau gaya penggambaran menurut kategorinya. Diantaranya adalah Realis, Simbolik, Kartun, *Anime*, *Hard Surfaces*, *Organic*, dan *Environment* (Withrow, 2007 : 56).

a. Realis

Realis atau gaya realism adalah salah satu gaya gambar yang mana mengutamakan kesesuaian keadaan sesungguhnya di dalam kehidupan dunia nyata.

b. Simbolik

Simbolik merupakan gaya gambar yang mana concept artist melambangkan sesuatu secara simbolis, sehingga tidak bisa diketahui makna gambarnya bila tidak membaca penjelasan mengenai gambar tersebut.

c. Kartun

Kartun atau *cartoon* merupakan gaya gambar yang lucu dan menghibur, yang biasanya disajikan dalam bentuk gambar maupun rangkaian cerita baik berupa maupun animasi.

d. Hard Surfaces

Gaya gambar hard surfaces merupakan sebuah definisi untuk segala sesuatu buatan manusia, misalnya mesin, robot/mecha, dan lain-lain. Hard surfaces memiliki arti secara literal yaitu permukaan yang keras.

e. Organic

Organic merupakan sebuah definisi untuk penggambaran fantasy realis seperti monster, elf, orc, dan sebagainya. Istilah ini lebih sering digunakan untuk karakter hidup non manusia.

f. Environment

Environment merupakan penggambaran concept art yang mencakup tentang landscape, setting cerita, dan suasana. Mengabaikan porsi dari pengolahan karakter, environment concept art lebih memusatkan pada lingkungan yang akan digunakan atau berhubungan dengan karakter yang akan muncul nantinya. Gaya gambar ini lebih memiliki tujuan untuk mendukung cerita. Environment concept art sendiri biasanya dibuat setelah concept art selesai.

g. Anime

Anime merupakan cara gambar bergaya Jepang yang diperkenalkan oleh Osamu Tezuka pada awal 1960an. Serupa dengan gaya kartun, yaitu penggambarannya yang lucu dan menghibur. Hanya saja gaya anime atau manga lebih mengutamakan pada pembawaan warna pada karakternya, serta menggunakan sedikit elemen garis. Gaya gambar anime atau manga lebih sering mempertahankan proporsi anatomi manusia, berbeda dengan gaya kartun yang bebas mendeformasi suatu karakter. Penggambaran gaya anime atau manga ini awalnya lebih banyak ditujukan untuk anak-anak, karena sifat gambarnya yang lucu dan kekanak-kanakan. Namun demikian, seiring berkembangnya jaman gaya gambar ini mulai banyak digunakan untuk orang remaja dan dewasa.

Gaya gambar chibi sendiri sebenarnya tidak terdeskripsi secara langsung pada pembagian gaya. Gambar concept art di dalam buku

Character Design milik Steven Withrow, melainkan chibi adalah gaya gambaryang bercabang dari kategori anime atau manga. Chibi merupakan istilah dari bahasa Jepang (chibi=kecil), biasa digunakan dalam istilah Jepang untuk menyebut anak-anak, orang yang pendek, binatang kecil, dan sebagainya. Selain itu, istilah chibi juga digunakan untuk mengkonotasikan sesuatu yang lucu dan mungil. Gaya gambar chibi pertama kali digunakan oleh komikus Jepang Momoko Sakura dalam *Chibi-Maruko-Chan*, 1986. Secara umum, penggambaran chibi membawakan karakternya dengan ukuran kepala yang bulat besar (oversized), dan badan yang kecil, membuat karakternya menjadi seperti anak kecil. Gaya gambar ini dibuat sedemikian rupa karena memang mengutamakan pada pembawaan ekspresi dan emosi karakternya dengan cara yang berlebihan (exaggerated).

Di dalam wawancaranya, Tyler James juga menyinggung bahwa di dalam desain *Concept Art*, seorang *Concept Artist* harus sangat memiliki pemahaman penuh tentang sebuah produksi, karena pada dasarnya pekerjaan utamanya lebih kepada membuat skema jalannya produksi suatu produk. Hal ini pula yang mendorong *Concept Artist* membuat berbagai macam artwork seperti menggambarkan dari berbagai macam sudut, sehingga mereka biasanya masuk atau bagian dari tim permodel 3dimensi. Jalannya sebuah *Concept art* sangat diuntungkan oleh pemahaman tentang tangensial di bidang-bidang seperti desain industri, desain fashion, dan sains

b. Tipe Desain *Artwork* dalam *Artbook*

Di dalam desain *artbook*, adapun beberapa tipe-tipe *artwork* yang bisa digunakan sebagai bahan rujukan di dalam membuat sebuah desain

artbook. Adapun tipe-tipe tersebut yang mana dilansir dari *website* Carrot Accademy , diantaranya adalah:

1) Desain Karakter

Desain karakter adalah proses mendefinisikan karakter permainan atau karakter lain . Biasanya, kekuatan dan kelemahan individu suatu karakter diwakili oleh serangkaian statistik . Game dengan latar sebagian besar fiksi mungkin menyertakan ciri-ciri seperti ras dan kelas . Game dengan pengaturan yang lebih kontemporer atau lebih sempit dapat membatasi penyesuaian pada ciri fisik dan kepribadian.



Gambar 1.4. Desain Karakter Rift Warrior armor oleh Tyler James.
(cgspectrum Rift Warrior Armor Tyler James, 2021)

2) Desain lingkungan

Desain Lingkungan menurut Grady Frederick Lebih dari sekedar lanskap cantik, desain lingkungan adalah tentang proses mencari seperti apa perasaan yang di inginkan seorang *creator* pada suatu wilayah bagi audiens, dan kisah yang diceritakannya. Grady Frederick merinci prosesnya untuk membuat desain lingkungannya menggunakan sketsa kasar, yang kemudian ia perbaiki melalui

sketsa lanjutan, sebelum di perhalus pada bagian akhir ilustrasi lingkungan nya.



Gambar 1.5. Desain Lingkungan oleh Grady Frederick.
(<https://www.artstation.com/artwork/qAKGyy>, 2021)

c. Langkah-Langkah Merancang Desain Artbook

Di dalam merancang sebuah desain *Artbook*, adapun beberapa langkah-langkah yang harus ditempuh agar sebuah desain *Artbook* dapat menjadi visual *Artbook* yang utuh dengan konsep yang kuat serta mampu menjembatani cerita dengan audience, diantaranya adalah :

1) Menentukan Tema.

Hal pertama yang harus dilakukan di dalam merancang sebuah karakter adalah dengan menentukan tema. Tema dapat menjadi sebuah pondasi dasar di dalam melakukan perancangan sebuah desain karakter, karena dengan adanya tema perancangan menjadi lebih jelas dan ide gagasan yang disusun menjadi lebih terarah kepada ide konsep yang akan ditentukan. Dengan adanya tema juga, seorang Creator ataupun desainer memiliki sebuah gambaran ide bagaimana karakternya akan dibentuk nanti.

2) Menentukan Latar Belakang Artwork.

Setelah menentukan tema, langkah selanjutnya adalah menentukan latar belakang. Pada tahap ini, Creator atau desainer dapat menciptakan sebuah gambaran tersendiri mengenai kehidupan dari karakternya atau lingkungan yang diciptakan, yang tersusun dari bagaimana cara hidup karakter, masa lalu karakter, kejadian unik yang dialami karakter, dan informasi-informasi lain tentang karakter seperti profesi, hobby, dan sebagainya. Hal ini ditujukan agar karakter yang diciptakan cenderung lebih ‘hidup’ dan terlihat nyata sehingga desain karakter ini memiliki pondasi dan ciri khas yang kuat.

3) Menentukan Jenis Artwork

Di tahap ini, seorang desainer akan dibebaskan menentukan jenis *Artwork* seperti apa yang diinginkan. Sebuah *Artwork* tidaklah harus memiliki kriteria seperti keadaan nyata, tetapi bisa saja memiliki jenis artwork dengan kriteria fantasi maupun gabungan dari kedua jenis atau lebih. Pada tahap ini juga, kreativitas dari desainer akan benar-benar menjadi kunci di dalam menentukan jenis artwork yang dibuat.

4) Menentukan Warna Artwork

Setelah menentukan jenis *Artwork* yang akan dibuat, langkah selanjutnya adalah menentukan warna. Warna merupakan salah satu unsur yang cukup penting di dalam desain *Artwork*, karena warna menunjukkan identitas yang tercipta di dalam *Artwork*. Hal ini cukup beralasan, karena setiap warna memiliki makna dan arti tersendiri yang mana di setiap makna warna tentunya akan mengubah citra yang ada pada warna sebuah *Artwork*.

5) Membuat Sketsa Konsep

Langkah selanjutnya adalah dengan membuat sketsa Konsep pada *Artwork*. Pada umumnya, desainer akan membuat beberapa tipe sketsa, misalnya sketsa bangunan dan karakter. Sketsa bangunan sering dijadikan sebagai awalan merancang sudut pandang. Hal ini ditujukan untuk menggambar keseluruhan sudut pandang kepada objek. Sedangkan untuk sketsa karakter, desainer mengembangkan tata letak subjek yang ditempatkan pada suatu *artwork*. Pada sketsa ini, seorang karakter akan digambar dengan bentuk seperti mendatangi objek.

6) Menciptakan Suasana pada Artwork

Di dalam menciptakan *Artwork*, suasana memegang peran yang cukup penting. Di dalam tahap ini, Suasana yang dimaksud adalah perasaan yang digunakan oleh desainer di dalam perancangan sebuah desain *Artwork*. Pemakaian Suasana sedih atau ceria, memiliki pengaruh yang cukup di dalam menambah citra *Artwork* yang diciptakan. Tentu saja hal ini harus selaras dengan tema dan latar belakang yang telah dibentuk sebelumnya.

4. Concept Art Prinsip Character.

Di dalam buku *Character Design* milik Steven Withrow, terdapat 3 jenis dari dasar concept art berdasarkan penggambaran prinsip character, diantara adalah :

a. Identity

Penggambaran karakter haruslah menarik dan sesuai dengan ciri khas masing-masing karakter. Apabila karakter yang heroic, karakter itu akan digambarkan dengan kesan yang gagah dan kuat, begitu pula sebaliknya. Namun, penggambaran karakter bukan hanya berdasarkan

pada kesan menarik, tetapi ketepatan karakter juga harus diperhatikan dalam pembuatan concept art.

b. Functionality

Setiap karakter atau konsep yang dibuat harus memiliki kejelasan fungsi, atau setidaknya memiliki suatu alasan mengapa hal tersebut ada, atau perlu digambarkan. Sehingga tidak terdapat informasi kosong yang disampaikan dari suatu karakter. Ada baiknya bila setiap elemen visual karakter membangun konsep karakter yang akan dibawa menjadi satu kesatuan.

c. Personality

Karakter tokoh akan lebih kuat, bermakna dan hidup apabila dipahami lebih dahulu segala sesuatunya tentang karakter tersebut, seperti fisik, sifat, latar belakang, ataupun historisnya. Sehingga dapat dideskripsikan dengan baik bentuk karakter yang akan dikembangkan.

5. Branding

a. Pengertian Branding

Branding merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing (Kotler, 2009). Serta branding adalah segala upaya atau program yang dirancang untuk meningkatkan nilai atau menghindari komoditasi dengan membangun merek yang berbeda (Marty Neumeier, 2014). Jika disimpulkan, branding merupakan sebuah kesatuan elemen yang dimiliki oleh personal atau corporate yang terdiri dari nama, tanda, symbol, dan rancangan yang dirancang untuk

meningkatkan nilai atau menghindari komoditasi dengan membangun merek yang berbeda dari pesaing.

b. Jenis-Jenis Branding

Adapun jenis-jenis branding yang terbagi menjadi berbagai macam, diantaranya adalah :

1) Product Branding

Product Branding adalah salah satu dari jenis branding yang memfokuskan produk perusahaan sebagai elemen utama. Dengan adanya product branding, diharapkan mampu untuk mendorong minat beli konsumen untuk memilih produk yang dihasilkan di dalam persaingan antar *competitor*.

2) Personal Branding

Personal Branding merupakan sebuah kegiatan untuk meningkatkan nilai dengan membangun sebuah citra personal dari seorang individu. Pada umumnya, personal branding sering digunakan public figure di dalam melambungkan nama mereka, seperti penciptaan citra yang dilakukan oleh para artis, politisi, musisi, actor, dan lain sebagainya.

3) Corporate Branding

Corporate Branding merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh perusahaan di dalam membangun nilai baik berupa produk maupun jasa di dalam lingkungan. Hal ini dilakukan untuk membangun reputasi di tengah-tengah di masyarakat.

4) Destination Branding

Destination Branding merupakan sebuah kegiatan untuk memperkenalkan sebuah produk atau jasa tertentu dengan menyebut nama lokasi.

5) Cultural Branding

Cultural Branding merupakan sebuah proses pengenalan sebuah kultur kepada orang-orang dengan tujuan untuk mengembangkan reputasi dari sebuah kultur dari kebangsaan tertentu.

c. Tujuan Branding

Tujuan dari branding adalah untuk membentuk perspektif masyarakat terhadap perseorangan, kelompok, maupun perusahaan serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap brand dari perusahaan.

d. Fungsi Branding

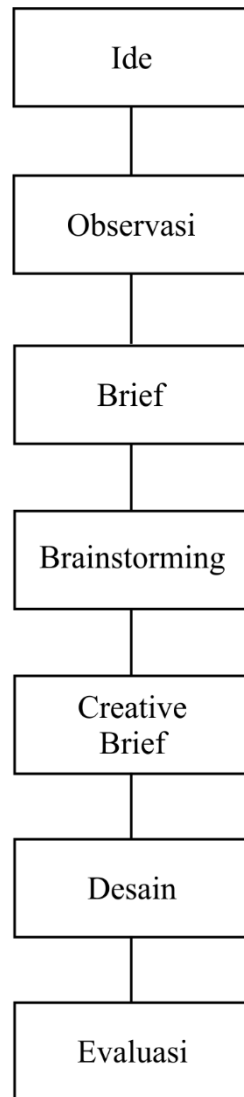
Adapun fungsi dari sebuah branding, yang dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Sebagai media promosi. Dengan adanya branding, sebuah brand akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat serta sebagai kesempatan yang bagus untuk menanamkan rasa percaya masyarakat kepada brand terkait.
- 2) Sebagai pembeda dari brand lain. Brand yang kuat tentunya akan meninggalkan kesan tersendiri bagi masyarakat, terlebih bilamana brand tersebut menghasilkan kualitas pelayanan produk maupun jasa yang baik.

3) Sebagai media untuk membangun citra dan jaminan kualitas. Dengan adanya branding, dapat dimanfaatkan oleh perusahaan di dalam membuktikan bahwa brand tersebut memiliki kualitas terbaik. Jika brand yang dihasilkan adalah brand yang kuat dan baik, maka hal inipun mampu meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat.

Sebagai pengendali pasar. Sebuah brand yang kuat secara diferensiasinya, mampu untuk memegang pasar bisnis karena brand tersebut sudah dikenal baik oleh masyarakat.

G. METODE PERANCANGAN



Gambar 1.6. Bagan metode perancangan.

(Sumber : Vijay Kumar, 2016: 184-193)

1. Ide

Di era modernisasi ini di butuh kan cara baru untuk memperkenalkan suatu produk dengan melihat tingkah laku suatu

kalangan dalam hal ini pecinta jepang terutama di bidang kreatif yang biasanya senang dengan sesuatu yang bervisual menarik, tidak hanya produk seperti komik atau pun animasi produk musik pun bisa menggunakan konsep artbook seperti ini sehingga tidak hanya kalangan tertentu tapi juga segala kalangan bisa merasakan pengalaman baru dalam mengenal produk musik .

2. Observasi

Lokasi yang akan dibuat observasi yaitu di Jakarta, karena Jakarta adalah salah satu kota yang sering mengadakan suatu event kreatif besar yang bertujuan untuk mendongkrak minat para pecinta jepang untuk membeli produk original yang mereka senangi.

3. Brief

“Artbook NISSHOKU”, yaitu merupakan judul buku ilustrasi yang akan dibuat dan ditargetkan kepada remaja hingga dewasa usia 17 tahun – 30 tahun .Pengambilan tema ini merupakan bentuk meramaikan pasar kreator lokal yang senang akan hobinya serta mengurangi pembajakan terhadap suatu produk, dengan buku ilustrasi NISSHOKU ini pecinta musik yang sama akan lebih tertarik karena di kenalkan dalam bentuk media baru. Di lain sisi

para pecinta musik juga dapat mengambil pengalaman baru yang kedepan dapat berkembang ke media-media lain.

a. Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk perancangan proposal tugas akhir desain *artbook* lagu “NISSHOKU” antara lain sebagai berikut :

1) Wawancara

- Wawancara dengan Hilmy selaku composer musik dan concept art artis di Untomodachi Circle, guna mendapatkan pelajaran bagaimana cara membuat ilustrasi untuk lagu yang menarik
- Wawancara dengan Syafiq Santosa selaku pimpinan Untomodachi Circle guna mendapatkan pelajaran tentang bagaimana membuat buku yang baik untuk memperkenalkan produk.

2) Pustaka

- Buku

Untuk pustaka dalam bentuk buku yaitu memakai buku yang menjelaskan buku tentang pembuatan ilustrasi konsep art.

- Jurnal

Mencari jurnal yang berkaitan dengan perancangan buku ilustrasi konsep art tentang Desain visual untuk lagu NISSHOKU dengan konsep artbook.

- Tugas Akhir

Mencari tugas akhir yang bersangkutan dan untuk referensi dan menghindari plagiat dalam sebuah karya, dan tentunya tugas akhir yang dapat dipertanggung jawabkan.

3) Observasi data dengan melakukan peninjauan dokumentasi seperti foto maupun dokumentasi visual yang lain baik secara *offline* maupun *online* sebagai referensi di dalam perancangan tugas akhir.

4. Brainstorming

Indonesia merupakan salah satu negara yang sering menggunakan produk-produk kreatif Jepang dengan jumlah terbesar di dunia. Karena, negara kita masih memiliki kekurangan dukungan akan industri kreatifnya. Kita masih saja membuat produk original yang konvensional yang menggunakan sistem lama misalnya saja dalam hal-hal bermusik masih menggunakan metode pengenalan yang lama seperti menggunakan video clip serta iklan iklan di tv. Jika saja kita beralih pada metode baru seperti di buatnya sebuah buku ilustrasi, maka akan semakin ramai media-media untuk memperkenalkan produknya di pasaran. Dengan ini akan memicu persaingan pasar yang bervariasi serta dapat mendorong kualitas kreator lokal menjadi lebih baik.

5. Creative Brief

- a. Menyusun analisa data yang akan digunakan di dalam desain *Artbook*, meliputi segmentasi, geografis, psikografis, behavior, USP (Unique Selling Proposition), ESP (Emosional Selling Proposition), dan Positioning.

- b. Menyusun strategi kreatif yang akan digunakan di dalam desain *artbook*, meliputi konsep ilustrasi yang akan digunakan sampai kepada perancangan media plan yang akan diterapkan di dalam desain *artbook*.
- c. Ilustrasi yang sudah terkonsep, akan diilustrasikan secara manual sebagai sketsa awal dengan media kertas (*sketchbook*), yang mana penggambaran desain *concept art* digambar dengan menggunakan pensil dan drawing pen.
- d. Setelah sketsa manual selesai, kemudian dilanjutkan dengan eksekusi melalui media digital. Software yang akan digunakan untuk pembuatan desain *artbook* meliputi *Paint Tool SAI* dan *Adobe Photoshop* sebagai eksekusi desain *concept art* yang sudah dibuat sketsanya, serta software *Corel Draw* dan *Adobe Illustrator* untuk perancangan media plan.
- e. Untuk pengaplikasian ilustrasi dari desain *artbook*, nantinya akan diaplikasikan ke dalam bentuk *prototype Concept Art*.

f. Sedangkan untuk media pendukung, akan diaplikasikan ke dalam bentuk poster, kaos, pin, *keychain*, *sticker pack*, dan *roll banner*.

6. Desain

Hasil akhir perancangan ini adalah sebuah buku konsep art yang menceritakan isi lagu NISSHOKU beserta liriknya yang nantinya akan nikmati pada remaja serta orang dewasa yang senang akan sebuah visual yang menarik ketika mendengarkan musik. Ilustrasi ini menggunakan software Pen Tool Sai dan Photoshop. Dan juga berdasarkan analisa data strategi kreatif yang sudah ada..

7. Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan tahap terakhir di dalam metode perancangan konsep desain *artbook*. Di tahap ini, memuat tentang kesimpulan hasil karya tugas akhir yang telah dirancang, apakah sudah sesuai dengan ketentuan serta memberi solusi untuk permasalahan yang diangkat pada tugas akhir

H. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, tinjauan pustaka, landasan teori, metode perancangan, dan sistematika penulisan.

BAB II

Berisi tentang identifikasi data dari perusahaan, meliputi data usaha, sejarah usaha, struktur organisasi, target audience, dan analisa SWOT.

BAB III

Berisi tentang konsep perancangan karya yang akan dibuat, meliputi analisa data, USP (Unique Selling Proposition), ESP (Emosional Selling Proposition), positioning, analisa karakter, strategi kreatif, konsep teknis, dan media plan.

BAB IV

Berisi tentang perwujudan karya yang dibuat dan juga berisi penjelasan secara detail mock up yang akan digunakan sebagai media desain *Artbook* yang dibuat.

BAB V

Berisi simpulan dan saran dari desain *Artbook* untuk lagu “NISSHOKU” yang sudah dirancang.