

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER DALAM.....	i
HALAMAN PERNYATAAN GELAR.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR SKEMA	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
GLOSARIUM	xx
ABSTRAK	xxxiii
<i>ABSTRACT</i>	xxxiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Rumusan Penciptaan.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penciptaan.....	6
1. Tujuan Penciptaan	6
2. Manfaat Penciptaan	7
D. Tinjauan Karya.....	8
E. Landasan Teori	13
1. Promosi	13
2. Positioning	15
3. Pengertian dan konsep pemasaran	20
4. <i>Iklan</i>	21
5. Bauran promosi.....	24

6. Warna.....	25
7. Typografi	27
8. Semiotika	29
9. Maskot dan karakter	32
10. Ilustrasi	34
11. Social media.....	38
12. Videografi	44
13. Pop Art.....	47
14. literatur tentang Bilkoc	57
F. Metode Penciptaan	61
1. Persiapan.....	61
2. Perancangan	74
3. Perwujudan	78
4. Penyajian Karya.....	81
BAB II KONSEP DAN PROSES PENCIPTAAN	
A. Konsep Penciptaan	81
1. Konsep Verbal	82
2. Konsep Visual.....	83
B. Proses Penciptaan	84
1. <i>Brainstroming</i>	84
2. <i>Moodboard</i>	85
3. Studi typografi	86
4. Studi Warna	88
5. Data visual	90
6. Sketsa rancangan	91

7. Proses Digitalisasi.....	105
-----------------------------	-----

BAB III HASIL DAN ANALISIS KARYA

A. Hasil Karya.....	113
----------------------------	------------

1. Maskot	113
2. Sticker GIF	114
3. <i>Filter instagram story</i>	115
4. Animasi pendek	116
5. <i>Audio visual</i>	117
6. <i>Katalog produk</i>	119
7. <i>Poster</i>	127
8. <i>T-shirt</i>	129
9. <i>Sticker pack</i>	130
10. <i>Merchandise</i>	131

B. Analisis Karya	131
--------------------------------	------------

1. Maskot	131
2. Karakter	133
3. <i>Audio Visual</i>	135
4. Animasi Pendek	136
5. <i>Sticker GIF</i>	136
6. <i>Filter instagram</i>	137
7. <i>Katalog produk</i>	137
8. <i>Poster</i>	137
9. <i>Sticker pack</i>	138
10. <i>Merchandise</i>	138

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	139
B. Saran	140
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN	144



DAFTAR TABEL

Struktur Perancangan	62
----------------------------	----



DAFTAR SKEMA

<i>Brainstroming</i>	71
----------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Insight Instagram	3
<i>Data statistic penggunaan aktif media sosial di Indonesia.....</i>	4
Data statistic pengguna platfroms media sosial di Indonesia	5
Cosmonauts the first launch	9
Ripndip nerms anatomy	10
Instagram stiker gif.....	11
Audio visual cosmonauts	12
Gambar ilustrasi naturalis	36
Gambar ilustrasi dekoratif	37
Gambar ilustrasi kartun	37
Gambar ilustrasi karikatur	38
Logo brand bilkoc	60
Mini store	61
Wawancara poling Instagram	62
Keikutsertaan Bilkoc di event authenticity	63
Produk utama Bilkoc	64
Produk lain dari Bilkoc	64
Costumers Bilkoc	65
Insight Instagram Bilkoc	66
Insight Instagram Bilkoc	67
Layout booth pameran	81
<i>Moodboard</i>	86
Studi tipografi	87
Studi warna	90
Data visual	90
Data visual.....	91
Sketsa rancangan typogarfi funkoc display	92
Sketsa awal rancangan maskot	93
<i>Alternatif sketsa mascot 1.....</i>	94

<i>Alternatif sketsa mascot 2</i>	94
Final alternatif sketsa mascot	95
Sketsa sticker gif	97
Sketsa filter story	98
Sketsa fight back	99
Sketsa launch your dream	100
Sketsa something	100
Sketsa animasi pendek	102
Storyboard audio visual a	103
Storyboard audio visual b	104
Sketsa mascot	105
Digitalisasi mascot	106
Sketsa gif	107
Digitalisasi gif	108
Sketsa design tshirt fight back	109
Digitalisasi design tshirt fight back	109
<i>Sketsa design tshirt launch your dream</i>	110
<i>digitalisasi design tshirt launch your dream</i>	110
<i>Sketsa design tshirt something</i>	111
<i>digitalisasi design tshirt launch your dream</i>	111
<i>Sketsa animasi pendek</i>	112
<i>Digitalisasi asset animasi pendek</i>	112
<i>Design mascot</i>	113
<i>Sticker gif</i>	114
<i>Filter instanstory</i>	115
<i>Proses editing animasi pendek</i>	116
<i>Proses editing audio visual</i>	117
<i>Mockup audio visual</i>	118
<i>Design catalog A</i>	119
<i>Design catalog B</i>	120
<i>Design catalog C</i>	121

<i>Design catalog D</i>	122
<i>Design catalog E</i>	123
<i>Design catalog F</i>	124
<i>Design catalog G</i>	125
<i>Design catalog H</i>	126
<i>Mockup catalog</i>	126
<i>Design poster</i>	127
<i>Mockup poster</i>	128
<i>Mockup tshirt</i>	129
<i>Sticker pack</i>	130
<i>Pin / bros</i>	131



GLOSARIUM

A

Art Seni adalah keahlian membuat karya yang bermutu, seperti tari, lukisan, ukiran.

Advertising Sebuah upaya untuk menarik perhatian pelanggan atau klien.

Audio visual Media yang menampilkan suara dan gambar diam seperti film bingkai suara (sound slides), film rangkaian suara dan cetak suara.

Animasi Perubahan cepat dari gambar yang berurutan untuk menciptakan suatu ilusi gerakan.

Analisis Data Sebuah proses pemeriksaan, pembersihan, transformasi dan pemodelan data dengan tujuan menemukan informasi yang berguna, menginformasikan kesimpulan dan mendukung pengambilan keputusan

Adobe After Effect Perangkat lunak yang dikeluarkan oleh adobe yang digunakan untuk proses pengeditan audio visual motion graphic.

Adobe Illustrator Perangkat lunak yang dikeluarkan oleh adobe yang digunakan untuk proses editing visual grafis dan proses layouting karya.

Alternatif	Pilihan di antara dua atau beberapa proses rancangan.
Albatros	Jenis kertas dalam proses printing karya dengan dimensi Meter
Art Paper	Jenis Kertas dalam proses printing karya dengan dimensi Cm
Artboard	Lembar kerja disuatu perangkat lunak desain.
Akumulasi	Pengumpulan, penimbunan, penghimpunan, dan pengelompokan
Audiens	Sekelompok orang yang menerima pesan atau informasi tertentu.
Brand	Merek mengacu pada konsep bisnis dan pemasaran yang membantu orang mengidentifikasi perusahaan, produk, atau individu tertentu.
Brand local	Produk yang berasal dari dalam negeri sendiri, di produksi dan dipasarkan di dalam negeri sendiri.
Booth	panggung mini beserta aksesorisnya yang ada didalamnya yang digunakan sebagai ajang promosi produk, jasa, maupun branding.
Bauran Media	Jenis penetapan karya seperti apa yang akan dirancang atau yang sudah dirancang.

Balance	Keseimbangan dalam rancangan karya
C	
Clothing	Perusahaan yang memproduksi pakaian dengan brand mereka sendiri atau turunannya.
Collaboration	Proses partisipasi beberapa orang, kelompok, dan organisasi yang bekerja sama untuk mencapai hasil yang diinginkan.
Costumers	Pelanggan
Cashback	Hadiah uang tunai atau bisa berupa poin yang diberikan oleh suatu perusahaan setelah seseorang melakukan pembelian barang atau jasa di perusahaan tersebut.
Cutting	Proses pemisahan suatu objek.
D	
Duplicate	Salinan, duplikat.
Desain	Rencana, kerangka atau gambar yang dibuat untuk memperlihatkan tampilan dan fungsi sesuatu pekerjaan.
Dinamis	Memiliki Interpretasi kepercayaan.
Dua Dimensi	Bentuk dari benda yang memiliki panjang dan lebar
E	

Engangement	Tanggapan pelanggan terhadap pesan atau konten tertentu yang kamu post.
Emphasis	Penekanan dalam penyampaian pesan dalam sebuah karya
Efektif	Memberikan efek, yang nilai akhirnya keberhasilan
Efisien	Ketepatan dalam menyampaikan sesuatu
Emosional	Kedaaan sesorang secara psikologis
Estetis	Berkaitan dengan keindahan
Filter Instagram	salah satu fitur yang disediakan Instagram, yang digunakan untuk menggabungkan postingan asli (foto dan video) dengan efek virtual.
Followers	Pengikut atau penyokong
Feed Instagram	Postingan yang tidak memiliki durasi waktu.
Funky	Penuh emosi dan irama
Friendly	Ramah dan bersahaja
Fundamental	Sesuatu hal yang paling mendasar atau paling penting di mana hal-hal lain bergantung padanya.

Fashion Segala sesuatu yang dikenakan pada tubuh, baik dengan maksud melindungi tubuh maupun memperindah penampilan tubuh.

Fungsional Fungsi dari garapan karya yang dirancang.

G

GIF Gambar yang bergerak

H

History suatu ilmu pengetahuan yang disusun atas hasil penyelidikan beberapa peristiwa yang dapat dibuktikan dengan bahan kenyataan.

How Bagaimana , Jenis metode analisis data

I

Instagram Sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online.

Insight Nilai hasil dari penemuan pola dan tren yang diperoleh dari data yang terkumpul (analisis), sehingga dapat dijadikan sebuah tujuan, acuan, ataupun data yang dapat dipercaya.

Instatsory Postingan yang memiliki limit waktu postingan

Interpertasi Keterwakilan Pesan

Ilustrasi

Hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik gambar, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud daripada bentuk

Ilustrasi Naturalis

Jenis-jenis gambar ilustrasi yang mempunyai warna dan bentuk yang sama dengan kenyataan di alam tanpa suatu penambahan atau pengurangan

Ilustrasi Dekoratif

Jenis-jenis gambar ilustrasi yang memiliki fungsi untuk menghiasi sesuatu dengan sebuah bentuk yang disederhanakan ataupun dilebih-lebihkan dengan gaya-gaya tertentu.

Ilustrasi Kartun

Jenis-jenis gambar ilustrasi yang mempunyai bentuk lucu atau memiliki ciri khas tertentu. Pada umumnya, jenis-jenis gambar ilustrasi kartun banyak menghiasi komik, cerita bergambar, dan majalah anak-anak

Ilustrasi Karikatur

Jenis-jenis gambar ilustrasi berupa sindirian atau kritikan yang dalam penggambarannya terdapat penyimpangan proporsi tubuh. Jenis-jenis gambar ilustrasi karikatur biasanya ditemukan di koran atau majalah

Informatif

Penyampaian pesan yang tepat sasaran

Interest Harus mampu menampilkan daya tarik untuk audiens

Instagram Salah satu jenis platform media sosial

K

Kreatifitas Kekuatan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan orisinal

Konten Isian informasi yang ingin disampaikan.

L

Layout Tata Letak elemen desain dalam suatu bidang untuk membentuk suatu pesan agar lebih artistik.

Legibility Tingkat keterbacaan huruf.

M

Media cetak Media atau sarana yang berbentuk fisik.

Media Online Media atau sarana yang disebarakan melalui jejaring sosial

Media Audio Visual Sarana yang terdapat bentuk bergerak dan memiliki bunyi sebagai daya dramatis komunikasi.

Media Promosi suatu platform yang bisa Anda gunakan untuk melakukan pemasaran produk.

Merchandise	Salah satu pernik-pernik yang sering kali kita temui dan sudah banyak digunakan oleh berbagai pihak di dalam setiap acara atau event tertentu
Mindset	Pola Pikir
Moodboard	Kumpulan atau komposisi gambar, visual dan objek lain yang biasanya dibuat untuk tujuan desain demi mengetahui style seperti apa yang sesuai dengan objek rancangan
Motion Graphic	Bidang ilmu yang fleksibel di industri kreatif karena bisa diterapkan di berbagai sektor seperti desain, periklanan, multimedia, animasi, games, dan film
Order	Perintah atau pesanan
Opportunity	Peluang dari garapan perancangan
Online	Dilakukan dengan perantara media digital dan internet
Observasi	Teknik melihat dan mengamati perubahan dari fenomena sosial yang tengah berkembang dan tumbuh.

P

Platform sekelompok teknologi yang digunakan sebagai dasar di mana aplikasi, proses, atau teknologi lain dikembangkan.

Pop art menggunakan objek atau benda yang populer sebagai subject-matter, dan berhubungan dengan imaji kebendaan di lingkungan sehari-hari.

Positioning Tindakan merancang produk, dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu diingatan konsumen.

Promotion mix Kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lain, yang semua direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

Promotion komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu perusahaan.

Presfektif Sudut pandang manusai terhadap sesuatu

Poster Media publikasi yang terdiri atas tulisan, gambar ataupun kombinasi antar keduanya dengan tujuan memberikan informasi kepada khalayak ramai

R

Riset Penyelidikan (penelitian) suatu masalah secara bersistem, kritis, dan ilmiah untuk meningkatkan pengetahuan dan pengertian, mendapatkan fakta yang baru, atau melakukan penafsiran yang lebih baik.

Readability Tingkat Keterbacaan huruf

S

Summer Musim panas adalah salah satu musim di negara beriklim sedang dan subtropis.

Social media Untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Story board Rangkaian sketsa gambar yang digunakan untuk menggambarkan alur cerita.

Semiotika Ilmu yang mempelajari tentang tanda dan petanda.

Soft Style yang lembut

Style	Gaya dalam garapan seperti apa
Sequence	Alur dalam membaca sebuah karya cipta
Sign	Petunjuk
Segmentasi Geografis	Analisis data berdasarkan lokasi wilayah.
Segmentasi Demografis	Analisis data berdasarkan identitas kepribadian audiens
Segmentasi Psikografis	Analisis data berdasarkan pola pikir dan kesukaan audiens
Strenght	Kekuatan dalam proses analisis data.
Strategi Verbal	Ide gagasan yang berbentuk narasi atau kalimat ajakan.
Startegi Visual	Kegiatan branding dengan memanfaatkan konten visual yang berupa gambar, grafik, video, dan sebagainya
Sketsa	Lukisan cepat (hanya garis-garis besarnya).
Sans Serif	Jenis tipografi yang tidak memiliki kail dalam jenis font.
Sticker	Jenis merchandise yang memiliki daya tempel.
SWOT	Metode dalam proses analisi data

T

Tipografi

Suatu kesenian dan teknik memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, guna kenyamanan membaca semaksimal mungkin

T-Shirt

Jenis merchandise berbentuk pakaian.

Threat

Ancamana dalam sebuah perancangan dalam hal metode analisis data

U

Uptodate

Terkini

Unity

Kesatuan dalam sebuah rancangan desain garfis.

V

Visual

Sesuatu yang dapat dilihat dengan indra penglihatan mata.

Vector

Gambar yang menggunakan poligon dalam menciptakan gambar pada grafis komputer

W

WhatsAap

Aplikasi gratis yang menyediakan layanan bertukar pesan dan panggilan yang sederhana, aman, dan

reliabel serta tersedia pada berbagai telepon di seluruh dunia.

Warna Spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna (berwarna putih)

Weakness Kelemahan dalam analisis data rancangan

What Apa, Jenis metode analisis data

Who Siapa, Jenis metode analisis data

Why Mengapa, Jenis metode analisis data

When Kapan, Jenis metode analisis data

Where Dimana, Jenis metode analisis data

Y

Youtube Media massa berbasis web video sharing yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video yang diunggah berbagai pihak.

ABSTRAK

Media social merupakan *platfrom* yang paling efektif dalam menjalankan sebuah usaha pada zaman sekarang. Salah satu brand yang memanfaatkan *platfrom* media social sebagai marketing digital yaitu brand Bilkoc. Bilkoc merupakan brand local yang berlokasi di provinsi Sumatera Barat yang bergerak dalam kebutuhan penampilan seseorang untuk tampil lebih keren dan percaya diri, brand bilkoc dalam pemasaran digitalnya tentunya memanfaatkan platfrom media social. Tetapi akhir-akhir ini produk brand Bilkoc mengalami perlambatan pemasaran dengan ditunjukan dari proses penjualan dan komunikasi melalui media social. Hal ini dibuktikan dengan data *statistic* bahwa angka *engagement* media social brand Bilkoc mengalami penurunan secara berkala. Dari Permasalahan tersebut kemudian dilakukan sebuah kajian ilmiah untuk mengetahui permasalahan apa yang sedang dihadapi oleh brand bilkoc. Melalui riset dan analisis data dengan metode *polling* media social didapatkan kesimpulan bahwa media promosi yang selama ini dihadirkan belum mampu secara signifikan menaikkan angka *engagement* dan penjualan produk brand bilkoc. Maka dirancang sebuah media promosi brand bilkoc yang mampu menaikkan angka *engagement* mkelalui media promosi yang dirancang serta menaikkan angka penjualan produk brand Bilkoc. Media yang dihasilkan dari hasil proses yang dilalui, maka ditetapkan bauran media promosi bilkoc berbentuk, rancangan karakter *mascot*, video, *trailer* animasi, *cattalog* produk, *filter* media social, dan *merchandise*. Sehingga bauran media ini mampu menaikkan daya beli produk yang sebelumnya menurun menjadi angka yang lebih tinggi dalam hal komunikasi produk.

Kata Kunci : **Bilkoc, *Platfrom*, Sosial Media, Promosi, *Engagement*.**

ABSTRACT

Social Media is the most powerful platform for running a business nowadays. Bilkoc Clothing Brand is among those who utilize social media for digital marketing. Bilkoc is a local clothing brand based in West Sumatera that is engaged in the fashion industry to make people look good and feel more confident. In order to increase engagement, Bilkoc uses social media power for promotion, but it doesn't work well. Recently, Bilkoc has experienced marketing deceleration, as shown in the sales process and communication through social media. This is evidenced by statistical data that shows Bilkoc's social media brand engagement has decreased over time. Therefore, it needs research to find out the problems with Bilkoc. Through research and data analysis based on the social media poll method, it is concluded that the promotional media that have been presented so far have not been able to increase the number of engagements and sales of the Bilkoc's products. Thus, a promotional media for the Bilkoc brand was designed that was able to increase the number of engagements through the promotional media that was designed and increase the sales of Bilkoc's products. After conducting research, it was determined that the Bilkoc's promotional media mix was in the form of; mascot character design, video, animation trailer, product catalog, social media filter, and merchandise. This media mix is able to increase the purchasing power of products which previously decreased to a higher number in terms of product communication.

Keywords : Bilkoc, Platform, Social Media, Promotion, Engagement