

BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

1.1 Strategi Perancangan

1.1.1 Khalayak Sasaran

1) Demografis

Untuk dapat mengetahui detail usia dapat diketahui melalui pengelompokan usia, ada beberapa pengelompokan usia yaitu, kanak-kanak awal dan akhir, remaja awal dan akhir, dewasa awal dan akhir, lansia awal dan akhir, serta manula. Dari pengelompokan tersebut dapat ditarik kesimpulan yaitu usia remaja akhir hingga dewasa awal (Amin, 2017).

Demografi	Jenis Kelamin	: Wanita
	Usia	: 17-35 tahun
	Status Penduduk	: Menengah ke atas

Tabe3.1.1. Demografi Target Market Fluffy Crochet
(Sumber: Penulis, 2024)

2) Geografis

Wilayah yang menjadi target sasaran adalah wilayah Lampung terutama Bandar Lampung yang merupakan lokasi dari UMKM *Fluffy Crochet* itu sendiri.

3) Psikografis

Pada penelitian ini memiliki sasaran masyarakat yang telah dijadikan target market dari UMKM *Fluffy Crochet*. Target market yang dimaksud adalah orang-orang yang tertarik dengan produk-produk rajutan dan mereka belum mengetahui adanya UMKM *Fluffy Crochet* yang menyediakan produk-produk yang mereka inginkan.

4) *Consumer Journey*

Secara umum merupakan pengalaman yang dialami seseorang ketika berinteraksi dengan sebuah *brand*/merek. Target market *Fluffy Crochet* merupakan wanita yang menyukai kerajinan tangan rajutan.

Diawali dengan target market yang menyadari adanya brand, kemudian terjadinya proses *interest* pada target market pada produk yang di tawarkan *brand*, lalu terjadinya pengambilan keputusan untuk membeli produk brand tersebut, selanjutnya apakah target market akan kembali untuk membeli produk sebuah *brand*, dan terakhir tahap dimana target market yang merasa puas dengan sebuah brand yang kemudian akan mengajak orang lain untuk membeli produk pada brand tersebut.

5) *Consumer Insight*

Sebuah teori untuk mengetahui dan memahami keinginan target audiens, sehingga mampu membentuk sebuah komunikasi dan interaksi yang baik. Pada dasarnya ketika seseorang membuat sebuah bisnis maka terlebih dahulu harus mengetahui siapa target market yang sesuai dengan produk atau jasa yang akan ditawarkan, hal tersebut sangatlah penting dikarenakan akan meningkatkan jumlah penjualan produk dari bisnis yang dijalani.

1.1.2 Tujuan Komunikasi

Dalam penelitian ini diharapkan mampu menyampaikan kepada masyarakat tentang UMKM *Fluffy Crochet* dan itu merupakan tujuan dari dibangunnya *brand awareness* melalui perancangan maskot.

1.1.3 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu aktivitas fundamental dalam kehidupan manusia. Menurut Roger Bersama D. Lawrence Kincaid (1981) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. (Sari et al., 2018.)

1) Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal merupakan pendekatan yang dilakukan secara lisan maupun tertulis. Pada hal ini menggunakan nama serta makna dari maskot itu sendiri. Nama dari mascot *Fluffy Crochet* ialah Fufy yang mana nama tersebut didapat dari penyebutan kata *Fluffy* yang keliru. Arti atau makna dari maskot Fufy ialah keceriaan, kasih sayang, dan kesan feminim, yang diwakili dengan warna pink pada maskot.

2) Pendekatan Visual

Pendekatan yang dilakukan dengan keterlibatan elemen visual didalamnya. Dalam hal ini perancangan maskot merupakan salah satu tindakan yang tepat karena maskot merupakan salah satu bentuk *visual identity* selain logo. Visual dari maskot ialah gadis kecil yang memiliki telinga kucing yang selalu membawa peralatan untuk merajut.

1.1.4 Strategi Kreatif

Strategi kreatif ialah suatu langkah serta perencanaan yang dilakukan dengan guna mencapai suatu tujuan yang sudah ditentukan. Ada pun tujuan strategi kreatif pada penelitian ini ialah menciptakan sebuah rancangan maskot sebagai upaya dalam membangun *brand awareness* dari UMKM *Fluffy Crochet*.

1) Isi Pesan

Pesan yang ingin disampaikan maskot adalah sebuah bisnis yang berjalan pada bidang kerajinan tangan yaitu rajutan atau crochet, dimana produk-produk yang ditawarkan secara dominan ditujukan untuk wanita.

2) Bentuk Pesan

maskot disampaikan melalui visual dari karakter maskot, yang mana pada maskot tersebut terdapat unsur-unsur yang berkaitan dengan bisnis, seperti warna pink yang mendominasi maskot, adanya visual dari benang rajut, dan karakter maskot yang berbentuk kucing.

1.1.5 Strategi Media

1) Media Utama

Media utama yang pada perancangan maskot ini adalah bentuk maskot itu sendiri. Maskot ini mencantumkan panduan serta perancangan desain maskot dari UMKM *Fluffy Crochet* seperti detail ukuran dan filosofi, serta penerapan atau pengaplikasiannya pada media pendukung.

2) Media Pendukung

Adapun media pendukung dari perancangan maskot guna mendukung media utama adalah *keychain*, *mug*, *x- banner*, *t-shirt*, stiker, *tote bag*, serta postingan pada *feed Instagram*.

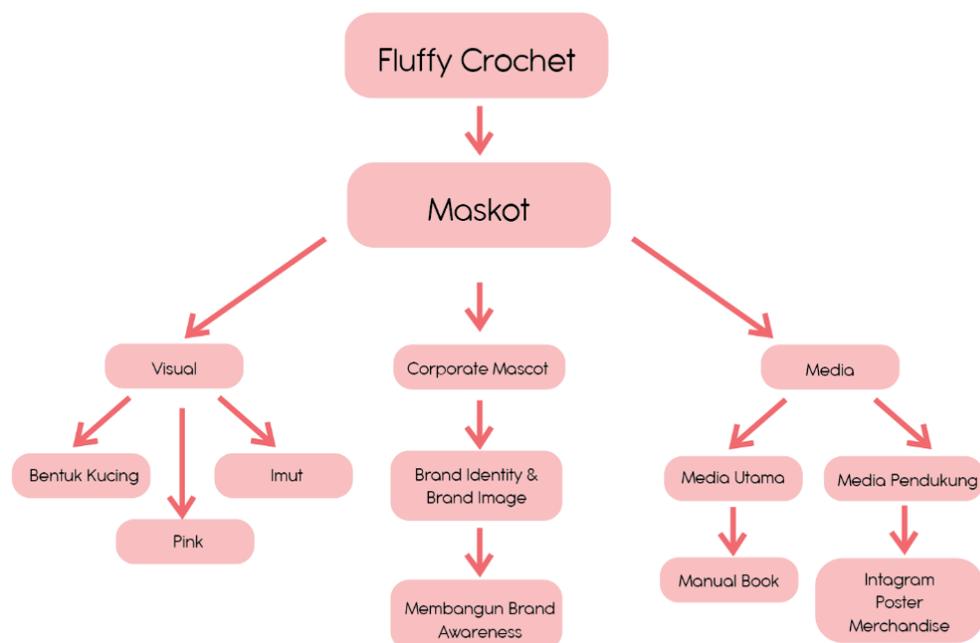
1.1.6 Strategi Distribusi

Strategi distribusi untuk perancangan maskot ini adalah terdapat pada media pendukungnya yaitu postingan *Instagram* dan juga *merchandise*.

1.2 Konsep Visual

1.2.1 Mind Mapping

Mind mapping dapat disebut dengan sebuah peta rute yang menggunakan seluruh potensi otak agar optimum, mampu melatih otak untuk melihat secara menyeluruh sekaligus secara terperinci dan dengan mengintegrasikan antara logika dan imajinasi. (Tenriawaru, n.d.)



Gambar 3.2.1 Mind Mapping

(Sumber: Penulis, 2024)

1.2.2 Mood Board

Mood board merupakan salah satu alat yang dapat membantu dalam merespon persepsi tentang *brief*, masalah yang muncul serta ide yang dikembangkan. *Mood board* biasanya berupa kumpulan gambar atau media visual lainnya yang disusun sedemikian rupa untuk menetapkan konsep visual. (Anggarini & Bangun, 2020)



Gambar 3.2.2 Moodboard Maskot *Fluffy Crochet*
(Sumber: Penulis, 2024)

1.2.3 Format Desain

Pada perancangan maskot ini menggunakan *Studio Clip Paint* sebagai *software* untuk menggambar maskot dalam bentuk digital.

1.2.4 Ilustrasi/Gambar

Ilustrasi atau gambar adalah seni gambar yang di gunakan untuk memberikan penjelasan atau suatu tujuan atau maksud tertentu secara visual. Gambar ilustrasi yang baik dan benar harus mampu memberikan gambaran mengenai pesan atau hal yang ingin disampaikan.(Halawa et al., 2020)



Gambar 3.2.4 Refrensi Ilustrasi Maskot *Fluffy Crochet*

(Sumber: Penulis, 2024)

1.2.5 Pemilihan Warna

Warna merupakan salah satu media yang mampu manirk perhatian target audiens untuk mengunjungi suatu situs tertentu, untuk bertahan membaca isi informasi dalam suatu situs yang dikunjungi, serta kemudian target audiens dapat mengerti apa yang disampaikan oleh pemilik situs.



Gambar 3.2.5 Color Pallette Maskot *Fluffy Crochet*

(Sumber: Penulis, 2024)