

3. KONSEP PERANCANGAN

3.1 Strategi Pemasaran

Peningkatan pembelian secara langsung dari Lily Sleepwear kepada *end user* dengan cara menambah daya tarik dari bentuk visual dari Lily sleepwear. Bentuk visual tersebut juga diharapkan akan meningkatkan kepercayaan konsumen dari pembangunan identitas visual. Lily Sleepwear akan memperluas bagian pemasaran dengan merambah dan semakin aktif dalam penjualan via *online*.

3.2 Konsep Media

3.2.1 Tujuan Media

1. Logo : sebagai simbol dari *brand* Lily Sleepwear.
Menggunakan logo yang mencerminkan *image* dari Lily Sleepwear.
2. *Hangtag* : sebagai penanda pada produk.
Menggunakan *hangtag* dari Lily Sleepwear sebagai bukti dan menekankan bahwa produk tersebut merupakan *self-manufacture* dan menambah kepercayaan konsumen.
3. *Packaging* : sebagai pelindung sekaligus menambahkan unsur estetika.
Menggunakan *packaging* yang menarik karena selain untuk melindungi juga untuk membuat konsumen puas dan senang akan *service* yang diberikan sehingga tidak membuat konsumen berpikir bahwa Lily Sleepwear merupakan *brand* asal-asalan.
4. *Sticker* pengiriman : sebagai tempat penulisan informasi pengiriman.
Sticker pengiriman akan dibuat dengan kata-kata yang komunikatif, seakan untuk sebuah hadiah, hal ini dilakukan untuk memberikan konsumen perasaan *personalized* dan spesial.
5. Desain sosial media : sosial media yang digunakan adalah *instagram*.
Desain ini nantinya dipakai sebagai bentuk promosi di *instagram*.

Menampilkan *feeds* yang *informative*, jelas dan berkonsep untuk menarik minat konsumen dan membangun kepercayaan pada *brand*.

6. Foto produk dengan konsep yang sesuai : sebagai media katalog pendukung pada sosial media.

Memberikan foto produk dalam 2 bentuk yaitu *lookbook* dan katalog. *Lookbook* diperuntukkan sebagai foto untuk promosi agar lebih menarik sedangkan katalog untuk kejelasan motif dan bentuk produk agar konsumen dapat mengetahui semua motif yang ditawarkan.

7. Nota pembelian : sebagai media pendukung pada pembelian secara langsung. Nota yang digunakan untuk memudahkan pembelian secara langsung didesain sedemikian rupa agar tidak terlihat polos dan dapat menunjukkan *image* dari Lily Sleepwear.
8. Kartu nama : sebagai media untuk pendukung untuk pengenalan, promosi, dan pengingat untuk *target audience*.

3.2.2 Program Kreatif

3.2.2.1 *Big Idea*

Tema pokok perancangan diangkat dari USP dari Lily Sleepwear dengan penggabungan dengan insight yang ditemukan pada analisis dari *target audience*, Lily Sleepwear memiliki bahan yang nyaman membuat produknya menjadi sebuah kesenangan tersendiri untuk memikat *target audience*. Dari hal tersebut dipadukan dengan hasil analisis target audience maka tema yang diangkat adalah “*treat yourself with a beautiful cosiness*”

3.2.2.2 Strategi Penyajian Pesan

Strategi yang akan diterapkan adalah dengan menciptakan persepsi *target audience* bahwa produk Lily Sleepwear merupakan salah satu bentuk *special treat* mereka untuk diri mereka sendiri. Bagaimana hal tersebut dapat menjadi *special treat*? Dengan kata – kata yang digunakan pada media pendukung seperti pada *sticker*

pengiriman, *packaging* atau poster tentang kelebihan dari produk Lily Sleepwear hingga produk tersebut untuk sosial media nantinya.


3.2.3 Program Media

Kegiatan	Juni				Juli				Agustus				September			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Kartu Nama																
Foto																
<i>Hangtag</i>																
<i>Packaging</i>																
<i>Sticker Pengiriman</i>																
Nota pembelian																
Sosial media																

3.1 Tabel program media

Keterangan :

 : Kegiatan dilaksanakan

 : Kegiatan tidak dilaksanakan

3.3 Konsep Kreatif

3.3.1 Identitas yang Ingin Ditojalkan

Dari hasil analisa USP (*Unique Selling Point*) yang telah dilakukan melalui cara SWOT (*Strength, Weakness, Oppoturnity dan Threat*) telah diketahui bahwa Lily *Sleepwear* merupakan sebuah *garment* yang membuat pakaian tidur dengan bahan dasar kain katun lokal dan pembuatan *self manufacture* yang fokus dengan motif geometris. Bagaimana hal tersebut dapat menjadi USP ?

1. Masyarakat Indonesia yang memiliki jenis iklim tropis yang cenderung panas, menginginkan jenis pakaian tidur yang membuat mereka nyaman dengan jenis kain yang dingin, ringan dan ketebalan yang pas. Katun lokal memiliki jenis kain dengan ketebalan yang pas, tidak transparan namun juga tidak terlalu tebal sehingga dapat membuat bahan menjadi terasa kaku dan panas. Selain itu karena ketebalan yang pas maka kain tersebut akan terasa lebih ringan.
2. Budaya masyarakat Indonesia yang tidak memperbolehkan wanita untuk menggunakan pakaian yang terbuka menyebabkan masyarakat tidak terlalu suka atau bahkan tidak nyaman dengan bentuk pakaian yang terlalu terbuka.
3. Bahan lokal yang digunakan oleh produk Lily Sleepwear dapat menjadi sarana penunjang penggunaan produk dalam negeri. Selain itu dengan penggunaan kain lokal dengan harga yang lebih murah daripada kain *import*, hal ini menjadikan harga jual dari Lily Sleepwear menjadi lebih terjangkau daripada produk milik brand lain yang berbahan dasar produk import. Biaya *import* juga menambah beban pada biaya penjualan produknya nanti.

3.3.2 Isi pesan (*What to say*)

- Lily Sleepwear merupakan *brand* pakaian tidur yang memiliki bahan nyaman dan cocok untuk masyarakat di Indonesia.
- Memiliki harga yang murah namun tidak murahan.
- Berbahan dasar kain lokal yang berkualitas dan motif yang tidak mainstream.

Kesimpulan dari *what to say* :

Ingin menunjukkan kepada *target audience* bahwa produk dari Lily Sleepwear adalah sebuah produk spesial yang dapat menjadi sebuah “*special treat*” dari dan untuk *target audience* karena kelebihan – kelebihan yang dimiliki produk Lily Sleepwear.

3.3.3 Bentuk pesan (*How to say*)

Pesan yang ingin ditonjolkan oleh Lily Sleepwear ditampilkan melalui *visual branding* yaitu :

- Logo : Menggunakan desain *signature* untuk logo, hal ini sengaja dilakukan untuk menambah kesan *handmade* dan *personalize* agar *target audience* merasa bahwa produk tersebut spesial untuk mereka dengan menjamin kenyamanan produk dari Lily Sleepwear untuk *customer*.
- *Hangtag* : Menggunakan desain potongan persegi panjang yang disertai logo dan bertuliskan “*Thank you for let us made a pjamass for you, here the cosiness for you*” untuk menunjukkan bahwa produk ini seakan memang dibuat untuk mereka dan di sini ditekankan tentang “*cosiness*” yang ingin ditunjukkan.
- *Sticker* pengiriman : Menggunakan desain potongan persegi panjang di sertai logo dan format pengiriman yang telah diketik agar rapi, namun tetap menggunakan tulisan tangan untuk penulisan pada isi untuk menambahkan kesan *handmade* dan terlihat lebih personal.
- *Packaging* : Menggunakan *packaging* berbentuk persegi dengan menggunakan bahan *plastic* untuk keamanan produk dan keindahan penampilan *packaging* (tidak mudah terlipat-lipat seperti kertas) dan mudah dibawa.
- Foto produk : Menggunakan foto *lookbook* dengan konsep “*cosiness*” yang sesuai dengan warna utama yang digunakan *brand* Lily Sleepwear, sehingga *cosiness* yang ingin disampaikan dapat terlihat dalam foto *lookbook* yang ada.
- Nota pembelian : Menggunakan cetak warna *full color* yang dimiliki Lily Sleepwear agar tidak terlihat terlalu polos dan lebih indah. Nota pembelian menggunakan kata-kata yang lebih personal seperti “*thank you for let us made pajamas for you, let the cosiness wrap you in a beauty*”

- Kartu nama : sebagai media untuk pendukung untuk pengenalan, promosi, dan pengingat untuk *target audience*. Image dari Lily Sleepwear diterapkan pada warna feminim dan kata-kata seperti “*Here’s you pajamas to be, grab your cosiness soon*” agar terkesan seperti mereka telah dibuatkan pakaian tidur yang nyaman di Lily Sleepwear. Kartu nama Lily Sleepwear nantinya juga dilengkapi dengan sebuah foto produk agar *target audience* dapat dengan mudah mengingat produk Lily Sleepwear.

3.3.4 Citra visual yang Ingin Ditampilkan

- *Feminime* : produk yang dimiliki oleh Lily Sleepwear memang dikhususkan untuk wanita, maka saya mengambil kesan feminim untuk memperkuat identitas produk yang dijual.
- *Sophisticated* : motif yang dimiliki oleh Lily Sleepwear adalah model geometris yang merupakan merupakan salah satu *fashion* yang *timeless* dan termasuk dalam gaya modern.
- *Cosiness* : untuk menunjukkan secara tidak langsung keunggulan bahan yang digunakan oleh produk Lily Sleepwear.

3.4 Strategi Kreatif

3.4.1 Unsur – unsur Ikonik yang Relevan

- Unsur hias geometris
- Unsur *Signature handwriting*

3.4.2 Logo

Logo yang akan dibuat merupakan jenis *logotype*. *Logotype* yang merupakan penggambaran grafis dari *image* yang hendak dikomunikasikan oleh sebuah *brand*.

3.4.3 Tipe atau Jenis Huruf

Jenis *typeface* yang akan digunakan pada konsep visual Lily Sleepwear ini adalah tipe *typeface contemporary – signature - handwriting* untuk membuat kesan personal yang tidak terlalu kaku pada desain namun tetap terlihat modern.



Gambar 3.2 Referensi bentuk *typeface*

Sumber : www.wildsidedesign.co

3.4.4 Warna Dasar

Warna dasar yang akan digunakan adalah *pink*, merah, merah tua, putih dan hitam. Berikut ini adalah palet warna yang dapat dipakai :



Gambar 3.3 *Color Palette*

3.4.5 Gaya Penampilan Grafis

Untuk penampilan grafis dari Lily Sleepwear nantinya akan menggunakan bentukan geometris dari motif pakaian tidur itu sendiri. Untuk variasi akan

menggunakan beberapa *pattern*. Namun tetap *style* yang akan dipakai adalah *chic* dan modern.



Gambar 3.4 Referensi penampilan grafis

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/305259680985779421/>

3.5 Kriteria Desain

3.5.1 Kriteria Umum

3.5.1.1 Logo

Logo adalah simbol yang dipakai oleh sebuah perusahaan sebagai bentuk dari identitas mereka.

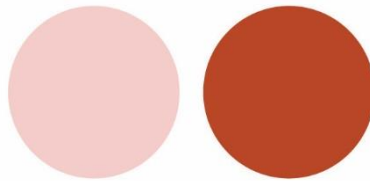


Gambar 3.5 Referensi logo

Sumber gambar : https://id.pinterest.com/pin/AZ51z01OZ-UByin_erO8jOv2M2I7NJ42c3y_797ACz43UWcz1YmZQ0o/

3.5.1.2 Warna Utama

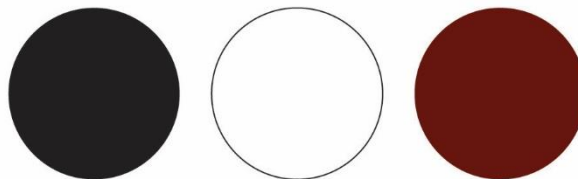
Warna utama yang digunakan adalah warna yang menjadi bagian dalam desain yang telah diaplikasikan terhadap beberapa media. Hal ini dilakukan agar masyarakat memiliki gambaran tentang warna yang merupakan salah satu bentuk visual yang dapat mengingatkan mereka kepada sesuatu *brand*.



Gambar 3.6 *Color palette* untuk warna utama

3.5.1.3 Warna Sekunder

Warna sekunder adalah warna yang dapat menjadi pendukung warna utama. Warna sekunder diharapkan dapat menunjang warna utama dalam sebuah *brand*.



Gambar 3.7 *Color palette* untuk warna pendukung

3.5.1.4 *Corporate Typeface*

Corporate typeface merupakan *font* yang nantinya akan digunakan pada berbagai media visual yang mewakili identitas dari perusahaan. Menggunakan *font*:

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Oswald

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Moon

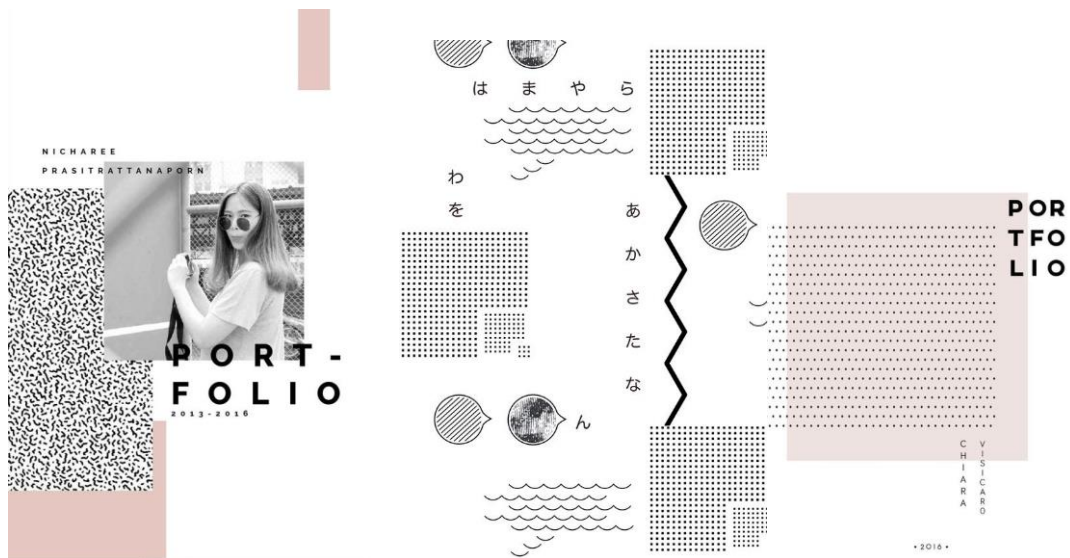
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Questrial

Gambar 3.8 *Corporate typeface*

3.5.1.5 Elemen Grafis

Elemen grafis adalah bentukan / dekorasi pada media yang konsisten sehingga dapat membangun citra perusahaan di mata masyarakat.



Gambar 3.9 Elemen grafis yang akan digunakan

Sumber : www.pinterest.com

3.5.2 Kriteria Khusus

Lily Sleepwear selalu memilih jenis motif yang akan diproduksi. Lily Sleepwear tidak serta merta menerima apa yang ditawarkan oleh pemasok kain, pemilihan motif, warna, dan kualitas kain menjadi sorot utama dalam tahan sebelum produksi. Untuk menjadi sebuah perusahaan garment yang terpercaya, Lily Sleepwear selalu konsisten dengan jenis bahan dan motif yang diproduksi. Oleh karena itu perancangan *visual branding* dari Lily Sleepwear harus dapat menyampaikan citra perusahaan sebagai produsen pakaian tidur dengan motif geometris yang konsisten dan bahan dasar lokal yang nyaman.

3.6.1 Rencana Aplikasi Logo dalam Perancangan *Visual Branding*

- Pengaplikasian pada *sticker* pengiriman



Gambar 3.10 Referensi pengaplikasian logo dan desain pada sticker pengiriman

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/457185799661317476/>

- Pengaplikasian pada *packaging*



Gambar 3.11 Referensi pengaplikasian logo dan desain *packaging*

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/488218415838331302/>

- Pengaplikasian pada *hangtag*



Gambar 3.12 Referensi pengaplikasian logo dan desain *hangtag*
Sumber : www.pinterest.com

- Pengaplikasian pada foto produk



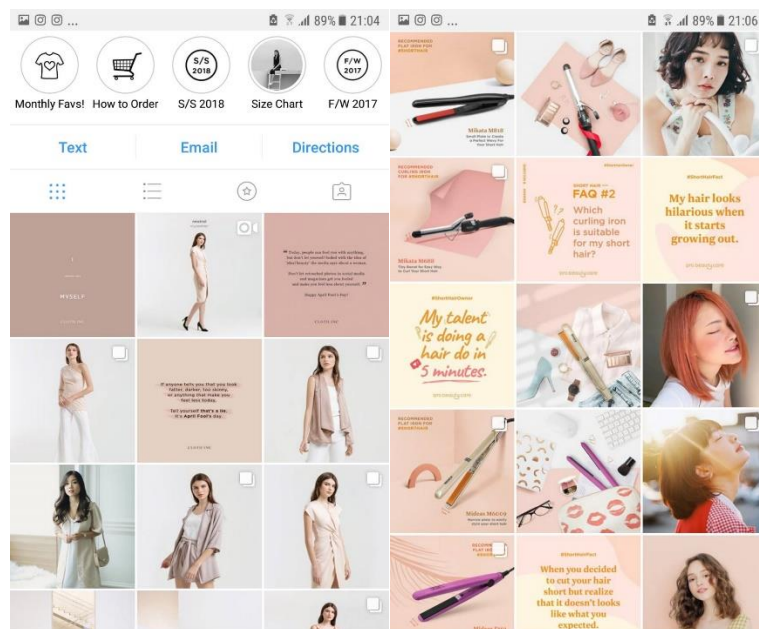
Gambar 3.13 Referensi pengaplikasian foto produk untuk *lookbook*

Sumber : www.pinterest.com



Gambar 3.14 Referensi pengaplikasian foto produk untuk katalog
 Sumber : www.pinterest.com

- Pengaplikasian pada desain poster pada sosial media



3.7 Budgeting

3.7.1 Print GSM

Bahan : kertas *coronado* 270 gsm dan 216 gsm

Teknik : Digital print indigo

Ukuran : 18 x 18 cm

Jumlah : 16 halaman A3

Cetak : Rp 25.000@A3 + jilid @15.000

Total : $(16 \times 12.500) + 15.000 = \text{Rp } 215.000$

Total biaya produksi media cetak = Rp 215.000

3.7.2 Media Cetak

- *Hangtag*

Bahan : kertas *Coronado* 216 gsm

Teknik : Digital print indigo

Ukuran : 7 x 3 cm

Cetak : 2 sisi

Jumlah : Rp 35.000 @100 buah

Total : Rp 140.000

- *Packaging*

Bahan : plastik (*plastic zip lock* dengan plong,)

Teknik : Digital print

Ukuran : 30 x 45 cm

Cetak : Rp 320.000

Jumlah : Rp 320.000 @100 buah

Total : Rp 640.000

- *Sticker Pengiriman*

Bahan : *Sticker HVS*

Teknik : Digital print

Ukuran : 10 x 15 cm

Cetak : 1 sisi

Jumlah : Rp 90.000 @100 buah

Total : Rp 180.000

- Nota pembelian

Bahan : nota ncr

Teknik : Digital print

Ukuran : ¼ folio

Cetak : 2 ply

Jumlah : Rp 30.000 @buku (@50 set isi)

Total : Rp 60.000

- Kartu nama

Bahan : kertas *coronado* 118 gsm

Teknik : Digital print indigo

Ukuran : 21,5 x 22 cm

Cetak : 2 sisi

Jumlah : Rp 500.000 @100

Total : Rp 1000.000

- Biaya kreatifitas : 1.000.000

Total biaya produksi media cetak = Rp 3.235.000

3.7.3 Produksi Promosi

- Foto katalog dan *lookbook*

Tarif model : Rp 300.000

Studio foto ; Rp 300.000 @ 2 jam

Properti : Rp 100.000

Make up artist : Rp 300.000

Tarif jasa foto : Rp 800.000

Total : Rp 2.100.000 x 2 = Rp 4.200.000

3.7.4 Estimasi Biaya Perancangan

Total : Rp. 3.235.000 + 4.200.000 = 7.435.000