

BAB V

KONSEPTUAL DESAIN

V.1 Tujuan dan Strategi Komunikasi

V.1.1. Tujuan Komunikasi

Merujuk kepada metode pemasaran 4P (*Product, Promotion, Price, Place*), maka itu Dreamland Creative meng-hirarki-kan bentuk promosi pada klien-nya sebagai berikut :

- Memberikan informasi tentang Dreamland Creative mulai dari produk jasanya, hingga produk jadi yang sudah pernah dibuat oleh tim Dreamland Creative.
- Mempromosikan diri dengan cara kreatif dan mudah diterima oleh klien. Salah satunya adalah profil perusahaan yang disajikan secara menarik.

Dengan meng-implementasikan metode diatas, diharapkan promosi yang dilakukan akan dapat diterima dan masyarakat dapat dengan mudah mengetahui keberadaan Dreamland Creative.

V.1.2. Strategi Komunikasi

1. Key Issues

Menggunakan media yang lebih menarik dibanding media-media konvensional sebelumnya, seperti media tercetak. Dengan begitu Dreamland Creative dapat menambah perbendaharaan promosinya, yang tidak menutupi kemungkinan akan terlihat lebih prestise dan modern.

2. Pesan Pokok

Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa desain grafis dan IT Solution, Dreamland Creative mencoba menyibak batasan antara klien dan hal yang diinginkan oleh klien. Dengan kata lain Dreamland Creative mencoba menunjukkan diri sebagai sebuah perusahaan jasa yang dapat memenuhi dan me-realisasikan impian para klien, tentunya dalam bidang desain grafis dan IT Solution.

3. Tematis

Dengan mengangkat tema "*Simplicity and Exclusive*", Dreamland Creative mencoba membangun pemikiran-pemikiran kuno bahwa sesuatu yang eksklusif harus mewah dan terkesan rumit.

4. Target Promosi

Media promosi CD video profil Dreamland Creative ini ditujukan kepada perusahaan-perusahaan menengah keatas di daerah perkotaan yang memang lazimnya membutuhkan jasa desain grafis dan IT Solution. Yang mana perusahaan tersebut membutuhkan jasa desain yang terpercaya dalam mempromosikan perusahaan dan produknya. Karena pada perusahaan

menengah keatas tersebut biasanya tidak memperhitungkan nominal yang dikeluarkan, namun lebih kepada hasil optimal dan meyakinkan bahwa hasil tersebut *worth it* dengan nominal yang harus mereka keluarkan.

Detail Target Promosi :

a. Geografi

- Perusahaan yang berada di daerah perkotaan.
- Berada dikawasan metropolitan.

b. Psikografi

- Mengikuti kemajuan teknologi.
- Berwawasan baik.
- Menginginkan sesuatu yang baru.
- Tidak kolot / ketinggalan jaman.

c. Behavior

- Selalu mencari perkembangan desain promosi.
- Melakukan komparasi pada setiap desain kompetitor.

V.2 Strategi Media

V.2.1. Jenis Media

- Video Profil

Dengan penyajian yang menarik menggunakan efek-efek video yang menarik dan dinamis. Selain itu juga memberikan informasi

yang lebih spesifik kepada klien seputar pilihan kebutuhan jasa yang dapat diberikan oleh Dreamland Creative. Video profil ini juga fleksibel dapat di aplikasikan terhadap *TV Wall* seperti yang terdapat pada perkantoran, mall, kampus, serta *Big Screen* yang ada di jalan-jalan umum ataupun pusat kota.

- X Banner

X Banner digunakan untuk media luar ruang yang sangat fleksibel dan efisien, juga dapat ditempatkan dimana saja. Dari segi desain pun X banner dapat memberikan tampilan yang menarik.

- Mug

Tidak berbeda dengan sapu tangan dan botol minum, mug juga dapat di jadikan benda terdekat dan juga merupakan alat pelengkap kebutuhan sehari-hari.

- Kartu Nama

Media terkecil ini berfungsi sama besarnya seperti sebuah poster. Dimana informasi tentang koneksi perusahaan tercantum didalamnya. Seseorang yang membutuhkan sebuah koneksi ekstra pada kliennya, tidak tertutup kemungkinan akan menyimpan kartu nama kliennya.

- Pin Bross

Media ini sedikit banyak dibutuhkan dilihat dari mobilitasnya. Seperti pin, media yang terlihat sepele ini ternyata mempunyai tingkat mobilitas yang lebih dari yang lain. Karena letak penggunaan media ini tidak jauh dari fasilitas pengguna-nya (seperti tas, topi, jaket, rompi, dll), media ini tetap memiliki fungsi promosi walaupun tidak memberikan informasi apa-apa tentang perusahaan.

- Stiker

Tidak berbeda jauh dengan pin, stiker juga merupakan media promosi mobile. Secara letak penggunaan, stiker dapat lebih menjanjikan keluasan wilayah edar (mobil angkutan umum, bahkan yang lintas daerah(tentunya kelas eksekutif, merujuk pada target promosi).

- Kalender Kubus

Merujuk pada kebutuhan sehari-hari, sebuah kalender memiliki fungsi yang cukup penting. Selain itu juga kalender biasanya diletakkan ditempat yang sedikit lebih dominan, misalnya meja kantor, meja belajar, ruang keluarga, dll.

- Topi



Tak berbeda jauh dengan kalender yang merujuk pada kebutuhan sehari-hari, dengan adanya media seperti kaos dan topi klien dapat menggunakannya dikala senggang. Dengan begitu selain mempromosikan nama perusahaan, kita juga telah memanjakan klien.

V.3 Konsep Visual

V.3.1. Warna

Warna yang akan digunakan dominan warna putih, abu-abu, dan hitam. Penggunaan warna-warna tersebut agar memberikan kesan eksklusif, sederhana, elegan, tidak terlalu rumit dan selain itu juga, warna-warna tersebut dapat berbaur dengan desain logo dari dreamland yang memang berdasarkan dari banyak warna. Berikut *color thumbs* dari Dreamland Creative berikut logo nya.

MERCU BUANA

	Red : 206	Cyan : 21%
	Green : 201	Magenta : 16%
	Blue : 201	Yellow : 17%
	Code : cec9c9	Black : 0%
	Red : 255	Cyan : 0%
	Green : 255	Magenta : 0%
	Blue : 255	Yellow : 0%
	Code : fffff	Black : 0%
	Red : 0	Cyan : 75%
	Green : 0	Magenta : 68%
	Blue : 0	Yellow : 67%
	Code : 000000	Black : 90%



V.3.2. Tipografi

MERCU BUANA

Tipografi yang digunakan adalah *Times New Roman* dan *Trebuchet MS*. Penggunaan *Times New Roman* merupakan adaptasi dari logotype dari Dreamland itu sendiri, yang mana menunjukkan sesuatu yang klasik, tak lekang waktu, dan lembut. Sedangkan penggunaan *Trebuchet MS* untuk menunjukkan ke-moderenan dan ketegasan, selain itu juga menunjukkan kesan solidaritas dan komitmen.

Tipograf :

Times New Roman

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

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

Trebuchet MS

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

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

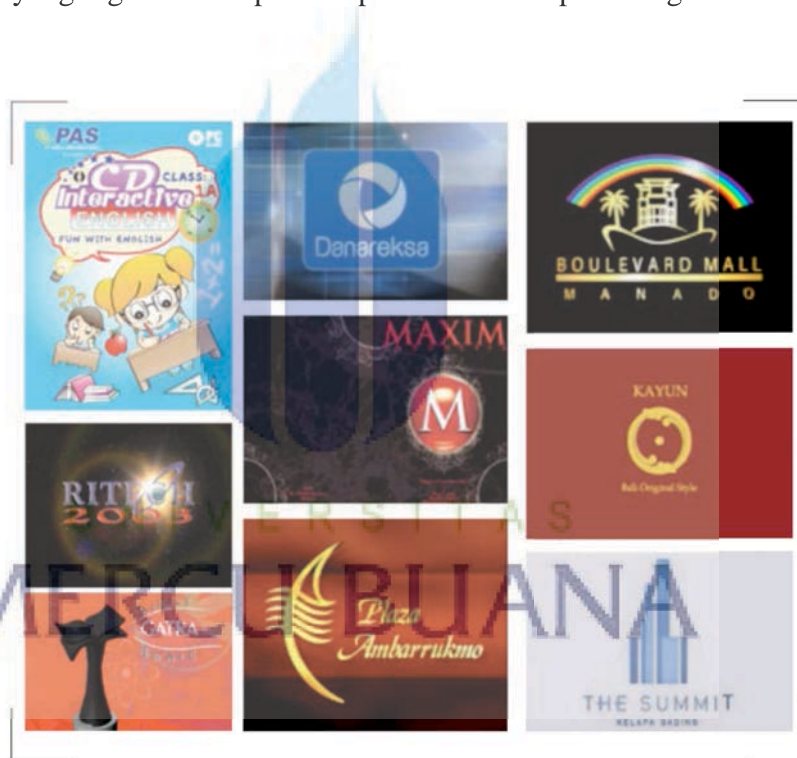
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

V.3.3. Audio

Sejak kemajuan teknologi semakin maju pesat, audio menjadi bagian yang tak terpisahkan dari video. Maka dari itu, project video profil Dreamland ini akan menggunakan unsur audio sebagai pelengkap ke-dinamisan video profil tersebut. Audio yang akan digunakan berupa musik instrumental sebagai *background music* dan juga sebuah *jingle* sebagai pesan pengingat.

V.3.4. Image

Image yang akan digunakan dalam video profil merupakan image-image dari beberapa portofolio Dreamland Creative sejak awal berdiri hingga saat ini. Penggunaan image sendiri dibatasi hingga taraf cukup, agar tidak terlalu memakan durasi video yang akhirnya harus mengurangi durasi dari informasi yang lainnya. Sedangkan untuk media pendukung image yang digunakan dapat berupa ilustrasi ataupun fotografi.



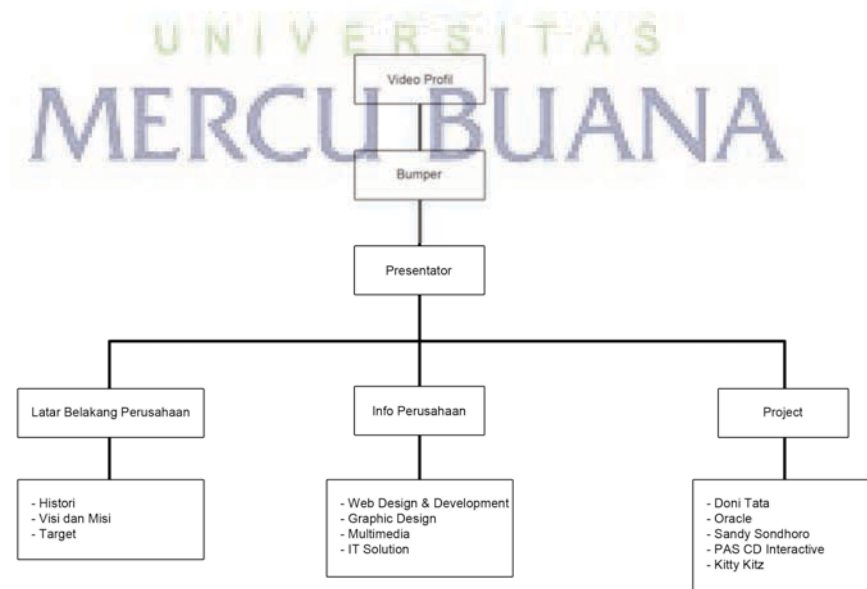
V.3.5. Garis dan Bidang

Elemen garis dan bidang diperlukan sebagai elemen penunjang dari desain yang akan dibuat, dan elemen garis yang akan di gunakan adalah

garis horizontal, vertikal, dan diagonal. Sedangkan bidang yang digunakan adalah kotak sisi lekuk (*rounded*), kotak sisi lancip, dan lingkaran.



V.3.6. Sitemap Video Profil



V.4. Sketsa Layout dan Desain Grafis

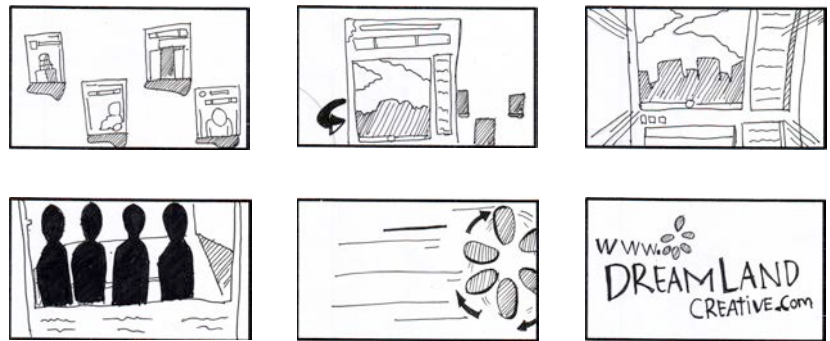
V.4.1. Video Profil

Pada konsep video profil terdiri dari dua bagian, yaitu *bumper* atau *opening* yang akan menjadi tampilan pertama video. Sedangkan yang kedua adalah *content* / isi, yang mana akan ditampilkan seorang presentator yang akan menjelaskan tentang latar belakang perusahaan, info perusahaan, dan project perusahaan hingga penutup yang disertakan dengan efek *closing*. Format ukuran video profil terdiri dari tiga format, yaitu *square pixel*, *non-square pixel*, dan *wide panel*.

1. Sketsa Bumper Video

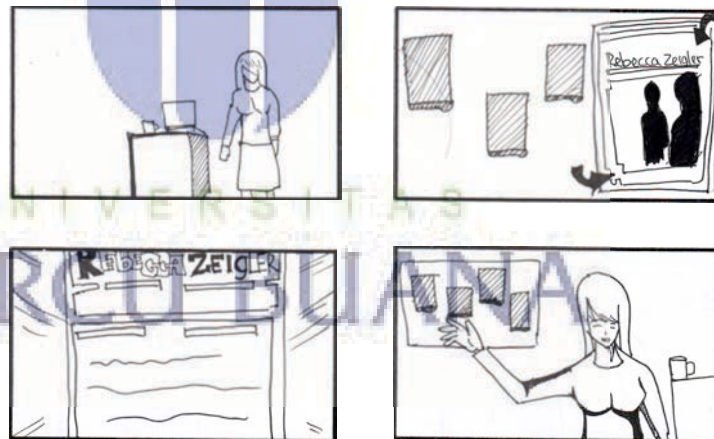


Pada awal tampilan akan muncul tampilan logo Dreamland Creative dengan refleksi dibawah logo dan berlatar belakang putih. Logo berjalan menjauh dengan efek *zoom out* dalam modus tiga dimensi dengan kontrol kamera dan kecepatan yang diatur sedemikian rupa hingga menghasilkan efek *motion blur*.



Selanjutnya tampilan disusul image-image portofolio dari Dreamland Creative dengan refleksi dibawahnya dan berlatar belakang putih, image disusun secara perspektif dan berjalan mendekat dengan kamera kontrol dalam modus tiga dimensi.

2. Sketsa Isi Video



Pada video isi, ditampilkan seorang Presentator wanita yang akan menjelaskan tentang sejarah perusahaan, informasi perusahaan, dan project perusahaan. Dengan latar belakang putih dan disebelah kirinya terdapat meja dengan laptop dan secangkir air diatasnya. Diatas meja terdapat spasi latar belakang kosong yang akan dijadikan tempat ditampilkan nya

informasi video, yang mana video tersebut dibuat seolah-olah ditaruh/ditempel oleh presentator. Sedangkan disebelah kanan atas akan ditampilkan *color stripe* dengan modus dinamis, agar latar belakang tidak terlalu terlihat kosong.

Video presentator berjalan hingga seluruh informasi tentang perusahaan telah dijelaskan. Untuk penutupan dilakukan oleh presentator dengan beberapa efek yang akan mengiringi penghabisan video profil.

Contoh Format Storyboard Video Profil DREAMLAND :

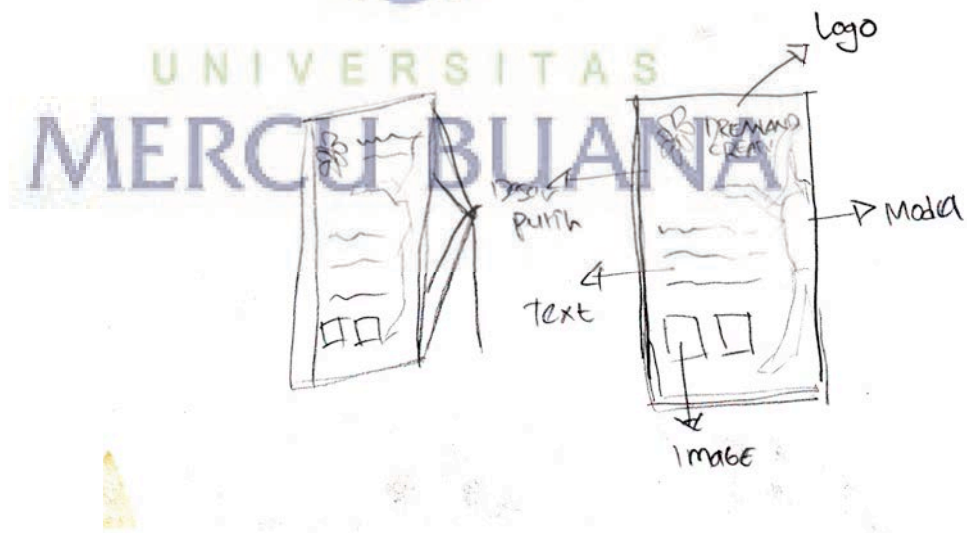
No	Keterangan	Visual	Audio
1	<p><i>Bumper</i></p> <p>00h:00m:00s</p> <p>00h:00m:15s</p>	<p>Animasi 1:</p> <p>Pada awal tampilan akan muncul tampilan logo Dreamland Creative dengan refleksi dibawah logo dan berlatar belakang putih.</p> <p>Animasi 2:</p> <p>Logo berjalan menjauh dengan efek <i>fade out</i> dalam modus tiga dimensi dengan kontrol kamera dan kecepatan yang diatur</p>	<p>Instrument Music</p> <p>Background</p>

		<p>sedemikian rupa hingga menghasilkan efek <i>motion blur</i>.</p> <p>Animasi 3:</p> <p>Selanjutnya tampilan disusul image-image portofolio dari Dreamland Creative dengan refleksi dibawahnya dan berlatar belakang putih, image disusun secara perspektif dan berjalan mendekat dengan kamera kontrol dalam modus tiga dimensi.</p>	
2	<p>00h:00m:18s</p> <p><i>Content</i></p> <p>00h:01m:15s</p>	<p>Content :</p> <p>Pada video isi, ditampilkan seorang Presentator wanita yang akan menjelaskan tentang sejarah perusahaan, informasi perusahaan, dan project perusahaan. Dengan latar belakang putih dan disebelah</p>	<p>Instrument Music Background</p>

<p>3</p>	<p><i>Closing</i></p> <p>00h:02m:30s</p>	<p>kirinya terdapat meja dengan laptop dan secangkir air di atasnya. Di atas meja terdapat spasi latar belakang kosong yang akan dijadikan tempat ditampilkan nya informasi video, yang mana video tersebut dibuat seolah-olah ditaruh/ditempel oleh presentator. Sedangkan disebelah kanan atas akan ditampilkan <i>color stripe</i> dengan modus dinamis, agar latar belakang tidak terlalu terlihat kosong.</p> <p>Closing :</p> <p>Video presentator berjalan hingga seluruh informasi tentang perusahaan telah dijelaskan. Untuk penutupan dilakukan oleh presentator dengan beberapa efek yang</p>	<p>Instrument Music Background</p>
----------	--	---	--

		akan mengiringi penghabisan video profil.	
--	--	---	--

V.4.2. X Banner



X banner yang digunakan berukuran 160 x 60cm, dengan dasar warna putih berbahan flexi. Pada desain X banner terdapat empat elemen

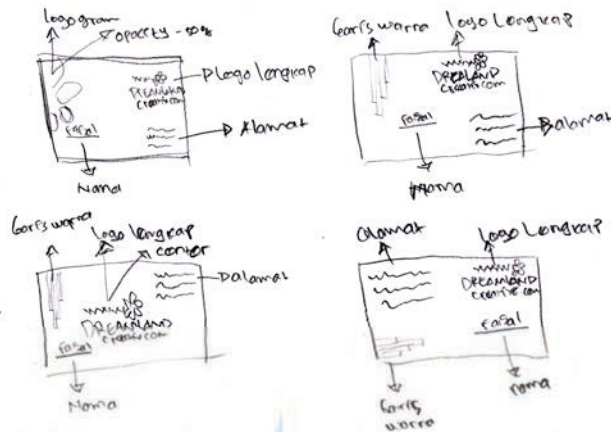
yang digunakan sebagai layout. Yaitu pertama image fotografis, image stok portofolio, logo, dan teks. Image fotografis yang ditampilkan merupakan foto seorang model, agar menimbulkan daya ketertarikan terhadap mata (*eye catching*) dan tidak dilihat sekilas.

V.4.3. Mug



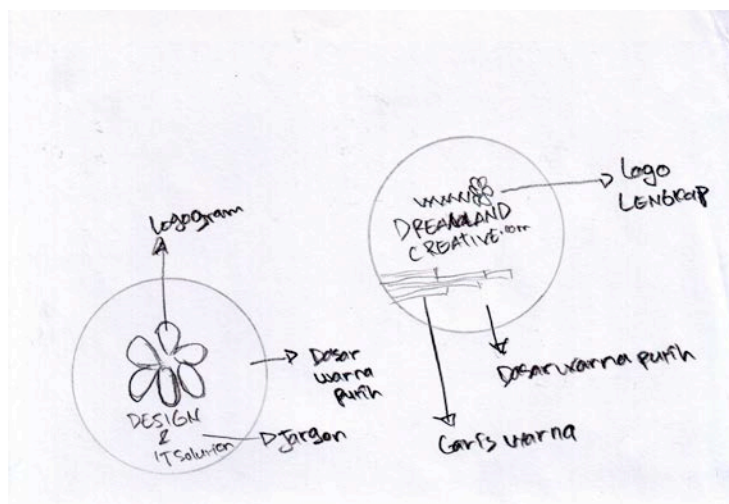
Mug yang dipilih berbahan porselen dengan ukuran jumbo (menurut standard ukuran yang ada dipasaran) dan berwarna dasar putih. Desain yang digunakan sama halnya seperti sapu tangan dan botol minum, yang mana tidak dibuat rumit dan hanya menampilkan logogram perusahaan serta nama perusahaan mengelilingi di bagian bawahnya.

V.4.4. Kartu Nama



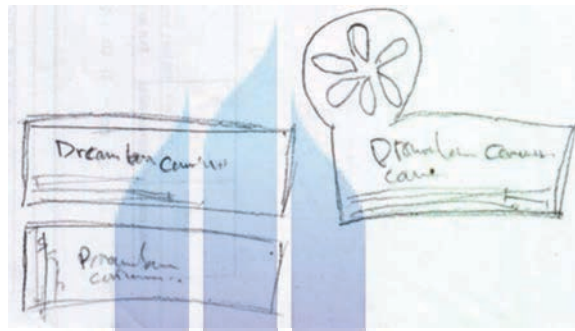
Untuk kartu nama terdapat empat alternatif pilihan, yang mana diolah dari logo Dreamland dan garis warna Dreamland. Ukuran yang digunakan merupakan standar kartu nama pada umumnya yaitu 9 x 5,5cm dengan jenis kertas *art paper* dengan gramatur 128 gr. Kertas sengaja dipilih dengan gramatur tebal agar tidak cepat rusak dan kuat tidak mudah koyak.

V.4.5. Pin Brass



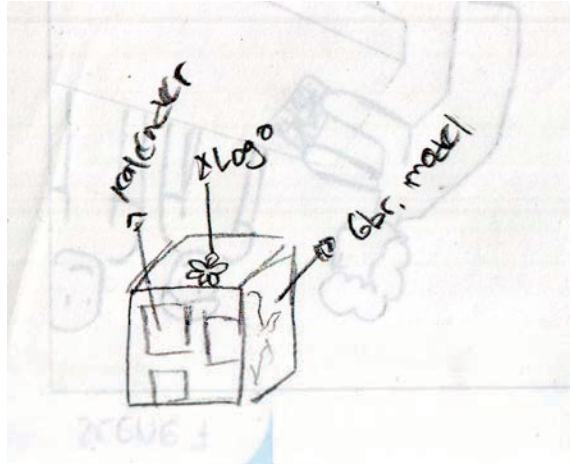
Desain yang diterapkan pada pin juga dibuat sesederhana mungkin, yang mana hanya dengan menggunakan ketiga elemen identitas perusahaan yaitu logo lengkap, logogram, garis warna, dan jargon perusahaan. Untuk ukuran pin menggunakan ukuran 44 mm yang terbilang kecil namun masih dapat memberikan jarak pandang hingga 3 m.

V.4.6. Stiker



Untuk stiker menggunakan kertas *glossy sticker paper*. Desain yang digunakan juga tidak terlalu jauh dari desain media lainnya, yaitu hanya dengan menggunakan elemen-elemen identitas perusahaan seperti logo lengkap, logogram, garis warna, dan tagline perusahaan. Hanya ada beberapa penambahan pada atribut seperti garis tambahan.

V.4.7. Kalender Kubus



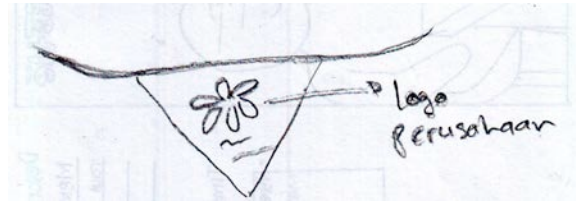
Untuk desain kalender dibuat kubus dan jenis kertas yang digunakan *art carton* 180 gr.

V.4.8. Topi



Untuk topi digunakan topi yang berwarna putih polos, dan desainnya sendiri pada bagian muka / depan topi diberikan logogram Dreamland dan logo lengkap disebelah kiri topi.

V.4.9. Chain Flag



Untuk *chain flag* menggunakan kertas *art carton* 180 gr. Desain yang digunakan juga tidak terlalu jauh dari desain media lainnya, yaitu hanya dengan menggunakan elemen-elemen identitas perusahaan seperti logo lengkap, logogram, garis warna, dan tagline perusahaan. Hanya ada beberapa penambahan pada atribut seperti garis tambahan.

V.4.10. T- Shirt



Untuk T-Shirt digunakan bahan yang berwarna putih polos, dan desainnya sendiri pada bagian muka / depan T-Shirt diberikan logogram Dreamland dan tagline ditengah logogram tersebut.

V.4.11. Background



Untuk background menggunakan bahan *Albatros* dengan ukuran 1.5m x 2m.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

V.5. Realisasi Media

V.5.1. Video Profil





V.5.2. X-Banner



V.5.3. Mug



V.5.4. Kartu Nama



V.5.5. Pin Bros



V.5.6. Stiker



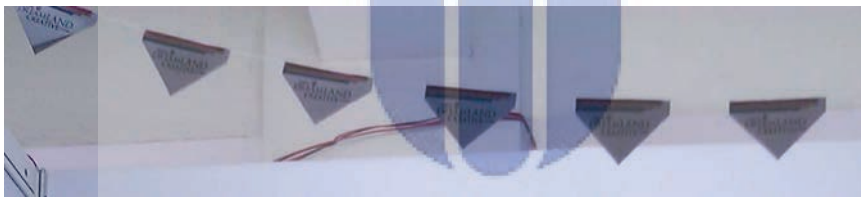
V.5.7. Kalender Kubus



V.5.8. Topi



V.5.9. Chain Flag



V.5.10. T-Shirt



V.5.11. Background



UNIVERSITAS
MERCU BUANA