

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| ABSTRAK | iv |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| | |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| I.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| I.2. Identifikasi Masalah | 2 |
| I.3. Rumusan Masalah | 3 |
| I.4. Batasan Masalah | 3 |
| I.5. Tujuan & Manfaat Perancangan | 3 |
| I.5.1. Tujuan Perancangan | 3 |
| I.5.2. Manfaat Perancangan | 4 |
| | |
| BAB II. CITRA MEREK GEOFF MAX | 5 |
| II.1. Merek atau <i>Brand</i> | 5 |
| II.1.1. <i>Brand Image</i> atau Citra Merek | 5 |
| II.2. <i>Consumer Imagery</i> (Citra Konsumen) | 6 |
| II.3. Sepatu <i>Skate</i> | 6 |
| II.4. Geoff Max | 7 |
| II.5. Analisis Objek | 9 |
| II.5.1. Studi Kompetitor | 9 |
| II.5.2. <i>Unique Selling Proposition</i> Geoff Max | 11 |
| II.5.3. SWOT Geoff Max | 13 |
| II.5.4. Aktifitas Kolaborasi Geoff Max | 14 |
| II.6. Kondisi Masyarakat & Analisis Permasalahan | 16 |

| | |
|----------------------------------------------------------------|----|
| II.6.1. Hasil Angket Dengan Media <i>Google Forms</i> | 17 |
| II.6.2. Hasil Wawancara Dengan Project Manager Geoff Max | 25 |
| II.6.3. Analisis Hasil Data & Temuan | 26 |
| II.7. Resume | 28 |
| II.8. Solusi Perancangan | 29 |
| | |
| BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN | 30 |
| III.1. Khalayak Sasaran | 30 |
| III.1.1. Demografis | 30 |
| III.1.2. Psikografis | 31 |
| III.1.3. Geografis | 31 |
| III.1.4. <i>Consumer Journey</i> | 32 |
| III.1.5. <i>Consumer Insight</i> | 33 |
| III.2. Strategi Perancangan..... | 34 |
| III.2.1. Tujuan Komunikasi | 34 |
| III.2.2. Pendekatan Komunikasi | 34 |
| III.2.3. <i>Mandatory</i> | 36 |
| III.2.4. Materi Pesan | 37 |
| III.2.5. Gaya Bahasa | 37 |
| III.2.6. Strategi Kreatif | 37 |
| III.2.7. Strategi Media | 52 |
| III.2.7.1. Animasi | 52 |
| III.2.7.2. Metode <i>AISAS</i> | 54 |
| III.2.7.3. Media Utama | 56 |
| III.2.7.4. Media Pendukung | 57 |
| III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media | 59 |
| III.3. Konsep Visual | 62 |
| III.3.1. Format Desain | 62 |
| III.3.2. Tata Letak (<i>Layout</i>) | 66 |
| III.3.3. Tipografi | 70 |
| III.3.4. Ilustrasi | 71 |
| III.3.5. Warna | 73 |

| | |
|------------------------------------------------|-----------|
| III.3.6. Audio | 74 |
| BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI | 75 |
| IV.1. Teknis Produksi | 75 |
| IV.2. Media Utama | 75 |
| IV.3. Media Pendukung | 90 |
| BAB V.KESIMPULAN & SARAN | 95 |
| V.1. Kesimpulan | 95 |
| V.2. Saran | 95 |
| DAFTAR PUSTAKA | 96 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar I.1. Logo Geoff Max | 2 |
| Gambar II.1. Sepatu Geoff Max Maverick BW STZ | 8 |
| Gambar II.2. Gudang penyimpanan produksi sepatu Geoff Max | 9 |
| Gambar II.3. Sepatu FYC Footwear x Wormhole | 10 |
| Gambar II.4. Sepatu Saint Barkley x Horny Cupcakes x Muklay | 11 |
| Gambar II.5. Sol luar sepatu Compass | 12 |
| Gambar II.6. Sol luar sepatu Geoff Max | 12 |
| Gambar II.7. Kolaborasi Geoff Max & Iron Maiden | 15 |
| Gambar II.8. Kolaborasi Geoff Max & PAC-MAN | 15 |
| Gambar II.9. Kolaborasi Geoff Max & The Popo | 16 |
| Gambar II.10. Grafik identitas: jenis kelamin responden | 17 |
| Gambar II.11. Grafik identitas: alamat responden | 18 |
| Gambar II.12. Grafik identitas: Pendidikan terakhir responden | 18 |
| Gambar II.13. Grafik identitas: pekerjaan responden | 19 |
| Gambar II.14. Grafik: pengkategorian responden | 19 |
| Gambar II.15. Grafik: awal mengetahui Geoff Max | 20 |
| Gambar II.16. Grafik: tidak tahu Geoff Max | 21 |
| Gambar II.17. Grafik: tahu dan punya produk Geoff Max | 21 |
| Gambar II.18. Grafik: tempat membeli produk Geoff Max | 22 |
| Gambar II.19. Grafik: seberapa sering responden membeli sepatu | 22 |
| Gambar II.20. Grafik: alasan menyukai Geoff Max | 23 |
| Gambar II.21. Grafik: pengetahuan tentang kolaborasi Geoff Max | 24 |
| Gambar II.22. Grafik: ketertarikan akan pembelian berdasarkan kolaborasi | 24 |
| Gambar II.23. Grafik: saran agar responden tertarik untuk membeli | 25 |
| Gambar III.1. Foto personel Bring Me The Horizon | 35 |
| Gambar III.2. Desain tipografi Bring Me The Geoff Max | 36 |
| Gambar III.3. <i>Mandatory</i> | 36 |
| Gambar III.4. Video Musik SIAMES | 38 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar III.5. Cuplikan film animasi The Amazing World of Gumball | 39 |
| Gambar III.6. Timeless Hi edisi Pacman..... | 40 |
| Gambar III.7. Sepatu Fury Geoff Max..... | 40 |
| Gambar III.8. <i>Storyboard</i> tahap <i>attention</i> | 45 |
| Gambar III.9. <i>Storyboard</i> tahap <i>interest</i> | 46 |
| Gambar III.10. <i>Storyboard</i> tahap <i>search</i> | 48 |
| Gambar III.11. <i>Storyboard</i> tahap <i>action</i> | 50 |
| Gambar III.12. <i>Storyboard</i> tahap <i>share</i> | 51 |
| Gambar III.13. Contoh gambar pada seluloid film Beavis Butthead | 53 |
| Gambar III.14. Pembuatan film animasi Kubo and The Two Strings | 53 |
| Gambar III.15. Pembuatan film animasi Toy Story | 54 |
| Gambar III.16. Cuplikan film animasi The Amazing World of Gumball | 57 |
| Gambar III.17. Poster konser Bring Me The Horizon | 60 |
| Gambar III.18. Ilustrasi <i>band</i> Gorillaz | 62 |
| Gambar III.19. Format desain kaos | 63 |
| Gambar III.20. Format desain papan <i>skateboard</i> | 64 |
| Gambar III.21. Format desain handuk wajah | 64 |
| Gambar III.22. Format desain <i>flyer</i> | 64 |
| Gambar III.23. Format desain <i>goodie bag</i> | 65 |
| Gambar III.24. Format desain botol aluminium..... | 65 |
| Gambar III.25. Format desain <i>bucket hat</i> | 66 |
| Gambar III.26. Tata letak animasi | 66 |
| Gambar III.27. Tata letak kaos | 67 |
| Gambar III.28. Tata letak papan <i>skateboard</i> | 67 |
| Gambar III.29. Tata letak handuk wajah | 68 |
| Gambar III.30. Tata letak <i>flyer</i> | 68 |
| Gambar III.31. Tata letak <i>goodie bag</i> | 69 |
| Gambar III.32. Tata letak botol minum | 69 |
| Gambar III.33. Tata letak <i>bucket hat</i> | 70 |
| Gambar III.34. <i>Typeface</i> Evil Empire | 70 |
| Gambar III.35. <i>Typeface</i> Fira Sans..... | 71 |
| Gambar III.36. Karakter tokoh Bring Me The Horizon | 72 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar III.37. Palet Warna Perancangan | 73 |
| Gambar III.38. Warna jingga pada konten Instagram Geoff Max..... | 73 |
| Gambar III.39. Poster <i>Post Human European Tour</i> | 74 |
| | |
| Gambar IV.1. Sketsa pada tahap <i>attention</i> | 76 |
| Gambar IV.2. Sketsa pada tahap <i>interest</i> | 77 |
| Gambar IV.3. Sketsa pada tahap <i>search</i> | 77 |
| Gambar IV.4. Sketsa mesin <i>arcade</i> pada tahap <i>action</i> | 78 |
| Gambar IV.5. Mesin <i>arcade</i> pacman | 78 |
| Gambar IV.6. Sketsa pada tahap <i>action scene 3 dan scene 4</i> | 79 |
| Gambar IV.7. Honda CB400SS | 79 |
| Gambar IV.8. Sketsa pada tahap <i>action scene 5</i> | 80 |
| Gambar IV.9. Trik <i>kick flip</i> | 80 |
| Gambar IV.10. Sketsa pada tahap <i>share</i> | 81 |
| Gambar IV.11. Visual akhir dari tahap <i>attention scene 2</i> | 82 |
| Gambar IV.12. Visual akhir dari tahap <i>interest scene 1</i> | 82 |
| Gambar IV.13. Visual akhir dari tahap <i>interest scene 2</i> | 83 |
| Gambar IV.14. Visual akhir dari tahap <i>interest scene 3</i> | 84 |
| Gambar IV.15. Visual akhir dari tahap <i>search scene 2</i> | 84 |
| Gambar IV.16. Visual akhir dari tahap <i>search scene 4</i> | 85 |
| Gambar IV.17. Visual akhir dari tahap <i>action scene 1 dan 2</i> | 86 |
| Gambar IV.18. Visual akhir dari tahap <i>action scene 3 dan 4</i> | 86 |
| Gambar IV.19. Visual akhir dari tahap <i>action scene 5</i> | 87 |
| Gambar IV.20. Visual akhir dari tahap <i>share scene 2</i> | 88 |
| Gambar IV.21. Visual akhir dari tahap <i>share scene 3</i> | 88 |
| Gambar IV.22. Visual akhir dari tahap <i>share scene 4</i> | 89 |
| Gambar IV.23. Visual akhir dari tahap <i>share scene 5</i> | 89 |
| Gambar IV.24. Kaos promosi Bring Me The Geoff Max | 90 |
| Gambar IV.25. Papan <i>Skateboard</i> | 91 |
| Gambar IV.26. Handuk Wajah | 92 |
| Gambar IV.27. <i>Flyer</i> | 92 |
| Gambar IV.28. <i>Goodie Bag</i> | 93 |

| | |
|-------------------------------------------|----|
| Gambar IV.29. Botol minum aluminium | 94 |
| Gambar IV.30. <i>Bucket Hat</i> | 94 |

DAFTAR TABEL

| | |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel II.1. Analisis SWOT Geoff Max | 13 |
| Tabel II.2. Analisis 5W+H | 27 |
| | |
| Tabel III.1. <i>Consumer Journey</i> | 33 |
| Tabel III.2. <i>Storyline & shot list</i> tahap <i>attention</i> | 41 |
| Tabel III.3. <i>Storyline & shot list</i> tahap <i>interest</i> | 41 |
| Tabel III.4. <i>Storyline & shot list</i> tahap <i>search</i> | 42 |
| Tabel III.5. <i>Storyline & shot list</i> tahap <i>action</i> | 43 |
| Tabel III.6. <i>Storyline & shot list</i> tahap <i>share</i> | 44 |
| Tabel III.7. Waktu Penyebaran Media | 60 |
| Tabel III.8. Tempat Penyebaran Media | 61 |