

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan *pitch bible* “Sekar Mekar” merupakan salah satu tahap yang perlu dilewati untuk bisa menawarkan kerjasama IP (*Intellectual Property*) “Sekar Mekar” ke pihak ketiga. Dalam tahap tersebut, ada pula tahap-tahap lagi di dalamnya yang semuanya menjadi dasar dalam perancangan ini, yang bermula dari mengidentifikasi data, analisis data, merancang konsepnya, dan yang terakhir memvisualisasikannya ke dalam bentuk *slide* presentasi dan buku.

Dalam mengidentifikasi data dan menganalisisnya, tentu saja dibutuhkan datanya terlebih dahulu. Data diperoleh dari riset terhadap sumber informasi IP “Sekar Mekar”, yaitu komik “*Bloomong Flower*”, riset target audiens, dan yang tak kalah penting, riset target *buyers*. Hasil riset yang didapat dari komik “*Blooming Flower*” adalah data visual dan cerita IP, riset target audiens mendapat data profil anak umur 8-15 tahun, dan riset target *buyers* mendapatkan profil studio produser animasi di Indonesia yang satu visi dengan “Sekar Mekar”

Kemudian berdasarkan semua data yang sudah dianalisis, dibuatlah perencanaan tentang konsep *pitch bible* IP “Sekar Mekar”, baik dari segi visual maupun konten. Segi visual meliputi keseluruhan desain *layout*, serta desain karakter dan desain *environmental* dari “Sekar Mekar”. Dari segi kontennya diawali dengan pengenalan terhadap IP, penyajian visual IP, dan perencanaan *roadmap* IP. *Roadmap* terdiri dari media yang paling sederhana yaitu media sosial, NFT (*Non-Fungible Tokens*), buku cerita, *merchandise*, hingga media utama yang diinginkan yaitu film animasi.

Pada proses yang terakhir, yaitu visualisasi karya, diawali dengan menerjemahkan konsep-konsep yang telah diancang dari bahasa verbal menjadi bahasa visual. Sehingga, tergambarkanlah bentuk ikonik, tipe huruf, dan warna yang akan menjadi dasar visualisasi karya. Baru setelah itu, proses desain karya bisa dimulai, dimulai dari logo, desain karakter, desain *environmental*, *IP Roadmap Planning*, serta desain *layout* dari buku cetak dan *slide* presentasi.

Tentunya, perancangan ini masih menjadi langkah awal dari perjalanan IP “Sekar Mekar”. Dengan adanya *pitch bible* sebagai pedoman awal IP “Sekar Mekar”, tahap-tahap selanjutnya yang akan dilakukan untuk terus menghidupkan IP ini menjadi lebih jelas, yang tentunya akan membuka peluang lebih pula untuk menjalin *partnership*, kolaborasi, maupun mendapatkan *buyers*. Sama halnya seperti IP-IP lainnya, semuanya bemula dari langkah-langkah kecil, yang walaupun tidak sempurna namun tetap memiliki keinginan untuk terus maju dengan membawa banyak pelajaran dari ketidaksempurnaan itu. Sehingga, di tengah kemajuan industri kreatif Indonesia ini, IP “Sekar Mekar” juga mampu ikut berjalan maju dalam beberapa tahun kedepan.

B. Saran

Setelah proses perancangan tugas akhir yang telah dilalui, diperoleh saran-saran sebagai berikut,

1. Indonesia membutuhkan banyak IP (*Intellectual Property*) baru yang mampu bersaing dengan IP luar. Diharapkan bagi yang tertarik dengan bidang ini, khususnya pembelajar desain komunikasi visual, bisa masuk ke IP yang sesuai dengan kemampuan dan ketertarikannya masing-masing. Selain bentuk animasi, IP pun bisa berbentuk, komik, *game*, buku cerita, dan masih banyak lagi.
2. “Sekar Mekar” adalah IP yang cukup fleksibel dalam pengembangannya ke bentuk media yang lain. Selain itu, IP ini juga membuka banyak peluang kerjasama. Maka diharapkan bagi siapapun yang tertarik dengan IP ini dan memiliki keinginan untuk merancang media baru yang cocok untuk IP “Sekar Mekar” dapat mengontak tim Sekar Mekar lewat email maupun instagram.
3. Pada awalnya, “Sekar Mekar” masih memiliki tujuan yang gamblang yang hanya berfokus pada satu media yaitu film animasinya saja, sedangkan itu menimbulkan kesulitan dalam merencanakan *roadmap* yang konkrit. Padahal IP yang bagus adalah IP yang memiliki unsur fleksibilitas dan *longevity* atau ketahanan. Oleh karena itu, disarankan untuk *IP creator* untuk berani terbuka dengan media lain di luar *core* media IP itu sendiri.

4. Umumnya waktu yang diberikan untuk *pitching* bisa terbilang singkat, sehingga *pitch bible* yang berbentuk *slide* presentasi tidak perlu dibuat terlalu panjang supaya presentasi tidak bertele-tele dan menjadi kurang fokus ke hal yang prioritas. Di samping itu, hal tersebut juga memengaruhi daya serap audiens terhadap informasi IP yang disampaikan. Dengan demikian, para calon kolaborator dan *buyers* akan lebih percaya terhadap IP yang akan diajak kerjasama.



DAFTAR PUSTAKA

- Adera, Bruno, *Full Length Animated Feature*, Hastings House Pub, 1989
- Airey, David, *Logo Design Love*, Berkeley: New Riders, 2010
- Astuti, Yuana (46 th.), Direktur Pemasaran Ekonomi Kreatif Kemenparekraf, wawancara tanggal 19 Januari 2021, Jakarta
- Graham, Lisa, *Basic of Design: Layout and Typography for Beginner*, Cengage Learning, 2012
- Lorenzo, Marmorato, *How Entertainment Companies Are Changing Their Organization: An Analysis on Media Franchise Management and How The Movies Distribution Could Change in The Future*, Pengkajian S-2 Program Studi *Business and Management*, Luis Gardo Carli, 2020
- Milic, Lea. & McConville, Yasmin, *The Animation Producer's Handbook*, Crows Nest: Allen & Unwin, 2006
- Ramadan, Djadu, *Makna Pesan Budaya Tradisional dalam Film: Analisis Semiotik Budaya Bugis-Makassar dalam Film 'Uang Panai' Mahar!*, Pengkajian S-1 Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, 2018
- Santoso, Bambang G., *Intellectual Property Animasi di Indonesia dalam Buku Katalog Nganimasi Indonesia dalam Jurnal Bahasa Rupa*, Vol. I/02. April 2018
- Shamsudin, Abu K., *Evaluating Content Based Animation through Concept Art dalam International Journal of Trends in Computer Science*, Vol. II/11, Januari 2013