PERANCANGAN ASET VISUAL BERTEMA *DAILY LIFE LESSON* UNTUK *BRAND* POPALE

TUGAS AKHIR PERANCANGAN

Diajukan Oleh:

MUTIARA ALE

NIM: 1510171124

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2020

PERANCANGAN ASET VISUAL BERTEMA *DAILY LIFE LESSON* UNTUK *BRAND* POPALE

TUGAS AKHIR PERANCANGAN

Diajukan Oleh:

MUTIARA ALE

NIM: 1510171124

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2020

Tugas Akhir Penciptaan berjudul :
PERANCANGAN ASET VISUAL BERTEMA *DAILY LIFE LESSON* UNTUK *BRAND* POPALE diajukan oleh Mutiara Ale , NIM.1510171124, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada tanggal 22 Juli 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota

Aditya Utama S.Sos., M.Sn.
NIP. 19840909 201404 1 001 / NIDN 0009098410

Pembimbing II/Anggota

Edi Jatmiko, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19850103 201504 1 001/ NIDN 00030198507

Cognate/Anggota

Drs. Arif Agung Suwasono, M.Sn
NIP. 19671116 199303 1 001 / NIDN 0016116701

Ketua Program Studi/Ketua/Anggota

Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19720909 200812 1 001/ NIDN 0009097204

Ketua Jurusan Desain/Ketua

Martino Dwi Nugroho, .S.Sn., MA.
NIP. 19770315 200212 1 005/ NIDN 0015037702

Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Timbul Raharjo, M.Hum.
NIP. 19691108 199303 1 001/ NIDN 0008116906

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan nama :

Nama : Mutiara Ale

NIM : 1510171124

Fakultas : Seni Rupa

Jurusan : Desain

Prodi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan bahwa laporan Karya Tugas Akhir berjudul "PERANCANGAN ASET VISUAL BERTEMA *DAILY LIFE LESSON* UNTUK *BRAND* POPALE *"* yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, merupakan karya hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan dari penulis sendiri, baik dari naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai sebagai bagian dari laporan Tugas Akhir ini. Apabila terdapat karya orang lain, penulis akan mencantumkan sumber secara jelas.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Yogyakarta, 24 Juli 2020

Mutiara Ale

1510171124

LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mutiara Ale

Nomor Mahasiswa : 1510171124

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni Rupa

Jenis : Tugas Akhir Perancangan

Demi Pengembangan Ilmu Pengetahuan, saya menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir dengen Judul "PERANCANGAN ASET VISUAL BERTEMA DAILY LIFE LESSON UNTUK *BRAND* POPALE" Dengan ini menyatakan :

1. Memberi Hak bebas *royalty* kepada perpustakaan ISI Yogyakarta atas penulisan karya Ilmiah saya, demi pembangunan ilmu pengetahuan.
2. Memberi hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkannya dalam bentuk *softcopy* untuk kepentingan akademis kepada Perpustakaan ISI Yoyakarta, tanpa perlu melibatkan izin dari Saya, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakan ISI Yogyakarta dari semua bentuk tuntutan hokum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan semoga dapat digunakan semestinya.

Yogyakarta, 24 Juli 2020

Mutiara Ale

1510171124

Semakin banyak salah semakin banyak belajar
tapi jangan keashiqan

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan segala semesta alam dan karunianya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan sungguh-sungguh.

Perancangan Tugas Akhir merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan studi Strata Satu (S1) . PERANCANGAN ASET VISUAL BERTEMA *DAILY LIFE LESSON* UNTUK *BRAND* POPALE yang efektif dalam mengangkat isu *Daily Life Lesson* agar dapat membangun *awareness* kepada target audiens dan menciptakan produk yang sesuai dengan tema *Daily Life Lesson*. Perancangan ini guna membantu *brand* Popale untuk memperkenalkan *brand*nya dan membangun *awareness* kepada konsumen dan calon konsumen.

Secara personal penulis telah mengerjakan perancangan ini secara maksimal, namun tentu saja tidak ada perancangan yang sempurna dan masih ada kekurangan dari beberapa aspek, salah satunya dalam mewujudkan beberapa karya yang seharusnya diwujudkan sebelum pengumpulan tetapi hanya bisa menggunakan mock up dikarenakan pandemi yang membuat harus membatasi jarak berkumpul. Kedepannya penulis berharap akan ada banyak perancangan yang mengangkat isu sehari hari *(Daily Life Lesson)* dan membantu *brand* lokal menaikkan awarnessnya.

.

.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih atas peran serta dari berbagai pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis haturkan banyak terima kasih kepada mereka, selain itu penulis juga memohon maaf atas kesalah yang disengaja maupun tidak disengaja selama proses pengerjaan tugas akhir ini. Penulis secara khusus mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., selaku rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. Timbul Raharjo, M.Hum., Selaku Dekan Fakultas Seni Indonesia Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Indiria Maharsi, M. Sn., Selaku Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual Indonesia Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Aditya Utama, S.Sos., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I dan dosen wali yang sabar menghadapi saya.
5. Edi Jatmiko, S.Sn., M.Sn., Selaku Dosen Pembimbing II
6. Seluruh Dosen Komunikasi Visual dan staf
7. Orang Tua yang sudah membayari kuliah saya dan adik-adik saya yang setia mengganggu.
8. Teman teman yang setia mendengar keluh kesah saya Dedek,Dhea, dan Maksum.
9. Sobat playon, Tutti Frutti dan racikan keluarga yang saling menyemangati bersama Regina, April, Sari, Wangi.
10. Teman teman tapi to Angga, Yongki, ifan.
11. Teman teman KBBI OAO khususnya mentor saya mas Dedi Rokkinvisual dan Mas Eruan yang sudah membantu selama proses pembelajaran saya.
12. Kepada teman teman kampus ISI Yogyakarta yang tidak bisa disebutkna semuanya.
13. Dan terakhir terimakasih kepada diri saya sendiri.

ABSTRAK

Empati merupakan salah satu perasaan penting dalam kehidupan sehari-hari. Pada zaman sekarang ini orang-orang cenderung melupakan perasaan empati dan mudah menjustifikasi pilihan orang. Berdasarkan hal tersebut sebuah *brand* asal Jogja merasa perlu menyuarakan isu tersebut. Popale *brand* asal Jogja hadir ditengah masyarakat untuk menyuarakan isu tersebut dengan tema "*Daily Life Lesson"*. Isu *Daily Life Lesson* yang dimaksud sendiri adalah mengambil dalam kehidupan sehari-hari yang diolah kedalam sebuah karya ilustrasi dan dituangkan ke berbagai macam media seperti kemeja dan totebag. Popale diciptakan untuk memberi warna baru diantara *brand* fashion lainnya. Dengan adanya perancangan komunikasi visual ini diharapkan Popale lebih dikenal oleh masyarakat dan dapat menaikkan omset dari Popale sendiri.

Kata kunci : *brand fashion, empati, Daily Life Lesson*

ABSTRACT

Empathy is one of the most important feelings in everyday life. Nowadays people tend to forget to empathize with other people and easily justify people's choices. Based on that fact, a brand from Yogyakarta felt the need to talk about this issue. Popale brand from Jogja who felt that these issues need to be heard by a lot of people to raise the feeling of empathy. Popale gave this issue a named called "Daily Life Lesson". The issue of Daily Life Lessons is taking about insights in everyday life that are turned into an illustration work and applied to different media such as shirts and tote bags. Popale was created to give a new color among other fashion brands. With this visual communication design, it is hoped that Popale will give more perspective so people tend to more empathize with other people and popale will be better known by the public and can increase the awareness of the brand itself.

Keywords : brand fashion, empathy, Daily Life Lesson

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **VI**
UCAPAN TERIMA KASIH ..... **VII**
ABSTRAK ..... **VIII**
ABSTRACT ..... **IX**
DAFTAR ISI ..... **X**
DAFTAR GAMBAR ..... **XII**
DAFTAR TABEL ..... **XIV**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **XV**
LATAR BELAKANG **1**
A. LATAR BELAKANG 1
B. RUMUSAN MASALAH 3
C. TUJUAN PERANCANGAN 3
D. BATASAN MASALAH 3
E. MANFAAT PERANCANGAN 3
F. METODE PERANCANGAN 4
G. DEFINISI OPERASIONAL 6
I. SKEMATIKA PERANCANGAN 8
BAB II **9**
IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA **9**
A. DATA OBJEK PERANCANGAN 9
B. LANDASAN TEORI 14
C. KAJIAN PUSTAKA 22
D. ANALISIS DATA 23
E. KESIMPULAN 25
F. USULAN PEMECAHAN MASALAH 26
BAB III **27**
KONSEP PERANCANGAN **27**
A. KONSEP PERANCANGAN 27
1. Tujuan perancangan *27*
2. Strategi perancangan *27*
B. STRATEGI KREATIF 27
1. Tujuan Kreatif *27*
2. Strategi Kreatif *28*
3. Program Kreatif *29*
C. PROGRAM MEDIA 39
BAB IV **41**
VISUALISASI PERANCANGAN **41**

A. PENJARINGAN IDE 41
1. Studi Visual *41*
2. Warna *41*
3. Tipografi *42*
B. PENGEMBANGAN VISUAL 42
C. PENGAPLIKASIAN ASET VISUAL PADA PRODUK 50
D. GSM (GRAPHIC STANDAR MANUAL) 53
E. KATALOG TUGAS AKHIR 54
F. POSTER PAMERAN TUGAS AKHIR 55
BAB V 56
PENUTUP 56
DAFTAR PUSTAKA 58
DAFTAR LAMPIRAN 60

DAFTAR GAMBAR

Gb 2. 1 Logo Popale (sumber : mutiara ale 2020) 10
Gb 2. 2 kemeja polos (sumber : mutiara ale 2020) 10
Gb 2. 3 Totebag (sumber : mutiara ale 2020) 11
Gb 2. 4 Pouch (sumber : mutiara ale 2020) 11
Gb 2. 5 Sosial media Ana artine (sumber : instagram AnaArtine) 12
Gb 2. 6 Produk Kemeja (sumber : Instagram AnaArtine) 12
Gb 2. 7 Outer (sumber : Instagram AnaArtine) 13
Gb 2. 8 Totebag (sumber : Instagram AnaArtine) 13

Gb 3. 1 Tren twitter (sumber : dok Mutiara Ale 2020) 30
Gb 3. 2 Contoh tweet (sumber : twitter @Vinaoktavi) 30
Gb 3. 3 Contoh tweet (sumber : twitter @septian_aryo) 32
Gb 3. 4 Contoh Tweet (sumber : twitter @bentarabumi) 32
Gb 3. 5 Color Pallate (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 33
Gb 3. 6 referensi ilustrasi (sumber : noritake) 33
Gb 3. 7 referensi quotes (sumber : nkcthi) 33
Gb 3. 8 jenis font (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 34
Gb 3. 9 Layout Kemeja (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 34
Gb 3. 10 Layout Kemeja (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 34
Gb 3. 11 Layout Kemeja (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 35
Gb 3. 12 Layout Totebag (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 35
Gb 3. 13 layout pouch (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 35
Gb 3. 14 layout feed (sumber: mutiara ale 2020) 36
Gb 3. 15 referensi ilustrasi (sumber : fukagawa) 36
Gb 3. 16 Size chart (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 37
Gb 3. 17 Size chart (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 37
Gb 3. 18 size chart (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 38
Gb 3. 19 size instagram (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 38

Gb 4. 1 referensi artwork (sumber : instagram @problemanona) 41
Gb 4. 2 color palatte (sumber : Dok Mutiara Ale 2020)) 41
Gb 4. 3 Tipografi (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 42
Gb 4. 4 referensi visual (sumber : alodokter dan tribun) 42
Gb 4. 5 referensi visual (sumber : detik.id) 42
Gb 4. 6 sketsa 1 (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 43
Gb 4. 7 Aset Isu 1 (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 43
Gb 4. 8 referensi visual (sumber : thesun.uk , alodokter) 44
Gb 4. 9 Sketsa Isu 2 (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 44
Gb 4. 10 Aset Isu 2 (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 45
Gb 4. 11 referensi visual (sumber : ffmagazine.co 45
Gb 4. 12 referensi visual (sumber : turbobaby.net) 46
Gb 4. 13 Sketsa Isu 3 (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 46
Gb 4. 14 Aset artwork 3 (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 47

Gb 4. 15 referensi visual 9sumber : dissolve.com)..... 48
Gb 4. 16 Sketsa isu 4 (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 48
Gb 4. 17 Aset visual artwork isu 4 (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 49
Gb 4. 18 Mockup pengaplikasian aset pada produk (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 50
Gb 4. 19 Mockup pengaplikasian aset pada produk (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 51
Gb 4. 20 Pengaplikasian aset pada konten (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 52
Gb 4. 21 GSM tugas akhir (sumber : Dok Mutiara Ale 2020) 53
Gb 4. 22 Katalog Tugas Akhir (sumber dok mutiara ale 2020)..... 54
Gb 4. 23 Poster Tugas Akhir (sumber dok mutiara ale 2020) 55

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jadwal Konten (sumber dok mutiara ale 2020) 39
Tabel 3. 2 Jadwal Konten (sumber dok mutiara ale 2020) 40
Tabel 3. 3 Jadwal Konten (sumber dok mutiara ale 2020) 40
Tabel 3. 4 Jadwal Konten (sumber dok mutiara ale 2020) 40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Quisoner (sumber : Dokumentasi Mutiara Ale 2020)..... 60
Lampiran. 2 Quisoner (sumber : Dokumentasi Mutiara Ale 2020)..... 60
Lampiran. 3 Narasumber 3(sumber : Dokumentasi Mutiara Ale 2020) 61
Lampiran. 4 Narasumber 4(sumber : Dokumentasi Mutiara Ale 2020) 61
Lampiran. 5 Narasumber 2 (sumber : Dokumentasi Mutiara Ale 2020) 61
Lampiran. 6 Narasumber 1 (sumber : Dokumentasi Mutiara Ale 2020) 61
Lampiran. 7 sidang online (sumber : Dokumentasi Mutiara Ale 2020) 62
Lampiran. 8 Foto Sidang (sumber : Dokumentasi Mutiara Ale 2020) 62

BAB I

LATAR BELAKANG

A. Latar Belakang

Empati merupakan salah satu perasaan penting dalam kehidupan sehari-hari. Pada zaman sekarang ini orang-orang cenderung melupakan perasaan empati dan mudah menjustifikasi pilihan orang lain. Mulai dari perkara kecil hingga perkara besar rasa empati sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Dengan mempunyai perasaan empati seseorang akan lebih berhati-hati dan tidak mudah menjustifikasi. beberapa kasus yang sempat viral dalam waktu ini dimana masyarakat cenderung mudah menjustifikasi hingga berujung menjadi ujaran kebencian, mulai dari perihal sepele seperti siapa yang lebih lelah bekerja, hingga masalah pemilihan menjalani hubungan.

Dalam salah satu videonya, Kitabisa.com mengangkat perbedaan arah pandang tentang kantoran vs seniman. Video eksperimental tersebut menceritakan tentang orang-orang kantoran yang memaparkan opini kerja sesuai passion itu tidak masuk akal karena menurutnya itu egois karena seharusnya orang mengerjakan yang sudah menjadi amanah dan mengerjakannya dengan passion. Sedangkan orang seniman mempunyai idealisnya sendiri, tetapi pada akhirnya antara tim kantoran dan tim seniman mempunyai perasaan suka dan duka sendiri yang membuat satu sama lain lebih bisa berempati. Sampai di akhir video semua sepakat bahwa kita tidak berhak menghakimi pilihan profesi orang lain.

Berdasarkan pemaparan tersebut ditemukan penelitian yang mengangkat isu tersebut. Menurut Kepala Pusat Studi Kebudayaan, Dr. Aprinus Salam, M.Hum, yang mengatakan bahwa berbagai bentuk kekerasan dan konflik yang terjadi belakangan ini merupakan akibat dari minimnya budaya empati pada masyarakat Indonesia. Rendahnya empati ini menurut Aprinus dikarenakan akar kultural Indonesia tidak dilandasi dengan akar kultural yang mapan. Aprinus mencontohkan saat ini masih saja berkembang sejumlah pernyataan-pernyataan yang banyak digunakan masyarakat yang bersifat diskriminatif. Misalnya mengejek orang lain

seperti pembantu ataupun pekerjaan kasar lainnya. Padahal dengan pernyataan-pernyataan tersebut justru membangun dan memperbesar perbedaan antar individu. Oleh karena itu hal tersebut harus diminimalisir agar kondisi di masyarakat tetap kondusif.

Pada video dan jurnal tersebut dapat disimpulkan bahwa sebenarnya konflik perbedaan dan gemar menghakimi sebenarnya bisa diminimalisir dengan cara seseorang harus mempunyai berbagai banyak referensi *insight*, mengenal banyak kalangan dan berbagai macam orang. Sehingga seseorang yang awalnya mudah menjustifikasi suatu perbedaan menjadi lebih berempati.

Popale, sebuah *brand* clothing Jogja dimana saat anak muda Jogja sedang menyukai gaya berbusana hypebeast yang fokus pada produk kemeja dengan sentuhan artwork milenial yang mengandung sebuah pesan tentang isu-isu empati. Isu empati yang dimaksud oleh Popale meliputi empati terhadap perbedaan pilihan hidup dan empati terhadap perbedaan cara pandang seseorang. dari kepedulian tersebut Popale ingin mengangkat isu keseharian dan empati dengan judul *Daily Life Lesson* ke dalam *brand* Popale. *Daily Life Lesson* menurut popale sendiri adalah tema dimana Popale bisa membagikan *insight* sehari -hari yang nantinya di cari jalan tengah yang di jadikan *life lesson* yang bisa diolah menjadi sebuah rancangan *Daily Life Lesson* yang bisa di aplikasikan ke berbagai media.

Berdasarkan pemaparan tersebut dibutuhkan sebuah rancangan aset visual sebagai solusi dalam menyampaikan isu *Daily Life Lesson* agar nantinya *brand* popale dapat menggunakan aset tersebut ke berbagai macam media. Selain itu berdasarkan pemaparan masalah yang ada dibutuhkan solusi untuk mengurangi konflik dan melatih sifat empati kepada masyarakat. *Daily Life Lesson* di sini hadir sebagai solusi untuk menambah perspektif agar masyarakat tidak mudah menjustifikasi dan lebih berempati terhadap suatu isu yang ada. Kumpulan poin *Daily Life Lesson* dapat di sampaikan dengan aset visual maka dari itu dibutuhkan Perancangan aset visual bertema *Daily Life Lesson* untuk *brand* popale. Bentuk aset visual yang akan digunakan nantinya menggunakan berbagai macam jenis ilustrasi sepeti komik

singkat, ilustrasi tunggal dan juga tipografi quotes. Perancangan aset visual nantinya akan dirancang berdasarkan hasil riset dan juga proses kreatif yang matang dan juga sesuatu target audiens.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang aset visual bertema *Daily Life Lesson* untuk *brand* Popale.

C. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan ini adalah untuk merancang aset visual *Daily Life Lesson* untuk *brand* Popale agar dapat membangun *awareness* Popale kepada target audiens dan menciptakan produk yang sesuai dengan tema *Daily Life Lesson.*

D. Batasan Masalah

Merancang aset visual *Daily Life Lesson* yang nantinya dapat di aplikasikan ke berbagai macam media.

E. Manfaat Perancangan

Hasil perancangan diharapkan akan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain:

1. Masyarakat Umum : sebagai salah satu media untuk menyampaikan *Daily Life Lesson* yang nantinya dapat memberi *insight* baru dan menambah rasa empati dan diharapkan bisa menjadi salah satu solusi dalam menghadapi perbedaan dan rasa mudah menghakimi.
2. Mahasiswa Desain Komunikasi Visual : sebagai salah satu tambahan referensi tentang perancangan aset visual dan sebagai tambahan ilmu pengetahuan yang diharapkan akan menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam dunia desain komunikasi visual.
3. Target Audiens : dapat menambah perspektif baru yang diharapkan akan memberi dampak dan menambah rasa empati dalam menghadapi berbagai macam isu.

F. Metode Perancangan

1. Riset
   a. Identifikasi persoalan

      Persoalan yang dihadapi Popale adalah persoalan bagaimana merancang *aset visual,* yang nantinya dapat diaplikasikan di berbagai macam media pada *brand* popale.

   b. Data yang dibutuhkan
      1) Data Verbal
         a. Data Primer

            Adapun data verbal yang akan digunakan adalah berbagai macam literatur.
         b. Data Sekunder

            Data sekunder verbal yang akan digunakan adalah wawancara pada target audiens.
      2) Data Visual
         a. Data Primer

            Data primer dari data visual yang akan digunakan adalah referensi style ilustrasi yang sesuai target audiens.
         b. Data Sekunder

            Data sekunder pada pengumpulan data visual adalah referensi berupa foto keseharian yang sesuai target audiens.
2. Metode Pengumpulan Data
   a. Kajian pustaka

      Mencari kajian pustaka melalui *literature* dan jurnal yang berhubungan dengan empati sebagai dasar dari tema *Daily Life Lesson.*
   b. Observasi

      Melakukan observasi dengan cara menggunakan kuesioner untuk mencari data orang yang akan diwawancarai.

c. Wawancara

Hasil dari kuesioner mengambil 5 orang untuk di wawancara mendalam perilaku *Daily Life Lesson*.

3. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada perancangan ini dengan menggunakan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*).

1. *Strength* (Kekuatan) atau disingkat dengan "S", yaitu karakteristik organisasi ataupun proyek yang memberikan kelebihan / keuntungan dibandingkan dengan yang lainnya.
2. *Weakness* (Kelemahan) atau disingkat dengan "W", yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kelemahan pada organisasi ataupun proyek dibandingkan dengan yang lainnya.
3. *Opportunities* (Peluang) atau disingkat dengan "O", yaitu Peluang yang dapat dimanfaatkan bagi organisasi maupun proyek untuk dapat berkembang di kemudian hari.
4. *Threats* (Ancaman) atau disingkat dengan "T", yaitu Ancaman yang akan dihadapi oleh organisasi ataupun proyek yang dapat menghambat perkembangannya.

4. *Brainstorming* dan ideasi

Brainstorming dan ideasi di sini menggunakan cara mengolah data dari SWOT, wawancara, dan observasi yang dikembangkan menjadi ide pokok dan dilakukan sketsa.

5. Perancangan Media

a. Visualisasi Ide

Dalam perancangan ini visualisasi ide yang digunakan adalah gambar bercerita yang sederhana tentang *insight* kehidupan sehari–hari. Berikut tahapan sebagai berikut

1) Mengolah data SWOT dan wawancara
2) Mengumpulkan *insight*
3) Sketsa
4) Visualisasi

5) *Mockup*

b. Merancang *Copywriting*

Rancangan *Copywriting* dilakukan dengan cara mengolah data yang ada dan mencari referensi yang sesuai dan membuat *copy* yang selaras dengan *artwork.*

c. Merancang Aset Visual

Aset visual yang akan dirancang meliputi

1) Sketsa aset
2) Visualisasi sketsa

d. Merancang *Layout*

Dalam perancangan ini terdapat 2 macam rancangan layout yaitu

1) *Layout* Utama
2) *Layout* Pendukung

e. Produksi

Ada 3 tahapan produksi dalam perancangan ini

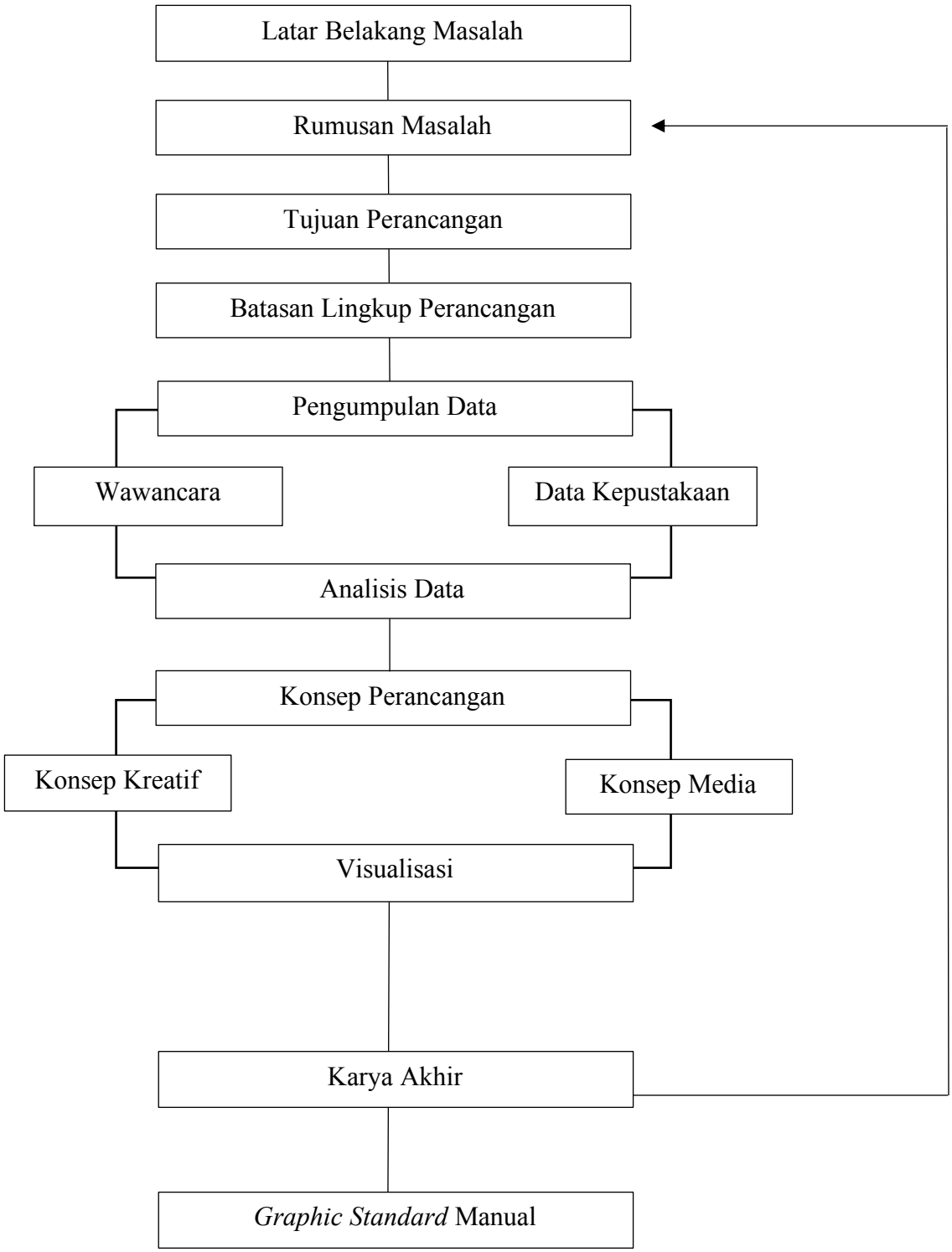
1) Graphic standar manual

2) Pengaplikasian aset visual pada Produk (mockup)
   a. Kemeja (utama)
   b. Totebag
   c. Pouch
3) Pengaplikasian aset visual pada Promosi (mockup)
   a. *Feed* Instagram.

G. Definisi Operasional

1. Menurut George M. Scott perancangan adalah menentukan bagaimana sistem akan menyelesaikan apa yang mesti diselesaikan; tahap ini menyangkut mengonfigurasikan dari komponen-komponen perangkat lunak dan perangkat keras dari suatu sistem, sehingga setelah instalasi dari sistem akan benar-benar memuaskan rancang bangun yang telah ditetapkan pada akhir tahap analisis sistem.

2. Aset visual

   Aset menurut KBBI adalah suatu yang mempunyai nilai tukar, sedangkan visual merupakan sesuatu yang bisa di nikmati dengan indra penglihatan. Aset visual merupakan suatu visual yang mempunyai makna dan nilau tukar yang dapat digunakan pada berbagai macam perancangan.
3. *Daily Life Lesson* merupakan tema yang mengangkat keseharian masyarakat Indonesia dimana dari *insight* keseharian tersebut dapat di ambil inti sari dan pelajaran hidup yang dapat dibagikan kepada target audiens.
4. *Brand* Popale merupakan *brand* asal Jogja yang mengangkat isu empati dengan tema *Daily Life Lesson*. Isu empati diangkat karena maraknya masyarakat yang cepat menjustifikasi seseorang atau suatu kejadian padahal belum memastikan atau belum tentu benar. Hal itu dijadikan tema agar bisa menjadi salah satu solusi dalam mengurangi permasalahan empati ini.

I. Skematika Perancangan