1. LATAR BELAKANG PENCIPTAAN

Perkembangan industri kreatif di era digital ini sudah mendorong banyaknya perubahan pada strategi pemasaran berbagai merek dan projek besar di Indonesia. Persaingan di dalam industri bisnis sekarang menggunakan kemampuan pada membangun citra merek dan juga *storytelling* yang kuat. Dengan tren secara modern terkini, banyak sekali orang menggunakan promosi yang menekankan identitas visual serta *branding* yang emosional melalui media digital seperti animasi dan juga konten visual yang interaktif, contohnya adalah iklan promosi Pocari Sweat dan juga Gojek yang menggunakan animasi untuk mempromosikan produk mereka, tetapi tidak banyak atau bahkan belum sama sekali melihat produk kecantikan di Indonesia yang menggunakan animasi sebagai media promosi. Animasi sekarang diciptakan bukan hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk komunikasi mengenai merek, menceritakan kisah, memberikan informasi, dan mampu memberikan sebuah pesan secara estetis, emosional, dan dapat mudah diingat.

Penulisan skripsi penciptaan ini ditulis dalam rangka menciptakan sebuah karya animasi untuk merek bisnis *startup* local bernama Terran yang beranggota 5 orang. Terran adalah bisnis yang didirikan dibawah naungan Skystar Ventures dan Universitas Multimedia Nusantara pada tahun 2024. Terran telah mengembangkan merek dengan mengenalkan empat varian parfum: *Water Blossom, Mandarin, Hanami,* dan *Tea Ceremony* yang kini sedang dipasarkan secara umum dan *online* dari bulan Juli 2025. Terran memiliki ciri khas dan konsep budaya Asia Timur seperti Jepang, Korea, dan China, menggunakan inspirasi visual dari busaya Asia Timur untuk mengembangkan merek dan juga visual storytelling yang bertujuan untuk menarik daya tarik penonton untuk melihat produk serta tertarik pada kisah dibelakang cerita yang Terran miliki, menekankan keindahan visual dan pengalaman sensorial dari nilai merek. Terran bertujuan untuk mencapai target pasar kalangan masyarakat yang masih remaja muda hingga dewasa yang sudah bekerja, sekitar umur 18-35 tahun yang menyukai tokoh estetik.

Gambar 1.1. Gambar Produk Parfum Terran. Sumber: Penulis (2025).

Terran sendiri melambangkan keterhubungan antara dunia material yang diambil dari tanah atau *terra*, Terran telah melakukan produksi kreatif dalam memasarkan produknya dengan menggunakan film sinematik yang menceritakan sebuah kisah yang mendalam dari masing-masing varian parfumnya. Mulai dari parfum varian *Water Blossom* yang memiliki setting budaya China yang menceritakan tentang ketenangan dengan menggunakan seekor burung jenjang (*crane*) yang elegan dan anggun, menjalani kehidupan bagaikan air yang mengalir di sungai. Varian *Mandarin* yang terletak di setting Korea, menceritakan tentang kisah reinkarnasi bertemu di kehidupan lain dan di cerita ini menggunakan burung tit yang berbentuk bulat seperti buah jeruk mandarin dan memiliki sifat aktif dan ceria. Varian *Hanami* di setting Jepang, yang menceritakan kisah cinta masa muda dengan simbologi benang merah menggunakan simbolisme tokoh kucing putih yang memberikan simbolisme murni, muda, dan kehidupan awal. Dan yang terakhir Tea Ceremony di setting secara general budaya asia, Dimana menceritakan kisah kalau semua orang di dunia ini dapat menikmati peraasaan kebersamaan dan perkumpulan dengan duduk dan meminum teh hangat bersama menggunakan tokoh kelinci yang lembut yang melambangkan kehangatan dan kenyamanan.

Keempat tokoh ini tidak hanya memperkuat identitas visual, tetapi juga menghadirkan storytelling visual yang berdasarkan nilai merek dan selera pasar muda modern yang menghargai estetika Asia Timur. Masing-masing dari desain tokoh memiliki makna dan tokoh yang mencerminkan sifatnya yang juga menjadi simbolisme dari merek Terran sehingga tokoh ini dapat menjadi pendukung dalam visual storytelling projek animasi. Tokoh ini lalu dikembangkan berdasarkan

inspirasi dari 4 aroma parfum Terran yang telah diciptakan sebagai maskot tokoh dan cerita animasi masing-masing parfum. Berdasarkan buku *Fundamentals of Character Design*, di pusat setiap cerita akan ada sebuah tokoh yang memainkan perannya yang penting di masing-masing cerita mereka, menemukan tokoh dalam film, acara televisi, permainan, dan buku, tetapi tokoh tersebut tidak akan ada tanpa desain tokoh. Tugas seorang desainer tokoh adalah untuk menghidupkan tokoh yang menghuni cerita-cerita ini. (Murphy, 2022)

Gambar 1.2. Logo Terran. Sumber: Penulis (2025).

Identitas Merek adalah kumpulan elemen strategis yang dirancang oleh sebuah merek untuk membentuk bagaimana merek tersebut ingin dipersepsikan oleh audiens. Identitas merek bukan hanya logo atau visual, tetapi mencakup nilai, kepribadian, pesan, dan pengalaman yang dibangun secara konsisten. Makna merek dapat dibangun melalui persepsi konsumen terhadap adanya symbol, komunikasi, dan pengalaman merek. (Keller, 2013). Filosofi dari logo Terran berasal dan dirancang dengan filosofi yang merepresentasikan karakter dan nilai utama dari merek tersebut. Ciri khas pada huruf “e” yang dipotong secara horizontal menggambarkan keseimbangan antara dua elemen yang berlawanan, terinspirasi dari konsep yin dan yang dalam budaya Asia Timur. Desain ini juga melambangkan keterhubungan antara dunia material yang diwakili oleh tanah (*terra*) dan dimensi emosional maupun spiritual yang dihadirkan melalui aroma serta storytelling di setiap varian parfum Terran. Secara visual, logo ini mencerminkan visi Terran untuk memadukan kekayaan budaya Timur dengan gaya desain yang modern dan minimalis.

Penggunaan tipografi sans-serif berkesan modern dan elegan, menggambarkan nilai inti merek seperti elegance, simplicity, dan artistry. Proporsi

huruf yang harmonis menonjolkan prinsip minimalisme, yang dalam estetika Timur identik dengan keseimbangan, ketenangan, dan keindahan yang abadi. Selaras dengan konsep Terran yang menggabungkan unsur tradisional dan modern, desain logo ini berhasil menghadirkan perpaduan antara keanggunan Timur dan kesederhanaan desain kontemporer, sehingga tampil relevan dan menarik bagi target pasar utamanya, yaitu generasi Z yang menghargai keunikan dan estetika modern. Logo Terran menggunakan desain yang sederhana dan simple tetapi memiliki sebuah arti yang dalam.

Dalam rangka penciptaan karya ini, Terran memutuskan untuk menciptakan film audio visual dengan teknik animasi pendek yang menggambarkan dan menceritakan masing-masing dari varian parfum Terran untuk memasarkan sisi kreatif dan cerita pesan yang tersirat pada produk parfum untuk mengenal lebih lanjut produk merek Terran, Penulis memiliki tugas untuk menciptakan konsep serta desain tokoh dalam berlangsungnya projek ini. Desain Tokoh berfungsi sebagai personifikasi nilai dan identitas merek. Melalui tokoh animasi, merek dapat menciptakan sebuah figur yang mewakili emosi, gaya hidup, serta nilai dari merek Terran yang lebih mudah dapat diingat oleh konsumen. Animasi secara estetis dapat menyampaikan sebuah narasi visual yang menunjukkan konsep abstrak seperti aroma parfum menjadi sebuah pengalaman visual yang nyata. Dalam konteks ini, dengan menciptakan tokoh animasi dapat menjadi strategi kreatif untuk memperkuat image merek parfum Terran dan konsep bisnis menggunakan animasi bercerita tidak sering dapat dilihat di banyak merek lainnya serta sekaligus mengangkat *value* kultur asia timur yang dianut Terran.

1.1 RUMUSAN DAN FOKUS

Bagaimana proses pembuatan desain tokoh animasi diciptakan sebagai strategi visual storytelling pada identitas merek Terran? Penelitian ini akan difokuskan pada penciptaan desain tokoh yang digunakan dalam projek animasi Terran sebagai strategi untuk mengembangkan *visual storytelling* identitas merek Terran. Secara spesifik bagaimana desain tokoh tersebut menjadi gambaran visual tokoh utama masing-masing cerita dari 2 visual storytelling varian parfum Terran: Mandarin dan

Water Blossom. Desain tokoh animasi memiliki peran penting dalam membangun identitas merek yang kuat dan mudah dikenali. Di era komunikasi visual dan digital saat ini, merek tidak hanya dituntut untuk memiliki produk yang berkualitas, tetapi juga mampu menyampaikan nilai, karakter, dan pesan merek secara efektif kepada audiens.

1.2 TUJUAN PENCIPTAAN

Penciptaan ini bertujuan untuk menyelesaikan keberlangsungan projek tugas akhir dengan menuliskan proses desain tokoh untuk animasi sebagai strategi visual menyampaikan sebuah storytelling yang digunakan sebagai identitas merek Terran. Menjelaskan proses dan metode pengerjaan yang dilakukan dalam rangka mencapai penyelesaian dari penciptaan desain tokoh untuk projek animasi ini.

2. LANDASAN PENCIPTAAN

Pembuatan desain tokoh untuk proyek iklan parfum Terran ini, penulis ingin menghadirkan tokoh yang mampu mempresentasikan sebuah nuansa yang tenang dan elegan yang muncul saat ketika konsumen merasakan aroma parfum Terran. Dari proses pembuatan ini, penulis ingin menciptakan desain tokoh dimana tokoh tersebut dapat menjadi visual untuk brand yang dimiliki oleh *brand image* Terran yang selaras dengan temanya. Untuk membangun naratif visual tersebut, penulis menggunakan teori *Character Design* sebagai landasan terkhususnya dalam aspek *shape* dan *proportion*, sehingga tokoh yang diciptakan memiliki sebuah siluet dan struktur yang sesuai dengan konsep yang ingin disampaikan. Selain itu, penulis juga menerapkan prinsip-prinsip visual khas animasi terinspirasi dari Asia Timur, sehingga elemen budaya yang ditampilkan dapat mendukung tokohisasi dan memperkuat tema estetika keseluruhan dalam karya animasi ini.