

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Badan Usaha

Penulis melakukan magang kewirausahaan yang merupakan bagian dari program Skystar Ventures. Dalam program ini, penulis bekerja sebagai seorang *freelancer* design serta memiliki kewajiban untuk menyusun portofolio pribadi sebagai seorang *freelancer*. Berikut merupakan pemaparan mengenai proyek *self-branding* serta penyusunan portofolio yang telah dilakukan.

2.1.1 Profil Badan Usaha

Dalam program Selfpreneur, penulis memutuskan untuk memfokuskan *self-branding* terhadap lini kerja yang diminati oleh penulis, yakni *branding* dan ilustrasi. Untuk memastikan pelaksanaan *mapping* klien tidak terlalu melebar, penulis mengerucutkan beberapa bidang yang biasanya menggunakan maskot sebagai aset *branding*. Contohnya seperti, edukasi, pariwisata, dan lain sebagainya (Lin, 2019). Berikut merupakan pemaparan mengenai visi, misi, serta rangkuman *branding* Dearlee Design.



Gambar 2.1 Hasil Desain Logo *Self-Branding*

Dearlee merupakan nama *brand* yang ditentukan untuk *self-branding*. Nama Dearlee berasal dari gabungan kata *dearly* dari bahasa Inggris dan nama belakang penulis, yakni Lee. Makna yang ingin disampaikan adalah penulis ingin melakukan yang terbaik ketika membuat desain, baik berupa ilustrasi ataupun *branding* yang diinginkan dari klien.

Untuk membuat logo, penulis telah menentukan tiga kata kunci terlebih dahulu, yakni *whimsical*, *resilience* dan *vulnerable*. *Font* yang digunakan untuk membuat logo di atas adalah *font* buatan penulis yang diberikan nama Coretan Kei. *Font* ini dipilih untuk menyesuaikan dengan kata kunci *vulnerable*, karena penulis ingin menunjukkan kepada audiens bahwa proses desain tidak selalu mulus. Penulis membuat dua jenis logo, yakni gabungan logo *pictorial* dan *wordmark* serta logo *wordmark*. Logo gabungan *pictorial* dan *wordmark* dibuat untuk menyesuaikan dengan kata kunci *whimsical*, karena penulis menampilkan maskot yang seolah mengintip dari bawah teks. Logo gabungan *pictorial* dan *wordmark* akan digunakan sebagai profil akun media sosial dari penulis. Sementara itu, logo *wordmark* sengaja dibuat sebagai logo utama, karena memiliki penerapan yang lebih fleksibel serta lebih *scalable*. Contohnya, sebagai *watermark*, logo pada unggahan, dan lain sebagainya.

Visi dari *brand* Dearlee Design adalah menjadi *creative brand* yang membantu bisnis dan komunitas bercerita secara lebih hangat, personal, dan mudah diingat melalui maskot dan karakter. Sementara itu, misi dari brand Dearlee Design adalah mengembangkan maskot, ilustrasi branding, dan konten edukatif yang membantu *brand* menyampaikan identitas serta pesannya secara lebih menarik, mudah diingat, dan relevan bagi audiens, sekaligus meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap peran maskot dalam strategi branding dan komunikasi visual. Melalui visi dan misi tersebut, Dearlee Design diharapkan dapat membantu *brand* membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens melalui karakter dan maskot yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu menyampaikan cerita, nilai, dan identitas *brand* secara bermakna kepada target audiens.

Tabel 2.1 Strategi Monetisasi *Brand Dearlee*

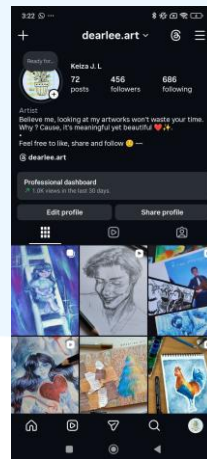
No.	Strategi Monetisasi	Variasi	Range Harga
1.	<i>Commission-Based</i>	Paket <i>brand mascot design</i>	Mulai dari Rp 1.500.000 – 3.000.000
		<i>Add-Ons:</i> - Desain konten media sosial - Desain media sekunder	Mulai dari Rp 50.000 – 1.000.000
2.	<i>Product-Based</i>	<i>Art Print</i>	Mulai dari Rp 85.000 – 150.000
		Stiker	Mulai dari Rp 5.000 – 10.000

Untuk mempermudah proses *freelance*, penulis juga telah menyusun strategi monetisasi yang bisa dilihat pada tabel di atas. Kedua strategi ini ditentukan berdasarkan hasil riset terhadap kompetitor. Lantas, penulis menggabungkan beberapa strategi kompetitor melalui *commission-based* dan *product-based*. Penulis juga menambahkan *add-ons* berupa desain konten media sosial serta desain media sekunder. Tujuannya adalah untuk membantu klien yang masih kebingungan cara menerapkan maskot pada konten serta cara meningkatkan *awareness* melalui konten. Sementara itu, monetisasi dalam bentuk *product-based* akan diterapkan pada akun @dearlee.art, karena

difokuskan untuk membuat ilustrasi serta stiker ataupun pengembangan dalam bentuk *merchandise* lain ke depannya.

2.1.2 Sejarah Badan Usaha

Dearlee bermula sebagai akun untuk mengunggah kumpulan karya ilustrasi pribadi milik penulis sejak tahun 2018. Namun, nama Dearlee sendiri baru dicetuskan pada tahun 2021. Akun yang digunakan merupakan akun Instagram @Dearlee.art. Beberapa contoh ilustrasi yang dibuat merupakan gabungan ilustrasi manual menggunakan cat air, cat poster ataupun cat akrilik, ilustrasi digital serta *art journaling*.



Gambar 2.2 Screenshot Akun Instagram Dearlee.art

Project self-branding ini secara lebih lanjut dimatangkan dengan berpartisipasi dalam program Selfpreneur dari Skystar Ventures. Skystar Ventures sendiri merupakan sebuah program yang membantu *startup* untuk mengembangkan bisnis. Skystar didirikan oleh Dr. Ninok Leksono pada tahun 2013 (Universitas Multimedia Nusantara, 2023) dan sudah terakreditasi sebagai inkubator bisnis dengan klasifikasi A.

Skystar memiliki tiga pilar utama, yakni *Incubator Program*, *Co-working space*, dan *Venture Capital*. *Incubator Program* merupakan sebuah program kewirausahaan dengan total durasi 6 bulan. Tujuannya adalah untuk membantu mahasiswa ataupun alumni UMN untuk mengembangkan ide

bisnis yang dimiliki. *Co-working space* merupakan sebuah program yang menyediakan ruang kerja yang dapat disewa oleh *tenant* ataupun mahasiswa untuk mengadakan *meeting* ataupun berkantor. Terakhir, *Venture Capital* merupakan program pemberian dana VC tahap awal bagi *startup* teknologi yang berkawasan di Asia Pasifik (Universitas Multimedia Nusantara, 2023).

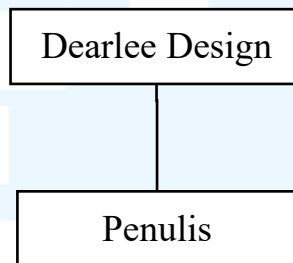
Melalui program Selfpreneur, penulis memutuskan untuk memisah akun *art* serta akun desain menjadi dua akun yang berbeda, yakni @dearlee.art dan @dearlee.design. Tujuannya adalah agar tidak menimbulkan rasa bingung terhadap audiens, karena keduanya memiliki *niche* yang berbeda. Namun, penulis akan tetap mencantumkan nama akun pada bio kedua akun tersebut.

Pada akun @dearlee.art penulis berencana untuk mengembangkan kemampuan di bidang ilustrasi dengan mengunggah ilustrasi tradisional menggunakan *mixed media*, seperti cat *gouache* serta cat air. Ilustrasi tradisional yang dibuat pada akun ini cenderung memiliki gaya surealis dan metaforikal. Alasannya adalah karena penulis memiliki ketertarikan terhadap lukisan yang memiliki makna yang bisa diinterpretasikan secara mendalam dan bersifat *relatable*. Biasanya, inspirasi yang digunakan oleh penulis untuk menciptakan lukisan pada akun @dearlee.art berasal dari berbagai sumber, seperti percakapan dengan teman, hasil sesi konseling, pelajaran yang didapatkan setelah ibadah dan doa pribadi penulis.

Sementara itu, untuk akun @dearlee.design penulis berencana menggunakannya untuk mengunggah konten yang berfokus terhadap *brand mascot design*. Contohnya seperti, tanda-tanda bagi *brand* yang memerlukan maskot, proses desain maskot yang pernah dilakukan oleh penulis, eksplorasi maskot dari benda sehari-hari, dan lain sebagainya. Akun yang ingin difokuskan pada program ini adalah @dearlee.design, karena penulis ingin memperkenalkan diri sebagai seorang *brand mascot designer*. Namun, penulis juga sembari perlahan mengembangkan kemampuan dalam bidang ilustrasi, sehingga bisa perlahan membangun akun @dearlee.art ke depannya.

2.2 Struktur Organisasi Badan Usaha

Struktur organisasi Dearlee disusun secara sederhana, karena merupakan *personal brand* yang dikelola secara mandiri oleh penulis. *Brand* ini dikembangkan di bawah naungan Skystar Ventures dan Universitas Multimedia Nusantara melalui Program BAP. Untuk itu, penulis bertanggung jawab mengembangkan *self-branding*, mencari klien potensial, menjaga hubungan baik dengan klien, mendesain berbagai proyek desain serta membuat konten promosi pada berbagai *platform* media sosial, seperti Instagram, Threads, Behance dan lain sebagainya.



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Dearlee

Meskipun struktur organisasi Dearlee hanya terdiri atas penulis, selama pelaksanaan Program BAP penulis tetap memperoleh pendampingan dari *supervisor* dan *advisor*. *Supervisor* memiliki peran untuk membantu mengarahkan penulis di dalam menentukan arah *self-branding* yang ditentukan selama pelaksanaan program Selfpreneur. *Advisor* memiliki peran untuk membantu mengarahkan penulis di dalam penyusunan laporan magang untuk keperluan program akademik dari Universitas Multimedia Nusantara selama semester 8 DKV.

2.3 Portofolio Badan Usaha

Portofolio yang dimiliki oleh penulis berfokus terhadap *mascot design*. Namun, untuk menambahkan referensi desain lainnya, penulis juga menambahkan beberapa portofolio lainnya yang berhubungan. Contohnya seperti, desain konten *brand* Tutor Time serta buku ilustrasi yang terinspirasi dari tokoh Alkitab Musa untuk membantu remaja belajar percaya diri. Berikut merupakan pemaparannya:

2.3.1 Maskot Serpong Squad

Serpong Squad merupakan sebuah komunitas mahasiswa Kristen di sekitar Serpong. Komunitas ini didirikan sebagai bagian dari Zeal Tangerang, Gereja GKDI Tangerang. Tujuan komunitas ini didirikan adalah untuk menjadi komunitas yang bisa menginspirasi mahasiswa Kristen di sekitar daerah Gading Serpong untuk mengikuti Kristus. Serpong Squad sendiri sedang melakukan *rebranding* untuk memiliki tampilan visual yang lebih konsisten. *Rebranding* ini dilakukan di dalam sebuah tim visual. Penulis sendiri mendapat bagian untuk mendesain maskot dari Serpong Squad.



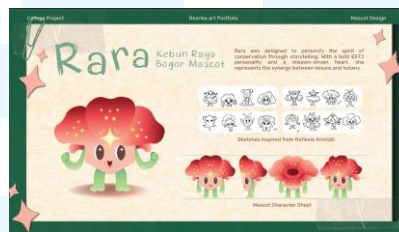
Gambar 2.4 Hasil Desain Maskot Binzee

Desain maskot yang telah dibuat bisa dilihat pada gambar di atas. Maskot di atas dikembangkan dari total empat kata kunci, yakni *absurd*, *quirky*, *real* dan *impactful*. Nama maskot yang dipilih adalah Binzee. Binzee sendiri dibuat dari singkatan kata bintang dan diberi tambahan zee agar memiliki kesan *quirky*. Penulis juga telah membuat *character sheets* dan variasi penerapan maskot pada gambar di atas. Maskot dibuat menggunakan dua variasi aksesoris, menggunakan kacamata dan menggunakan *head & wrist band*. Maskot yang menggunakan kacamata digunakan untuk acara diskusi atau *bible talk*. Kemudian, maskot yang menggunakan *head & wrist band* digunakan untuk acara *sports day*.

2.3.2 Eksplorasi Maskot Kebun Raya Bogor

Maskot untuk Kebun Raya Bogor dibuat sebagai *dummy project* dan merupakan hasil eksplorasi pribadi penulis, yang dilakukan untuk menyelesaikan ujian akhir dari mata kuliah Brand Mascot Design. Kebun Raya Bogor sendiri merupakan sebuah tempat konservasi tumbuhan, yang

memiliki visi tidak hanya menjadi tempat edukasi, tetapi juga wisata berbasis edukasi. Sayangnya, kebanyakan masyarakat menganggap Kebun Raya Bogor hanya sebagai tempat pariwisata kembali ke alam, bukan sebagai tempat pariwisata yang bisa dikunjungi sekaligus untuk mempelajari hal-hal yang berkaitan tentang tumbuhan atau alam. Itulah mengapa penulis menemukan ide untuk menciptakan maskot yang bisa menjembatani pariwisata dan edukasi yang ingin dibangun Kebun Raya Bogor. Tujuan maskot digunakan adalah agar edukasi yang disajikan oleh Kebun Raya Bogor tidak terkesan kaku dan mudah dimengerti oleh target audiens.



Gambar 2.5 Hasil Desain Maskot Rara

Eksplorasi yang telah dilakukan menghasilkan sebuah maskot yang diberi nama Rara, yang bisa dilihat pada gambar di atas. Nama Rara berasal dari singkatan bunga *Rafflesia*, karena merupakan salah satu bunga ikonik dari Kebun Raya Bogor dan singkatan dari kata flora. Rara diimajinasikan sebagai karakter dari negeri imajinatif bernama negeri Bunga dan sering berkeliling dunia untuk membantu menyelamatkan teman-teman tumbuhannya yang terancam atau hampir punah.



Gambar 2.6 Penerapan Maskot Rara

Penerapan maskot Rara pada berbagai media dapat dilihat pada gambar di atas. Secara garis besar, media di atas dapat dikelompokkan

menjadi dua jenis, yakni media *offline* dan *online*. Berbagai media *offline* terdiri atas, *signage*, tiket, beragam *merchandise* dan buku *mascot guidelines*, yang disesuaikan kembali dengan kebutuhan Kebun Raya Bogor sebagai tempat pariwisata sekaligus edukasi. Sementara itu, media *online* terdiri atas penerapan pada *website* dan akun Instagram resmi Kebun Raya Bogor.

2.3.3 Buku Ilustrasi Menata Hati

Buku ilustrasi Menata Hati merupakan proyek Tugas Akhir DKV yang dibuat sebagai syarat memperoleh gelar sarjana desain. Buku ilustrasi ini merupakan hasil dari perancangan yang dilakukan oleh penulis selama satu semester, dengan judul perancangan buku ilustrasi belajar percaya diri dari tokoh Alkitab Musa untuk remaja. Buku ini diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi remaja untuk menghargai setiap proses belajar percaya diri, karena proses belajar percaya diri tidak selalu mulus. Hal ini sama seperti yang pernah dialami Musa, karena ia pun pernah merasa kurang percaya diri, tetapi perlahan ia belajar untuk menaruh kepercayaan dirinya dalam Tuhan.



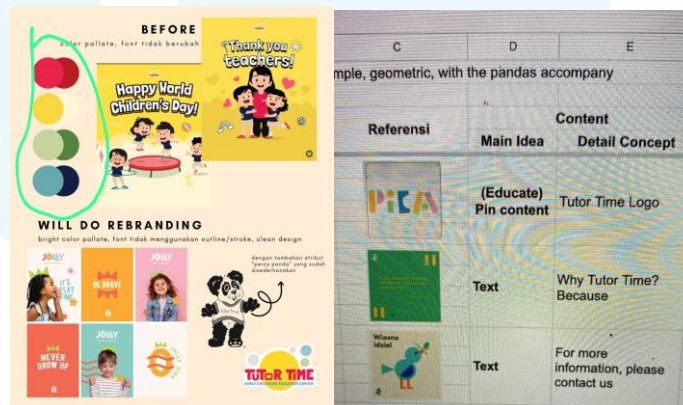
Gambar 2.7 Tampilan Buku Ilustrasi Menata Hati

Buku ilustrasi ini dilengkapi dengan berbagai aktivitas *journaling*, seperti pertanyaan *prompt* yang membantu pembaca menggali perasaan dan semakin mengenali diri sendiri. Contoh pertanyaan yang terdapat di dalam buku Menata Hati adalah ‘coba tuliskan perkataan paling menyakitkan yang pernah orang lain berikan kepadamu!’ Pertanyaan seperti ini dimasukkan ke dalam buku untuk membantu pembaca melakukan aktivitas katarsis dan mengakui perasaannya secara jujur. Pertanyaan dan konten yang dimasukkan ke dalam buku telah dikonsultasikan terhadap seorang psikolog yang

memiliki pengalaman sebagai *mentor* di komunitas remaja Gereja GKDI Tangerang, sehingga cocok dengan topik yang ingin diangkat.

2.3.4 Tutor Time Feeds Design Development

Tutor Time Indonesia merupakan sebuah *brand preschool* dan *kindergarten* yang pertama kali didirikan di Amerika Serikat pada tahun 1996 (Tutor Time Indonesia, 2022). Kemudian, seorang karyawan dari Tutor Time Indonesia cabang Gading Serpong melakukan *reach out* secara pribadi. Ketika berdiskusi, penulis diminta untuk membuat *template* konten media sosial untuk keperluan *rebranding*.



Gambar 2.8 Brief Dari Brand Tutor Time Indonesia

Project dimulai dengan melakukan negosiasi harga serta *scope project*. Penulis diminta untuk mendesain tiga buah *feeds* Instagram yang akan dijadikan acuan selama *rebranding*. Konsep *rebranding* yang diinginkan oleh klien adalah menggunakan *colour palette* cerah, aset visual geometris dan *font* tanpa *outline*. Tujuannya adalah untuk menghasilkan kesan *rebranding* yang menyenangkan sekaligus *clean*. Penulis juga diminta untuk membuat desain menggunakan maskot Percy, *font* dari Tutor Time yang telah disediakan serta penambahan aset visual geometris.



Gambar 2.9 Hasil Desain *Project* Tutor Time Indonesia

Berdasarkan *brief* yang telah diberikan, hasil desain *feeds* dapat dilihat pada gambar di atas. Ketiga desain di atas didesain berdasarkan *brief* dari *klien* yang ingin membuat unggahan yang terbagi menjadi tiga bagian, yakni halaman *cover*, halaman penjelasan, dan halaman CTA. Warna-warna yang digunakan merupakan kombinasi hasil pemilahan dari *colour palette* yang diinginkan oleh *klien*. Penulis memilih kombinasi warna kuning dan merah serta memberikan aksesoris berwarna biru agar tetap memiliki kesan cerah sekaligus *playful* dan *fun*. Selain itu, ditambahkan juga aset visual ditempatkan pada sudut halaman ataupun sebagai dekorasi agar tetap memberikan kesan *clean* pada desain.

Setelah menyelesaikan desain dengan durasi dua hari, termasuk revisi, *klien* memberikan kabar bahwa ia puas terhadap hasil desain yang telah dibuat. *Klien* menyampaikan bahwa ia menggemari gaya desain penulis yang menggunakan kombinasi warna cerah, sehingga memberikan kesan *child-friendly* sekaligus tetap *clean*. *Klien* juga memberikan kabar bahwa ia tertarik untuk bekerja sama secara lebih lanjut bila ada kesempatan di masa depan.

Dengan demikian, portofolio yang telah disusun diharapkan dapat membantu penulis untuk mendapatkan klien sesuai dengan arah *self-branding* yang telah ditentukan, yakni *brand mascot designer*. Kumpulan portofolio ini juga disusun untuk memperkenalkan penulis sebagai *designer* yang tidak hanya mendesain karakter bersifat lucu, melainkan juga mendesain karakter yang memiliki *visual storytelling* yang kuat dan fleksibel digunakan pada berbagai macam media. Penulis juga telah menambahkan beberapa portofolio desain buku dan konten media sosial sebagai poin tambahan bagi calon klien.

