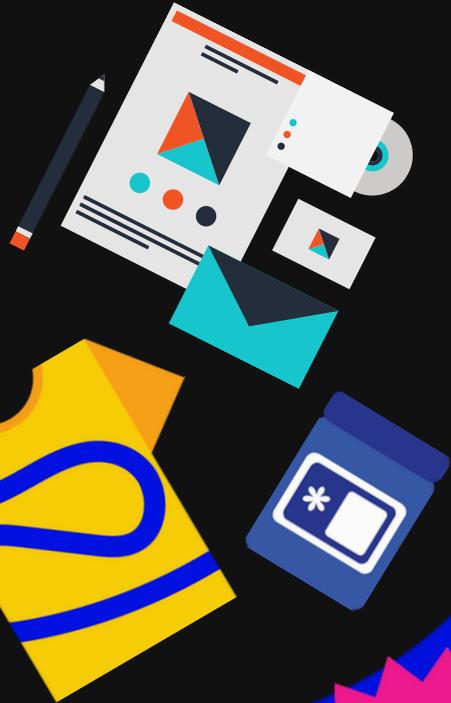


BRANDING AGENCY





DAFTAR ISI



BRANDING AGENCY

01.

Perancangan Kampanye Instagram Edunet untuk Gen Z dan Milenial Indonesia

06.

Funtactive Campaign to Raise MSME Awareness

02.

Co-Branding Campaign with Saber Industries for CNNE Studio

07.

Brand Campaign 911: Your Beauty Sos

03.

Vision in Motion Campaign Kreatif Bitzie Studio

08.

Brand Activation for Gaskeun!

04.

Starry Design: Unleash Your Vision

05.

Brand Campaign Triative Studio



PERANCANGAN KAMPANYE INSTAGRAM EDUNET UNTUK GEN Z DAN MILENIAL INDONESIA

PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MEMBANTU MENINGKATKAN
PERFORMA BISNIS-BISNIS DI INDONESIA





Problem Statement & Research Insights

ISSUE: Kurangnya pengetahuan para pebisnis di Indonesia seputar berbisnis, menyebabkan meningkatnya tingkat kebangkrutan dan kerugian di Indonesia. Hal tersebut tidak hanya berdampak buruk bagi pemilik bisnis, tetapi juga bagi para pekerja dan perekonomian Indonesia.

Oleh sebab itu, banyak bisnis-bisnis di Indonesia memiliki tingkat bersaing yang rendah dipasaran.

FINDINGS: Gen Z dan Milenial Indonesia memiliki ketertarikan dalam konten-konten edukasi yang bersifat *fun* dan *engaging*. Tetapi konten-konten di pasaran cenderung menyediakan konten edukasi yang bersifat serius dan kurang *straightforward*. Oleh sebab itu, Edunet hadir dengan variasi konten edukasi yang bersifat *fun* dan interaktif untuk menarik para target *market*.

SOLUTIONS: Dalam kampanye ini, Edunet menyediakan beberapa jasa yang sekiranya dapat menjadi solusi bagi permasalahan yang dihadapi para target *market* dalam membangun bisnisnya contohnya seperti Webinar, Komunitas Bersama, dan Konten Edukasi. Tujuan utama dari kampanye ini adalah untuk membantu pebisnis Indonesia dapat bersaing dipasaran serta menjadi bisnis yang *sustainable*.



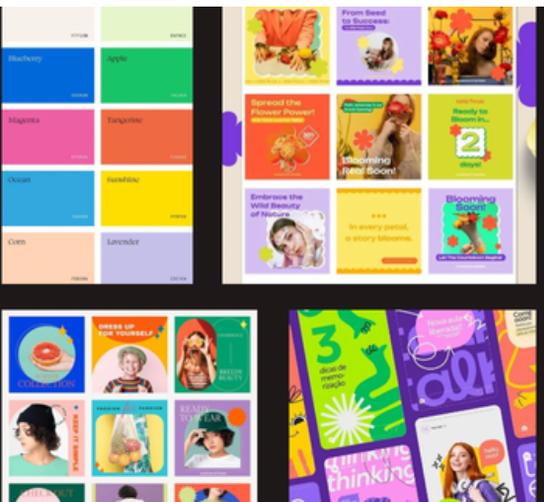
DESIGN APPROACH & PROCESS

- **Mood:** Energetic, fun, and encouraging
- **Color palette:** colorful and bright
- **Design style:** Bold and fun

Design dari kampanye “We Are Sustainable” ini ingin memberikan kesan energetik dan fun bagi para audiens karena selain dapat menarik perhatian target *market*, Edunet juga ingin tampil ‘*stand out*’ ditengah maraknya design konten yang minimalis dengan pilihan warna *earth tone*. Yang dimana juga dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* Edunet dengan cukup signifikan.

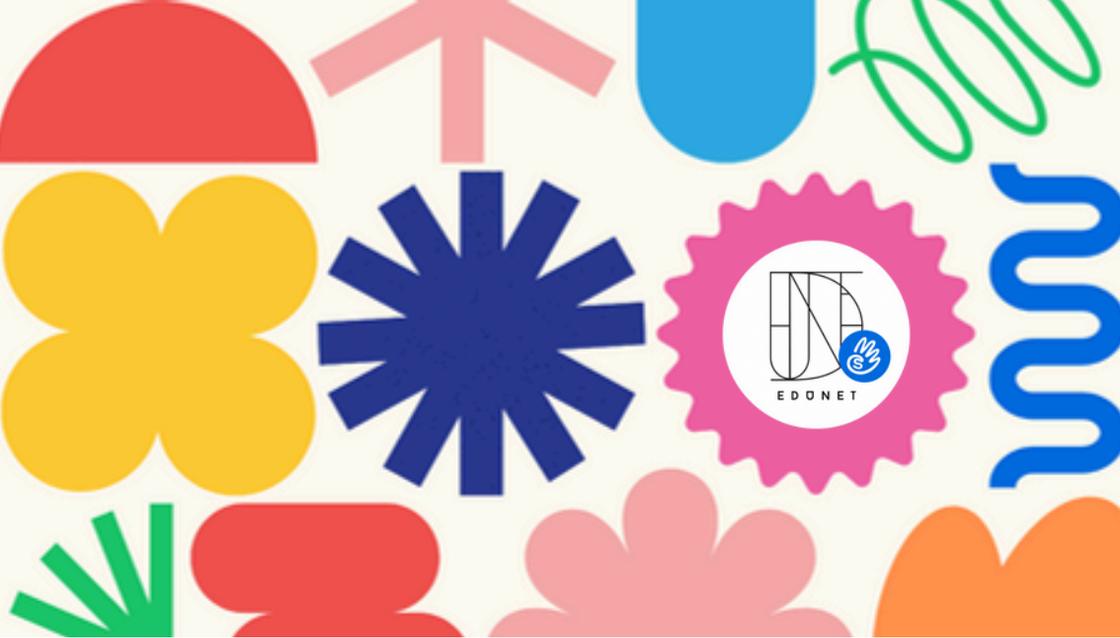


Disini dapat dilihat proses pembuatan *design* kampanye “We Are Sustainable” ini dari *brainstorming*, pembuatan *moodboard*, sketsa, *mockup*, dan sampai finalisasi design. Hasil design dari kampanye ini semuanya didasari oleh riset-riset yang dilakukan (baik mengenai target *market*, tren terkini, elemen design, topik pembahasan, *layout*, warna, dan masih banyak lagi). Tujuannya agar setiap *design* yang dibuat tepat sasaran dan dapat secara efektif meningkatkan ketertarikan atau rasa ingin tahu para audiens.





Visual Kampanye "We Are Sustainable"
(fun, expressive, bold, & creative)



SHANIA NATALIE.S

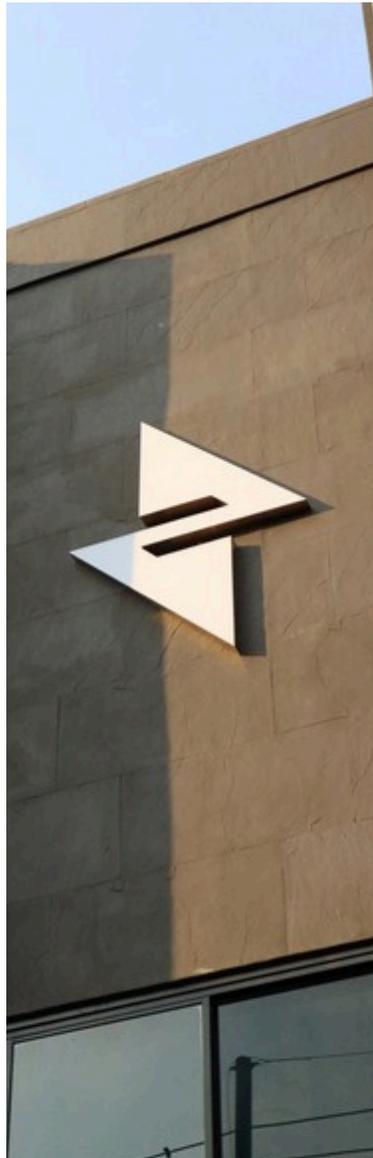
Merupakan seorang pemuda yang memiliki keinginan tinggi untuk membantu orang-orang disekitarnya. Oleh dari itu, terciptanyalah *brand* Edunet ini yang memiliki tujuan untuk membantu para pebisnis di Indonesia yang mengalami *struggle* dalam mengembangkan bisnisnya.

Edunet membuat suatu kampanye dengan tema “We Are Sustainable” yang mengangkat isu maraknya bisnis-bisnis di Indonesia mengalami kebangkrutan. Kampanye ini dirancang untuk mengedukasi serta meningkatkan performa dan daya saing bisnis-bisnis di Indonesia.



CO-BRANDING CAMPAIGN WITH SABER INDUSTRIES FOR CNNE STUDIO

CNNE STUDIO IS PARTNERING WITH OSHU STUDIO AND SABER INDUSTRIES FOR A CAMPAIGN TO BOOST BRAND AWARENESS AND SHOWCASE THEIR EXPERTISE



NICOLE
GOJONO



Problem Statement & Research Insights

Media promosi penting untuk pengenalan merek, namun CNNE Studio kesulitan meningkatkan keterlibatan karena metode tradisional kurang efektif. Proyek ini bertujuan merancang konsep *storytelling* unik dengan desain berkualitas tinggi untuk meningkatkan komunikasi *brand* dan *brand awareness* di Indonesia. Penelitian menunjukkan pesaing masih menggunakan kampanye konvensional, sehingga ada kebutuhan untuk konten *storytelling* yang emosional. CNNE Studio telah mengusulkan menggabungkan pemasaran *influencer* dengan kolaborasi di sektor otomotif yang kurang kompetitif untuk meningkatkan kampanye CNNE Studio.

CNNÉ

Pada awal 2024, pengguna media sosial di Indonesia meningkat menjadi 68,9%, menunjukkan pentingnya kolaborasi dalam strategi pemasaran. Contoh sukses termasuk kolaborasi Jennie Kim dengan "Jentle Home" dan promosi Lisa dengan Popmart, yang menunjukkan efektivitas pemasaran *influencer* dalam meningkatkan *brand awareness*, sejalan dengan keberhasilan kolaborasi lain seperti Supreme dan Oreo.

CNNE Studio meluncurkan *brand campaign* untuk menjangkau konsumen Indonesia melalui media tren dan kolaborasi dengan merek serta *influencer*. Bekerja sama dengan OSHU Studio, mereka melakukan *rebranding* Saber Industries untuk meningkatkan visibilitas dan reputasi merek. Fokus utama adalah penguatan kehadiran di media sosial, pemasaran melalui *influencer*, serta memperbarui identitas visual dan desain interior. Kampanye ini juga bertujuan untuk mengedukasi klien tentang pentingnya *branding* bagi *startup* dan pemilik bisnis di Indonesia.



FINDINGS: Peningkatan pengguna media sosial di Indonesia mencapai 68,9% pada awal 2024, menekankan pentingnya merek untuk beradaptasi dengan tren kolaborasi. Media sosial kini vital dalam promosi produk dan ekspresi opini. Pemasaran *influencer*, seperti kolaborasi Jennie Kim dengan "Jentle Home" dan Lisa dengan Popmart, menunjukkan dampak besar pada kesadaran merek. Tren ini mencerminkan pendekatan pemasaran kolaboratif, seperti kolaborasi sukses antara Supreme dan Oreo yang menarik perhatian konsumen.

SOLUTIONS: Media sosial menjadi elemen penting di Indonesia untuk promosi merek, dengan pemasaran melalui *influencer* sebagai strategi utama yang meningkatkan *brand awareness*. Contoh sukses adalah kolaborasi antara Supreme dan Oreo. Kampanye baru melibatkan CNNE Studio, OSHU Studio, dan Saber Industries, bertujuan memperkuat *brand image* dan *identity*. CNNE Studio akan menunjukkan keahlian desain mereka di platform digital dan media tradisional, menggunakan *watermark* logo kolaborasi di setiap desain.

CNNÉ



DESIGN APPROACH & PROCESS

Saber Industries memproyeksikan citra merek menengah ke atas yang mengutamakan kemewahan, keterjangkauan, dan kedekatan dengan berbagai usia. Desain modern dan futuristik mereka terlihat dari gaya minimalis, palet warna netral, dan bentuk geometris.

Kampanye CNNE Studio terinspirasi Saber Industries, menampilkan desain untuk *brand* kelas menengah ke atas dengan desain modern minimalis. Warna lembut, elemen geometris, dan sentuhan emas-perak menciptakan kesan mewah dan hangat yang dinamis.



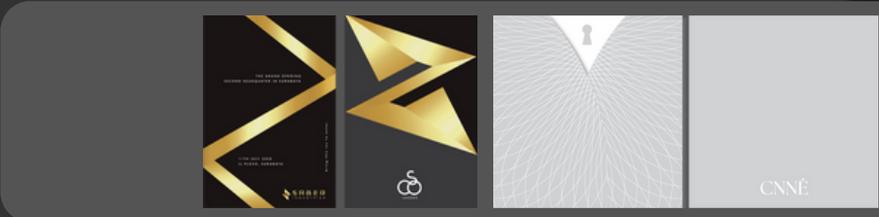
Tiga jenis *font*, termasuk MorrisSans dan Neue Einstellung, berkontribusi pada estetika futuristik dan bersih. Kampanye ini bertujuan meningkatkan *brand awareness* secara internasional dengan menonjolkan kualitas tinggi dan selaras dengan visi pemilik untuk merek premium.



Kolaborasi ini memungkinkan CNNE Studio untuk memanfaatkan saluran media dan audiens Saber Industries yang sudah banyak dan terjamin, yang akan meningkatkan visibilitas dan kredibilitasnya. Kolaborasi ini memberikan kesempatan unik bagi CNNE Studio untuk memamerkan keahlian *branding* CNNE Studio dalam skala yang lebih besar. CNNE Studio untuk menunjukkan kemampuannya dalam menciptakan desain yang berdampak bagi audiens dan memberi seluruh desain tersebut watermark logo COS Collaboration sehingga mudah untuk diketahui saat tertarik dalam desain yang telah dibuat.

Kampanye COS Collaboration berhasil memperkuat posisi CNNE Studio sebagai desain inovatif dan adaptif di industri kreatif. Pendekatan kolaboratif dan strategi visual berbasis riset membangun persepsi positif dan koneksi emosional yang berdampak bagi perkembangan *brand*.





Seluruh desain yang dibuat oleh CNNE Studio selama *brand campaign* disesuaikan dengan tema yang relevan dan menyertakan logo COS Collaboration untuk *brand awareness* CNNE Studio di kalangan audiens Saber Industries dan Oshu Studio.



NICOLE GOJONO

Instagram:

@cnne.studio

Email:

cnnestudiio@gmail.com

Phone Number/WA:

+62 822 3307 2000

Halo! Saya Nicole Gojono, pendiri CNNE Studio. Saya adalah desainer grafis yang berbasis di Surabaya, Indonesia, dengan spesialisasi dalam desain grafis, konsep, dan *styling*. Berpikir kreatif dan melihat tantangan dari berbagai sudut pandang adalah salah satu dari prinsip desain saya.

Pada tahun 2022 saya mengembangkan CNEE studio yang awalnya merupakan usaha *freelance* yang kemudian berkembang menjadi penyedia solusi desain. Kami bekerja sama dengan Oshu Studio untuk mengintegrasikan *branding* desain grafis ke dalam proyek interior dan arsitektur. Fokus kami tidak hanya pada konsep semata, tetapi juga pada detail, dekorasi rumah, suasana, dan desain inovatif. Pendekatan ini mempersonalisasi ruang sehingga menjadi elemen ikonik dalam desain interior untuk kamar, toko, dan kafe.

VISION IN MOTION: CAMPAIGN KREATIF BITZIE STUDIO

BRAND CAMPAIGN YANG MEMPROMOSIKAN BITZIE STUDIO
LEWAT PENDEKATAN KOMUNIKASI VISUAL YANG KREATIF



VISION ^{IN}
MOTION

BITZIE
STUDIO



JESSICA
CHRISTINE



Problem Statement & Research Insights

ISSUE: Bitzie Studio adalah studio desain yang ingin membantu UMKM mempromosikan bisnisnya melalui identitas visual yang profesional. Namun, karena masih belum dikenal luas, Bitzie Studio perlu memperkenalkan diri kepada target audiens.

Maka dari itu, *campaign* Vision in Motion dirancang sebagai langkah awal untuk membangun *brand awareness* dan memperluas jangkauan Bitzie Studio di kalangan UMKM.

FINDINGS: Mayoritas audiens sudah memahami pentingnya identitas visual, tapi masih kesulitan menyampaikannya secara menarik dan konsisten. Riset dengan metode campuran membantu menggali *insight* ini, yang kemudian menjadi dasar strategi *campaign* berbasis kolaborasi, *storytelling*, dan literasi digital yang *relatable*.

SOLUTIONS: *Campaign* ini menghadirkan desain yang ekspresif dan narasi yang *relatable* untuk menunjukkan *value* Bitzie Studio, dilengkapi dengan media interaktif berbentuk *online* dan *offline* yang memancing respons audiens. Pendekatan ini mendorong pemahaman, keterlibatan, dan pengingatan terhadap Bitzie Studio.



DESIGN APPROACH & PROCESS

Desain *campaign* Vision in Motion dikembangkan dengan tetap mempertahankan identitas visual Bitzie Studio yang *playful, bold,* dan modern.

Campaign dirancang dengan warna cukup kontras, *typeface* modern, dan gaya bahasa yang ramah untuk menciptakan tampilan yang menarik dan komunikatif bagi audiens muda. Karya-karya media seperti konten Instagram, poster, *t-shirt*, *NFC business card*, dan *softboard* dirancang untuk mendorong partisipasi langsung dari audiens.

Penn Blue
1a1c4d

Columbia Blue
b4d0e4

YlnMn Blue
39509a

Old Lace
fcf3e5

Straw
d3da73



Alur *campaign* dimulai dengan media *awareness* seperti poster, animasi logo, serta konten yang memperkenalkan Bitzie Studio dan menarik perhatian audiens. Dilanjutkan dengan konten edukatif dan interaktif seperti tips, studi kasus, dan *template* gratis yang membangun kredibilitas dan mendorong keterlibatan. *Campaign* ditutup dengan konten apresiasi dan hiburan seperti meme dan testimoni yang memperkuat hubungan emosional sekaligus memperluas jangkauan *brand*.



where **design**
bites back

JESSICA CHRISTINE

Jessica adalah desainer muda yang percaya kalau desain bisa membantu UMKM dikenal lebih luas. Lewat *campaign* Vision in Motion, ia merancang cara kreatif untuk mengenalkan Bitzie Studio ke audiens muda melalui konten-konten yang *relate* hingga media promosi yang interaktif.

Selain desain, Jessica juga tertarik dengan *marketing* dan selalu semangat untuk belajar hal baru agar berkembang sebagai desainer yang dapat berdampak positif.



STARRY DESIGN: UNLEASH YOUR VISION

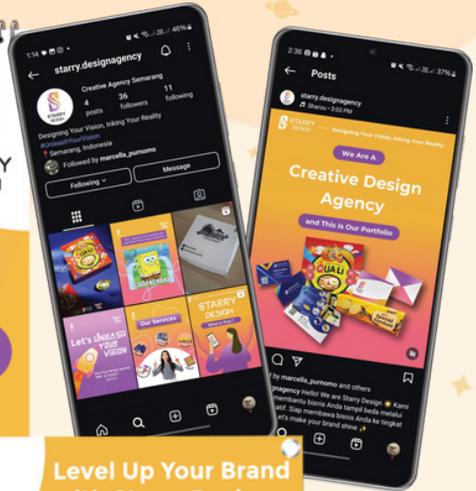
CREATIVE DESIGN AGENCY DI SEMARANG YANG MENYEDIAKAN
JASA DESAIN DAN CETAK PRINTING/OFFSET

CREATIVE DESIGN AGENCY

Mari lengkapi kebutuhan dan tingkatkan bisnis Anda dengan menggunakan jasa dari Starry Design



**STARRY
DESIGN**



2025

Januari

Minggu Senin Selasa Rabu Kamis Jumat Sabtu

		1	2	3	4	
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Februari

Minggu Senin Selasa Rabu

2	3	4	5			
9	10	11	12			
16	17	18	19			
23	24	25	26			

**STARRY
DESIGN**

Level Up Your Brand with Starry Design

We are here to help your brand shine!



OUR SERVICES

BRANDING
Kami menyediakan jasa branding untuk Anda dengan melibatkan proses kreatif branding, dari desain yang berkesan.

ADVERTISING
Kami menyediakan jasa periklanan untuk Anda dengan melibatkan proses kreatif branding, dari desain yang berkesan.

PACKAGING

Kami menyediakan jasa desain kemasan untuk Anda dengan melibatkan proses kreatif branding, dari desain yang berkesan.

HAMPERS

Kami menyediakan jasa desain dan pembuatan hampers untuk Anda dengan melibatkan proses kreatif branding, dari desain yang berkesan.

PRINTING & OFFSET

Kami menyediakan jasa printing & Offset untuk Anda dengan melibatkan proses kreatif branding, dari desain yang berkesan.



ABOUT US

Starry Design adalah sebuah Creative Design Agency yang meliputi jasa branding, advertising, packaging, dan hampers design. Kami juga menyediakan mobileband, mock up, dan desain undangan yang dapat membantu Anda.

Starry Design bekerja sama dengan Galati Offset & Printing dalam melayani kebutuhan media cetak Anda.

Our Services:

Branding
Advertising
Packaging
Hampers Design
Printing & Offset



Scan Here!

Ready to Shine? Let's Make It!

+62 85 2114 99988

starry.designagency@gmail.com

starry.designagency

Why Us?

- Personalized Service
- Moodboard & Mockup
- Printing & Offset

**STARRY
DESIGN**

**MARCELLA
PURNOMO**



Problem Statement & Research Insights

Tantangan yang dihadapi Starry Design saat ini adalah, banyak *creative design agency* yang telah beroperasi di Indonesia, tak terkecuali di Kota Semarang, menciptakan persaingan yang semakin ketat untuk dapat *stand out* dan mendapatkan konsumen baru dalam industri ini. Sehingga dibuatlah rumusan masalah yaitu, Bagaimana merancang *brand campaign* beserta media promosinya, untuk meningkatkan *brand awareness*, dan minat pembelian layanan Starry Design oleh target pasar Milenial di Kota Semarang?

FINDINGS: Saat ini, Generasi Milenial sedang ada pada usia produktif, dan banyak yang menjadi wirausaha, sehingga banyak yang ingin mempromosikan bisnisnya, dan memerlukan bantuan dalam pembuatan desain, dan promosi bagi bisnis mereka.

SOLUTIONS: Starry Design hadir untuk memberikan solusi bagi mereka melalui jasa, dan hasil desain yang ditawarkan. Starry Design membuat sebuah *brand campaign*, dan melakukan promosi melalui media sosial, yang didasarkan perilaku konsumsi Generasi Milenial yang melek teknologi, disertai pemberian *merchandise* kepada pelanggan Starry Design dengan tujuan meningkatkan *brand awareness*, dan minat pembelian layanan Starry Design oleh target pasar Milenial di Kota Semarang.



DESIGN APPROACH & PROCESS

Kampanye Unleash Your Vision menggunakan gaya desain minimalis, dengan sentuhan playful melalui penggunaan elemen grafis, dan warna yang cerah, dan kontras

Desain media promosi dalam *brand campaign* Unleash Your Vision menggunakan warna-warna kontras, serta beberapa tambahan warna yang lebih *soft*, dan netral. Terdapat juga penggunaan elemen grafis vektor sebagai pendukung.

Logo dari *brand campaign* Unleash Your Vision terdiri dari teks yang menggunakan sans serif agar mudah dibaca, dengan posisi huruf yang menjorok ke kanan, dan tanda panah pada huruf "U" dengan maksud memberi kesan kemajuan.

Desain visual pada konten media sosial menggunakan foto, dan elemen vektor, dengan *layout* minimalis. Kombinasi warna yang kontras dalam desain konten Instagram dapat menciptakan identitas *brand* yang ceria, menarik, dan penuh energi.

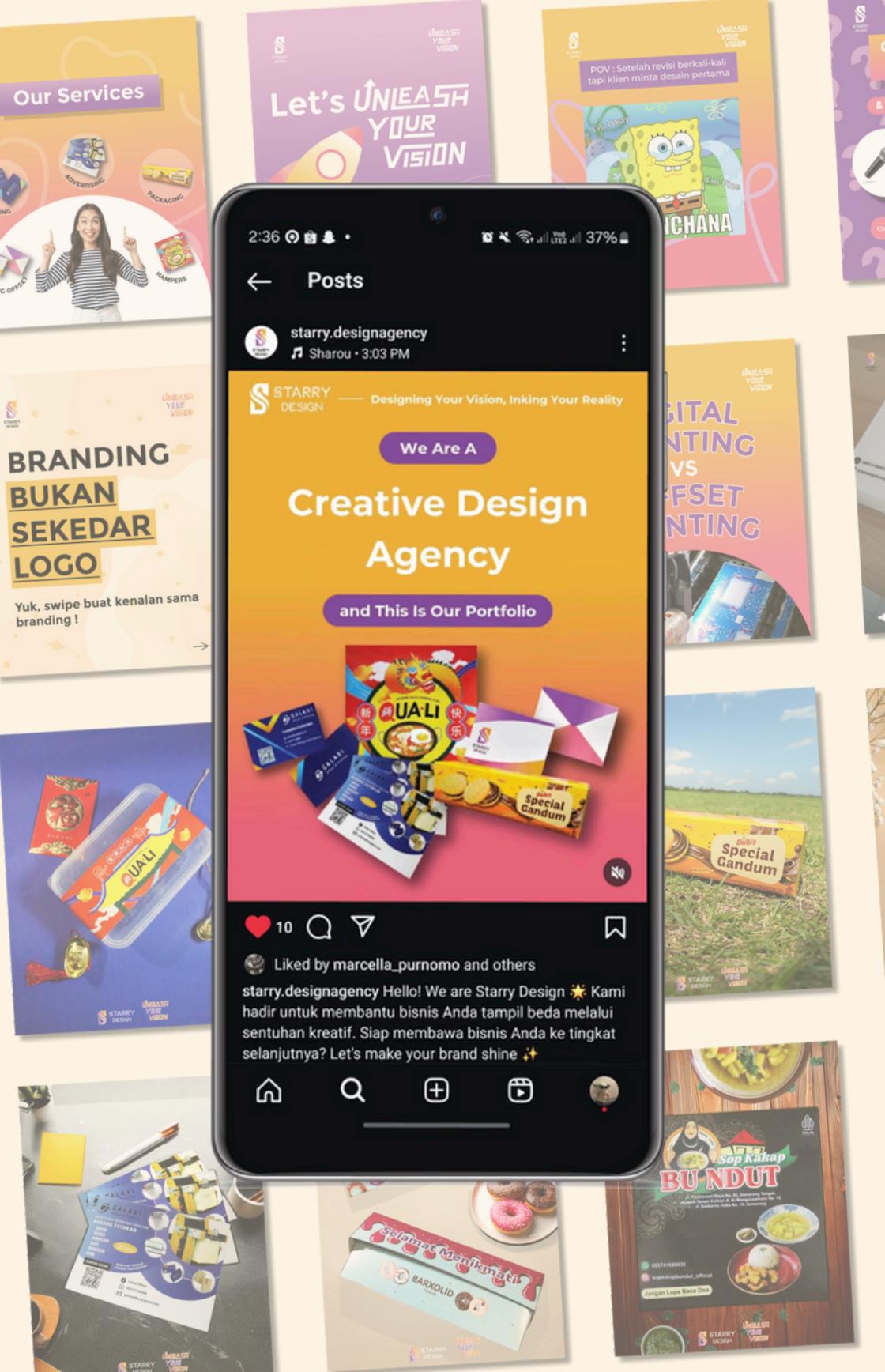


Starry Design juga memiliki media promosi cetak berupa *brostur trifold*, dan *mini X banner* yang berisi penjelasan singkat tentang perusahaan, USP, portofolio, layanan, *tagline*, dan informasi kontak.

Terdapat juga *merchandise* berupa kalender dinding, dan *mini notebook* yang akan diberikan kepada pelanggan dari Starry Design.

Dengan tujuan meningkatkan *brand awareness*, menciptakan interaksi, dan minat pembelian oleh pelanggan potensial, visual dari *merchandise* Starry Design banyak menampilkan portofolio atau karya-karya yang telah dihasilkan.





Our Services



Let's **UNEASH** YOUR VISION

POV : Setelah revisi berkali-kali tapi klien minta desain pertama

2:36 • 37% 🔔 🔒 📶 📶 📶 📶 📶 📶

Posts

starry.designagency
Sharou • 3:03 PM

STARRY DESIGN — Designing Your Vision, Inking Your Reality

We Are A

Creative Design Agency

and This Is Our Portfolio



👍 10 🗨️ 📌

Liked by marcella_purnomo and others
starry.designagency Hello! We are Starry Design ✨ Kami hadir untuk membantu bisnis Anda tampil beda melalui sentuhan kreatif. Siap membawa bisnis Anda ke tingkat selanjutnya? Let's make your brand shine ✨

🏠 🔍 + 📺 📷

BRANDING BUKAN SEKEDAR LOGO

Yuk, swipe buat kenal sama branding!



DIGITAL PRINTING VS OFFSET PRINTING



FIND OUT MORE !



@STARRY.DESIGN AGENCY

**GET IN TOUCH
WITH STARRY DESIGN**

STARRY.DESIGN AGENCY@GMAIL.COM

+62 85 2114 999 88



MARCELLA PURNOMO. TJ

Sebagai desainer yang tengah mendalami dunia desain komunikasi visual, saya memiliki ketertarikan yang besar pada desain grafis, khususnya di bidang desain kemasan.

Dengan melihat peluang yang ada, saya akhirnya membuat Starry Design Agency, yang juga menjadi sarana dalam menyalurkan minat, dan kemampuan saya agar dapat memberikan manfaat, serta menjadi solusi bagi banyak orang.



BRAND CAMPAIGN TRIATIVE STUDIO

TRIATIVE, STUDIO KREATIF PENYEDIA ANIMASI 3D UNTUK PRODUK KOMERSIAL,
AKAN MERANCANG BRAND CAMPAIGN DAN MEDIA PROMOSI UNTUK
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS





Problem Statement & Research Insights

ISSUE: Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin meningkat di era digital, *startup* perlu melakukan inovasi dalam strategi pemasaran guna memperoleh posisi yang kompetitif di pasar. Salah satu bentuk inovasi yang memiliki potensi besar adalah pemanfaatan *3D motion graphic* sebagai media promosi. Media ini menawarkan keunggulan dibandingkan metode konvensional berbasis kamera, khususnya dalam hal fleksibilitas dan efisiensi produksi. Melalui *3D motion graphic*, *startup* dapat menghadirkan visualisasi yang kreatif, dinamis, dan inovatif, sehingga mampu menyampaikan pesan secara lebih efektif dan menarik kepada target audiens.

FINDINGS: Berdasarkan hasil riset studi literatur menunjukkan bahwa *motion graphic* merupakan alternatif efisien terhadap media konvensional karena fleksibilitas produksinya, membantu *startup* menciptakan promosi visual yang menarik dan efektif. Namun, adopsi 3D *motion graphic* masih rendah akibat minimnya pemahaman dan akses layanan.

SOLUTIONS: Triative Studio hadir untuk menjawab masalah ini dengan menyediakan layanan 3D animasi dan 3D *modelling* khusus untuk kebutuhan promosi produk komersial. Pendekatan ini tidak hanya menawarkan solusi yang lebih fleksibel dan hemat biaya dibandingkan produksi konvensional, tetapi juga memungkinkan *brand* untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lebih inovatif, efektif, dan menarik perhatian target audiens di era digital.



DESIGN APPROACH & PROCESS

Triative Studio merancang brand campaign sebagai strategi untuk meningkatkan *brand awareness* sesuai dengan target *market*. Berdasarkan riset, campaign terbukti efektif meningkatkan *awareness*

Triative Studio menggunakan gaya desain kartun tiga dimensi yang akan digunakan dalam kampanye merek Tridify Your Brand. Gaya desain ini mempunyai ciri seperti memberikan volume atau kedalaman serta konsisten diterapkan di semua desain media promosi.

Tiga dimensi merupakan pengembangan lebih lanjut dari dua dimensi yang memungkinkan karakter dan objek tampak lebih hidup. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kartun tiga dimensi menciptakan kesan yang lucu dan mudah diingat dengan visual yang menarik dan modern, dimana memungkinkan audiens melihat karakter atau objek dari berbagai tampak.

[Klik untuk melihat buku kampanye](#)

Moodboard

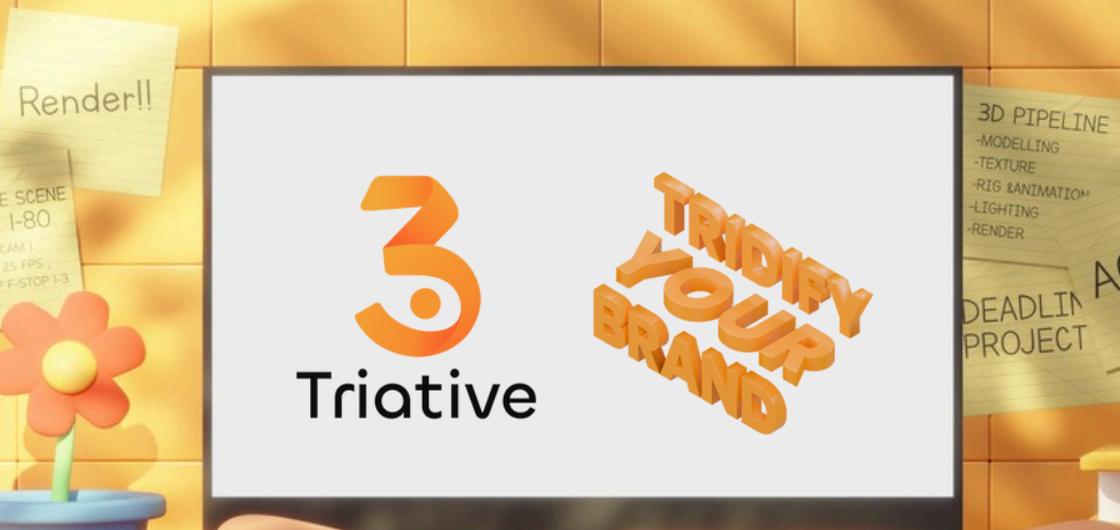


Sketch & Tight issue



Final





STEVEN VALENTINO

Sebagai 3D Artist dan CEO Triative di bidang animasi dan visual 3D untuk kebutuhan *branding* dan komersial.

Karya yang telah dipercaya oleh berbagai *brand* seperti Anown, Kyria Beauty, Spikoe Resep Kuno, Ciputra, dan Volza sebagai bagian dari strategi visual yang berdampak dan profesional.

Contact :
Instagram : @Triativestudio
Phone : +62 89699073099



FUNACTIVE CAMPAIGN TO RAISE MSME AWARENESS

KAMPANYE DIRANCANG UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN PEMILIK
UMKM AKAN PENTINGNYA BRANDING BAGI PERKEMBANGAN BISNIS.



I NYOMAN
BAGUS
SAPUTRA



Problem Statement & Research Insights

ISSUE: Di era digital sekarang persaingan bisnis makin ketat, semua *brand* berlomba menawarkan *value* serta *experience* yang berbeda kepada audiens, begitu pula dengan pebisnis UMKM yang harus bersaing bukan hanya dengan sesama UMKM tetapi dengan *brand-brand* lokal besar lainnya.

Branding merupakan salah satu faktor agar bisnis dapat bersaing di era digital ini, tetapi pemilik UMKM masih kurang *aware* dengan manfaat *branding*, meliputi desain dan promosi bagi bisnisnya. Padahal pemanfaatan *branding* dapat berpengaruh pada peningkatan *brand awareness* hingga pendapatan atau profit.

FINDINGS: Berdasarkan hasil riset, *branding* memiliki fungsi sebagai pembeda, membantu promosi, dan membangun citra sebuah merek dimata konsumen sehingga dapat tercipta *trust* antara *brand* dengan konsumen. Tetapi kegiatan *branding* ini masih kurang dimanfaatkan oleh sebagian pemilik UMKM karena kurangnya informasi mengenai hal tersebut.

SOLUTIONS: Funtactive hadir sebagai jasa desain yang menyediakan berbagai layanan kreatif mulai dari logo hingga rangkaian *branding* untuk solusi permasalahan *brand*. Funtactive juga menawarkan harga yang terjangkau serta *UMKM-friendly*.

Selain menawarkan jasa desain dan *branding*, Funtactive juga menawarkan informasi edukatif melalui konten di media sosial, untuk membantu meningkatkan serta memperluas wawasan dalam pemanfaatan *branding*, penggunaan promosi, serta fakta-fakta desain lainnya.



DESIGN APPROACH & PROCESS

Merancang *brand campaign* sebagai strategi untuk meningkatkan *brand awareness* serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap manfaat *branding*

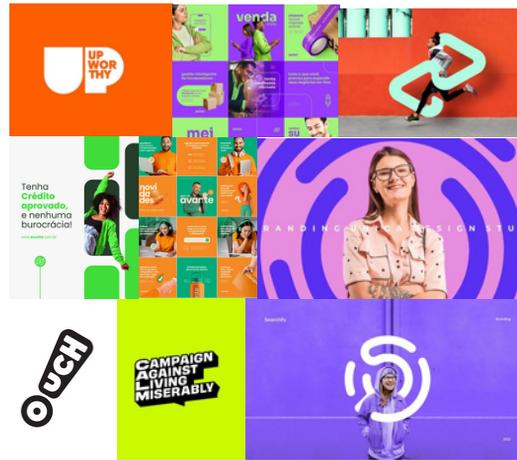
Funtactive menggunakan gaya desain *flat design* dalam kampanye Kamu (Keep Active Manage Ur brand). Gaya desain minimalis dan sederhana menjadi hal yang lebih disukai di era modern ini.

Ciri khas dari *flat design* ini terletak pada penggunaan warna solid, tipografi, tata letak, dan elemen sederhana.

PROCESS



MOODBOARD



Pemilihan warna yang digunakan dalam kampanye ini adalah warna yang cerah seperti orange. Warna orange merupakan warna yang hangat, bersemangat dan optimis, sesuai dengan *image* dari Funtactive dan kampanye Kamu (Keep Active Manage Ur brand).

Kemudian untuk tipografi, menggunakan *font sans-serif* yang secara bentuk *font*-nya lebih *rounded* untuk memberikan kesan yang *friendly*, fleksibel, dan santai.

Campaign Book

INSTAGRAM FEEDS



MEDIA PROMOSI & MERCHANDISE



#KamuPastiBisa



SCAN HERE FOR MORE





I NYOMAN BAGUS SAPUTRA

Merupakan seorang mahasiswa dan *owner* dari Funtactive yang bergerak di bidang desain grafis untuk kebutuhan promosi serta *branding* dengan pengalaman kurang lebih 2 tahun.

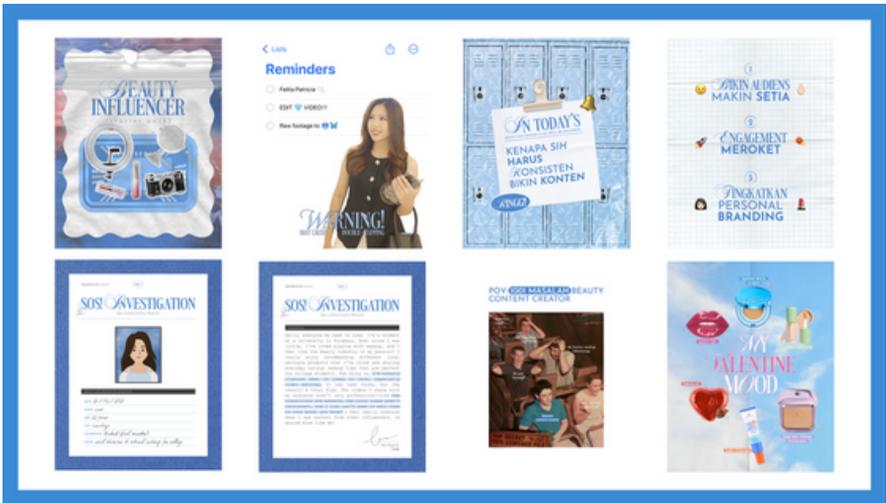
Selain di bidang desain grafis, saya juga tertarik pada bidang ilustrasi. Beberapa karya dan desain yang saya hasilkan kerap mengkombinasikan antara hasil ilustrasi dengan desain grafis.

Karya serta jasa saya juga telah dipercaya oleh Gauri Shop dalam membantu strategi promosi serta *marketing* media sosial mereka.



BRAND CAMPAIGN 911: YOUR BEAUTY SOS

MON THEORIE MERUPAKAN JASA MANAJEMEN MEDIA SOSIAL DI SURABAYA YANG BERFOKUS PADA TARGET PASAR BEAUTY INFLUENCER DENGAN TIER MICRO-INFLUENCER





Problem Statement & Research Insights

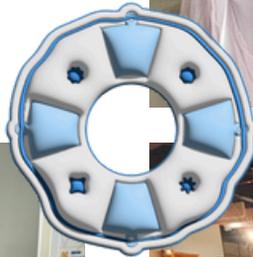
ISSUE: Pada era digital saat ini, audiens lebih tertarik melihat review di media sosial sebelum membeli produk. *Beauty influencer* memegang peran penting dalam industri kecantikan karena kemampuannya dalam meningkatkan *engagement* dan mempengaruhi keputusan pembelian audiens.

Mon Theorie hadir untuk membantu *beauty influencer* agar dapat memberikan konten yang berkualitas. Namun, sebagai *brand* baru, Mon Theorie menghadapi tantangan dalam membangun *awareness* di kalangan *beauty influencer* akibat kurangnya komunikasi dan interaksi yang efektif di media sosial.

Oleh karena itu, Mon Theorie meluncurkan *campaign* "911: Your Beauty SOS" untuk meningkatkan *awareness* sehingga dapat memperkuat posisi Mon Theorie di pasar dan membuka peluang kerja sama lebih luas dengan *beauty influencer*.

FINDINGS: Berdasarkan data literatur pada buku dengan judul Brand Management in The Digital Era, *brand awareness* memegang peran penting dalam pengambilan keputusan oleh audiens terutama bagi *brand* yang baru berdiri atau merintis. Sebagai *brand* maupun individu, kita perlu untuk membangun hubungan dengan audiens agar *brand* dapat lebih dikenal oleh khalayak. Karena semakin dikenalnya *brand* oleh audiens, akan semakin besar adanya kemungkinan audiens untuk memilih *brand* tersebut.

SOLUTIONS: Pembuatan kampanye 911: *Your Beauty SOS* adalah untuk meningkatkan *brand awareness* dari Mon Theorie. Sebagai bisnis baru, Mon Theorie perlu di ketahui bahkan dikenal oleh kalangan *beauty influencer* di media sosial. Dengan memberikan layanan secara gratis kepada *beauty influencer*, Mon Theorie dapat lebih dikenal di industri *beauty*.



DESIGN APPROACH & PROCESS

Mon Theorie ingin memberikan dukungan kepada *beauty influencer* dalam mengelola desain media sosial mereka.

Mon Theorie menggunakan kombinasi warna biru tua dan biru muda. Karena warna itu dikaitkan dengan rasa percaya dan keandalan.

Mon Theroie menggunakan kombinasi tipografi *serif* dan *script*. Karena Mon Theorie ingin menciptakan citra merek yang modern, elegan, dan tetap relevan dengan tren terkini di industri kecantikan.

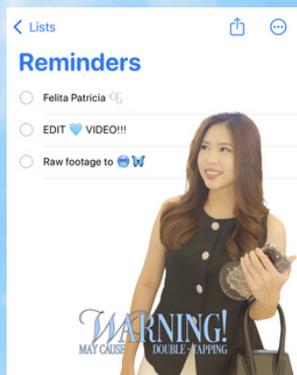
Elemen Mon Theorie adalah Pelampung darurat laut, karena dikenal sebagai simbol bantuan dan keselamatan.

Dengan menggunakan elemen pelampung, Mon Theorie ingin menyampaikan pesan bahwa kami siap membantu *beauty influencer* dalam situasi “darurat” terkait strategi pemasaran atau manajemen media sosial.





call if YOU GET Lost



call if YOU GET Lost

ANGELITA BRYANA

Mon Theorie, bergerak di bidang manajemen media sosial dengan niche *micro beauty influencer*.

Kami berfokus membantu para *beauty influencer* skala mikro untuk membantu *beauty influencer* untuk memiliki desain visual yang menarik guna membangun personal *branding*, meningkatkan *engagement*, hingga mempeluas jangkauan untuk bekerja sama dengan *beauty brand*.

Contact

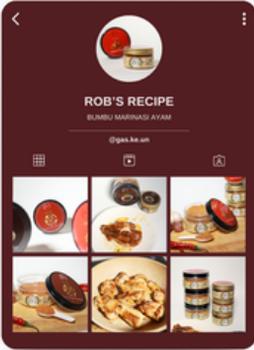
Instagram: @MonTheorie

WA: 0896-5327-8688



BRAND ACTIVATION FOR GASKEUN!

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT YANG MENGELOLA VISUAL SOCIAL MEDIA UMKM AGAR TERLIHAT STAND OUT



MONICA
THEBEZ



Problem Statement & Research Insights

ISSUE: Berdasarkan permasalahan yang diangkat oleh Gaskeun! yaitu kurangnya kesadaran merek sehingga melakukan proses perancangan aktivasi merek melalui kampanye yang berjudul “Make It Stand Out”. Pada kampanye ini, Gaskeun! mengangkat permasalahan SDGs nomor 8 yaitu pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi khususnya Gen-Z dengan usia 21 sampai 28 tahun.

FINDINGS: `Brand awareness, brand activation, Instagram, pemasaran digital, kampanye, maskot, hook dan storytelling.

SOLUTIONS: Dengan membuat kampanye berjudul “Make It Stand Out!”. Promosi menggunakan dua teknik yaitu *online* dan *offline*.

Pada strategi *online*, menggunakan Instagram sebagai media utama promosi, lalu untuk strategi *offline*, menggunakan *merchandise* pada pameran untuk meningkatkan ketertarikan audiens.

Selain itu, agar meningkatkan ketertarikan audiens dengan merek, maka komunikasi atau penyampaian pesan dibantu oleh penggunaan maskot. Dan untuk pengenalan agar audiens percaya dengan kinerja Gaskeun!, maka lakukan *posting* portofolio atau hasil kerja Gaskeun!.



Ad overview ⓘ

Views	15,622
Goal • Profile visits	262

Views ⓘ 15,622

Reach	9,179
-------	-------

Engagement ⓘ

Likes and reactions	8
---------------------	---

DESIGN APPROACH & PROCESS

Menggunakan dua pendekatan yaitu Offline dengan *merchandise*, sedangkan *online* dengan Instagram sebagai media utama promosi.

Didukung oleh konten-konten edukasi dengan menggunakan visual serta teknik *copywriting* yang baik dan *hook* yang *engaging* diawal video. Hal ini juga didukung dengan iklan dan kolaborasi dengan mikro *influencer* atau *KOC* agar meningkatkan keterlibatan Gen-Z dalam promosi.

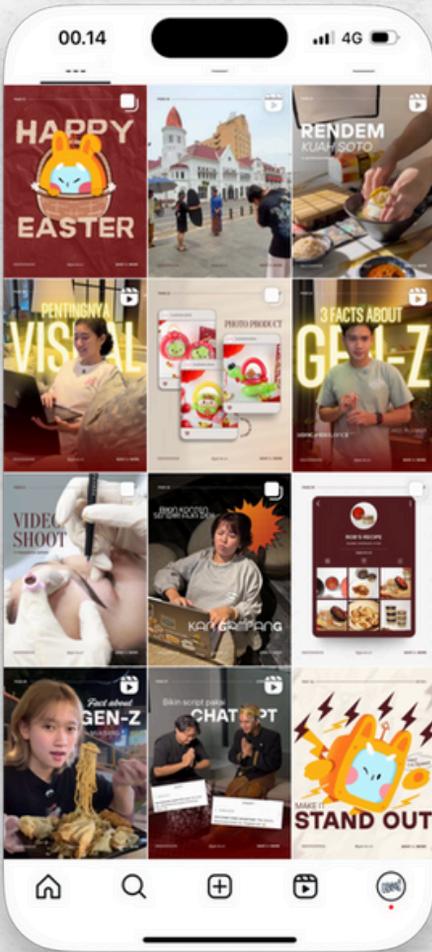
Pendekatan *offline* seperti pameran dibutuhkan persiapan dan penyebaran *free merchandise* untuk target market Gaskeun!. Hal ini berupa *sticker*, *handfan*, *standee* maskot, *brosur*, *kartu nama*, *lanyard*, *gantungan kunci*, *banner*, *totebag*, *portofolio cetak*, *GSM*, *spin wheel*, dan *videotron*.



Sebelum



Sesudah



Ad overview ⓘ

Views	15,622
Goal - Profile visits	262

Views ⓘ	15,622
Reach	9,179



PERANCANGAN BRAND ACTIVATION UNTUK GASKEU! BERSERTA MEDIA PROMOSINYA AGAR MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

INTRODUCTION

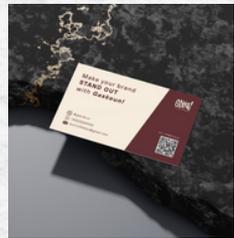
OBJECTIVE

METHODOLOGY

FINAL DESIGN RESULTS

CONCLUSION

REFERENCE





MONICA THEBEZ

Founder dari Gaskeun! Social Media Management yang menguasai *skill* dibidang *design*, *photography*, *videography*, dan *editing*. Dalam pemilihan bisnis, saya berpikir berdasarkan permasalahan yang terjadi disekitar saya. Selain itu, saya ingin menonjolkan gaya desain flat desain yang menonjolkan grafik dan foto. Dengan kegemaran mengulik tentang Gen-Z, saya juga melibatkan Gen-Z dalam pembuatan konten agar lebih berkesan dan *relate*.

Pada pemilihan warna dan maskot, saya ingin Gaskeun! terlihat *stand out* dan menjadi berdampak.



