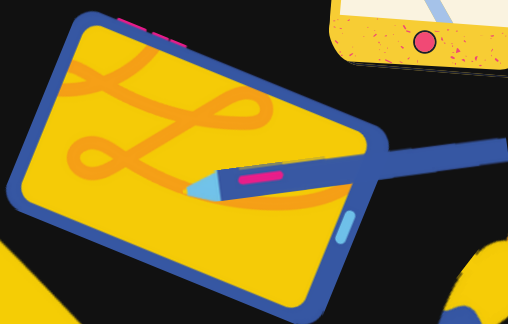


IP & CREATIVE CONTENT





IP & CREATIVE CONTENT

01.

Konten Ilustrasi Instagram
Panpicoo

06.

Lyn's Diaries : Cerita Positif Remaja
di Instagram

02.

"Basic Cars Guide For Women"
Buku Panduan Merawat Mobil

07.

Found Myself Then Found You

03.

Happy Beans! Buku Cerita Anak
Untuk Anak 3-7 Tahun

08.

Felviore: Ilustrasi Self-love Untuk
Remaja

04.

A Face of Dream: Manga For A
Young Identity Seeker

09.

Silent Blues

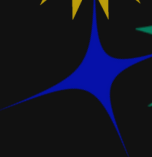
05.

KOIBITOKKI : Creating Relatable
Illustrative Contents

010.

HEARTORIES: Komik Suara Penyintas





011.

DAZZLING COMIC : Edukasi K-pop
Remaja

012.

Brand Activation Skena in Surabaya
untuk Brand Awareness FTRM

013.

Heartspace Blues: Merangkai Luka
Dalam Warna dan Cerita



KONTEN ILUSTRASI INSTAGRAM PANPICOO

PROYEK INI MERANCANG KONTEN ILUSTRASI DIGITAL YANG
MENAMPILKAN KARAKTER PAN DAN PICO DI AKUN INSTAGRAM
@PANPICOO



ANASTASIA
FAUSTINA
POETRI



Problem Statement & Research Insights

ISSUE: Gen Z aktif di media sosial seperti Instagram, tetapi sering terpapar konten negatif seperti tekanan sosial dan perbandingan diri yang berdampak pada kesehatan mental. Diperlukan konten visual yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga menyampaikan pesan yang bermakna dan relevan.

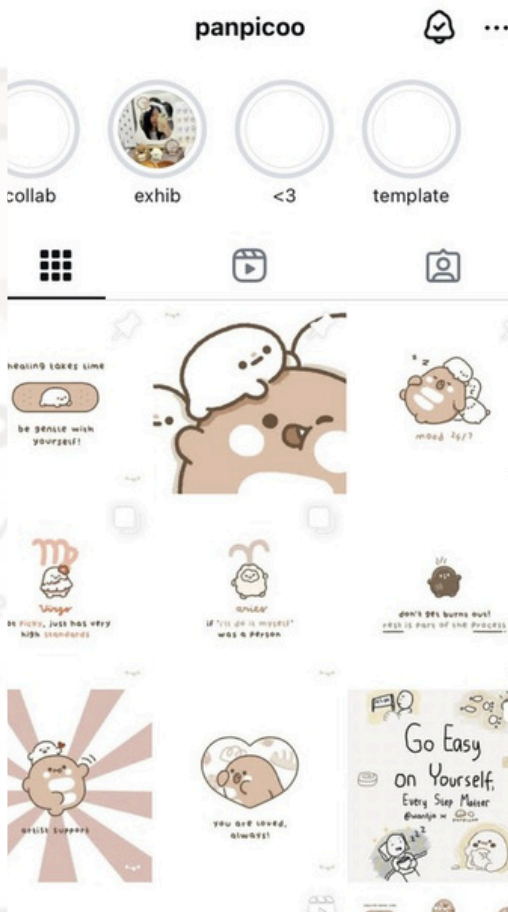
INSIGHT: Panpicoo hadir sebagai solusi melalui konten ilustratif dan karakter pan dan pico. Berdasarkan hasil survei dan wawancara, Gen Z paling responsif terhadap konten yang minimalis, ringan, dan penuh makna. Ilustrasi lucu dan narasi positif membangun koneksi emosional yang kuat dengan audiens.

FINDINGS: Gen Z lebih menyukai visual yang lembut, warna pastel, karakter yang *relatable*, serta narasi yang bersifat personal dan tidak terlalu banyak kalimat. Banyak responden merasa terhubung secara emosional dengan konten bertema *self-growth* dan kesehatan mental ketika disampaikan dengan gaya yang hangat dan santai.

SOLUTIONS: Panpicoo menyebarkan pesan positif melalui dua karakter orisinal: Pan, baguette berhati hangat yang berperan sebagai mentor lembut, dan Pico, adonan kecil yang masih tumbuh—layaknya Gen Z yang masih terus berkembang dan mencari arah hidupnya.

Pesan ini disampaikan lewat *ilustrasi*, *Reels*, dan *Stories* Instagram, lengkap dengan warna lembut, tulisan tangan, dan visual ekspresif.

Panpicoo juga menghadirkan *merchandise* seperti stiker, *notepad*, *coaster* dan gantungan kunci untuk membawa semangat positif ke kehidupan sehari-hari.



DESIGN APPROACH & PROCESS

Secara visual, desain Panpicoo menggunakan gaya kartun minimalis dengan palet warna pastel dan tipografi tulisan tangan untuk menciptakan suasana yang personal dan menyentuh. Konsep ini disesuaikan dengan preferensi Gen Z terhadap konten ringan namun bermakna.

Proses desain dimulai dengan riset, *brainstorming*, dan *moodboarding*, kemudian dilanjutkan dengan sketsa karakter awal. Beberapa iterasi dilakukan berdasarkan masukan dari ahli dan audiens. Prototipe diuji coba dan direvisi agar sesuai dengan nilai emosional dan pesan yang ingin disampaikan.



intp



entp



intj



entj



enfp



infj



enfj



infp



estj



istj



isfj



esfj



estp



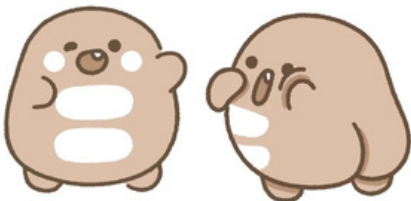
istp



isfp



esfp





Aquarius
Forgets to reply but still
watches all your stories

Page 8



Aries
If "it's all about me!"
was a person

Page 8



Libra
Gives great advice but never
follows it themselves

Page 8



Virgo
Not picky, just has very
high standards

Page 8



take a break

Page 8



Page 8

healing takes time



be gentle with
yourself!

Page 8



Page 8



celebrate every little joy

Page 8



take it one day at a time

Page 8



it's okay to say "no"

Page 8



pause and recharge

Page 8



Follow us!



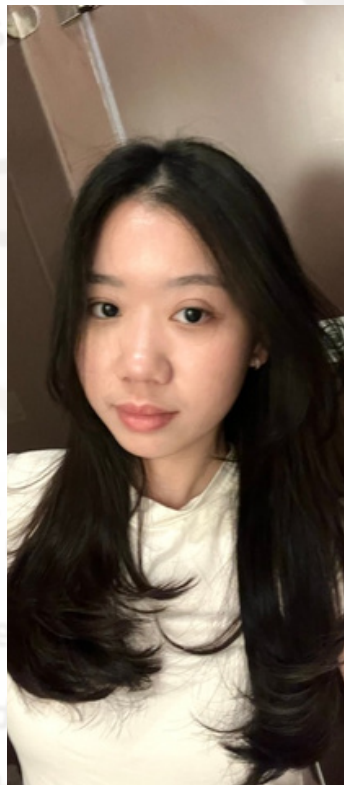
@panpicoo



ANASTASIA FAUSTINA POETRI

Illustrator dan Desainer komunikasi visual, pencipta Panpicoo—sebuah dunia penuh positività yang disalurkan lewat karakter Pan dan Pico. Berpengalaman dalam ilustrasi, pembuatan konten media sosial, hingga desain *merchandise*.

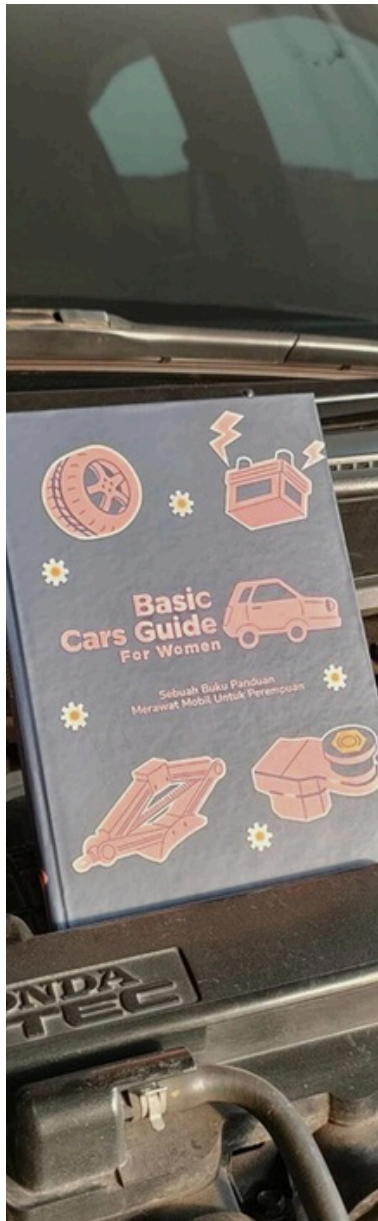
Melalui Panpicoo, saya ingin menciptakan ruang aman bagi siapa pun untuk merasa didengar, terhubung, dan bertumbuh bersama.



“BASIC CARS GUIDE FOR WOMEN”

BUKU PANDUAN MERAWAT MOBIL

RANCANGAN BUKU PANDUAN MERAWAT MOBIL BAGI
PEREMPUAN



KURNIA
TASNIMA
SARI

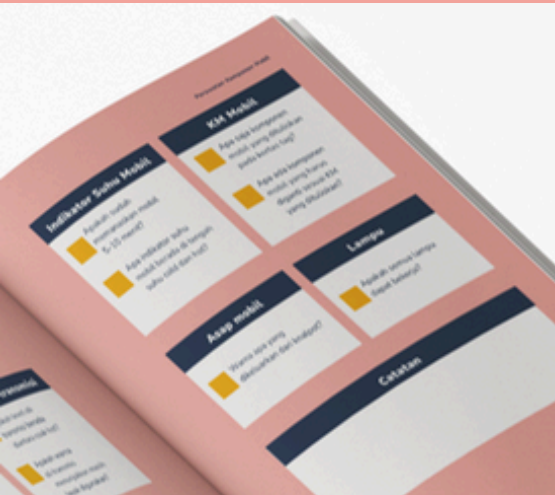


Problem Statement & Research Insights

ISSUE: Saat ini, banyak perempuan yang dapat mengendarai mobil. Tetapi, tidak banyak yang dapat merawat mobil. Meskipun informasi mengenai merawat mobil dapat diakses melalui buku manual mobil. Perempuan mengalami kendala dalam memahami isi buku manual mobil dikarenakan sedikitnya ilustrasi dan isi dominan tulisan sehingga mengalami kesulitan dalam merawat mobil.

FINDINGS: Buku ilustrasi dapat membantu pembaca dalam berimajinasi. Gaya ilustrasi berupa *Flat Design* dapat memudahkan user dalam menerima informasi. *Layout Axial* dan *Multi Panel* untuk memberikan ruang teks dan visual. Tokoh karakter dan *quotes* untuk menghibur pembaca. *Workbook* untuk memudahkan praktek.

SOLUTIONS: Buku “Basic Cars Guide For Women” berisi ilustrasi berwarna disertai dengan penjelasan yang ringkas dan menjelaskan istilah otomotif. Selain itu, terdapat tokoh karakter, *quotes*, dan *workbook* untuk menunjang kemudahan perempuan dalam memahami perawatan mobil.



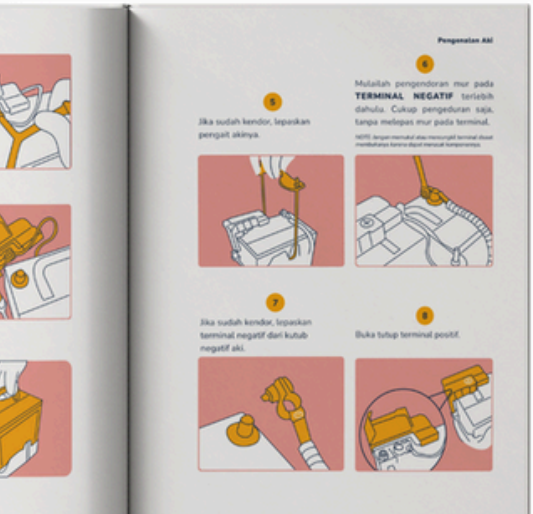
DESIGN APPROACH & PROCESS

Buku “Basic Cars Guide For Women” berisi ilustrasi berwarna dengan gaya desain *Flat Design*. Didominasi warna pink, biru, kuning, dan putih.

Penggunaan warna pink dan biru memvisualisasikan perempuan dapat melakukan hal maskulin salah satunya perawatan mobil. Warna kuning dan putih digunakan untuk menunjukkan suatu objek pada ilustrasi dan mendukung gaya desain *Flat Design* yaitu minimalis. Sudah dilakukan uji validasi pada 3 *Expert user* (Otomotif, *Layout*, *Grafis*) dan 3 *Extreme User* perempuan rentan usia 20-40 tahun yang dapat mengendarai mobil.



Dengan hasil, adanya ilustrasi dapat memberikan pemahaman pada perempuan hanya mengenai komponen mobil yang berukuran besar seperti bodi mobil sedangkan komponen mobil yang berukuran kecil terutama pada kap mobil kurang efektif untuk memberikan pemahaman. Maka dari itu, dibuatlah video untuk membantu pemahaman pada perempuan. Adanya tokoh karakter dan *quotes* dapat memberikan hiburan. Adanya *workbook* dapat membantu perempuan dalam praktek.





Ilustrasi *Flat Design* menggunakan warna pink, biru, kuning, putih. Penyusunan materi secara sistematis dan *barcode* video diletakkan setiap akhir materi komponen mobil.

Tokoh Karakter



Lebih menarik menyampaikan informasi

Workbook

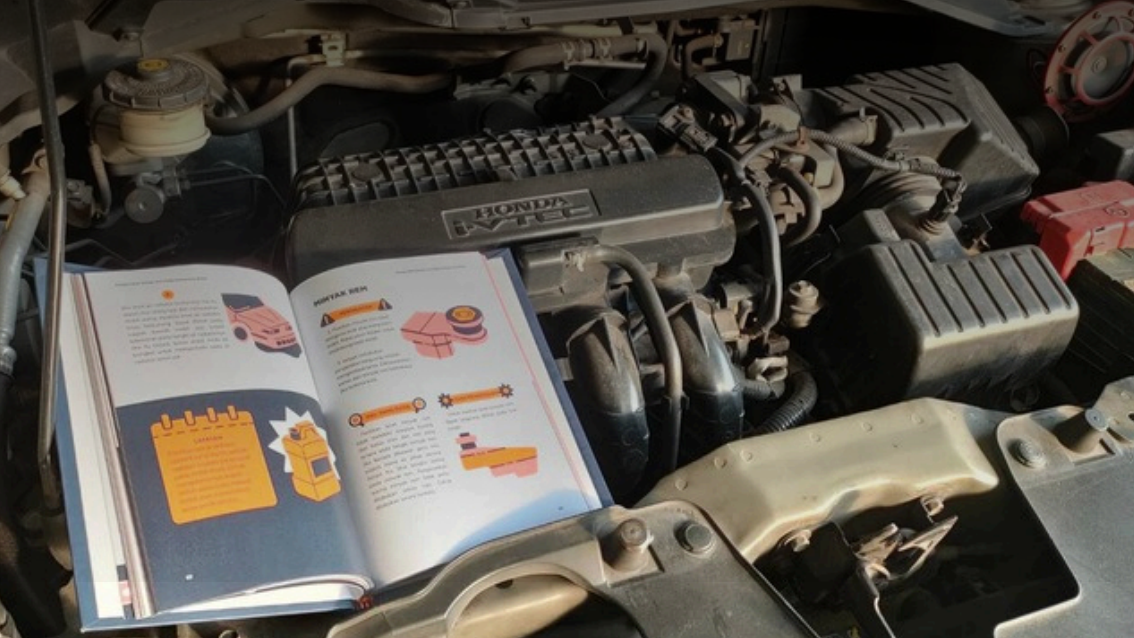


Memudahkan dalam praktek

Quotes



Terasa lebih hidup dan tidak membosankan



KURNIA TASNIMA SARI

Saya mahasiswi Universitas Ciputra Surabaya jurusan Desain Komunikasi Visual. Saya memiliki ketertarikan dengan *Graphic Design* dan Ilustrasi khususnya pada ilustrasi *vector*.

Dibalik alasan munculnya ide ini karena berdasarkan dari pengalaman yang saya rasakan ketika mobil saya tiba-tiba tidak bisa dinyalakan. Maka dari itu dengan adanya buku ini, harapannya bisa mempermudah para perempuan dalam merawat mobilnya dan dapat mengakses ilmu dengan menyenangkan.



HAPPY BEANS!

BUKU CERITA ANAK UNTUK ANAK 3-7 TAHUN

HAPPY BEANS! ADALAH BUKU CERITA DAN CHALLENGE MINGGUAN YANG MEMBANTU ANAK MEMBIASAKAN RUTINITAS PAGI SEBELUM SEKOLAH.



ASFA ROJIYA
HANA BISMARRANI



Problem Statement & Research Insights

Peningkatan penggunaan *gadget* yang signifikan di kalangan anak usia dini di Indonesia, terutama pada masa *Golden Age*" (1-6 tahun) yang menimbulkan kekhawatiran terhadap pembentukan kepribadian dan potensi perkembangan kognitif anak.

Data menunjukkan 25,08% anak usia dini di Indonesia menggunakan gadget (BPS, 2018), berisiko mengganggu perkembangan otak mereka. Solusi *existing* seperti buku bergambar kurang interaktif dan minim partisipasi orang tua. Penelitian ini menawarkan "buku cerita berbasis *challenge*" yang mengombinasikan pembelajaran repetitif dengan tantangan interaktif, mengurangi ketergantungan gadget sekaligus meningkatkan keterlibatan orang tua melalui aktivitas kolaboratif.

Penggunaan gadget yang berlebihan pada anak menimbulkan kekhawatiran bagi orang tua, dengan 40% responden menyebutnya sebagai masalah utama. Salah satu solusi adalah menggunakan media buku yang mendorong aktivitas fisik untuk mengalihkan perhatian anak dari gadget.



DESIGN APPROACH & PROCESS

Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan buku cerita interaktif dengan: Tantangan harian bertahap untuk melatih kemandirian, Metode pembelajaran repetitif melalui cerita dan permainan, Fitur kolaborasi orangtua-anak. Konsep ini menjadi alternatif gadget yang mengintegrasikan pembelajaran dan ikatan keluarga dalam satu media fisik menarik.



Cerita dikembangkan berdasarkan rutinitas pagi hari anak sebelum berangkat sekolah, dengan tokoh utama seekor kelinci bernama Kiki yang ceria. Cerita dilengkapi dengan perancangan ilustrasi yang bersifat imajinatif namun tetap komunikatif, menggunakan gaya visual yang lembut dan ramah anak. Semua elemen dirancang dengan pendekatan desain komunikasi visual agar isi buku tak hanya menarik secara estetis, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan pembiasaan positif kepada anak.



Happy Beans!

MULAI PAGI DENGAN KEBIASAAN BAIK bersama KIKI!



Bercerita tentang seekor kelinci yang bersiap pergi ke sekolah, dilengkapi dengan buku lembar challenge kegiatan selama seminggu.

Lembar challenge ini dirancang agar si Kecil dapat terbiasa dengan kegiatan yang dilakukan sebelum berangkat sekolah (merapikan tempat tidur, menyiapkan bekal, pakai sepatu, dsb).

Jadikan rutinitas pagi si Kecil lebih menyenangkan dengan Happy Beans!



ASFA ROJIYA
HANA
BISMARRANI

Dalam merancang buku cerita anak, elemen visual memegang peranan penting untuk menarik perhatian sejak awal. Ilustrasi yang penuh warna dan ekspresif, serta tipografi yang ramah anak, membantu menciptakan suasana yang menyenangkan dan mendukung pemahaman cerita. Selain itu, buku juga dilengkapi dengan aktivitas sederhana dan tantangan harian yang mendorong anak terlibat secara aktif. Kombinasi visual yang kuat dan konten interaktif ini menjadikan buku sebagai pengalaman membaca yang menyenangkan dan mudah diingat oleh anak-anak.

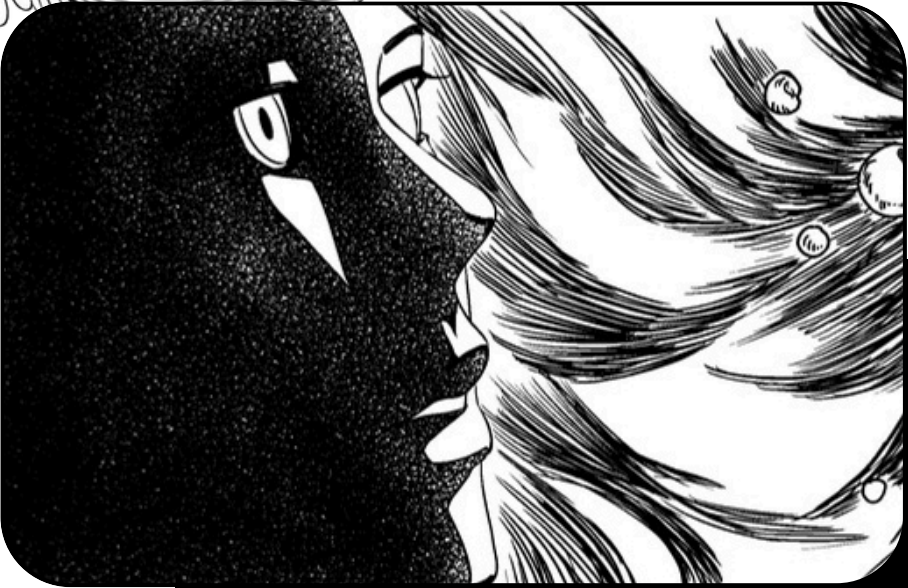


A FACE OF DREAM: MANGA FOR A YOUNG IDENTITY SEEKER

MANGA UNTUK DEWASA MUDA YANG MENGALAMI KRISIS IDENTITAS
UNTUK MEMBANTU MEREKA MENENTUKAN NILAI HIDUP MEREKA



EUGENE
LOVELINE



Problem Statement & Research Insights

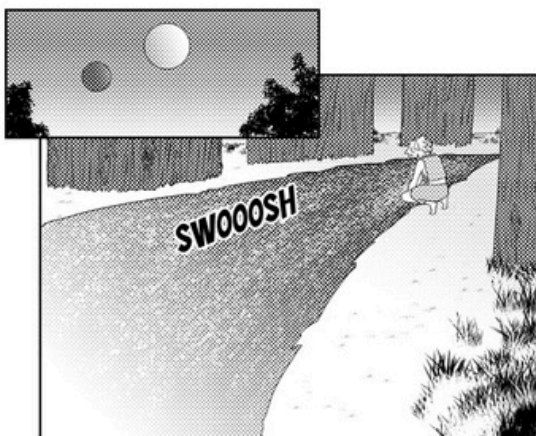
Issue: Pembaca manga dewasa muda, yang sebagian besar adalah perempuan, sering ditemukan menghadapi krisis identitas yang dapat memengaruhi kinerja mereka sehari-hari. Masalah ini dapat menyebabkan perasaan terasing, depresi, dan kesulitan dalam mengambil keputusan.

Manga dengan alur yang kaya emosi dan berfokus pada karakter untuk membantu para pembaca menghadapi krisis identitas dengan menawarkan pengalaman yang relevan melalui penceritaan visualnya.

FINDINGS: Mendesain komik tentang krisis identitas untuk dewasa muda dengan *artstyle* manga dan berseri.

SOLUTIONS: Merancang 'a Face of Dream' untuk memberikan dukungan emosional dan membantu mengatasi krisis identitas.

Dengan narasi visual yang menarik, alur cerita yang berfokus pada karakter, *layout* komik yang dinamis, dialog yang bermakna, dan alur karakter yang berkembang, manga 'a Face of Dream' berpotensi untuk meningkatkan ketertarikan pembaca. Manga ini mengajak pembaca untuk tenggelam dalam cerita, melihat psikologi individu dengan eksplorasi dan mendefinisikan identitas diri.



DESIGN APPROACH & PROCESS

Projek ini menggunakan pendekatan narasi visual berbasis karakter dengan gaya seni manga, alur unik, gambar simbolis dan psikologi pembaca untuk mengeksplorasi tema identitas.

Proses desain dimulai dengan berempati dengan pembaca untuk memahami kebutuhan emosional dan psikologis mereka, kemudian dilanjutkan dengan *brainstorming* ide, pembuatan konsep, sketsa, dan pembuatan prototipe.

Prototipe ini kemudian diuji dan disempurnakan melalui beberapa revisi, yang mengarah pada pengembangan hasil akhir.



Design Concept

Desain utama komik ini bergaya manga atau anime dengan anatomi proporsional atau *exaggeration* yang minim atau semi-realis. Desain ini dibentuk dengan banyak garis, *cross hatch*, dan *halftoning*.

Warna yang digunakan adalah kontras tertinggi antara hitam dan putih karena warna ini merupakan karakteristik utama manga dan memberikan keterbacaan objek yang baik.





Manga Book

Sebuah buku *paperback* yang menawarkan pengalaman mendalam ke dunia 'a Face of Dream'



Manga pages

Komik Jepang yang menghidupkan cerita melalui hubungan emosional, karakter, dan *world building*.

Merchandise

Merchandise a Face of Dream
untuk membangun koneksi
dengan pembaca





EUGENE LOVELINE

Seorang artist, dikenal sebagai Levien, dengan *passion of daydreaming*.

Karya-karyanya menunjukkan *inner world of life* melalui cerita manga, lukisan, dan desain. Ia menyukai dunia fantasi, *action*, dan fiksi psikologis. Saat ini ia sedang mengembangkan seri originalnya, Face of Dream dan ουα οεβλ.

Saat tidak menggambar, dia biasanya *daydreaming* mengenai sebuah langit dan makhluk yang tidak ada. Dia terlalu lelah untuk hidup. Berharap suatu hari dia bisa melihat Leviathan.



KOIBITOKKI:

CREATING RELATABLE ILLUSTRATIVE CONTENTS

USING MASCOTS TO BUILD A LOVABLE BRAND
IDENTITY THROUGH ILLUSTRATIVE CONTENTS



STEFANI
NATALIA



Problem Statement & Research Insights

MASALAH: Koibitokki Studio menghadapi tantangan dalam membangun koneksi dengan audiens target melalui metode pemasaran konvensional. Kurangnya ciri visual yang konsisten dan khas membuat brand ini sulit untuk terlihat relatable dan menarik di mata audiens maupun calon klien.

Dengan secara konsisten membuat konten ilustratif harian yang bervariasi seperti komik, animasi, dan video pendek, Koibitokki Studio bertujuan untuk meningkatkan visibilitas *brand* dan menarik perhatian audiens Gen Z serta calon klien. Konten yang *relatable* dengan menampilkan para maskot dapat membantu audiens merasa terhubung secara emosional dengan *brand*.

FINDINGS: Membuat konten ilustratif yang relevan dan menyertakan maskot brand dapat membantu membangun koneksi antara audiens dengan brand itu sendiri.

SOLUTIONS: Untuk mengatasi tantangan *brand* dalam membangun koneksi dengan audiens, beberapa solusi kemudian diterapkan. Solusi tersebut meliputi pembuatan konten ilustratif yang menarik seperti komik, postingan harian, serta penggunaan maskot VTuber untuk merepresentasikan *brand*—sehingga lebih mudah dikenali dan terasa lebih personal bagi audiens. Penjadwalan konten secara rutin membantu menjaga konsistensi dan membangun ekspektasi, memberikan audiens sesuatu yang dinantikan serta menggabungkan tren populer untuk memperkuat identitas dan kepribadian unik dari *brand* itu sendiri.



DESIGN APPROACH & PROCESS

Koibitokki Studio menciptakan tiga maskot untuk merepresentasikan identitas *brand* dan menjadi tokoh utama dalam semua konten ilustratif, sehingga membuat *brand* lebih mudah dikenali dan menarik.

KMaskot Koibitokki Studio—Aerith, Bonbon, dan Chiffon—dirancang untuk mencerminkan pesona *brand* dan terhubung dengan audiens Gen Z.

Setiap maskot dikembangkan dengan karakteristik, gaya visual, dan palet warna yang setema untuk memastikan daya tarik serta konsistensi *brand* yang sesuai dengan target audiens.



Pembuatan konten ilustratif Koibitokki berfokus pada variasi dan kedekatan dengan kehidupan sehari-hari melalui komik pendek, postingan harian, animasi, dan siaran/stream. Jadwal unggahan yang konsisten serta konten berbasis tren dengan sentuhan unik membantu menjaga *brand* tetap segar dan menarik. Siaran langsung sebagai Aerith juga memperkuat interaksi dengan audiens dan membangun koneksi personal dengan *brand*, sekaligus mempromosikan Koibitokki secara keseluruhan.

AERITH



BUNNY PRINCESS FROM TOKKITOPIA

Putri kelinci yang datang dari Tokkitopia dan sedang dalam misi untuk membawa dunia **Tokkitopia** ke Bumi dalam bentuk ilustrasi!



BONBON



LOYAL BUNNY COMPANION

Bonbon adalah kelinci yang terbuat dari *marshmallow* dan permen kapas. Ia bisa melayang dengan mengepakkan telinganya yang besar dan lentur.



CHIFFON



SWEETEST FOX COMPANION

Chiffon adalah seekor rubah yang terbuat dari *fondant* dan *marshmallow*. Ia suka merajut dan membuat kue manis untuk teman-temannya.



KOIBITOKKI



KOIBITOKKI IS A WHIMSICAL ILLUSTRATION STUDIO FOUNDED BY AERITH IN 2022. JOIN AERITH AND BONBON AS THEY EMBARK ON A CREATIVE ADVENTURE AS THEY FILL THE WORLD WITH ADORABLE ILLUSTRATIONS AND HEARTWARMING STORIES!



CONTENTS

SHORT COMICS

DAILY LIFE ART

ANIMATIONS

MERCHANDISE DESIGNS





STEFANI NATALIA

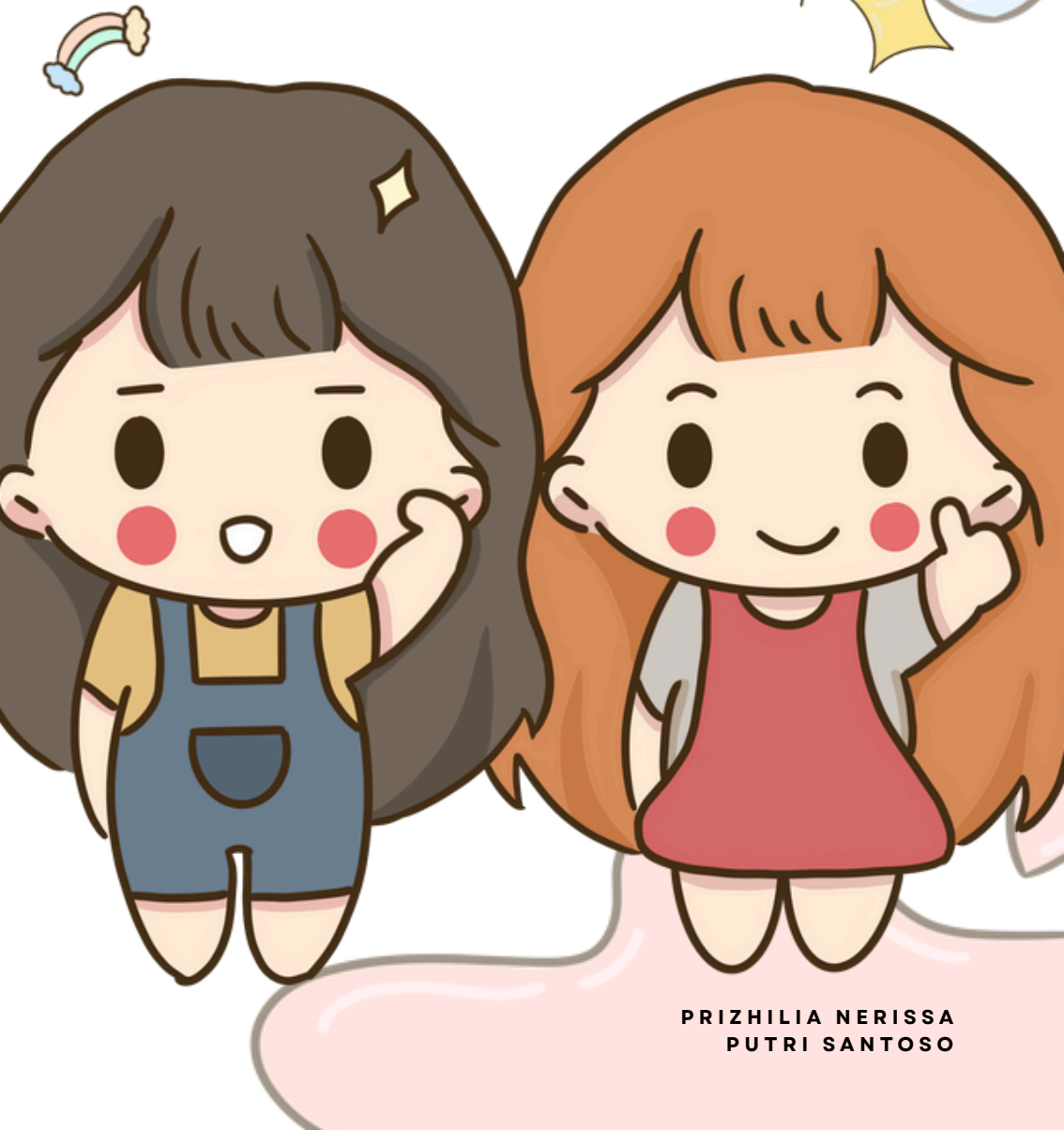
Seorang *freelance artist* dan VTuber yang dikenal sebagai Aewith, yang bercita-cita untuk menginspirasi dan terhubung dengan orang lain melalui ilustrasi yang imut.

Aewith menggabungkan seni, game, dan desain karakter untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan bagi audiens Gen Z. Baik saat menggambar secara langsung di stream, membagikan clip kehidupan sehari-hari, maupun berkolaborasi dengan kreator lain, Aewith berusaha membangun ruang yang aman dan inklusif, tempat di mana kreativitas dan kenyamanan berpadu.



LYN'S DIARIES: CERITA POSITIF REMAJA DI INSTAGRAM

LYN'S DIARIES ADALAH KOMIK INSTAGRAM BERTEMA *SELF-ESTEEM*
UNTUK REMAJA 15-20 TAHUN



PRIZHILIA NERISSA
PUTRI SANTOSO



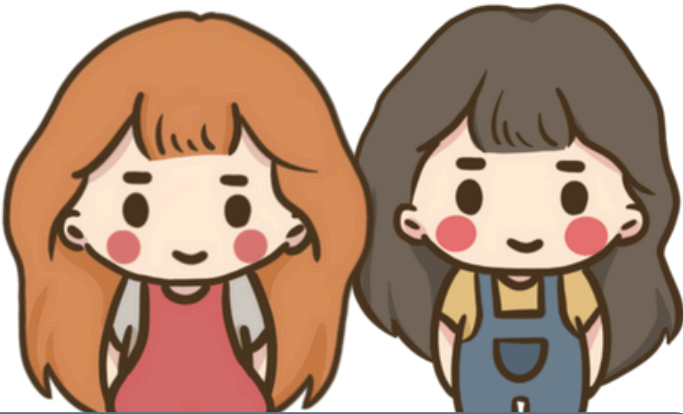
Problem Statement & Research Insights

Remaja sering mengalami tekanan sosial dari media sosial, seperti standar hidup yang tidak realistis, sehingga menurunkan *self-esteem* mereka. Mereka membutuhkan media visual yang positif, *relatable*, dan mampu memberi dukungan emosional yang ringan

Pencarian melalui studi literatur, observasi, survei dan wawancara menyatakan bahwa konten dengan gaya ilustrasi yang sederhana, warna pastel, dan narasi yang emosional lebih mudah diterima oleh Gen Z karena memiliki komik digital yang ringan, menghibur, dan bisa menjadi media efektif menyampaikan pesan motivatif dan meningkatkan *self-esteem*

FINDINGS: Gen z lebih menyukai konten visual seperti ilustrasi chibi dengan warna pastel yang ceria. Konten motivasi yang *relatable* lebih disukai daripada yang terlalu umum. Cenderung tertarik pada karakter yang mencerminkan pengalaman pribadi mereka

SOLUTIONS: Menciptakan 2 karakter utama dari Lyn's Diaries yaitu Lovelyn dan Acelyn yang relate dengan remaja. Cerita dibentuk dalam format *carousel* sehingga mudah untuk diakses. Konten dikembangkan berdasarkan riset, termasuk feedback dari *expert user* dan *extreme user*



MOOD BOARD



DESIGN CONCEPT

Lyn's Diaries menggunakan artstyle chibi yang menampilkan karakter dengan kepala besar dan tubuh yang kecil yang memiliki kesan yang lucu dan juga menggemaskan dengan memakai gaya yang sederhana

Penggunaan warna pastel yang bervariasi, cerah untuk menarik perhatian dan memberikan suasana positif untuk menghidupkan karya dan menciptakan energi yang menyenangkan bagi pembaca

Penggunaan *typeface* "Bad Comic" yang mudah untuk dibaca, memberikan kesan yang lebih santai dan informal, cocok untuk desain yang menyenangkan dan ceria

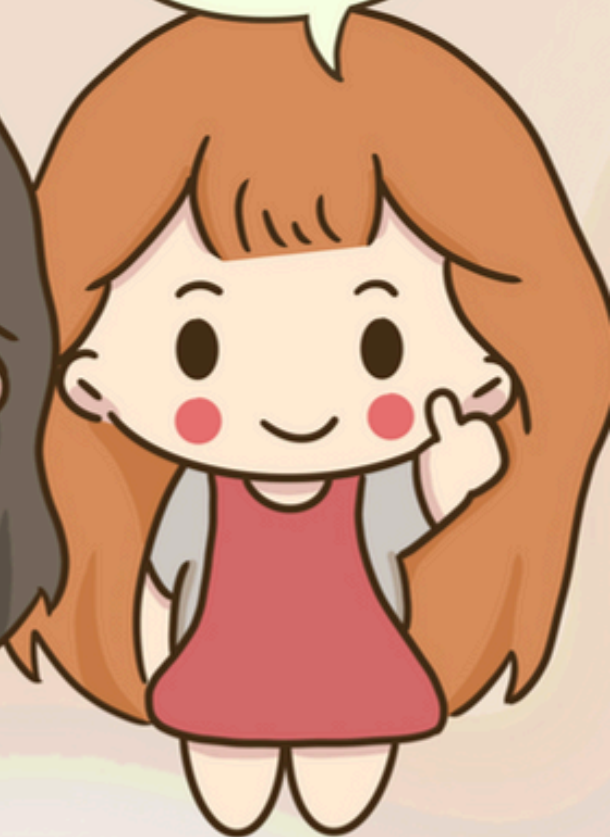
BAD COMIC

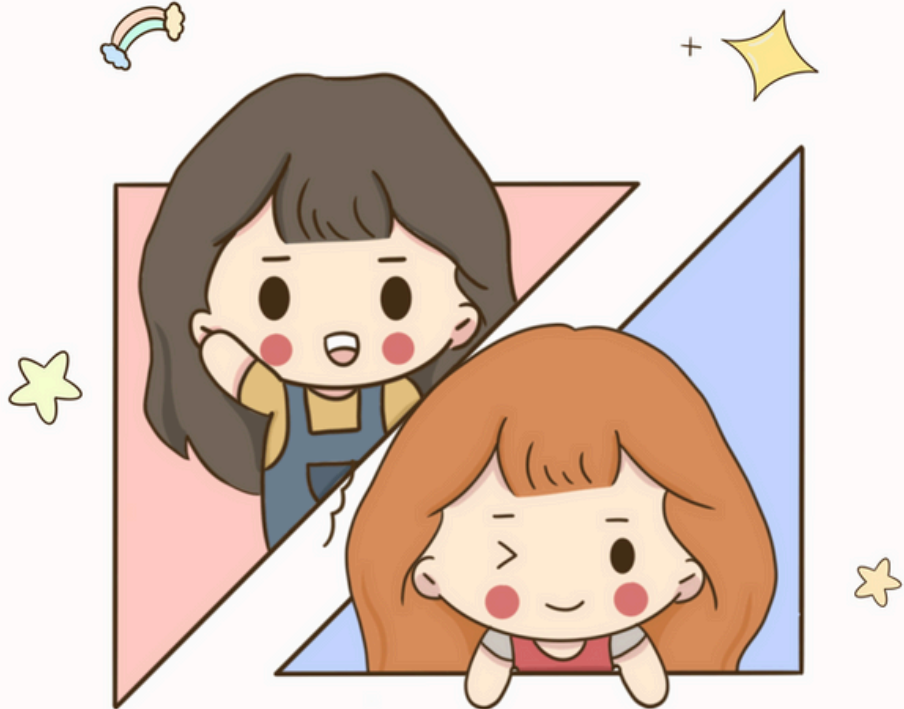
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890#=:+/-

Lyn's_Diaries

Yuk, cari tahu
kekuatanmu bersama
lyns diaries!

Kamu bakal nemuin
cerita inspiratif dalam
bahasa Indonesia yang
bikin kamu percaya diri
lho!





PRIZHILIA NERISSA PUTRI SANTOSO

Seorang ilustrator, mahasiswa Desain Komunikasi yang memiliki keterampilan dasar dalam bidang kreatif seperti fotografi, videografi, pembuatan konten, pengembangan ide konsep, dan ilustrasi.

Memiliki pengalaman dalam mengerjakan, foto editing, video editing, *design* untuk baju dan stiker untuk keperluan penjualan online



FMTFY

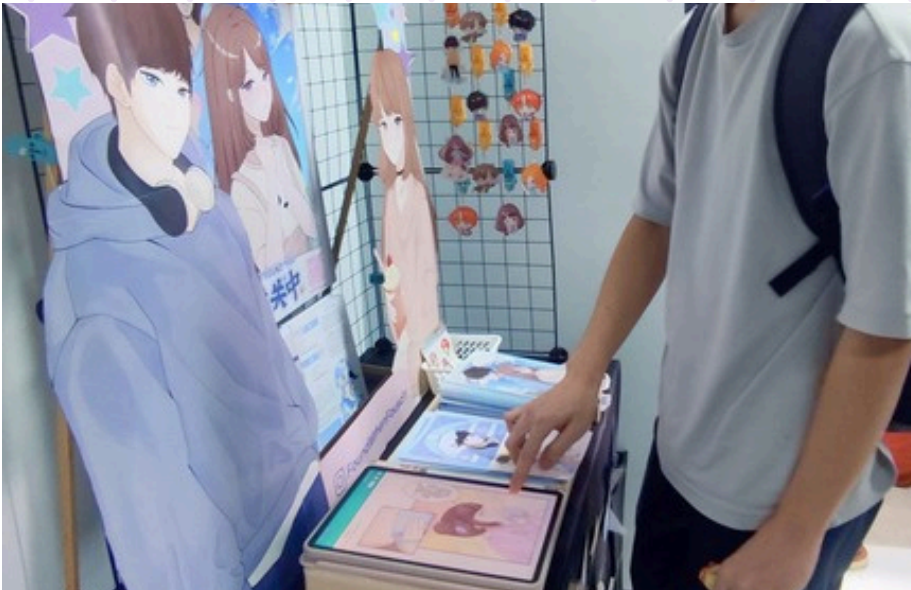
7

WEBKOMIK PSIKOEDUKATIF-MOTIVASIONAL UNTUK GEN-Z AGAR
LEBIH MENGENAL DIRI SENDIRI, MENGELOLA KECEMASAN DAN
BERANI KELUAR DARI ZONA NYAMAN



★ FOUND MYSELF THEN FOUND YOU
相遇在迷失中 ★

MARIA
ELIZABETH
ALI



Problem Statement & Research Insights

ISSUE: Generasi Z yang terlahir dintangah gempuran era teknologi digital dan globalisasi dipacu untuk terus beradaptasi menghadapi berbagai perubahan yang dapat memengaruhi pembentukan karakter dan kualitas moral suatu bangsa. Hal ini memicu kurangnya kepercayaan diri dan meningkatnya kecemasan yang mengarah kepada kecemasan sosial (demam panggung).

Sehingga, pengembangan diri menjadi bekal penting bagi generasi muda dalam membentuk kualitas hidup dan menghadapi berbagai tantangan dalam kehidupan guna memiliki masa depan yang lebih cerah.

FINDINGS: Meningkatnya minat baca generasi Z karena lebih tertarik dengan gambar visual dibandingkan tulisan. Terutama bila gambarnya berwarna dan memiliki unsur tertentu yang unik dan menarik.

SOLUTIONS: Merancang komik digital ***Found Myself Then Found You*** dengan tema pengembangan diri melalui elemen psikologis karakter berbasis MBTI serta pembahasan isu-isu masa kini yang dapat mendorong pembaca untuk lebih mengenal diri sendiri, mengelola tekanan sosial lebih sehat, dan berani keluar dari zona nyaman.

Adanya perpaduan *visual storytelling* dan elemen psikologis akan membuat pembaca merasa lebih tertarik serta dapat menjadi stimulus perkembangan intrapersonal pembaca menuju peningkatan kualitas pribadi.



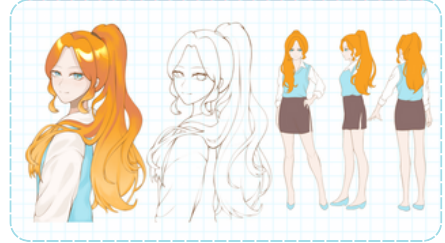
DESIGN APPROACH & PROCESS

Perjalanan Thalia alias Wang Xiaolan (王小兰), seorang gadis asal Indonesia yang keluar dari zona nyaman dengan merantau ke Tiongkok untuk menempuh masa depan yang lebih baik dan bertemu dengan 4 orang yang punya kepribadian berbeda-beda.

Komik Digital FMTFY Bergenre drama-romantis dengan fokus pada pengembangan diri. Target audiens yaitu Gen Z (12-17).

Panelling Menggunakan 6 jenis transisi; waktu ke waktu, tindakan ke tindakan, subjek ke subjek, adegan ke adegan, aspek ke aspek, non sequitur.

Latar Belakang dan Teknik Visual
Teknik Partial-Perspective



MBTI Dasar Karakterisasi
Membangun karakter yang relevan dan kompleks. Selain itu, bisa membantu pembaca terdorong untuk lebih memahami diri sendiri.

Tipografi *Handwritten Font*
handwritten punya kesan personal, hidup, otentik. Bentuknya yang humanisasi menciptakan kedekatan emosional antara pembaca dan karakter.

Warna Pastel Cerah Hangat
Dapat merangsang stimulasi otak, meningkatkan energi, membangkitkan emosi positif, suasana intim dan ramah sehingga cocok untuk genre drama-romantis.



★ FOUND MYSELF THEN FOUND YOU
相遇在迷失中



MARIA ELIZABETH ALI (晔璇)

Seorang desainer grafis dan ilustrator independen asal Indonesia yang berkomitmen untuk mengutamakan prinsip *design thinking* dan desain etis dalam memberikan kenyamanan pada pengguna serta memenuhi kebutuhan mereka.

Sedangkan, pemilihan nama pena *Yexuan* (晔璇) diambil dari bahasa mandarin dengan arti harfiah yaitu "Bintang Terang" dengan harapan dapat membawa cahaya untuk membantu orang menemukan harapan dalam kehidupan.

Mari berkolaborasi dan ciptakan karya yang luar biasa bersama!
naux3y@gmail.com



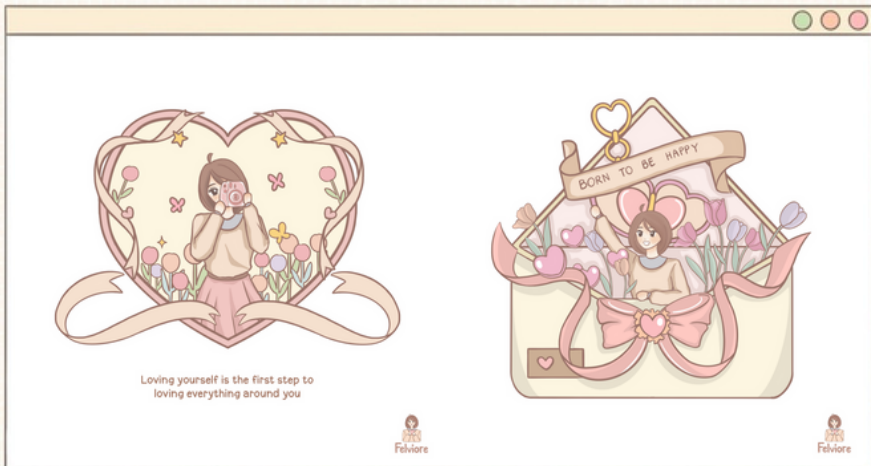
FELVIORE:

ILUSTRASI SELF-LOVE UNTUK REMAJA

FELVIORE ADALAH PROYEK ILUSTRASI DIGITAL BERGAYA
KARTUN DIRANCANG UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN
SELF-LOVE DI KALANGAN REMAJA PEREMPUAN



NI GUSTI
AYU
FELYCIA



Problem Statement & Research Insights

Generasi Z perempuan usia 18-21 tahun sering mengalami tekanan sosial dan standar kecantikan yang tidak realistis di media sosial, yang menurunkan rasa percaya diri dan *self-love* mereka.

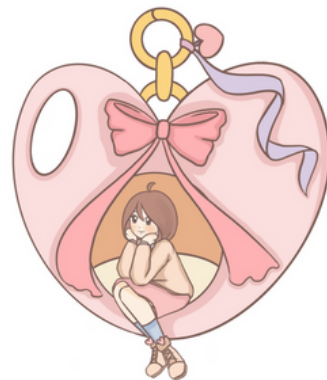
Mayoritas remaja Gen Z aktif di Instagram dan lebih tertarik pada konten visual yang bermakna secara emosional

Mereka merasa tertarik pada ilustrasi pastel, pesan positif dan gaya desain minimalist namun *relatable*

Studi menunjukkan bahwa konten visual positif dapat meningkatkan kesehatan mental

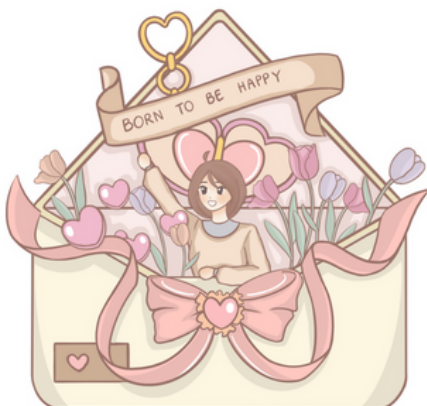
FINDINGS: Gen Z perempuan terbukti menyukai konten motivasi di media sosial dengan ilustrasi kartun yang lucu dan warna pastel. Disertai dengan konten visual yang menyentuh secara emosional dan *relatable* bagi mereka.

SOLUTIONS: Merancang ilustrasi digital Felviore dengan gaya ilustrasi kartun yang lucu, warna pastel yang menenangkan, serta kutipan motivasi yang singkat dan *relatable*. Menggunakan format postingan *carousel*, mini *simple illustrations* dan reels untuk meningkatkan interaksi dengan audiens. Memposting postingan yang interaktif seperti *polling* dan Q&A di Instagram.



Self love is the key to healing.

Be kind to yourself



DESIGN APPROACH & PROCESS

Gaya ilustrasi yang lucu, Penggunaan warna pastel, Font yang mudah dibaca, Karakter maskot yang mendukung tema *Self-Love*

Gaya ilustrasi kartun yang lucu, sederhana dan ekspresif. Penggunaan warna pastel seperti pink, coklat muda, dan biru untuk menciptakan suasana yang tenang. Font yang kesannya friendly dan mudah dibaca Karakter “Fel” dan “Feluffy” sebagai maskot utama Felviore



Prioritizing good sleep is self love ❤️



Studi literatur jurnal-jurnal dan survei target audiens Generasi Z Perempuan melalui Google Form Melakukan sketsa penggambaran desain karakter dan *moodboard* visual untuk Felviore Proses pembuatan 120 panel ilustrasi, konsep buku, poster visual, video trailer, dan merchandise Wawancara dengan *expert user*, *extreme user*, dan target audiens





NI GUSTI AYU FELYCIA

Seorang ilustrator, mahasiswa Desain Komunikasi yang memiliki keterampilan dasar dalam bidang kreatif seperti ilustrasi, pembuatan konten, dan pengembangan ide konsep

Memiliki pengalaman dalam mengerjakan konten video *editing*, design untuk *merchandise* seperti *keychain*, *stickers* untuk keperluan penjualan *online*



SILENT BLUES

PROYEK ILUSTRASI MULTI-PLATFORM UNTUK EKSPLORASI
DIRI DAN KESADARAN KESEHATAN MENTAL
PADA DEWASA MUDA





Problem Statement & Research Insights

ISSUE: Menurut *Mental State of the World Report* (2023), kesejahteraan mental global pada remaja dan dewasa muda usia 18-24 tahun mengalami penurunan tajam sejak 2019. Kelompok usia ini sangat rentan terhadap masalah kesehatan mental karena perubahan emosional dan psikologis yang intens. Dampak signifikan terlihat melalui gejala kesehatan mental seperti kecemasan, tekanan mental, kesejahteraan psikologis yang menurun, dan pola tidur yang terganggu (Cielo et al., 2021).

FINDINGS: Memanfaatkan pertumbuhan media sosial dan tren media populer, individu yang sedang berjuang dapat menemukan kelegaan dengan terlibat dalam konten yang mudah diakses dan bermakna untuk pemahaman diri dan penyembuhan emosional melalui penceritaan visual.

SOLUTIONS: Serangkaian konten ilustrasi sebagai pendekatan narasi visual yang menciptakan ruang untuk interpretasi pribadi, menggabungkan cerita yang resonan secara emosional dan dapat dirasakan dengan berbagai format konten untuk membangun ekosistem imersif yang saling terhubung.

Dengan mengikuti *Silent Blues*, audiens didorong untuk merenung, merasakan keterkaitan, dan terlibat dalam percakapan tentang diri mereka sendiri, terutama mengenai kesejahteraan mental.



20 - SILENT BLUES



Official Trailer Animasi

Sekilas pandang ke
dunia *Silent Blues*:
Fragmen ego,
bayangan, dan segala
sesuatu di antaranya.

Tersedia *Fan-Dubbing*
dalam bahasa Korea



YouTube



Korean Dub

Landing Page Website

silentblues.carrd.co



@QINXIIN
QINXIIN S



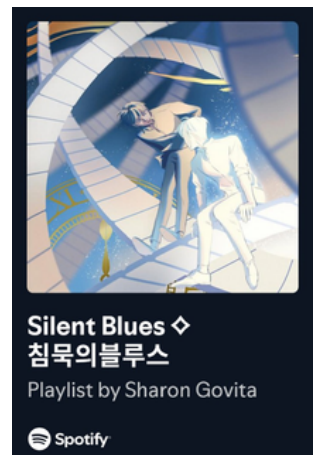


Behind the Blues
Concept Book



Noir's Journal
Notes on Grief





Dengan strategi Hak Kekayaan Intelektual (HKI), Silent Blues menciptakan ekosistem transmedia dengan konten yang dapat diakses di berbagai platform digital, menghadirkan pengalaman imersif dan menarik melalui penceritaan multi-dimensi.

Light of Dawn (서광)

Kisah pertama Labyrinth

Setelah kehilangan ibunya, Jayce menemukan kehangatan dalam diri Dawn. Namun saat ia juga kehilangan Dawn, Jayce terjebak dalam pencarian makna lewat duka, ingatan, dan rasa bersalah. Saat bayangan mulai menutupinya, Jayce harus memilih apakah ia akan tetap dalam gelap atau membawa cahayanya maju.

Silent Blues: *Labyrinth* adalah antologi psikologis tentang jiwa-jiwa retak yang menghadapi perang tak terlihat di dalam diri mereka. Ungkap kebenaran lebih besar di balik keheningan saat si kembar memandu mereka menuju kesatuan sambil mengungkap potongan-potongan tentang keberadaan mereka sendiri di dunia ini!



Webtoon Canvas

Echo Section

Serangkaian ilustrasi sederhana sebagai ruang refleksi untuk mengungkapkan isi hati. Mencakup topik-topik yang banyak dialami oleh manusia pada umumnya





SHARON GOVITA

Qinxiin (吴香沁) is an Indonesian illustrator and storyteller known for her emotionally charged narratives, high versatility across mediums, and deeply rooted conceptual works.

With a background in Visual Communication Design and global experience study in Seoul, Qin's works are characterized by her introspective nature, often blending social-psychological themes and aesthetics into narrative-driven illustrations. With her passion in arts, she aims to inspire, connect, and create positive impact through visual expression.



HEARTORIES: KOMIK SUARA PENYINTAS

10

KOMIK UNTUK MENYUARAKAN LUKA PENYINTAS
KEKERASAN SEKSUAL MUDA



YASMIN
MARSHANDA
ASHILAH



Problem Statement & Research Insights

ISSUE: Kekerasan seksual kerap dianggap remeh oleh masyarakat termasuk kalangan dewasa muda. Kenyataan tersebut terlihat dari banyaknya stigma-stigma menyalahkan korban yang masih lazim terjadi.

Meskipun terdapat hukum dan pidana untuk menindak kekerasan seksual, serta beberapa layanan yang tersedia, implementasinya di lapangan sering kali belum berjalan efektif.

FINDINGS: Stigma buruk hingga lemahnya layanan keamanan menyebabkan korban kekerasan seksual merasa sendiri. Media komik dirancang untuk mengisahkan trauma dan perasaan penyintas secara empatik dengan visual menarik dan cerita yang mendalam.

SOLUTIONS: Merancang *webcomic* “HEARTORIES” dengan visual simbolik yang mampu merepresentasikan pengalaman dan perasaan penyintas kekerasan seksual usia 18–25 tahun sekaligus memberikan pemahaman mengenai dampaknya.

Melalui visual non-eksplisit dan narasi yang berpijak pada perspektif korban, komik HEARTORIES membantu penyintas merasa terdengar dan lebih dimengerti secara emosional.

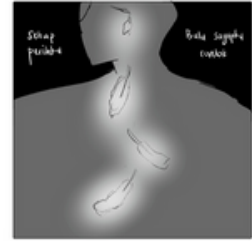


DESIGN APPROACH & PROCESS

HEARTORIES menerapkan gaya visual anime dan chibi dengan tekstur seperti pensil. Ciri karakter yang mirip manusia membantu pembaca merasa lebih dekat dan mudah memahami isi cerita. Maskot juga dihadirkan yang berperan sebagai teman serta mempromosikan *brand*.

Proses desain diawali dengan memahami kebutuhan audiens. Kemudian dilanjutkan dengan membuat sketsa hingga prototipe yang diuji coba dan dilakukan beberapa revisi untuk mendapat hasil final.

HEARTORIES mengaplikasikan gaya anime dan chibi dengan sentuhan efek krayon yang disukai oleh kalangan dewasa muda.



Palet warna hangat digunakan untuk menciptakan suasana yang nyaman bagi audiens. Tipografi yang digunakan yaitu *Lemon Days* untuk judul dan logo, serta *Nice Sugar* untuk body text.

Maskot HEARTORIES bernama Lila dan Lilo. Mereka dirancang dengan sifat yang *friendly* kepada audiens namun berlawanan terhadap sesama sehingga memunculkan interaksi yang seru. Bintang kecil berwarna kuning yang tergantung di topi beanie Lila dan Lilo menjadi simbol harapan



KOMIK

Komik dengan kisah imersif dan simbolik yang mewakili penyintas kekerasan seksual



POSITIVITY DOSE

Ilustrasi positif dengan kalimat afirmatif yang menyentuh emosional





MERCHANDISE

Produk untuk membangun koneksi lebih dekat dengan audiens

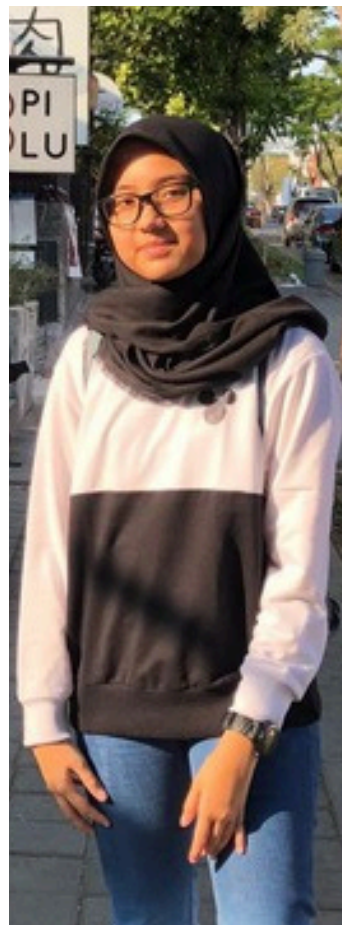


YASMIN MARSHANDA ASHILAH

Yasmin adalah ilustrator otodidak sekaligus mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang berbasis di Surabaya, Indonesia. Ilustrasi telah menjadi *passion* Yasmin sejak kecil.

Dari coretan-coretan iseng masa kecil, lalu berkembang menjadi dasar yang kuat dalam ilustrasi, desain karakter, dan komik.

Yasmin senang bereksperimen dengan berbagai gaya dan mengikuti tren visual terbaru. Ia selalu antusias untuk terhubung dan berkarya melalui visual yang menarik.



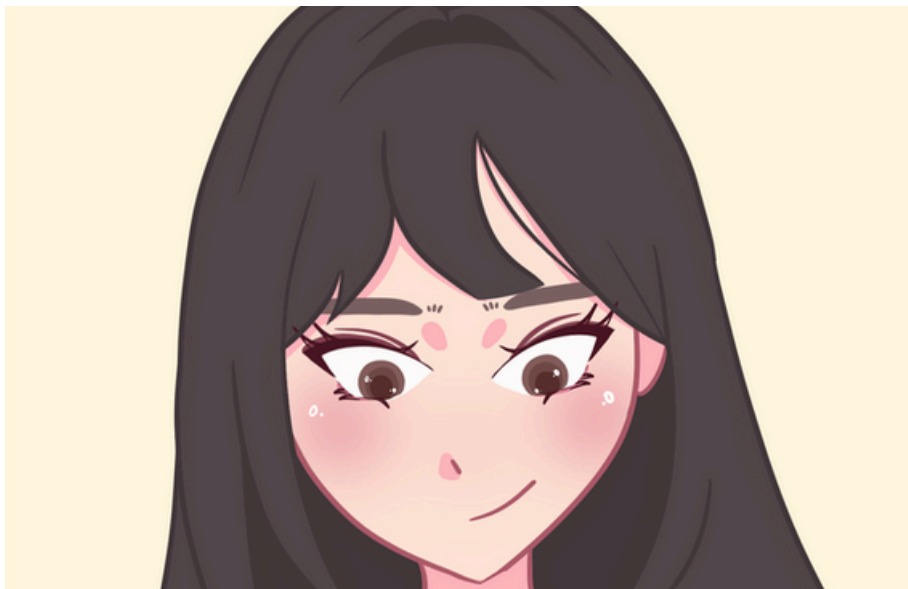
DAZZLING COMIC

EDUKASI K-POP REMAJA

KOMIK DIGITAL SEBAGAI CERITA VISUAL REMAJA 13-18
TAHUN UNTUK MENYIKAPI IDEALISASI IDOL K-POP
DENGAN MENYENANGKAN.



AULIA
SYAHARANI



Problem Statement & Research Insights

ISSUE: Remaja terpesona oleh citra sempurna yang ditampilkan oleh idola di media sosial, padahal citra tersebut hanyalah persona publik, bukan gambaran kehidupan nyata.

Penciptaan citra diri (*self-image*) pada remaja merupakan bagian penting dari perkembangan psikologis, dan di era digital ini, berbagai konten dapat memengaruhi persepsi diri mereka.

Menurut (Korompis, 2024), kepercayaan diri dan citra diri adalah dasar penting untuk pertumbuhan dan perkembangan anak yang optimal.

FINDINGS: Remaja terlalu mudah terpengaruh oleh citra sempurna idol K-pop di media sosial. Kurangnya media reflektif yang relatable membuat mereka sulit membedakan realita dan citra yang tidak sesuai kenyataan. Maka dari itu, komik digital seperti Dazzling Comic dapat menjadi media edukatif yang ringan untuk mengajak remaja berpikir lebih kritis lewat cerita yang dekat dengan kehidupan mereka.

SOLUTIONS: Dazzling Comic hadir sebagai komik digital edukatif yang mengajak remaja lebih kritis terhadap konten idol yang mereka konsumsi. Media ini memanfaatkan cerita ringan dan relatable untuk membantu membangun citra diri positif secara efektif

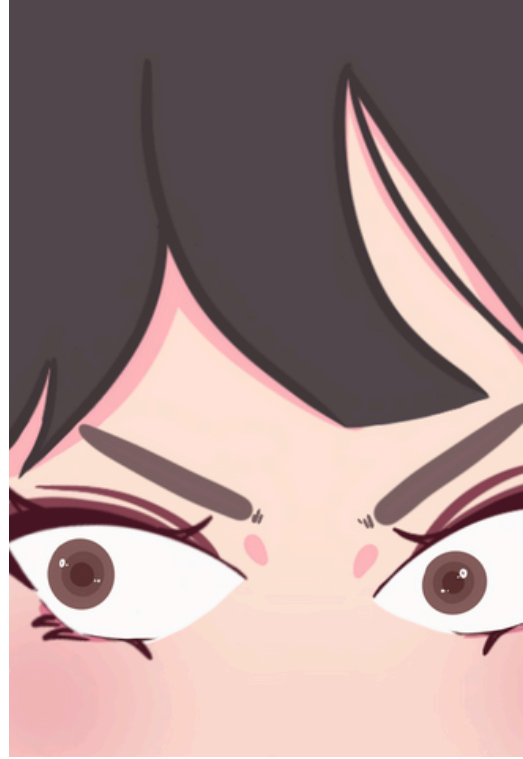


DESIGN APPROACH & PROCESS

Dazzling Comic menghadirkan gaya semi-chibi yang imut dan ekspresif, dipadukan dengan warna-warna pastel cerah untuk menarik perhatian remaja. Penggunaan karakter khas membantu memperkuat identitas dan daya tarik komik sebagai media edukasi yang mudah dikenali.

Gaya semi-chibi yang menggabungkan karakter lucu dengan ekspresi emosional realistis, populer di komunitas fanart karena menonjolkan kepribadian sekaligus mudah dicerna.

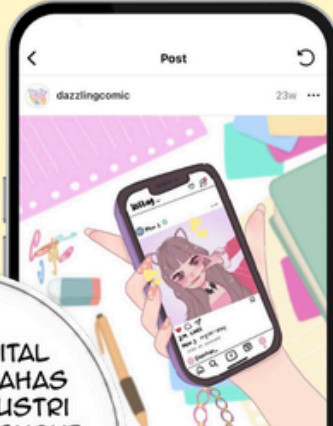
Font Animeace 2.0 dipilih karena keterbacaannya yang baik dan gaya tulisan manual, sangat pas untuk teks komik.



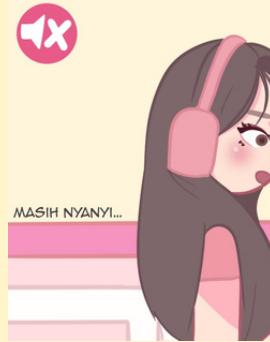
Karakter utama Dazhel, Lizzie, dan Angie di Dazzling Comic dirancang dengan warna pakaian yang berbeda untuk mencerminkan kepribadian mereka dan hubungan dengan dunia K-pop.

Dazhel memakai warna lembut yang tenang, Lizzie dengan busana hitam yang kuat dan penuh semangat, sedangkan Angie memilih warna netral yang santai.

Pilihan gaya dan warna ini memperkuat karakter sekaligus membuat komik lebih dekat dan menarik bagi remaja penggemar K-pop.



KOMIK DIGITAL
YANG MEMBAHAS
REALITA INDUSTRI
K-POP DARI SUDUT
PANDANG REMAJA,
AGAR LEBIH KRITIS
DALAM MENYIKAPI
IDOLA.





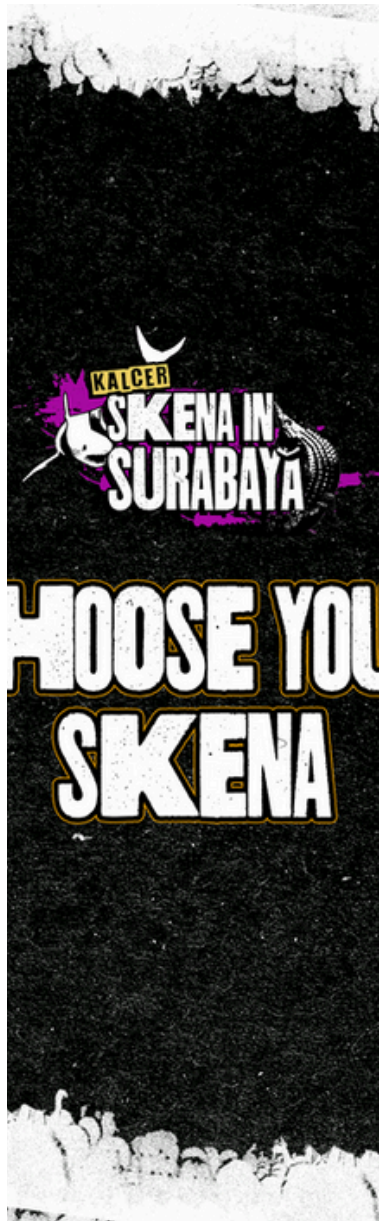
AULIA SYAHARANI

Aulia Syaharani, mahasiswa Visual Communication Design di Universitas Ciputra. Suka membuat ilustrasi lucu yang kreatif dan menarik. Di luar aktivitas desain, Aulia mencari inspirasi dari musik dan tren populer yang membantunya melihat dunia dengan sudut pandang baru. Aulia percaya bahwa desain bukan hanya soal estetika, tapi juga cara efektif menyampaikan cerita dan ide.



BRAND ACTIVATION SKENA IN SURABAYA UNTUK BRAND AWARENESS FTRM

AKTIVASI MEREK UNTUK MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS MEDIA DIGITAL MELALUI PLATFORM
INSTAGRAM





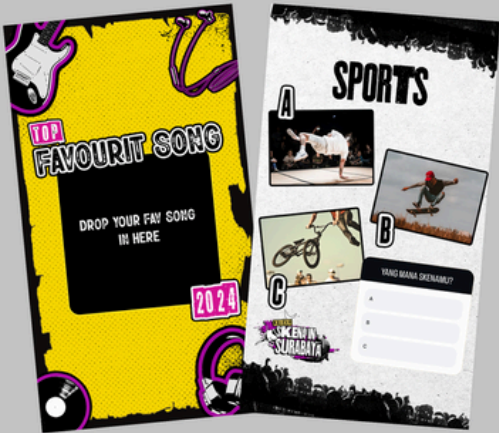
Problem Statement & Research Insights

Kota Surabaya yang meskipun merupakan kota kedua terbesar setelah Jakarta, namun pada kenyataannya sisi industri kreatif anak muda Surabaya masih cukup tertinggal dibanding kota-kota anak muda lain seperti Jakarta, Jogja, dan sebagainya. Maka dari itu FTRM mencoba membantu membangun lingkungan kreatif anak muda melalui media visual. Rumusan masalah berupa 'Bagaimana cara merancang *brand activation* Skena in Surabaya agar meningkatkan *brand awareness* FTRM'.

Penelitian ini menemukan bahwa kurangnya media lokal di Surabaya yang relevan dengan minat anak muda menciptakan gap dalam penyampaian konten kreatif, yang menjadi dasar dirancangnya *brand activation* “Skena In Surabaya” untuk menjangkau audiens Gen Z secara emosional dan visual.

Maka dari itu, project ini berkontribusi dengan menyediakan strategi aktivasi berbasis komunitas dan desain visual khas untuk meningkatkan brand *awareness* serta memperkuat identitas FTRM di tengah persaingan media digital.

Aktivasi merek ini dilaksanakan melalui daring dan luring untuk memperluas jangkauan calon audiens dalam meningkatkan kesadaran merek untuk FTRM.



DESIGN APPROACH & PROCESS

Desain key visual dikembangkan dengan mempertimbangkan selera target audiens yang merupakan anak muda berusia 17-27 tahun tanpa mengorbankan karakter dari Skena In Surabaya.

Pendekatan desain dilakukan dengan menggunakan gaya desain “grunge” yang digunakan pada era 90's pop punk agar mendukung karakter “skena” yang sebagaimana digunakan pada nama *campaign*. Selain itu, penggunaan gaya bahasa yang tidak terlalu formal serta disisipkannya “slang” Surabaya untuk menambahkan humor dan relevansi dengan calon target audiens.



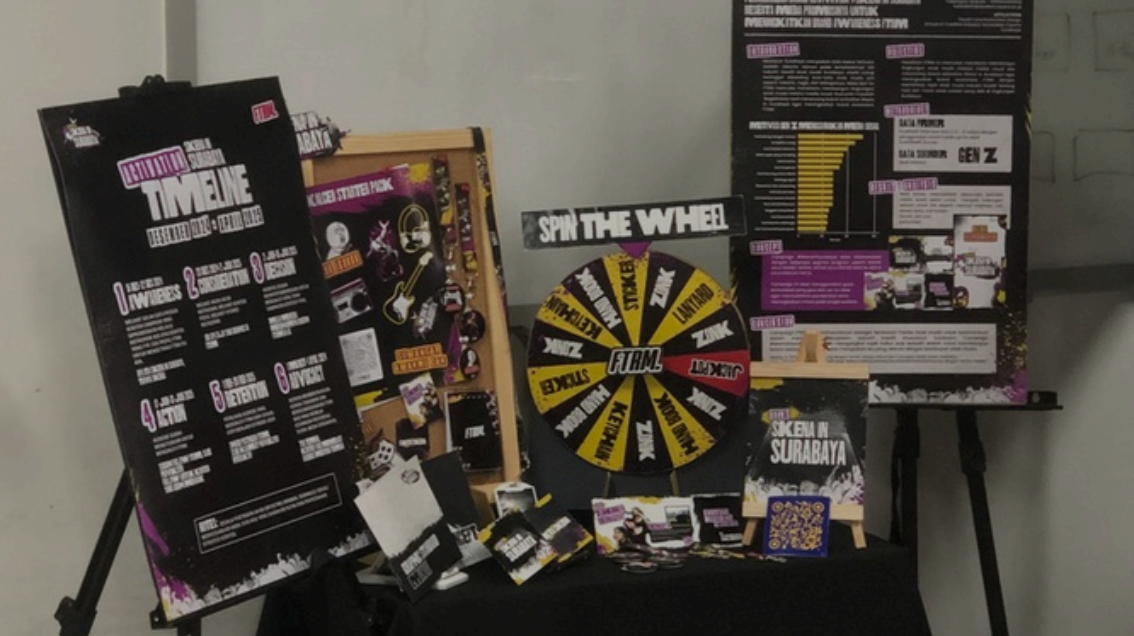
Eksplorasi visual menggunakan ornamen asset yang mewakili karakter “Skena In Surabaya” seperti pada revisi logo yang akhirnya menyisipkan “Sura” dan “Baya”. Selain itu, terdapat beberapa masukan ketika melakukan *user review* melalui kualitatif dan kuantitatif yang pada akhirnya digunakan dalam finalisasi perbaikan output desain seperti penggunaan *color pallete* dan asset yang kurang nyaman dilihat bagi audiens awam, *copywriting* yang terlalu panjang, dan pengadaan *short form content* yang juga merupakan preferensi audiens saat ini.

MERCHANDISE

The image displays three sample pages from a Year 6 magazine, each featuring a '2024' badge in the bottom right corner.

- Page 1 (Yellow):** Titled 'FAVOURIT SONG' in a pink box. It includes a graphic of a guitar and a text box that says 'DROP YOUR FAV SONG IN HERE'.
- Page 2 (Black):** Titled 'BEST MOMENT' in a pink box.
- Page 3 (Black):** Titled 'CHOOSE YOUR SIKENA' in a pink box. It features a 'SPORTS' section with three sub-sections:
 - A:** A photo of a person on a horse.
 - B:** A photo of a person on a skateboard.
 - C:** A photo of a person on a bicycle.

[illegible]



FATAHAYAN WIDODO

Fatahayan Widodo merupakan seorang yang memiliki keahlian pada bidang *graphic designer* dan *photo videographer*. Dengan latar belakang industri kreatif, Fatahayan bertekad untuk berkontribusi dalam membangun lingkungan kreatif anak muda di Surabaya agar bisa produktif dan bersaing dengan anak muda kota-kota besar lainnya melalui project media digital bernama FTRM. FTRM nantinya akan merancang aktivasi merek berupa “Skena In Surabaya” yang menggunakan komunitas dan topik-topik yang relevan dan menarik bagi anak muda sebagai alat bantu dalam membangun *brand awareness* dari FTRM dan *goals* yang dituju.



HEARTSPACE BLUES: MERANGKAI LUKA DALAM WARNA DAN CERITA

HEARTSPACE BLUES MERUPAKAN KOMIK WEBTOON YANG
MENGANGKAT ISU KESEHATAN MENTAL



DEVI
DELICIA

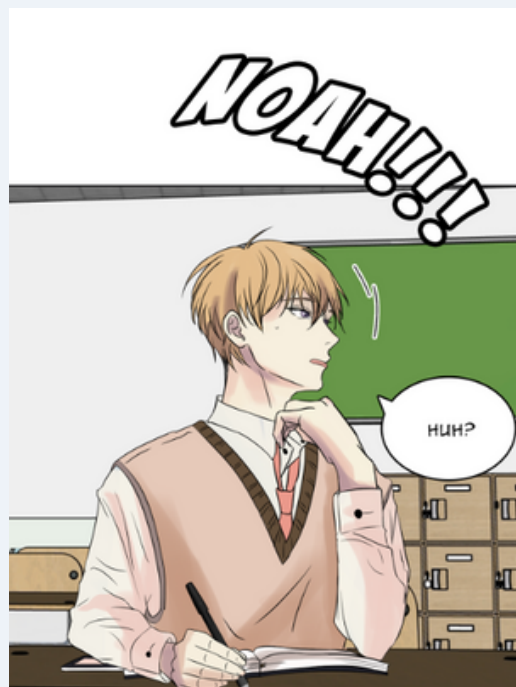


Problem Statement & Research Insights

ISSUE: Permasalahan kesehatan mental yang sering disalahpahami dan diremehkan oleh masyarakat kini semakin meningkat. Berdasarkan survei Indonesia-National Adolescent Mental Health Survey (I-NAMHS) yang dilakukan pada tahun 2022, satu dari tiga remaja di Indonesia mengalami masalah kesehatan mental, dan satu dari dua puluh menderita gangguan mental yang lebih serius.

FINDINGS: Komik menggunakan elemen visual dan teks dengan ekspresi emosi karakter yang kuat, sehingga mampu membangkitkan empati dan menjadikannya media yang efektif serta mudah dipahami pembaca

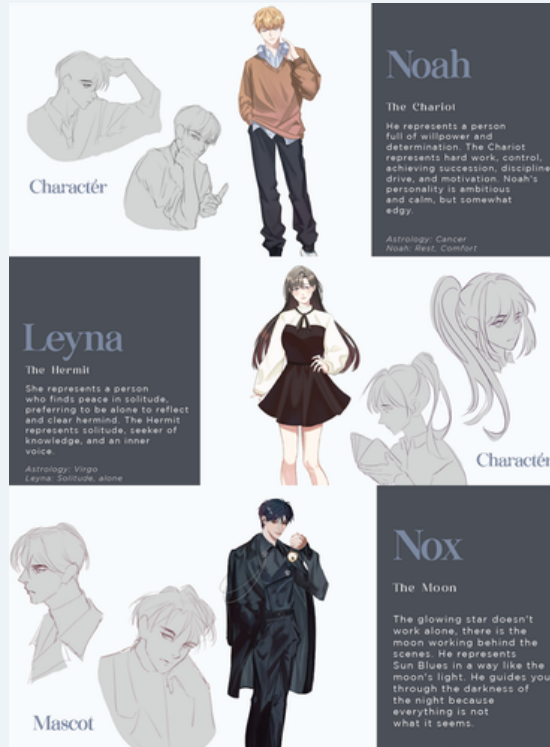
SOLUTIONS: Heartspace Blues dirancang dengan memadukan visual yang menarik, format narasi, alur cerita yang relevan, serta karakter yang ekspresif untuk mengungkapkan emosi kompleks. Pendekatan ini membuat topik psikologi menjadi lebih mudah dipahami dan mampu menyentuh pembaca secara mendalam. Publikasi digital juga meningkatkan aksesibilitas, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas sekaligus membantu mengurangi stigma seputar kesehatan mental.



DESIGN APPROACH & PROCESS

Heartspace Blues menggunakan gaya anime dan manga yang ekspresif dengan palet warna dingin untuk mencerminkan tema cerita tentang kesehatan mental dan pertumbuhan emosional.

Gaya desain anime dan manga sangat populer dikarenakan visual yang ekspresif dan variatif, sehingga mampu menyampaikan emosi dengan jelas untuk memperkaya narasi cerita. Ciri khas seperti detail mata, pose dinamis menciptakan ekspresi wajah berlebihan yang membantu mengkomunikasikan emosi yang sulit dijelaskan dengan kata-kata.



Proses eksplorasi desain untuk Heartspace Blues dimulai dengan mengidentifikasi tema utama komik, seperti kesehatan mental, pencarian jati diri, dan perjalanan emosional sebagai fondasi arah visual.

Moodboard disusun dengan menghadirkan nuansa visual yang lembut dan emosional, didominasi palet warna biru untuk memperkuat suasana melankolis dalam cerita. Sketsa awal mencakup desain karakter, komposisi panel, serta pilihan warna yang mendukung gaya visual yang halus dan ekspresif.

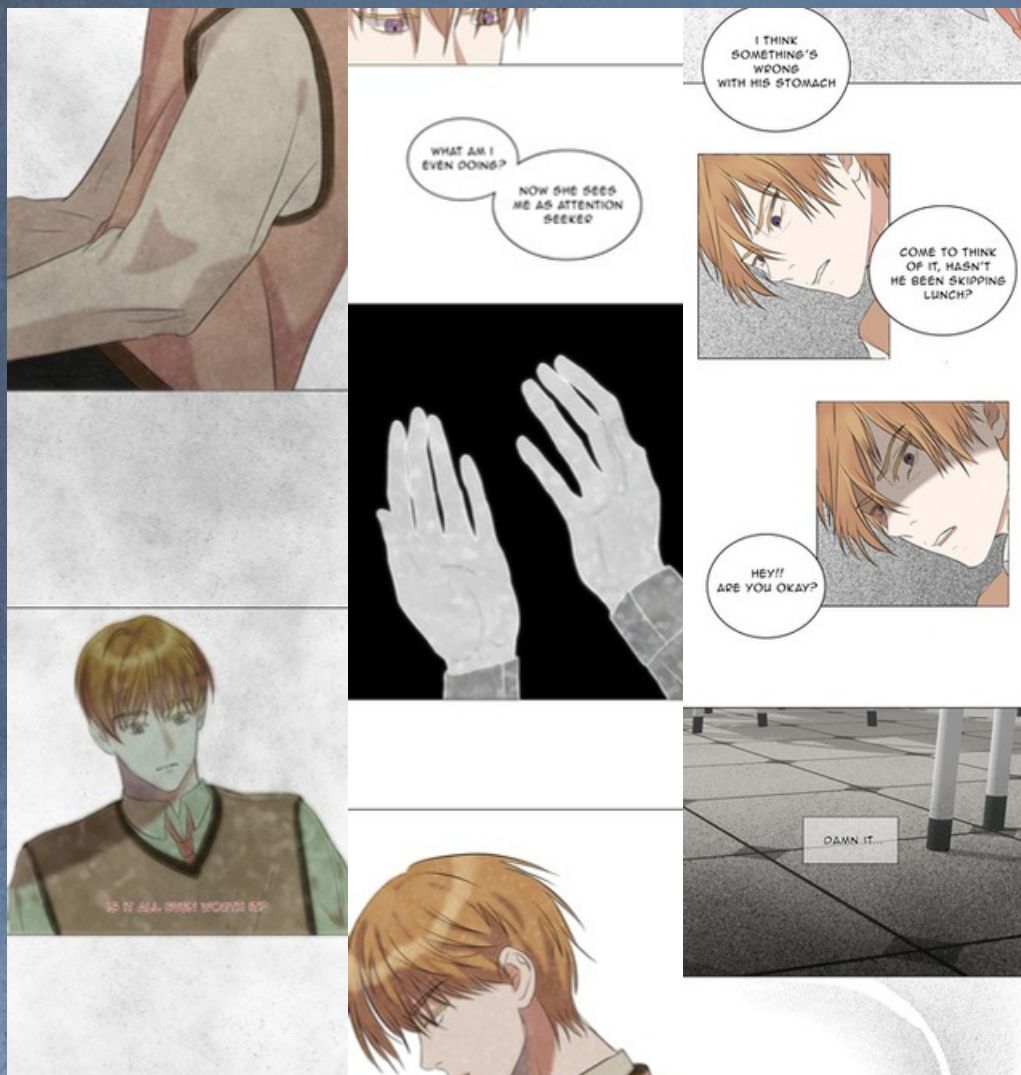




Visual poster untuk
mempromosikan
komik kepada
audiens

Heartspace Blues

Mental Health Comic



Komik

Heartspace Blues
menggambarkan berbagai
topik isu *mental health*



everyone has a story to tell...

Heartspace Blues

Mental Health Comic

Too scared to tell it?

If I don't love this...



Cuplikan video trailer dan *merchandise* untuk mempromosikan Heartspace Blues



DEVI DELICIA

Perkenalkan, saya Devi Delicia merupakan mahasiswa VCD Universitas Ciputra angkatan 21'.

Saya adalah seorang ilustrator yang memiliki ketertarikan terhadap isu kesehatan mental, khususnya di kalangan dewasa muda, dimana kelompok usia ini rentan mengalami krisis identitas, tekanan tujuan hidup, serta tuntutan untuk memasuki fase kedewasaan. Dengan memanfaatkan kemampuan saya dalam membuat ilustrasi bernarasi, saya merancang Sun Blues Project, sebuah proyek komik yang mengangkat topik kesehatan mental sebagai upaya edukasi sekaligus menjadi *safe space* bagi para pembaca.

