

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khayalak Sasaran

Menentukan sasaran khalayak harus disesuaikan untuk kepentingan perancangan agar pesan dan informasi dapat tersampaikan. Untuk target khalayak kisah dewi Parvati adalah sebagai berikut:

1. Demografis

Usia: 16-21 tahun.

Desmita (2005, h. 80) menjelaskan “rentang umur digolongkan menjadi 3 bagian, 12-15 tahun fase remaja awal, 15-18 tahun fase remaja pertengahan dan 18-21 adalah fase remaja akhir.”

Status sosial: Menengah ke atas.

Penentuan kalangan menengah atas ini didasari oleh banyaknya ketidakmampuan seseorang dalam membeli atau memakai/penguasaan handphone/laptop dan mengakses internet.

Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan

2. Geografis

Target khalayak berdasarkan geografis mencakup remaja-remaja Hindu yang berada di Bekasi Timur.

Wilayah: Bekasi Timur.

Iklim: Tropis.

3. Psikografis

Psikografis adalah suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup, yang memberikan pengukuran kuantitatif dan biasa dipakai untuk menganalisis data yang sangat besar (Sumarwan, 2011, h.58) .Di jaman sekarang banyak remaja-remaja yang berfokus dan tidak bisa terpisah pada *gadget* seperti *handphone*. Remaja-remaja juga enggan mengeluarkan uang untuk membeli sebuah buku dan juga para remaja malas untuk bergerak (malas untuk mencari buku di toko buku).

4. *Consumer Insight*

Consumer insight adalah proses mencari tahu lebih dalam tentang latar belakang perbuatan, pemikiran, perilaku konsumen terhadap produk atau media iklannya (Maulana, 2009, h.1). Adapun *insight* yang muncul dari target khalayak adalah target khayalak awalnya yang hanya tahu sebagian dari kisah dewi Parvati bisa menjadi tahu secara keseluruhan kisahnya.

5. *Consumer Journey*

Consumer journey merupakan sebuah rangkaian kegiatan target khayalak dari ketika mereka bangun (memulai aktivitas) sampai dengan mereka tertidur (menyudahi aktivitas). Berikut ini merupakan tabel kegiatan target khalayak:

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Waktu	Kegiatan	<i>Point of Contact</i>
05.30	Bangun Tidur	Baju, selimut, bantal
05.31	Main <i>Gadget</i>	<i>Handphone</i> (melihat jam, membuka aplikasi media sosial instagram, facebook)
06.00	Mandi	Baju, gayung, ember, sikat gigi
06.15	Ganti Baju	Lemari, kaca, baju
06.30	Sarapan	Piring, gelas, sendok, garpu, meja, Kursi
06.31	Main <i>Gadget</i>	<i>Handphone</i> (membuka aplikasi media sosial instagram, facebook, line, whatsapp), menonton televisi
06.45	Berdoa, Berangkat sekolah/kuliah/kerja	Tempat sembahyang, bunga, selendang, dupa, transportasi umum, tas, sepatu
07.15	Berada di sekolah/kampus/kantor	Meja, kursi, alat tulis, <i>handphone</i> (membuka aplikasi media sosial,

		<i>browser)</i>
12.30	Istirahat (kantin/kafe)	Meja, kursi, piring, gelas, <i>handphone</i> (membuka aplikasi media sosial, membuka aplikasi bacaan webtoon atau watsapp, bermain <i>games</i>)
16.00	Pulang ke rumah, bersantai	Transportasi umum, televisi, <i>handphone</i>
17.00	Mandi	Baju, gayung, ember, handuk
17.20	Ganti Baju	Baju, lemari, kaca, sisir
17.21	Main <i>Gadget</i>	<i>Handphone</i> (membuka aplikasi media sosial, bermain <i>games</i>)
18.00	Makan malam	Piring, gelas, sendok, garpu, meja, Kursi
18.30	Main <i>Gadget</i>	Televisi, <i>handphone</i> (membuka media sosial, aplikasi bacaan webtoon atau watsapp bermain <i>games</i>), <i>tablet</i>
19.00	Mengerjakan Tugas	Buku, alat tulis
20.00	Main <i>Gadget</i>	<i>Handphone</i> (membuka media sosial dan membuka aplikasi bacaan)
22.00	Berdoa, Tidur	Selimut, Bantal

III.2.Strategi Perancangan

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan ini adalah untuk memperkenalkan kisah tentang dewi Parwati dimulai dari dia terlahir hingga berubah wujud menjadi sosok dewi yang menyeramkan. Kisah dewi Parwati ini merupakan salah satu kisah/cerita masyarakat umat Hindu yang kisahnya juga terdapat dalam kitab

Veda. Perancangan ini dibuat agar target khalayak bukan hanya mengetahui sebagian ceritanya saja namun mengetahui ceritanya secara keseluruhan.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi ini mempunyai tujuan agar pesan yang ingin kita sampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan efektif, hal ini bisa dilakukan dengan menggunakan pendekatan verbal dan pendekatan visual yang tentunya disesuaikan dengan target khalayak sasaran.

1. Pendekatan visual

Target dari perancangan ini lebih di khususkan untuk remaja. Menggunakan warna-warna yang cerah seperti merah, biru, hijau, kuning, dan sebagainya, namun karena kisah ini disisi lain terdapat unsur “*dark*”-nya maka warna-warna gelap juga akan dipadukan dalam cerita ini.

2. Pendekatan verbal

Pendekatan verbal merupakan pendekatan yang dilakukan secara tertulis atau lisan. Bahasa yang digunakan dalam perancangan informasi ini menggunakan 100% Bahasa Indonesia yang formal.

III.2.3 Mandatory

Mandatory adalah lembaga atau perusahaan yang berperan sebagai pemberi mandat atau pihak yang terkait dalam perancangan.



Gambar III.1 Logo Kementerian Agama

Sumber:

https://id.wikipedia.org/wiki/Direktorat_Jenderal_Bimbingan_Masyarakat_Hindu
(Diakses pada 16/07/2019)

Profile Singkat Sejarah Kementerian Agama Hindu

Didasari perjuangan umat Hindu Bali yang menuntut Hindu sebagai agama bukan sebagai suatu aliran/kepercayaan sehingga tahun 1952, Pemerintah Daerah Bali membentuk kantor dinas urusan agama otonomi khusus untuk penduduk beragama Hindu di Bali.



Gambar III.2 Logo Parisada Hindu

Sumber: <https://theeast.co.id/2019/01/22/phdi-keluarkan-surat-pedoman-perayaan-nyepi/>
(Diakses pada 16/07/2019)

Parisada Hindu adalah sebuah organisasi yang mengurus kepentingan yang berkaitan dengan keagamaan dan sosial.



Gambar III.3 Logo Webtoon

Sumber: https://en.wikipedia.org/wiki/Line_Webtoon
(Diakses pada 16/07/2019)

Webtoon adalah sebuah website/portal untuk mendistribusikan karya komik *digital* sehingga para *artist* bisa mengunggah karya komiknya dan karyanya tersebut dapat dibaca oleh banyak orang.

III.2.4 Materi Pesan

Kisah dewi Parwati/Mahakali selalu memiliki pesan moral yang baik tersurat maupun tersirat. Konten cerita pada perancangan ini pun dirancang agar mengandung beberapa pesan yang dapat di ambil oleh target khalayak.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan media informasi ini pada umumnya menggunakan bahasa formal dan gaya bahasa naratif (menceritakan/bercerita) sehingga mudah dipahami oleh target khalayak.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan adalah merangkun cerita menarik yang ada dalam kisah dewi Parwati untuk dipublikasikan. Dan juga dibuat menggunakan teknik digital berbentuk sebuah komik webtoon sehingga target khalayak dapat dengan mudah mengaksesnya. Dalam pembuatan media informasi ini memiliki beberapa tahap diantaranya pembuatan sinopsis, *storyline*, dan *storyboard* sebagai berikut.

- Sinopsis

Media informasi ini menceritakan tentang kisah dewi Parwati salah satu dewi tertinggi dalam agama Hindu. Cerita dan informasi yang diambil ini merupakan cerita/kisah yang berasal dari masyarakat Hindu yang tidak hanya memuja dan menghormati sang dewi namun juga dikenal sebagai dewi yang ditakuti.

- *Storyline*

Storyline merupakan urutan dari awal hingga akhir pada sebuah cerita yang berisi mengenai konten cerita di tiap *chapter*. *storyline* berisikan alur, latar, dan segala hal yang terjadi pada tiap *chapter* halaman, namun hanya berupa tulisan belum ke arah visualisasi.

STORYLINE

- ***Chapter 1***

Dalam upacara persembahan dewa Brahma, dewi Durga menghancurkannya dan ayahnya Daksa marah hingga menjelek-jelekan Siva. Durga yang tidak menerima hal itu kemudian pergi dan membakar dirinya sendiri dalam api pralaya dan menghilang. Kepergian sang dewi membuat Siva sedih dan membuatnya memakai pakaian yang tidak lazim. Siva memakai kalung tengkorak yang terbuat dari tulang-tulang sang dewi. Para *rsi* akhirnya melakukan puja untuk memanggil kembali sang dewi.

- ***Chapter 2***

Penguasa gunung bernama Himacala dan istrinya Mena ingin memiliki anak dan mereka melakukan puja dan tapa brata siang dan malam. Mereka memberikan manisan dan membuat patung untuk para dewa serta berpuasa total. Setelah beberapa tahun melewati pemujaan tersebut, akhirnya dewi Uma turun ke hadapan Mena dan dewi Uma bersedia mengabulkan permintaannya. Permintaan Mena adalah memiliki seorang anak, sesuai janji dewi Uma, dia lalu menanamkan benih reinkarnasi dari dewi Durga ke dalam perut Mena. Ketika tiba waktunya sang dewi Parvati lahir, para dewa di langit dan para makhluk-mahluk penghuni surge merayakan kelahiran sang dewi dengan bernyanyi dan menari. Melihat kelahiran sang dewi, Siva merasa sangat senang.

- ***Chapter 3***

Sang dewi yang telah lahir menjadi pemuja setia sang Siva. Kemudian suatu hari, seorang *bhakti* para dewa bernama Sri Naradha datang menemui pasangan suami istri Himacala dan Mena dan meminta dewi Parvati untuk menemui Siva di Kailash. Saat tiba di Kailash dewi Parvati yang melihat dewa Siva langsung jatuh hati padanya. Kemudian, dewi Parvati dan Siva bermain dadu bersama. Sri Naradha yang memperhatikan mereka, lalu melihat mereka menjadi *adhanarishwara*.

- **Chapter 4**

Suatu hari para dewa datang menemui Siva untuk menumpahkan penderitaan mereka yang diakibatkan oleh iblis dan mengatakan bahwa iblis itu hanya bisa dibunuh oleh putra dari sang dewa Siva dan dewi Parvati. Keduanya menyetujui untuk menikah. Namun sebelum mereka melakukan pernikahan, dewa Siva ingin menguji Parvati. Dewa Siva berpura-pura menjadi *brahmana* tua. *Brahmana* tua itu mengejek dan mejelek-jelekan sang Siva di depan Parvati, Parvati yang tidak terima atas apa yang telah dikatakan *brahmana* tua itu membantah semua perkataannya dan kemudian dia menutup kedua telinganya. Pada saat itu juga, *brahmana* tua yang tidak lain adalah Siva memperlihatkan wujud sebenarnya kepada parvati. Kemudian keduanya menikah dan memiliki 3 orang anak.

- **Chapter 5**

Suatu ketika raja iblis yang terkuat karena mendapat anugrah dari dewa Siva menyerang tempat tinggal para dewa dan mengusir mereka. Kemudian para dewa pergi ke Kailash dan meminta perlindungan kepada dewa Siva dan dewi Parvati, Raja iblis yang mengetahui hal tersebut kemudian mengutus pengikutnya untuk mendeklarasikan perang terhadap dewa Siva dan dewi Parvati. Namun, saat melihat paras dewi Parvati yang cantik, para pengikut iblis pergi dan memberitahukan semuanya kepada raja mereka. Raja iblis yang melihat kecantikan dewi Parvati, kemudian langsung jatuh hati padanya.

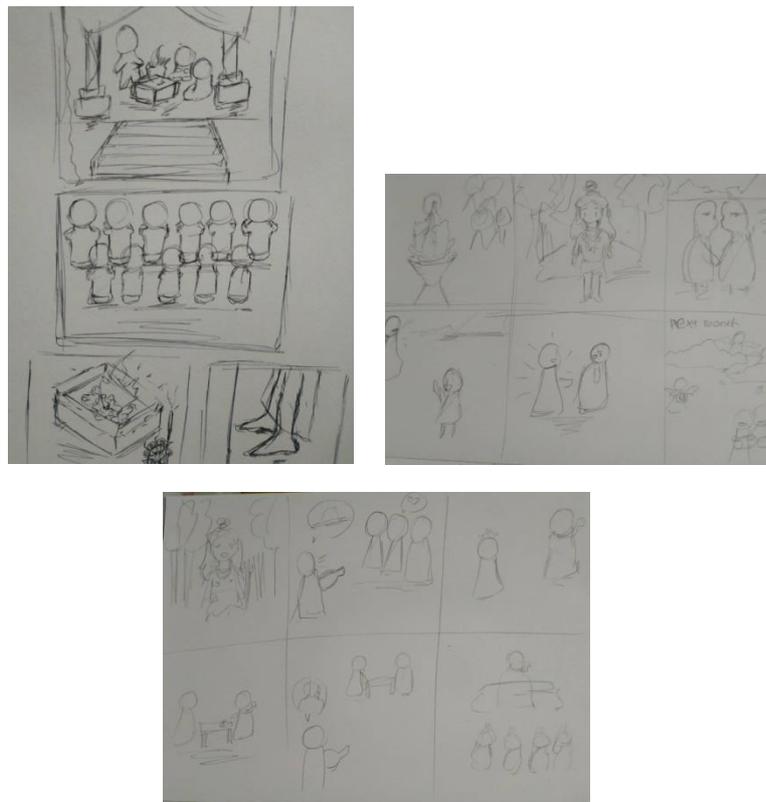
- **Chapter 6**

Keesokan harinya, raja iblis mengutus kembali pengikutnya untuk pergi ke Kailash bukan untuk perang tapi untuk melakukan perjanjian, Perjanjian tersebut berisi jika dewi Parvati mau menikahi raja mereka, maka mereka (iblis) tidak akan memerangi para dewa. Namun, sang dewi menolak dan mengusir mereka (iblis). Ketika iblis menghina dan menyerang, dewi Parvati menjadi sangat marah dan berteriak sangat keras dan berubah menjadi Mahakali yang mempunyai wujud menyeramkan. Walaupun semua iblis sudah berhasil dimusnahkan, kemarahan sang dewi masih

belum bisa ditenangkan. Dewa Siva yang sedang melakukan meditasi kemudian terbangun dan turun ke medan perang untuk menghentikan kemarahan sang dewi. Dewa Siva berbaring di tanah tepat dimana sang dewi berjalan. Telapak kaki sang dewi pun menginjak dada sang Siva, hal itu membuat sang dewi sadar dan berubah kembali menjadi Parvati. Merasa malu karena telah menginjak dada suaminya, akhirnya sang dewi menangis.

- *Storyboard*

Storyboard merupakan tahap yang berkaitan dengan *storyline*. Konten yang ada pada *storyboard* pada dasarnya sama dengan *storyline* hanya saja dalam *storyboard* sudah dibuat ke dalam bentuk visual, namun hanya sebatas sketsa beserta keterangan yang berkaitan dengan gambar dan berurutan dari awal..



Gambar III.4 *Storyboard*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

III.2.7 Strategi Media

Media digunakan sebagai sarana menyampaikan pesan yang ada dalam cerita/kisah di dalam perancangan ini. Dalam hal ini media dibuat sedemikian rupa agar dapat dirasakan langsung oleh target khalayak. Adapun strategi media dibagi menjadi 2 yaitu, media utama dan media pendukung.

- Media Utama

Media utama merupakan media yang digunakan untuk strategi penyampaian informasi. Adapun media utama dalam perancangan ini adalah berupa sebuah komik *digital* webtoon.

- Media Pendukung

Media pendukung bertujuan untuk menarik perhatian target khalayak agar mau atau bisa menerima media utama. Ada beberapa kelompok media pendukung diantaranya:

1. Media Cetak Promosi

Media ini digunakan untuk membantu proses publikasi berupa konten yang berkaitan dengan media utama (webtoon). Media promosi akan dibuat diantaranya:

- *X-Banner*

Sebuah yang mempunyai penyangga berbentuk “X” dan bisa berdiri. *X-Banner* ini ditempatkan pada *event* seperti acara keagamaan (Hindu) seperti pada hari raya *galungan* atau *kuningan* yang isinya sendiri memuat informasi untuk menarik perhatian target khalayak.

- Poster

Poster dapat menarik target khalayak di ratio lebih luas dikarenakan poster dapat ditempel/diletakan ditempat-tempat umum.

- Brosur

Dengan ukurannya yang kecil, brosur dapat menjadi salah satu media promosi yang efektif. Walaupun kecil, brosur dapat memuat beberapa gambar dan informasi tentang media utama yang akan dibagikan saat *event*.

2. *Merchandise*

Merchandise adalah media pendukung yang bertujuan selain untuk menarik perhatian target khalayak tetapi juga untuk dijual. *Merchandise-merchandise* yang akan dibuat diantaranya:

- *Keychain*

Keychain atau gantungan kunci ini bisa dibawa kemanapun misalnya dengan menggantungkan *keychain* pada tas. Hal ini pastinya akan terlihat oleh orang-orang disekitar dan orang-orang tersebut akan tertarik pada media utama.

- *Totebag*

Totebag, bentuknya yang mudah dilipat dan bisa digunakan untuk menyimpan barang sekaligus berpergian sangat dibutuhkan oleh orang-orang. Desain ilustrasi yang bagus akan menarik target khalayak.

- *T-shirt*

T-shirt menjadi media pendukung yang kegunaannya bisa dipakai sehari-hari, kapanpun dan dimanapun.

- Mug

Mug, media ini banyak digunakan ketika sedang bersantai, misalnya anak remaja saat sedang belajar biasanya ditemani dengan cemilan dan minuman.

- Stiker

Stiker adalah media pendukung yang dapat ditempel dimana saja. Stiker pada perancangan ini akan disesuaikan dengan tema. Selain itu stiker juga dapat dijadikan media pengingat.

- *Bookmark*
Bookmark digunakan untuk membatasi halaman yang sudah dibaca. Saat target khalayak membaca buku, mereka akan teringat pada media utama.
- *Notebook*
Notebook digunakan untuk menuliskan hal-hal penting seperti catatan pelajaran dan lain sebagainya. *Notebook* ini akan dijadikan 1 paket bersamaan dengan *bookmark*.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Setelah melakukan perancangan media langkah selanjutnya yang dibutuhkan adalah kegiatan strategi distribusi yang fungsinya adalah untuk menyalurkan media utama dan media pendukung sampai ke tangan target khalayak.

Komik digital akan diunggah pada tanggal 19 Juli 2019, setelah itu akan ada *event* untuk penjualan *merchandise*-nya yang akan diselenggarakan pada tanggal 3 Agustus karena pada tanggal tersebut bertepatan dengan hari raya Kuningan.

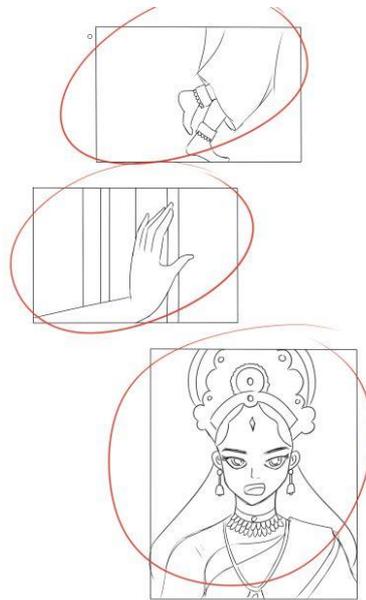
Tabel III.2 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Jenis Media	Media	Agustus				September				Oktotober			
Media Promosi	<i>X-Banner</i>	■	■	■	■	■	■	■	■				
	Poster					■	■	■	■	■	■	■	■
	Brosur					■	■	■	■				
	Mug									■	■	■	■

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Desain yang baik adalah tergantung dari pengaturan tiap elemen-elemen yang ada di dalamnya, seperti gambar, teks dan lain sebagainya (Hendratman, 2008, h. 25).

Untuk layout teks harus diperkirakan menyesuaikan dengan ilustrasi dan desain panel yang sudah ada dan pastinya dapat terbaca dengan jelas. Di mana teks akan ditempatkan disamping setelah ilustrasi



Gambar III.6 Contoh *layout* pada rancangan

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

III.3.3 Tipografi

Tipografi adalah proses penataan elemen visual yang terdiri dari huruf dan kata. Peran tipografi dalam hal ini membantu dalam penyampaian pesan karena berpengaruh pada kesan dan persepsi yang ditimbulkan dalam media kepada target khalayak.

- CC Wild Words

CC wild words merupakan font *sans serif* yang akan digunakan untuk media utama yaitu pada komik *digital* webtoon. Font ini juga digunakan karena font ini memiliki kesan tegas, fungsional, modern dan *similar* dengan font-font webtoon.

License: comic art used/commercial used

Uppercase: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Lowercase: -

0123456789

!@#\$%&()-=></?;:'"

- Rogeu

Rogue merupakan font *handwriting* yang akan digunakan pada media pendukung.

License: commercial used

Uppercase: ABCDEFGHIJKlMNOPqRSTuvwxyz

Lowercase: -

0123456789

!@#\$%&()></?;:' "

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi adalah penggambaran sesuatu melalui elemen rupa untuk lebih menerangkan atau menjelaskan agar pembaca dapat merasakan secara langsung kesan dari cerita yang disajikan (Rohidi, 1984, h. 8).

Gaya ilustrasi yang digunakan dalam komik *digital* webtoon ini adalah ilustrasi, ilustrasi ini lebih mencolok dan memperlihatkan karakter yang lebih ke remaja dan warna yang digunakan lebih tegas.

- Studi Karakter

Karakter merupakan elemen terpenting dalam sebuah cerita, tanpa adanya karakter, tidak akan ada cerita yang dibangun. Studi karakter dilakukan untuk mempelajari sifat ataupun ciri-ciri fisik.

Berikut adalah beberapa studi karakter tokoh utama dalam kisah/cerita dewi Parwati



Gambar III.7 Referensi karakter dewi Mahakali

Sumber: <http://tentanghindu.blogspot.com/2018/08/dewi-durga-dewi-parwati-dewi-uma-dewi.html>

(Diakses pada 11/04/2019)



Gambar III. 8 Studi Karakter Dewi Mahakali

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Dewi Mahakali memiliki wujud yang menyeramkan, warna kulit berwarna biru, mata 3, serta lidah yang menjulur. Mahakali memiliki sifat pemarah dan tidak kenal ampun.



Gambar III. 9 Referensi Karakter Dewa Siva

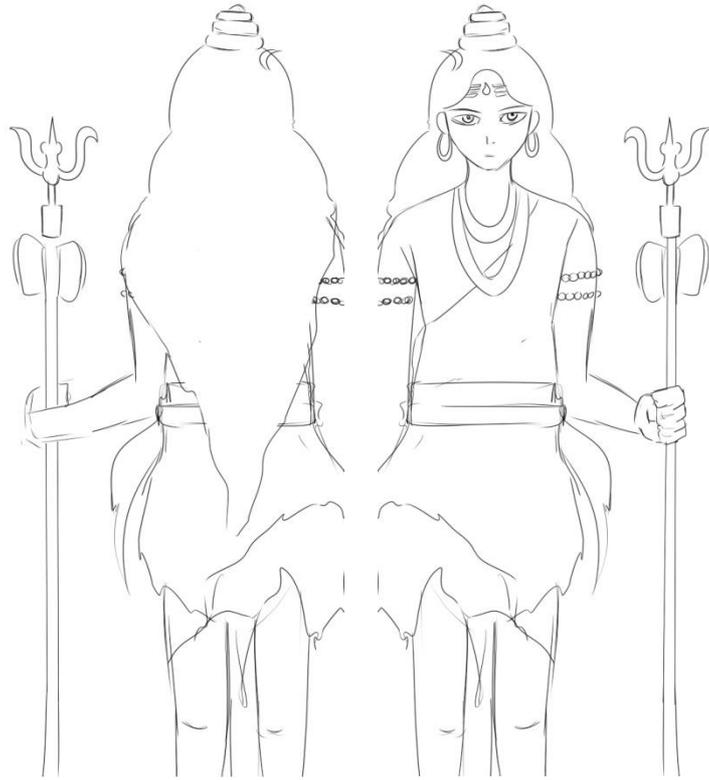
Sumber: Teologi & Simbol-simbol Dalam Agama Hindu, 2003



Gambar III.10 Studi Karakter Dewa Siva

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Dewa Siva salah satu dari 3 dewa tertinggi yang memiliki sikap baik. Dia tidak membedakan pengikutnya. Dia suka memberikan anugrahnya terhadap pengikut-pengikutnya yang setia bahkan untuk iblis-iblis



Gambar III.11 Tampak Depan dan Belakang Dewa Siva
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar III.12 Ekspresi Wajah Dewa Siva
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar III.13 Referensi Karakter Dewi Parvati

Sumber: Teologi & Simbol-simbol Dalam Agama Hindu, 2003



Gambar III. 14 Studi Karakter Dewi Parvati

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Dewi Parvati memiliki sikap yang polos, lugu, dan baik hati. Dia adalah istri dari dewa Siva. Berbeda dengan Mahakali, dia memiliki paras yang cantik.



Gambar III.15 Tampak Depan dan Belakang Dewi Parvati
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar III.16 Ekspresi Wajah Dewi Parvati
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar III.17 Studi karakter dari Siva, Parvati, dan Mahakali
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

- Studi Latar

Selain studi karakter, ada juga studi latar tempat/lokasi, hal ini dilakukan untuk mempelajari tempat kejadian mana saja yang akan muncul dalam perancangan media utama nantinya. Lokasi yang dipilih adalah hutan-hutan dan pegunungan.



Gambar III.18 Studi Latar Tempat

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

III.3.5 Warna

Warna adalah salah satu elemen penting dalam pembuatan sebuah media terutama untuk ilustrasi, karena dengan adanya warna dapat memberikan efek dan kesan tersendiri terutama pada target khalayak pembaca (Prawira, 1989, h. 4). Selain itu ilustrasinya juga terkesan lebih hidup. Dalam perancangan ini, warna yang digunakan adalah perpaduan warna primer, warna sekunder, dan warna tersier. Warna-warna ini dipilih sesuai dengan referensi studi karakter dan studi latar.



Gambar III.19 Palet Warna

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)