

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah subjek yang dijadikan target atau tujuan dari penyampaian suatu informasi atau proses komunikasi. Berhasil tidaknya proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak (Cangara, 2010, h. 157). Tujuan perancangan ini adalah untuk memberikan informasi edukatif mengenai diet ketogenik dalam bentuk media komik strip digital kepada masyarakat. Khalayak sasaran yang dituju dalam perancangan ini ditentukan berdasarkan beberapa faktor, seperti jumlah kasus dan data pengguna aplikasi Instagram terbesar yang merupakan *platform* tempat penyebaran media utama. Adapun khalayak sasaran perancangan ini yaitu adalah sebagai berikut:

A. Demografis

Usia : 18-24 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Pekerjaan : Pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda

Kelas Sosial : Kalangan atas

B. Geografis

Target utama dari perancangan ini adalah remaja yang berada di Kota Bandung, terutama pelajar SMA dan mahasiswa. Alasannya adalah karena rata-rata remaja di Kota Bandung dan sekitarnya sudah memiliki gawai pribadi dan koneksi internet, sehingga informasi yang diberikan melalui komik strip digital ini diharapkan akan lebih mudah untuk tersampaikan kepada masyarakat.

C. Psikografis

Masa remaja pada umumnya adalah masa dimana seorang individu banyak mengalami perubahan pola perilaku dan sikap yang dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, baik internal ataupun eksternal. Masa remaja berlangsung ketika seorang individu mulai matang secara seksual hingga akhir masa remaja yang berlangsung sampai usia kematangan secara emosional. Masa remaja merupakan

fase yang sangat penting dalam sebuah rentang hidup seorang individu. Masa ini adalah suatu periode peralihan dan perubahan, dimana seorang individu sedang dalam proses pencarian identitas menjelang dewasa. (Hurlock, 2003, h.240)

D. Consumer Journey

Kebanyakan remaja yang memang dijadikan khalayak sasaran ini gemar menghabiskan waktu dengan gawai pribadinya, entah untuk bermain *games* atau bersosialisasi melalui media sosial. Hal tersebut membuktikan bahwa media utama yang paling sering dilihat oleh remaja sejak ia bangun tidur hingga tidur kembali adalah gawai pribadinya, terutama *handphone*. Aktivitas pertama yang dilakukan oleh kebanyakan remaja sebelum memulai rutinitas hariannya adalah mengecek *handphone*. Lalu setelah lelah menjalani aktivitas seharian penuh, rata-rata remaja juga akan bermain kembali dengan *handphone*-nya hingga akhirnya tertidur lelap.

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

No.	Waktu	Kegiatan	<i>Point of Contact</i>
1	05.00 – 07.00	Bangun tidur dan persiapan untuk memulai aktivitas pekerjaan	<i>Handphone</i> , Jam Alarm, Kalender, Tas, Kaos
2	07.00 – 12.00	Perjalanan, kegiatan belajar atau bekerja	Poster, Banner, Buku Catatan, Stiker, <i>Handphone</i>
3	12.00 – 13.00	Istirahat makan siang	Poster, Stiker, Kaos, <i>Handphone</i>
4	13.00 – 15.00	Melanjutkan kegiatan belajar atau bekerja	Poster, Banner, Buku Catatan, Stiker, <i>Handphone</i>
5	15.00 – 18.00	Berkumpul bersama teman sebelum pulang	Poster, Kaos, Stiker, <i>Handphone</i>
6	18.00 – 24.00	Nongkrong atau pulang dan beristirahat atau mengerjakan tugas	<i>Handphone</i> , Televisi, Buku Catatan, <i>Sticky Notes</i>

Berdasarkan analisa tabel diatas, dapat terlihat bahwa ada beberapa media yang sering ditemui oleh khalayak sasaran pada saat menjalani aktivitas sehari-harinya, seperti jam alarm, stiker, *x-banner*, poster, kaos, kalender, *sticky notes*, tas, dan juga *handphone*. Karena alasan tersebut, media-media itu bisa dijadikan sebuah pilihan untuk media penyampaian suatu informasi kepada khalayak sasaran.

E. Consumer Insight

Tujuan dari *Consumer Insight* adalah untuk dapat memahami pemikiran atau isi kepala dari khalayak sasaran yang dituju, baik dari suasana hati ataupun keinginan. Sudah banyak masyarakat yang sebenarnya sudah mulai peduli dengan urusan kesehatannya. Secara tidak sadar, perasaan seseorang yang merasa tidak percaya diri dengan bentuk tubuhnya adalah salah satu bentuk kepedulian awal mereka terhadap gejala awal dari penyakit obesitas. Pemicu awal dari kekhawatiran tersebut memang bukanlah soal kesehatan, melainkan akibat adanya pendapat eksternal yang khalayak terima dari lingkungan sekitar. Komik strip mengenai diet ketogenik ini adalah sebuah bentuk antisipasi dari kemungkinan akan ada banyak masyarakat yang berniat melakukan sebuah program diet ketogenik guna menurunkan berat badan atau sekadar memerindah bentuk tubuhnya tanpa memiliki bekal informasi yang cukup memadai. Media komik strip cocok untuk digunakan sebagai media informasi pada remaja, karena pendekatan komedi yang dilakukan dibantu dengan visual yang dominan membuat pesan yang disampaikan akan lebih mudah diterima dan cukup ringan untuk remaja.

III.2. Strategi Perancangan

Perancangan dari sebuah media informasi tentu membutuhkan strategi perancangan yang tepat, sehingga informasi yang dibuat dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasaran yang dituju. Strategi tersebut dapat berupa rencana atau bahkan metode yang dipilih dan disusun guna mencapai tujuan-tujuan yang diharapkan. Khalayak sasaran yang dituju dalam perancangan ini adalah para remaja yang merasa memiliki masalah dengan bentuk dan berat badannya, lalu tertarik menjalani sebuah program diet tertentu untuk memperbaiki kondisi tersebut. Tidak dapat dipungkiri bahwa nyaris semua remaja, terutama yang berada di kalangan

menengah atas, sudah pasti memiliki *smartphone* atau ponsel pintar yang digunakan untuk berkomunikasi, mencari informasi, atau bahkan hanya sekedar untuk bermain game guna memenuhi hobi. Oleh karena itu, maka dipilihlah media berbentuk komik strip digital yang informatif, edukatif, dan menghibur. Penyampaian informasi mengenai masalah kesehatan yang dikemas dengan sebuah media yang ringan dan “kekinian” diharapkan dapat membuat informasi dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasaran tanpa membuatnya merasa sedang digurui.

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi juga merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perancangan media informasi agar pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami dengan baik tanpa adanya kesalahan penafsiran dari khalayak sasaran. Adapun tujuan dari perancangan komik strip digital ini adalah agar khalayak sasaran dapat memiliki bekal informasi yang cukup sebelum mulai melakukan diet ketogenik. Selain itu, media informasi mengenai diet ketogenik ini juga dapat bermanfaat bagi masyarakat diluar khalayak sasaran, seperti orang dalam kelompok umur yang lebih dewasa atau masyarakat di luar Kota Bandung untuk menambah pengetahuan atau sebagai sebuah konten hiburan.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Agar informasi dapat tersampaikan dengan baik, dalam perancangan media informasi mengenai diet ketogenik ini media yang digunakan adalah berupa komik strip. Saat ini, komik strip merupakan salah satu media hiburan yang cukup banyak bertebaran di media sosial, salah satunya adalah Instagram. Beberapa komik strip yang sudah cukup populer di media sosial Instagram antara lain adalah komik Tahilalats, Kostum Komik, dan Masdimboy. Komik-komik strip tersebut kebanyakan adalah komik yang berisi konten hiburan dengan komedi-komedi satir yang menghibur mengenai kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.

A. Pendekatan Visual

Pembuatan komik strip digital ini menggunakan pendekatan visual yang terinspirasi dari gaya gambar beberapa seniman, salah satunya adalah Faris Naufal (Nof). Hal

tersebut dapat terlihat dari garis-garis yang membentuk visual komik strip ini yang sengaja dibuat seolah seperti digambar manual menggunakan tangan. Untuk elemen-elemen visual dibuat cukup sederhana tanpa menampilkan banyak latar tempat dalam cerita. Hal tersebut terinspirasi dari komik strip Tahilalats yang menggunakan konsep yang lebih kurang serupa. Tujuannya adalah agar pembaca dapat lebih terfokus terhadap pesan yang ingin disampaikan melalui cerita atau percakapan antartokoh dalam komik strip ini. Elemen-elemen pendukung yang lain hanya digunakan apabila dalam cerita komik strip memang membutuhkan penegasan-penegasan agar pesan dapat tersampaikan dengan lebih maksimal. Komik strip yang dibuat nyaris tidak menampilkan bentuk visual dari makan atau adegan karakter sedang mengonsumsi makanan. Tujuannya adalah untuk membuat media informasi ini tidak terkesan terlalu “*hard selling*” dengan terang-terangan mempromosikan diet ketogenik kepada khalayak.



MINDBLOWN © 2018 TAHILALATS.COM
 Gambar III.1 Referensi Gaya Visual Tahilalats
 Sumber: <https://www.instagram.com/p/BzU7U7-Fysi/?igshid=1s24e6009f2ai>
 (Diakses pada 12/07/2019)

B. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dalam perancangan komik strip digital ini disesuaikan dengan khalayak sasaran yang dituju, yaitu remaja yang tinggal di Kota Bandung dan sekitarnya. Meskipun target yang dituju adalah masyarakat yang tinggal di Kota Bandung dan sekitarnya, namun karena komik strip ini akan diunggah ke media sosial yang tentu dapat dijangkau juga oleh masyarakat umum, maka bahasa yang digunakan tidak sepenuhnya menggunakan Bahasa Sunda, namun tetap menggunakan Bahasa Indonesia, sehingga masyarakat yang berada diluar khalayak sasaran dapat tetap mengerti pesan dan informasi yang ingin disampaikan. Gaya penyampaian informasi pada beberapa episode juga dibuat dengan tidak secara eksplisit mengutarakan pesannya, melainkan menggunakan sedikit analogi yang diharapkan akan membuat informasi yang sebenarnya cukup berat untuk disampaikan dapat terasa lebih ringan dan mudah diterima.

III.2.3. *Mandatory*

Komik strip digital ini akan diunggah di media *Instagram*, yaitu salah satu *platform* media sosial yang paling populer di seluruh dunia. Perancangan komik strip digital mengenai ini fokusnya adalah untuk memberi bekal pengetahuan kepada masyarakat di kawasan Bandung dan sekitarnya agar tidak ada lagi masyarakat yang salah dalam mengaplikasikan diet ketogenik. Oleh karena itu, maka pihak yang diajak kerjasama adalah komunitas Ketofastosis Indonesia.



ketofastosis

Gambar III.2 Logo Ketofastosis Indonesia

Sumber: https://lh3.googleusercontent.com/Xw8P_ClwdTaB1-kMw-ZiHwae7FBG7brSGPWbm073YIM7oua0pq-SfGdbXFAcshSbo7M
(Diakses pada 11/08/2019)

Komunitas Ketofastosis Indonesia adalah sebuah komunitas yang didirikan oleh Nur Agus Prasetyo beberapa tahun yang lalu. Komunitas ini adalah wadah bagi para mereka yang tertarik melakukan suatu program diet yang bernama ketofastosis. Ketofastosis sendiri merupakan pola diet yang merupakan penggabungan antara program puasa dengan diet ketogenik.

III.2.4. Materi Pesan

Materi pesan yang ingin disampaikan melalui media informasi berbentuk komik strip digital ini adalah mengenai informasi-informasi umum dan beberapa tips yang harus diperhatikan sebelum seseorang mulai melakukan diet ketogenik. Informasi mengenai diet ketogenik memang sudah banyak yang bertebaran di internet, namun rata-rata hanya berbentuk uraian panjang dengan beberapa grafik yang berkaitan dengan diet ketogenik tersebut. Dalam komik strip ini, informasi mengenai diet ketogenik akan disampaikan dengan cara yang berbeda, selain bentuknya yang jelas berbeda, pendekatan komedi yang digunakan juga diharapkan akan membuat informasi medis seperti diet ketogenik dapat terasa jauh lebih ringan untuk masyarakat awam.

III.2.5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa juga merupakan salah satu elemen penting dalam penyusunan sebuah rancangan media. Menurut Nikko (2015), gaya bahasa merupakan sebuah cara seseorang untuk menjelaskan sesuatu, seperti cerita, yang dibuatnya atau untuk mengungkapkan pemikirannya melalui bahasa-bahasa yang khas dalam sebuah uraian singkat yang dapat menimbulkan kesan tertentu. Dalam perancangan media informasi ini gaya bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia verbal yang disampaikan dengan gaya nonformal. Hal tersebut dikarenakan karena khalayak sasaran yang dituju adalah remaja yang cenderung lebih terbiasa dengan gaya bahasa tersebut, dibandingkan apabila menggunakan bahasa Indonesia yang baku atau lebih formal. Harapannya adalah agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan efektif.

III.2.6. Strategi Kreatif

Dalam penyusunan rancangan komik strip digital ini tentu diperlukan adanya beberapa strategi kreatif yang bertujuan untuk membuat informasi dapat disampaikan dengan cara yang tepat dan akurat kepada khalayak sasaran. Berikut beberapa strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan media ini:

A. Copywriting

Nama dari media informasi yang dirancang dalam laporan ini adalah “Komiketo: Pedoman Hidup Pendiet Keto”. Nama tersebut dipilih karena memang informasi yang terdapat dalam komik strip digital ini adalah mengenai hal-hal dasar dan beberapa tips yang akan menjadi bekal bermanfaat bagi seseorang yang akan atau sudah mulai melakukan diet ketogenik.

B. Storyline

Cerita komik strip ini ditulis dengan memasukkan *keyword* dari informasi mengenai diet ketogenik ke dalam sebuah ide cerita komedi, sehingga informasi yang sebenarnya berat dan rumit dapat terkesan jauh lebih ringan dan mudah dipahami, bahkan bagi orang awam sekalipun. Guna mengakali kemungkinan adanya informasi yang kurang lengkap, maka pada setiap komik akan diberikan uraian mengenai informasi yang ingin disampaikan dengan penjelasan yang lebih lengkap dibandingkan dengan yang ada dalam komik. Selayaknya kebanyakan komik strip yang sudah ada sebelumnya, cerita dalam setiap komik strip ini tidak saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya.

- Episode 1 – Sejarah Diet Ketogenik

Diet Ketogenik pertama kali ditemukan di Mayo Clinic dan Johns Hopkins University Hospital, Maryland, Amerika Serikat, pada tahun 1920-an sebagai metode perawatan untuk mengendalikan epilepsi pada anak.

- Episode 2 – Aturan Makan Dalam Diet Ketogenik

Diet Ketogenik adalah sebuah pola makan rendah karbohidrat dan tinggi lemak, yang diimbangi dengan konsumsi protein sedang, dengan aturan presentase pola

makan diet ketogenik menurut Boyers adalah 60-75% lemak, 15-30% protein, dan 5-10% karbohidrat.

- Episode 3 – Syarat Melakukan Diet Ketogenik

Orang tersebut mengalami gejala obesitas, namun dengan kondisi tubuh yang sehat, baik kadar kolesterol, LDL, Trigleserida, asam urat, dan fungsi ginjal berada dalam kondisi normal.

- Episode 4 – Jenis-jenis Diet Ketogenik

Diet Ketogenik dikelompokkan kedalam 4 jenis, yaitu *Cyclical Ketogenic Diet*, *Standard Ketogenic Diet*, *Targeted Ketogenic Diet*, dan *High-Protein Ketogenic Diet*.

- Episode 5 – Lemak Jenuh

Saturated Fats atau lemak jenuh adalah jenis lemak yang berfungsi untuk menjaga system imun, mempertahankan kenormalan massa jenis tulang, dan menstabilkan hormon testosteron.

- Episode 6 – Lemak Tidak Jenuh Tunggal

Monounsaturated Fats adalah jenis lemak yang paling baik dibanding jenis lemak lainnya dan biasa terkandung pada minyak zaitun. Fungsi dari lemak ini adalah untuk meningkatkan resitensi insulin dan memperbaiki level HDL/LDL.

- Episode 7 – Lemak Tidak Jenuh Jamak

Polyunsaturated Fats adalah jenis yang berfungsi untuk meningkatkan level HDL/LDL dan biasa kita temui dalam minyak sayur.

- Episode 8 – Lemak Trans

Trans Fats adalah jenis lemak jahat yang sama sekali tidak baik untuk dikonsumsi oleh semua orang, termasuk pelaku diet ketogenik. Lemak ini adalah salah satu penyebab penyakit jantung dan memperburuk level HDL/LDL.

- Episode 9 – Definisi Ketosis

Ketosis adalah fase yang dituju dalam melakukan diet ketogenik, yaitu fase dimana tubuh sudah mulai memecah lemak menjadi sumber energi yang biasa disebut sebagai *keton*.

- Episode 10 – Tahapan Ketosis

Ada 3 tahapan sebelum tubuh mencapai fase ketosis yaitu fase induksi (pengenalan), fase konsolidasi (pembiasaan), dan fase maintenance (pengendalian).

- Episode 11 – Definisi Keton

Keton adalah satu-satunya hasil bentuk pemecahan lemak yang bisa masuk ke dalam otak, sehingga fungsinya dianggap bisa menggantikan fungsi glukosa sebagai sumber energi utama bagi tubuh.

- Episode 12 – Penanganan Keto Flu 1

Meningkatkan jumlah asupan lemak sebagai upaya mengobati kondisi tubuh yang mudah lelah dan merasa pusing karena kekurangan energy yang masuk ke otak.

- Episode 13 – Penanganan Keto Flu 2

Mengonsumsi lebih banyak air dan mineral adalah salah satu cara untuk menangani gejala keto flu. Seseorang yang sedang menjalani diet ketogenik dianjurkan untuk meminum air putih setidaknya dua kali lebih banyak dari biasanya. Selain itu, dengan mengonsumsi kuah kaldu diharapkan dapat memenuhi kebutuhan asupan mineral bagi para pendiet ketogenik.

- Episode 14 – Penanganan Keto Flu 3

Menambah durasi tidur juga dapat meringankan gejala akibat keto flu. Istirahat yang cukup sangatlah penting, tidak hanya bagi orang yang sedang melakukan diet ketogenik, orang yang sedang tidak dalam masa diet pun tetap membutuhkan waktu istirahat yang cukup, dan tidur adalah cara istirahat yang paling baik.

- Episode 15 – Pilihan Makanan Saat Diet Ketogenik 1

Selama menjalani diet ketogenik, seseorang tetap butuh untuk mengonsumsi buah-buahan. Namun, buah yang boleh dikonsumsi saat menjalani diet ketogenik hanya buah alpukat, yang merupakan *super food* bagi para pendiet ketogenik, dan buah yang berasal dari keluarga berry, seperti strawberry, blueberry, blackberry, dan raspberry.

- Episode 16 – Pilihan Makanan Saat Diet Ketogenik 2

Untuk memenuhi kebutuhan serat sebagai zat gizi yang melancarkan pencernaan, pelaku diet ketogenik dianjurkan untuk tetap mengonsumsi sayur-sayuran. Sayur

yang dianjurkan untuk dikonsumsi saat sedang diet ketogenik adalah sayuran hijau, seperti bayam, selada, asparagus, timun, kol, kacang panjang, brokoli, dll.

- Episode 17 – Pilihan Makanan Saat Diet Ketogenik 3

Seseorang yang sedang menjalani diet ketogenik dianjurkan untuk tidak meminum susu sapi, dan lebih memilih susu kedelai atau almond. Hal tersebut karena adanya kandungan karbohidrat yang biasanya tersimpan di dalam susu sapi. Namun, jika memang tetap ingin atau hanya bisa meminum susu sapi, maka susu yang dipilih haruslah susu sapi yang mengandung lemak penuh.

- Episode 18 – Olahraga Saat Diet Ketogenik

Olahraga yang paling baik pada saat seseorang sedang menjalani diet ketogenik adalah olahraga angkat beban, yang berfungsi menjaga massa otot, dan olahraga kardio, seperti berlari, berjalan kaki, atau berenang. Selain untuk menjaga kesehatan tubuh, olahraga kardio dapat mengurangi risiko terserang keto flu.

- Episode 19 – Pantangan Saat Diet Ketogenik

Memilih sumber makanan yang kurang tepat adalah kesalahan yang paling banyak dilakukan oleh seorang pelaku diet ketogenik. Sebaiknya, apabila sedang melakukan diet ketogenik, seseorang idealnya mengonsumsi lemak baik sebanyak minimal 80% dari total asupan lemak yang dikonsumsi, seperti lemak yang berasal dari ikan, kacang kedelai, minyak zaitun, alpukat, dan Virgin Coconut Oil. Selain itu, mengonsumsi makanan yang mengandung “karbohidrat tersembunyi” dan protein dengan jumlah lebih banyak dari yang dianjurkan juga merupakan sebuah kesalahan yang secara tidak sadar dilakukan oleh para pelaku diet ketogenik.

- Episode 20 – Kunci Sukses Diet Ketogenik

Bersabar adalah kunci keberhasilan dari semua usaha yang dilakukan selama diet ketogenik.

- Episode 21 – Dampak Positif Diet Ketogenik 1

Apabila dilakukan dengan cara yang benar, diet ketogenik dapat meningkatkan level energi dan fokus.

- Episode 22 – Dampak Positif Diet Ketogenik 2

Karena pola makan yang memang membatasi asupan karbohidrat atau gula yang masuk ke dalam tubuh, maka diet ketogenik dapat menjaga stabilitas tekanan darah dan kolesterol.

- Episode 23 – Dampak Negatif Diet Ketogenik 1

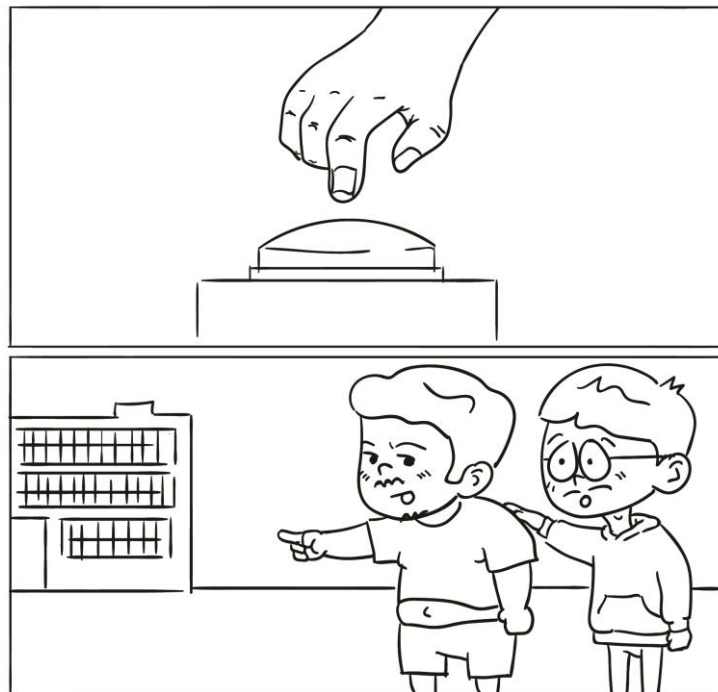
Karena tidak adanya karbohidrat yang berfungsi mengikat air yang masuk ke dalam tubuh, seorang pelaku diet ketogenik biasanya akan lebih sering buang air kecil, hal tersebut tentu dapat meningkatkan risiko terkena dehidrasi.

- Episode 24 – Dampak Negatif Diet Ketogenik 2

Seorang pelaku diet ketogenik memiliki kemungkinan cukup besar untuk terkena konstipasi atau sembelit akibat kurangnya asupan serat.

C. Storyboard

Pembuatan *storyboard* untuk media informasi mengenai diet ketogenik ini dilakukan tanpa membuat gambar manual terlebih dahulu. Pembuatan *storyboard* media ini langsung dibuat dengan penggambaran secara digital aplikasi desain Adobe Illustrator.



Gambar III.3 Sketsa *storyboard* dari salah satu episode komik strip
Sumber: Dokumen pribadi (2019)

D. Visualisasi

Bentuk visualisasi dalam perancangan media informasi mengenai diet ketogenik melalui komik strip ini banyak dipengaruhi oleh gaya visual beberapa seniman. Salah satu seniman yang memengaruhi perancangan ide visual karakter dari komik strip ini adalah Faris Naufal (@halonof) dan Ade Lukman (@komikluks).



Gambar III.4 Referensi gaya visual Faris Naufal dan Ade Lukman
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

III.2.7. Strategi Media

A. Media Utama

Media yang digunakan pada perancangan ini adalah berupa komik strip digital berisi informasi dan edukasi bagi remaja yang tertarik untuk melakukan diet ketogenik. Konten yang dimuat dalam komik ini akan berisi informasi meliputi sejarah, aturan, hingga beberapa tips dalam menjalani diet ketogenik. Menurut Masdiono (2014), komik strip secara umum dapat didefinisikan sebagai sebuah rentetan kartun berbaris atau mungkin juga berupa rentetan kartun yang kebanyakan biasanya bertema humor atau komedi, dengan bentuk ilustrasi yang sederhana.

B. Media Pendukung

Media pendukung akan berperan sebagai sarana penunjang media utama dari perancangan informasi mengenai diet ketogenik ini, yang mana khalayak sarannya adalah kalangan remaja.

1. Tahap Informasi

- Banner Digital

Karena media utama dari perancangan informasi mengenai diet ketogenik adalah media yang berbasis digital, maka media pendukung fisik tidak terlalu dibutuhkan, oleh karena itu, banner yang digunakan adalah banner digital. Banner akan ditaruh di lawan web Youtube.

- Poster Cetak

Poster akan berisi informasi mengenai media utama yaitu mengenai apa media utama perancangan ini dan bagaimana cara untuk membacanya. Penyebaran poster akan dilakukan di beberapa Sekolah Menengah Atas dan kampus yang berada di Kota Bandung, atau tepatnya di masing Unit Kesehatan yang berada di lokasi-lokasi tersebut.

- Poster Digital (*Instagram Story*)

Poster digital disini adalah poster yang berbentuk konten *Instagram Story*. Poster akan menjadi media pendukung dari media utama berupa komik strip. Konten akan memuat informasi mengenai ajakan untuk mengakses media utama.

2. Tahap Peningat

- *Sweater hoodie*

Sweater hoodie diharap akan digunakan khalayak sasaran ketika sedang melakukan aktivitas olahraga sebagai salah satu penunjang yang harus dilakukan selama menjalani diet ketogenik.

- Botol minum

Seorang pelaku diet ketogenik diharuskan untuk meminum air putih jauh lebih banyak dari orang biasanya. Botol minum ini diharapkan dapat membantu para pelaku diet ketogenik untuk memenuhi kebutuhan minumannya.

- *Softcase handphone*

Karena media utama media informasi mengenai diet ketogenik ini adalah media yang diakses melalui *handphone*, maka *softcase* adalah salah satu media pendukung yang paling dekat dengan media utamanya.

- *Wallpaper handphone*

Media ini dipilih dengan alasan yang lebih kurang serupa dengan alasan pemilihan *softcase handphone* sebagai salah satu media pendukung dalam perancangan ini, yaitu karena memiliki kedekatan dengan media utamanya.

- *Kaos*

Kaos adalah media yang dapat digunakan oleh semua kalangan dalam melakukan banyak aktivitas. Dengan demikian, kaos bisa dijadikan salah satu media promosi dengan cara menempatkan informasi pada desainnya.

- *Tas Olahraga*

Karena media pendukung yang dihadirkan sebagai penunjang memang ditujukan agar para pelaku diet ketogenik juga melakukan aktivitas olahraga selama menjalani diet ketogenik, maka tas olahraga bisa dijadikan salah satu media untuk memasarkan media utama ini.

III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Tujuan mengapa strategi distribusi harus dilakukan adalah untuk menyebarkan informasi yang ditempatkan pada beragam media agar informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh khalayak sasaran. Aplikasi media sosial Instagram menjadi sarana dalam penyebaran media utama, karena berdasarkan sebuah studi yang dilakukan dalam (Pratnyawan, 2019) didapati bahwa jumlah pengguna aktif aplikasi Instagram di Indonesia ini cukup banyak, yaitu sekitar 56 juta atau 20.97 persen dari total populasi keseluruhan masyarakat Indonesia. Hal ini tentu dapat menjadi sebuah bekal pertimbangan yang cukup kuat dalam penentuan lokasi penyebaran media informasi mengenai diet ketogenik melalui komik strip digital yang akan dirilis setiap hari Rabu dan Sabtu mulai tanggal 25 Januari 2020, bertepatan dengan Hari Gizi Nasional. Adanya jeda diantara hari rabu dan sabtu bertujuan agar khalayak tidak jenuh bila terus dijejali dengan informasi mengenai diet ketogenik ini.

Tabel III.2 Jadwal Penyebaran Media
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

No.	Media	Bulan											
		Januari			Februari			Maret			April		
1	Komik Strip												
2	Banner Digital												
3	Konten <i>Instagram Story</i>												
4	Poster Cetak												
5	<i>Sweater Hoodie</i>												
6	Kaos												
7	Botol Minum												
8	Tas Olahraga												
9	<i>Wallpaper Handphone</i>												
10	<i>Softcase Handphone</i>												

III.3. Konsep Visual

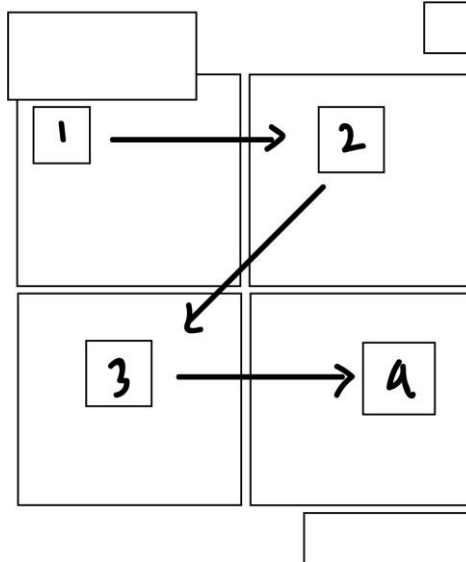
Sebuah konsep visual yang disusun dengan baik, akan memberikan dampak yang baik pula pada perancangan medianya. Konsep visual yang digunakan dalam perancangan informasi mengenai diet ketogenik melalui media komik strip digital ini dibuat dengan gambar-gambar yang sederhana dan lebih menekankan kepada fungsinya sebagai media penyampaian informasi.

III.3.1. Format Desain

Format desain pada media utama dibuat dengan rasio 10:11,5 untuk *artboard*-nya. Ukuran tersebut lebih besar sedikit daripada ukuran umum *feeds* pada aplikasi Instagram. Hal itu guna membuat gambar yang ditampilkan bisa lebih besar dan mudah terlihat dengan memberikan sisi kosong di bagian atas komik untuk menempatkan logo *mandatory* dan judul episode. Karya yang digambar juga dibuat dengan resolusi 300 dpi, yang bertujuan agar sesuai dengan resolusi layar *handphone* yang merupakan perangkat utama untuk mengakses media.

III.3.2. Tata Letak

Media utama dari perancangan informasi ini adalah media yang berbasis digital dan dibuat dengan beberapa variasi jumlah panel dari hanya satu panel hingga 4 panel. Selain itu, tata letaknya disesuaikan dengan format kebanyakan komik strip yang sudah ada lebih dulu di aplikasi Instagram, salah satunya adalah Digidoy.



Gambar III.5. Visualisasi Tata Letak Media Utama
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

III.3.3. Tipografi

Tipografi menjadi salah satu elemen penyusun dari karya dalam perancangan informasi ini. Tipografi menurut Rustan (2011, h.10), adalah huruf-huruf yang disusun dan merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam sebuah komunikasi visual. Huruf yang disusun merupakan suatu bagian penting dalam perancangan sebuah komik atau media yang lainnya, yang bertujuan untuk memudahkan khalayak untuk dapat menangkap pesan.

- Shake That Booty

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 .,:;'''?!

Gambar III.6 Font Shake That Booty
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Font Shake That Booty adalah *font* karya Jakob Fischer atau “Pizzadude” yang memiliki lisensi “*free for personal use*” namun dalam perancangan ini digunakan secara gratis karena alasan kepentingan akademik. Dalam perancangan informasi ini, *font Shake That Booty* digunakan untuk penulisan kata “KOMIKETO” pada logo dalam media utama yang berupa komik strip digital. Bentuk huruf yang dekoratif dan berkesan *playful* cukup menggambarkan konten komik.

- Senang Banyol

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,:;”’?!

Gambar III.7 *Font Senang Banyol*
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Font Senang Banyol adalah *font* karya Adien Gunarta yang memiliki lisensi “*100% free*”. Dalam perancangan informasi ini, *font Senang Banyol* digunakan untuk penulisan judul episode dalam media utama yang berupa komik strip digital. Bentuk huruf yang dekoratif cukup menggambarkan konten komik yang bertema humor.

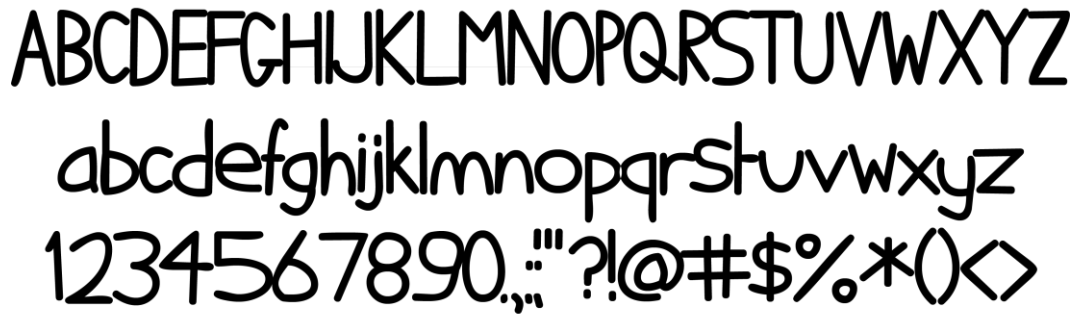
- Gochi Hand

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,:;”’?!@#\$%&*(){}<>

Gambar III.8 *Font Gochi Hand*
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

Gochi Hand adalah *font* yang dibuat oleh Juan Pablo del Peral dengan mengadaptasi gaya penulisan seorang remaja. Dalam perancangan informasi ini, *font Gochi Hand* digunakan untuk penulisan minor pada bagian kontak media sosial. Lisensi dari *font* ini adalah “*free for commercial use*”.

- I Hate Comic Sans



Gambar III.9 *Font* I Hate Comic Sans
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

I Hate Comic Sans adalah *font* dengan lisensi “*free for commercial use*” karya Dale Harris. Dari namanya saja, sudah cukup menggambarkan bahwa *font* ini adalah *font* yang difungsikan untuk kebutuhan membuat sesuatu yang bertema humor. Hal tersebut sangat representatif dengan media utama perancangan informasi ini. *Font* ini digunakan untuk penulisan *bodytext* berisi percakapan dan informasi.

III.3.4. Ilustrasi

Pendekatan ilustrasi yang digunakan banyak sekali dipengaruhi oleh komikus-komikus pembuat komik strip yang sudah cukup terkenal di Indonesia. Gaya ilustrasi yang paling dominan adalah gaya ilustrasi milik Tahilalats yang kesederhanaan visualnya menjadi salah satu pondasi dari perancangan media ini.

Ilustrasi sendiri dapat didefinisikan sebagai sebuah gambar yang berfungsi untuk menjelaskan sesuatu. Sedangkan gambar ilustrasi adalah penggambaran sesuatu hal yang terdiri dari beberapa elemen rupa yang bertugas untuk memperjelas pesan dan mengindahkannya sebuah teks. Adanya pendekatan ilustrasi tersebut bertujuan untuk membuat khalayak seolah dapat merasakan langsung setiap gerak dan cerita yang ditampilkan melalui indera pengelihatannya sendiri (Kustrianto, 2007, h. 110-111).

Studi Karakter

Studi karakter adalah salah satu dasar atau pondasi dari sebuah cerita komik strip. Karakter menjadi perantara atau penyampaian pesan melalui percakapan yang dilakukan, baik monolog atau komunikasi dua arah dengan karakter yang lain.

- **Oyu**

Oyu adalah karakter utama dari komik strip ini. Bentuk fisiknya terinspirasi dari ciri fisik Rizki Nur Pahla, seorang mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Komputer Indonesia. Karakter Oyu digambarkan sebagai seseorang yang tertarik melakukan diet ketogenik karena merasa tidak percaya diri dengan bentuk tubuhnya, namun sifat sok tahu dan terlalu cepat mengambil kesimpulan membawa dia selalu melakukan kesalahan demi kesalahan selama prosesnya.



Gambar III.10 Ilustrasi Oyu
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

- **Kepin**

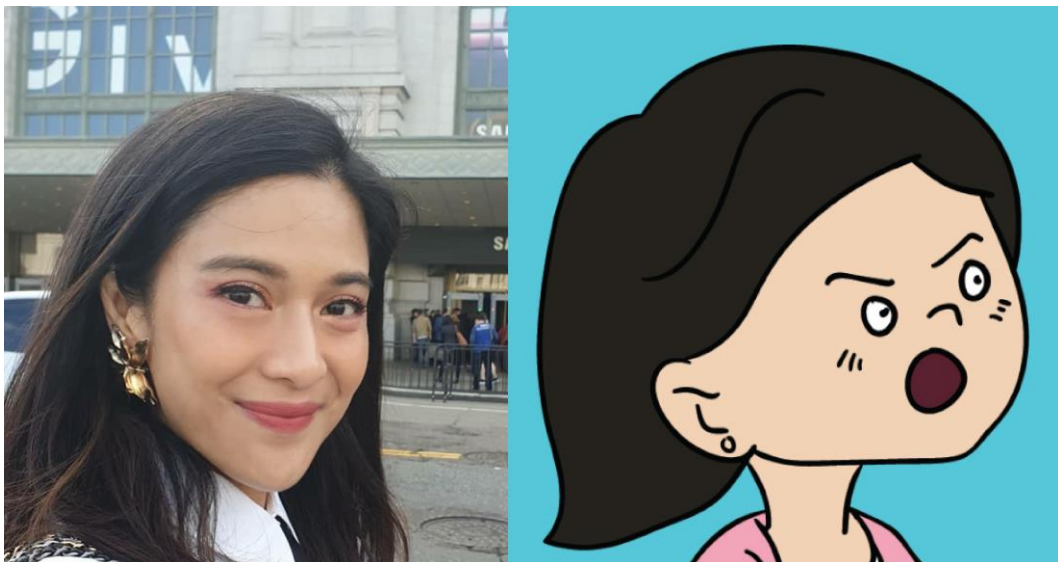
Kepin adalah sahabat paling dekat Oyu. Ciri fisik Kepin diambil dari Kevin Adrista Putra Irawan, seorang desainer grafis asal Kota Bandung. Sifat yang mirip antara Oyu dan Kepin membuat mereka seringkali membuat saling emosi satu sama lain.



Gambar III.11 Ilustrasi Kepin
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

- **Dian**

Karakter Dian yang mengadaptasi tokoh artis populer Indonesia, Dian Sastrowardoyo, dalam komik ini digambarkan sebagai kekasih Oyu. Dian Sastro dipilih karena dia adalah salah satu orang yang bisa dibilang cukup berperan dalam semakin populernya diet ketogenik di Indonesia.



Gambar III.12 Ilustrasi Dian
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

- **Tyo**

Tokoh Tyo dalam perancangan media informasi ini berperan sebagai banyak karakter, meski kemunculannya tidak begitu sering. Tyo diadaptasi dari tokoh pendiri komunitas Ketofastosis Indonesia, yaitu Nur Agus Prasetyo.



Gambar III.13 Ilustrasi Tyo
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

III.3.5. Warna

Sifat yang dimiliki oleh suatu warna tentu berbeda antara satu dengan yang lainnya. Dalam setiap pengaplikasian warna, satu hal yang harus dilakukan yaitu mempertimbangkan setiap warna yang akan digunakan agar hasil akhirnya sesuai dengan keinginan (Kustrianto, 2007, h. 46-49). Pemilihan warna yang tepat, selain akan menambah kesan estetis dari sebuah karya visual, juga dapat memudahkan khalayak untuk menangkap pesan yang ingin disampaikan.

Warna yang dipilih didominasi oleh kombinasi warna kuning dan biru. Warna kuning dipilih karena warna tersebut merupakan warna yang cukup identik dengan visualisasi warna lemak. Sedangkan kombinasi warna biru dipilih karena warna biru identik dengan ketenangan. Selain hal tersebut, kombinasi tersebut juga dipilih berdasarkan khalayak sasaran yang ditentukan, yaitu masyarakat yang berada di Bandung dan sekitarnya. Warna kuning dan biru adalah kombinasi warna yang digunakan pada logo pemerintahan Kota Bandung. Untuk pemilihan warna baju

karakter, warna yang digunakan adalah warna maroon dan kuning. Tujuannya adalah agar terlihat ada perbedaan yang cukup kontras antara dua karakter utama.

#FOA3B7	#770E1B	#E21808	#F0EET6	#FEDA00	#2CA2C6
R 240 G 163 B 183	C 2% M 44% Y 10% K 0%	R 119 G 14 B 27	C 31% M 100% Y 90% K 41%	R 226 G 24 B 8	C 5% M 100% Y 100% K 1%
R 240 G 238 B 118	C 9% M 0% Y 67% K 0%	R 254 G 218 B 0	C 2% M 11% Y 100% K 0%	R 44 G 162 B 198	C 74% M 19% Y 14% K 0%
#F5E0CD	#F0D0B4	#F6D4A3	#DFB28B	#CF9E76	#312E24
R 245 G 224 B 205	C 3% M 11% Y 18% K 0%	R 240 G 208 B 180	C 5% M 18% Y 28% K 0%	R 246 G 212 B 183	C 3% M 16% Y 39% K 0%
R 223 G 178 B 139	C 12% M 31% Y 47% K 0%	R 207 G 158 B 118	C 19% M 39% Y 37% K 0%	R 49 G 46 B 36	C 64% M 61% Y 72% K 66%

Gambar III.14 Gambaran Konsep Warna Media

Sumber: Dokumen Pribadi (2019)