

## **BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN**

### **III.1 Khalayak Sasaran**

- Demografis

Demografis yang dituju mencakup jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Ketiga hal tersebut dapat menjadi faktor pendukung untuk perancangan media sehingga tujuan menjadi tepat sasaran.

Jenis kelamin : laki-laki, namun media yang dirancang juga bisa dinikmati oleh wanita apabila diinginkan.

Usia : antara usia 17-21 tahun, usia tersebut biasa dikatakan remaja akhir, dalam tahap ini remaja mengalami masa transisi menjadi dewasa.

Pekerjaan: Mahasiswa dan pelajar smp-sma, hal ini ditentukan mengingat kalangan pelajar masih bisa meluangkan waktu untuk membaca, demi menambah pengetahuan mereka. Tak menutup kemungkinan juga mereka membaca komik sebagai bacaan yang menghibur.

Kalangan: kelas menengah

- Geografis

Geografis yang dituju adalah masyarakat indonesia, dari kawasan perkotaan. Hal ini dilakukan karena daerah perkotaan memiliki banyak tempat bacaan, seperti toko buku, perpustakaan, dan tempat bacaan lainnya. Sedangkan daerah pedesaan tentunya tidak memiliki tempat bacaan sebanyak daerah perkotaan.

- Psikografis

Psikografis yang dituju adalah usia 17-21 tahun. Menurut Sri Rumini & Siti Sundari (2004: 53) masa remaja adalah perpindahan dari masa anak ke masa

dewasa yang mengalami perubahan semua faktor untuk menginjak masa dewasa. sehingga diperlukan sosok karakter yang dapat menjadi contoh atau panutan dalam pembentukan kepribadian menjadi lebih baik.

### **III.2 Strategi Perancangan**

Dalam merancang sebuah komik ada berbagai macam proses perancangan yang bisa dilakukan. Cara yang pertama melalui proses digital. Yaitu proses gambar, *editing*, sampai *finishing* dilakukan dengan menggunakan komputer atau *laptop*. Cara yang kedua melalui proses manual lalu digital. Yaitu proses gambar sketsa sampai pada tahap *inking* dilakukan dengan manual menggunakan pensil dan *drawing pen*, lalu proses *editing* dan *finishing* dilakukan dengan menggunakan komputer atau *laptop*. Adapun proses perancangan yang akan dilakukan pada tugas akhir ini menggunakan cara yang kedua, yaitu melalui proses manual dan dilanjutkan ke digital.

#### **III.2.1 Tujuan Komunikasi**

Tujuan komunikasi dari pada perancangan ini yaitu memberikan pengetahuan mengenai cerita rakyat Ki Rangga Gading sebagai seorang penjahat yang bertaubat dan berubah menjadi pribadi yang lebih baik. Dengan tujuan tersebut, penyampaian melalui media komik akan mudah diterima oleh masyarakat khususnya remaja.

#### **III.2.2 Pendekatan Komunikasi**

Pendekatan komunikasi merupakan tahap perencanaan untuk merancang sebuah informasi yang tepat sasaran dan dapat diterima dengan baik. Pendekatan komunikasi pada media informasi ini adalah menyampaikan cerita rakyat Ki Rangga Gading dengan menarik dan mudah dimengerti melalui visual dan verbal.

##### **a. Strategi Komunikasi Verbal**

Bahasa yang digunakan dalam pendekatan verbal yaitu menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa sunda. Penggunaan bahasa Indonesia akan menjadikan

informasi mudah dipahami dan dimengerti oleh masyarakat, sedangkan bahasa sunda digunakan sebagai pendukung nuansa tradisi dari cerita rakyat Ki Rangga Gading yang berlatar di daerah Tasikmalaya.

#### **b. Strategi Komunikasi Visual**

Pendekatan visual yang digunakan dalam komik cerita rakyat Ki Rangga Gading adalah visualisasi masyarakat Sunda pada jaman dahulu terlihat dari pakaian, aksesoris, serta tempat yang diilustrasikan. Hal ini dikarenakan Ki Rangga Gading merupakan cerita rakyat sunda pada zaman kerajaan Padjajaran.

### **III.2.3 Mandatory**

*Mandatory* adalah perusahaan atau lembaga yang memberikan mandat. Berdasarkan perancangan yang telah dibuat, maka *mandatory* dari perancangan komik Ki Rangga Gading adalah Penerbit Frankkomik sebagai badan yang mencetak dan menerbitkan media utama dari perancangan ini, FrankKomiK adalah pengusaha kreatif komik yang ingin turut serta memajukan komik-komik karya anak-anak Indonesia. Frankkomik didirikan oleh dua orang sahabat yaitu, Franki Indrasgoro Sumbodo (Pepeng) dan Aria Baja.

Selain penerbit buku, mandatory yang lain adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Profinsi Jawa Barat. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan merupakan bagian dari pemerintah yang bertanggung jawab di bidang pariwisata dan kebudayaan.



Gambar III.1 Logo Frankkomik  
Sumber: <https://www.frankkomik.com/?s=logo&submit=Search>



Gambar III.2 Logo Dinas Pariwisata dan Budaya Provinsi Jawa Barat  
Sumber: <http://jabarekspres.com/2017/jadwal-program-kegiatan-dinas-pariwisata-dan-kebudayaan-provinsi-jawa-barat-oktober/>

#### **III.2.4 Materi Pesan**

Materi pesan yang akan disampaikan pada komik cerita rakyat Ki Rangga Gading adalah untuk menggambarkan perjalanan Ki Rangga Gading dari seorang penjahat yang bertaubat dan menjadi pribadi yang lebih baik. karena sebelumnya cerita Ki Rangga Gading sangat jarang diketahui oleh masyarakat, maka dalam perancangan komik ini akan memperjelas penokohan yang ada di dalam cerita, kemudian menceritakan perjalanan Ki Rangga Gading dari sosok penjahat lalu bertaubat menjadi pribadi yang lebih baik.

#### **III.2.5 Gaya Bahasa**

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan media informasi berupa komik ini menggunakan gaya bahasa non formal atau tidak baku, karena disesuaikan dengan target sasaran yaitu remaja masa kini yang menggunakan bahasa sehari-hari atau

bahasa yang tidak baku. Dengan demikian pesan cerita dari komik Ki Rangga Gading ini dapat tersampaikan dengan mudah kepada pembaca.

### **III.2.6 Strategi Kreatif**

Strategi kreatif meliputi perancangan bentuk desain *cover* dan konten yang nantinya akan diaplikasikan dalam perancangan ini. Berikut merupakan strategi kreatif yang diaplikasikan dalam desain *cover* dan konten:

- Desain *cover*

Pada desain *cover* strategi kreatif yang digunakan adalah penempatan dua sisi keadaan gambar yang berbeda dengan layout yang simetris atau rata tengah. Pada sisi sebelah kiri menunjukkan keadaan Ki Rangga Gading ketika masih menjadi penjahat dengan menggunakan kekuatan merubah wujud. Sedangkan pada sisi sebelah kanan menunjukkan keadaan Ki Rangga Gading ketika sudah bertaubat dengan menggunakan pakaian yang menutup aurat dan ekspresi penyesalan. Adapun judul menggunakan huruf *custome* sanserif bold Dan pada penulisan nama ilustrator menggunakan *font* ObelixPro untuk memberikan kesan keteguhan hati dari Ki Rangga Gading dalam perjalanannya menjadi pribadi yang lebih baik.

- Konten

Dalam pembuatan konten strategi yang digunakan adalah alur cerita yang menunjukkan keadaan masyarakat Tasikmalaya zaman dahulu mulai dari pakaian tokoh seperti *iket*, baju zaman dahulu, dan bentuk rumah. Serta beberapa penggambaran ekspresi yang lucu sehingga pembaca bisa menikmati cerita dengan sentuhan humor.

### **III.2.7 Strategi Media**

#### **a. Media utama**

Media utama dari perancangan informasi ini adalah buku komik. Scott McCloud (2008: 12) mendeskripsikan komik dikatakan sebagai susunan

gambar-gambar ke dalam sebuah urutan, ditujukan untuk menyampaikan pesan dan memberikan nilai estetis. Didalam komik menyajikan cerita perjalanan Ki Rangga Gading dengan ilustrasi yang menarik dan bahasa yang sering digunakan oleh remaja pada zaman sekarang, Sehingga pembaca dapat dengan mudah memahami alur cerita. Media buku komik dipilih karena pada dasarnya remaja menyukai buku bacaan bergambar dari pada buku bacaan tanpa gambar. Berdasarkan artikel detikhealth.com mengenai “Otak Lebih Suka Gambar dan Warna” Bobby Hartanto, MPsi dalam acara Konferensi Smart Parents “Otak manusia cenderung lebih menyukai hal yang bergambar dan berwarna. Karena gambar dapat memiliki banyak arti, sedangkan warna menjadikan segala sesuatu menjadi lebih hidup”

#### **b. Media pendukung**

- *X-banner*

*X-banner* berisi informasi singkat mengenai buku komik Ki Rangga Gading. Cerita singkat atau sinopsis dan *merchandise* yang didapatkan akan ditampilkan di *X-banner*. Media ini juga bertujuan untuk menambah promosi kepada target audiens agar penyampaiannya lebih efektif.

- Poster

Poster juga berfungsi sebagai media promosi yang efektif. Poster berisi informasi singkat mengenai media utama buku komik. Penyebaran poster dilakukan dengan menempelkan poster di tempat umum yang dapat dengan mudah terlihat oleh target khalayak seperti mading sekolah dan mading kampus.

- Gantungan kunci

Gantungan kunci yang dibuat menyesuaikan dengan media utama dapat menjadi penarik perhatian para target khalayak.

- *Action figure*

*Action figure* yang akan di tampilkan menyesuaikan dengan tokoh utama dari komik, yaitu Ki Rangga Gading.

- *T-Shirt*  
*T-Shirt* atau kaos dengan gambar ilustrasi karakter dari media utama di bagian belakang dan *logotype* pada bagian depan dapat menarik perhatian target khalayak yaitu remaja.
- *Sticker*  
*Sticker* merupakan salah satu media pendukung yang efektif, karena remaja sering menggunakan *sticker* sebagai hiasan di laptop, helm, dan barang-barang lainnya. Maka *sticker* dapat dengan mudah perhatian target khalayak Remaja.
- *Pin*  
Pin dengan gambar ilustrasi karakter dan judul dari komik Ki Rangga Gading. Pin adalah media yang biasa di gunakan remaja untuk di sematkan pada jaket, tas maupun topi. Sehingga dapat menarik perhatian remaja.
- *Totebag*  
*Totebag* dengan sablon ilustrasi karakter komik Ki Rangga Gading bisa menjadi alat yang sering digunakan remaja untuk membawa barang-barang yang digunakan sehari hari ke sekolah, kampus maupun rekreasi. Sehingga dapat menarik perhatian remaja.
- *Bantal*  
Bantal sebagai hadiah bagi pengunjung yang dapat menjawab pertanyaan pada saat peluncuran komik.

### **III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media**

Pendistribusian pada sebuah media penting dilakukan bagi terwujudnya target pada pasar yang diinginkan, maka dengan begitu, perlu perlu diperhatikan dengan baik dan benar strategi distribusi dan waktu pendistribusiannya. Berikut adalah waktu penyebaran media antara lain:

Tabel III.1 Tabel Waktu Penyebaran Media.  
 Sumber: Dokumentasi pribadi

Distribusi	September				Oktober				November			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Poster												
X-Banner												
Komik												
Totebag												
Gantungan kunci												
Sticker												
Bantal												
Pin												
T-shirt												

### III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang akan diterapkan pada perancangan komik Ki Rangga Gading didapatkan melalui pengamatan dengan mencari referensi seperti pakaian, bentuk rumah, dan keadaan. Adapun gaya gambar yang digunakan adalah semi realis atau bentuk proporsi yang hampir menyerupai manusia asli.

#### III.3.1 Format Desain

Perancangan buku komik Ki Rangga Gading menggunakan ukuran kertas A5 atau 14,8 x 21cm. Ukuran yang digunakan cenderung menyesuaikan ukuran komik yang biasa dibaca oleh para remaja. Ukuran A5 juga memudahkan pembaca ketika membawa komik ini berpergian.



### III.3.2 Tata Letak

Perancangan tata letak pada buku komik Ki Rangga Gading menonjolkan unsur dinamis. Setiap halamannya memiliki susunan yang berbeda-beda menyesuaikan kepada alur cerita. Hal ini dilakukan guna memberikan unik dan tidak membosankan kepada pembaca. Pada sebuah prinsip dasar *layout* diperlukan sebuah urutan perhatian untuk memberikan penekanan tertentu dengan mengatur keseimbangan dan menciptakan kesatuan secara keseluruhan (Rustan, 2017, h.75).

### III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan salah satu elemen penting pada pembuatan komik. pendapat Frank Jefkins (1996, h. 248) yang mengemukakan bahwa tipografi adalah seni memilih jenis huruf dari ratusan jumlah rancangan. Tipografi atau font yang akan digunakan menyesuaikan kepada bentuk gambar, sedangkan bentuk gambar yang dirancang menggunakan teknik manual. Maka font yang digunakan dalam perancangan komik adalah font yang menyerupai tulisan manual dan memiliki keterbacaan tinggi.

- *Font* yang digunakan pada pembuatan judul komik Ki Rangga Gading yaitu *font* yang dibuat secara manual.



Gambar III.3 Review Font  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

- Sedangkan *font* yang digunakan pada balon kata yaitu:  
Nama *font* : Childhood Memories

Creator : Inopatype  
Lisensi : *Free for personal use*

Berikut adalah *review* dari *font* yang digunakan di dalam media:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
UVWXYZ  
1234567890

Gambar III.4 *Review Font*  
Sumber: Kotak Kuning Studios

### III.3.4 Ilustrasi

Dalam perancangan komik Ki Rangga Gading, ilustrasi menjadi bagian utama yang ditampilkan untuk menyampaikan jalan cerita. Ilustrasi yang ditampilkan berupa visual dari karakter tokoh utama, tokoh antagonis, tokoh pendukung, masyarakat sampai latar tempat kejadian. Teknik yang dilalui untuk membuat ilustrasi pada perancangan ini adalah dengan tahap pertama yaitu sketsa dan *inking* pada *sketchbook*, gambar yang sudah melalui proses *inking* ini dijadikan sebagai bahan pokok untuk membuat ilustrasi agar proses pembuatan ilustrasi berjalan dengan mudah dan sesuai. Setelah membuat gambar dengan proses manual pada kertas gambar, gambar tersebut *discan* lalu dimasukkan ke computer kemudian mulai ke tahap berikutnya yaitu *editing* menggunakan perangkat Adobe Photoshop

### a. Studi Karakter

Karakter-karakter yang terdapat dalam media utama dibuat berdasarkan cerita rakyat Ki Rangga Gading. Berikut adalah referensi nyata dan referensi ilustrasi serta hasil akhir dari karakter-karakter yang terdapat dalam media utama.



Gambar III.5 Referensi pakaian masyarakat sunda zaman dulu  
Sumber: <https://salamadian.com/karakter-sifat-kebiasaan-orang-sunda>



Gambar III.6 Referensi pakaian masyarakat sunda zaman dulu.  
Sumber: <https://www.yukepo.com/hiburan/indonesiaku/beda-zaman-beda>



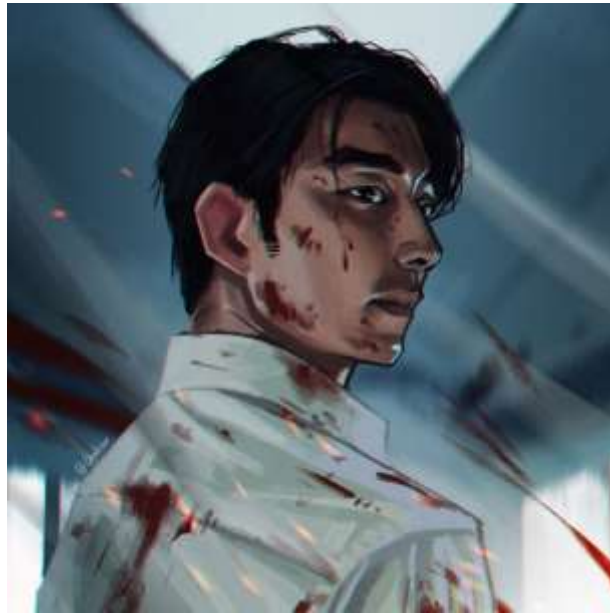
Gambar III.7 Referensi pakaian wanita sunda zaman dulu.  
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/649081365019658430/?lp=true>

Referensi di atas menjadi inspirasi dari pembuatan pakaian, gaya rambut, dan penampilan yang digunakan dalam komik Ki Rangga Gading.

Referensi ilustrasi karakter anak diambil dari aplikasi Pinterest, karya Chalseu.

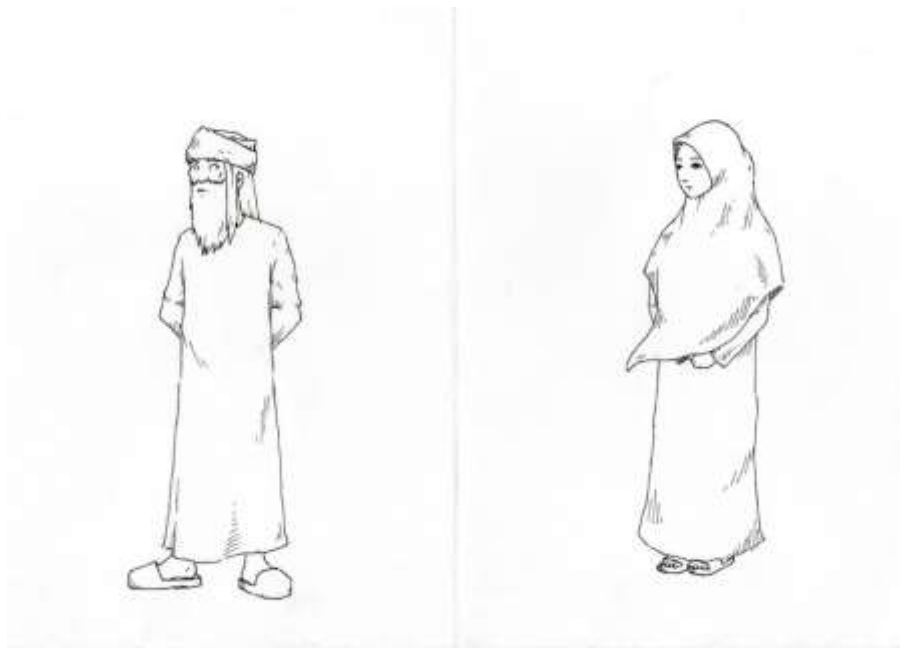


Gambar III.8 Referensi ilustrasi karakter.  
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/642818546792148108/>

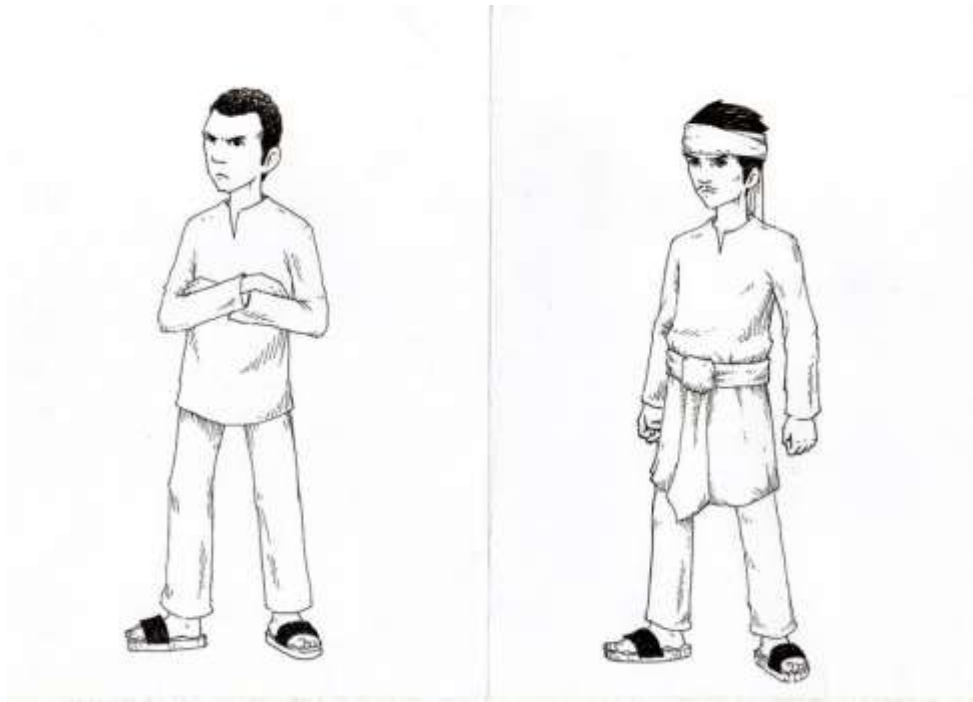


Gambar III.9 Referensi ilustrasi karakter.  
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/642818546792148108/>

Dari referensi diatas maka ilustrasi karakter yang dibuat adalah sebagai berikut:



Gambar III.10 Gambar sketsa setelah proses tinta.  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)



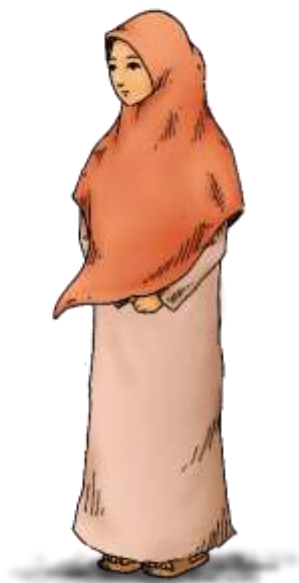
Gambar III.11 Gambar sketsa setelah proses tinta.  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar III.12 Visual akhir Ki Rangga Gading di media utama.  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar III.13 Visual akhir KH.Bolosngora di media utama.  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar III.14 Visual akhir Mala Nurjannah di media utama.  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar III.15 Visual akhir Dani Zainal di media utama.  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

#### **b. Studi Latar**

Latar yang dirancang dalam media utama disesuaikan dengan alur cerita Ki Rangga Gading, seperti kampung, hutan, pasar, dan tempat-tempat lainnya pada zaman dulu. Berikut adalah referensi nyata dan referensi ilustrasi serta hasil akhir dari latar-latar yang terdapat dalam media utama.



Gambar III.16 Referensi nyata dari kampung.  
Sumber: <https://kumeokmemehdipacok.blogspot.com/2013/05/photo-photo-kota-tasikmalaya-tempo-dulu.html>





Gambar III.17 Referensi nyata hutan Tasikmalaya.

Sumber: <https://taselamedia.wordpress.com/2010/04/14/foto-kenangan-tempo-doele>



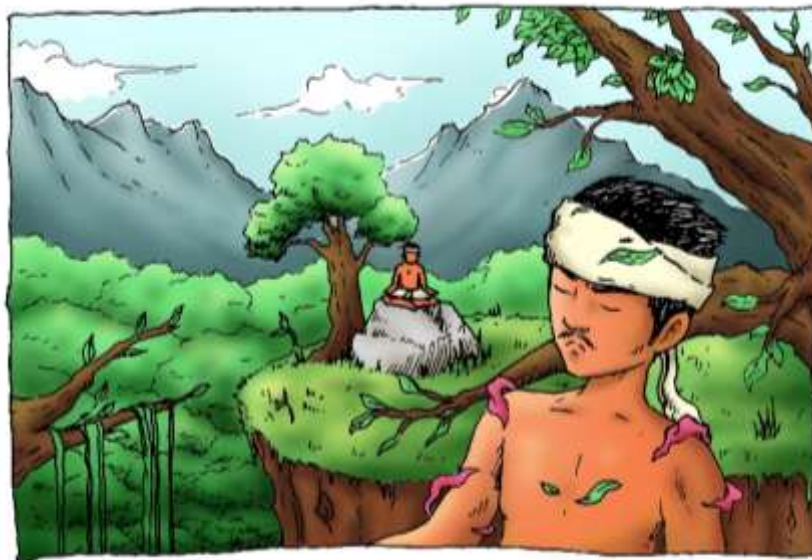
Gambar III.18 Referensi ilustrasi pohon.

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/637751997201920390/>

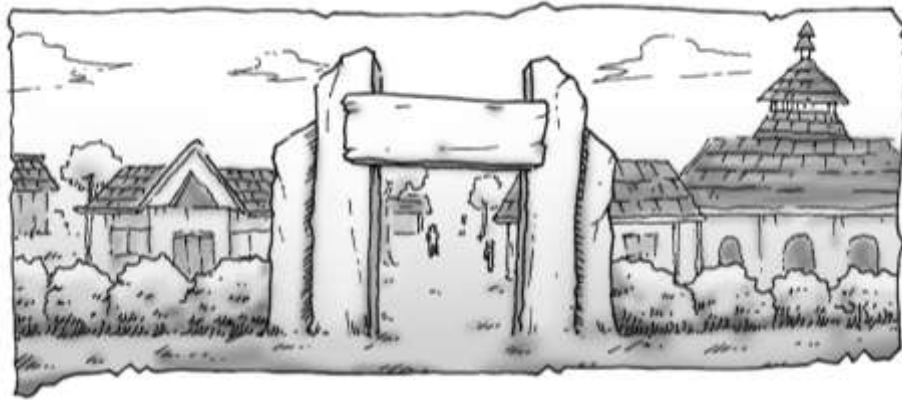


Gambar III.19 Referensi ilustrasi kampung warga.  
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/524176844126283097/>

Dari referensi diatas maka ilustrasi karakter yang dibuat adalah sebagai berikut:



Gambar III.20 Visual akhir hutan pada media utama.  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar III.21 Visual akhir kampung pada media utama.  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

### c. Studi Properti



Gambar III.22 Referensi nyata kerbau.  
Sumber: <https://histori.id/dongeng-kerbau-dan-monyet-yang-licik/>



Gambar III.23 Referensi nyata asesoris *iket* dan *kantong*.  
Sumber: <https://kumeokmemehdipacok.blogspot.com/2014/01/pakaian-adat.html>



Gambar III.24 Referensi nyata tanah longsor.  
Sumber: <https://kumeokmemehdipacok.blogspot.com/2014/01/pakaian-adat.html>



Gambar III.25 Visual akhir kerbau pada media utama.  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)



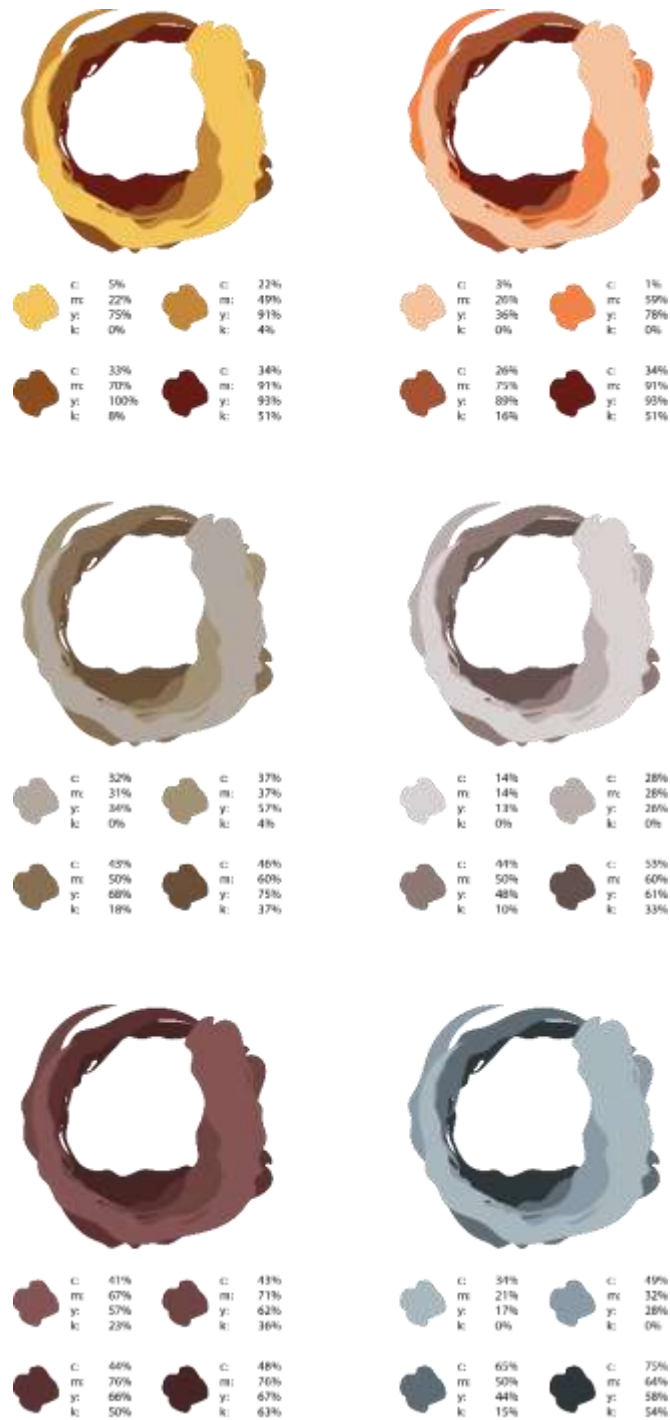
Gambar III.26 Visual akhir *iket* pada media utama.  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)



Gambar III.27 Visual akhir longsor pada media utama.  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

### **III.3.5 Warna**

Warna yang digunakan untuk ilustrasi *cover* dan pengenalan karakter dalam perancangan ini adalah warna-warna bernuansa hangat dengan format CMYK. Warna hangat digunakan mengingat keadaan latar dari cerita Ki Rangga Gading yaitu Indonesia yang beriklim tropis. Adapun pada halaman isi menggunakan warna hitam putih untuk memberikan kesan lawas kepada pembaca.



Gambar III.28 Warna pada media utama.  
 Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)