

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

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

Khalayak sasaran adalah khalayak yang menjadi Sasaran aktivitas komunikasi (Ayhu,2015) khalayak sasaran juga merupakan faktor yang dapat menentukan komunikasi berhasil atau tidak. Khalayak sasaran pada perancangan ini berdasarkan dari segi demografis, psikografis dan geografis.

- **Demografis**

Usia : 15 – 21 Tahun, Masa remaja ini adalah masa dimana remaja mencari identities diri, yang dicari berupa usaha untuk menjelaskan siapa dirinya Dan apa pengaruhnya dalam masyarakat (Hurlock, 1990).

- Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan

Khalayak sasaran ditujukan kepada remaja baik laki-laki atau perempuan.

Pendidikan :SMA – S1

- **Psikografis**

Masa remaja adalah suatu periode transitional, masa Dimana individu mencari identities diri (Krori,2011)

- **Geografis**

Khalayak Sasaran berdasarkan Geografis dalam perancangan ini mengacu kepada segi demografis yang telah dipaparkan diatas, yang bertempat tinggal di kota-Kota besar di Indonesia dan penyebaran distribusinya menggunakan platform Webtoon sehingga bisa diakses oleh siapa saja.

- **Consumer Journey**

Consumer journey adalah suatu kebiasaan sehari-hari yang dilakukan dan apa saja benda-benda yang dijumpai oleh khalayak sasaran. Hal tersebut berguna untuk mengetahui media apa saja yang dapat digunakan dalam perancangan. Berikut adalah hasil dari kegiatan khalayak sasaran yang diperoleh.

Tabel III.1 Tabel Kegiatan Khalayak Sasaran  
 Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>	<b><i>Point of Contact</i></b>
3:45	Bangun tidur	Kasur,selimut,lemari,bantal
4:30	Shalat	Sajadah,sarung
5:00	Baca Al-Qur'an	Al-Qur'an
5:30	Nonton TV / Youtube	TV, gawai, jam dinding, remot
06:00	Mandi	Handuk, perlengkapan mandi
6:30	Sarapan	Piring, gelas, sendok, garpu, pisau
6:50	Berangkat kerja/sekolah	Baju, kunci, Tiang listrik, poster, baliho, spanduk, tas
7:00	Ruang kerja/kelas	Jam dinding, jam duduk, pulpen, komputer, buku
12:00	Shalat	Sandal/alas kaki, sajadah, poster
12:15	Istirahat	Poster, Baju, kursi, piring, sendok, gelas, gawai
15:00	Shalat, ekskul	Sandal, Sajadah, Baja, topi
16:30	Pulang kerja, pulang kuliah/sekolah	Kendaraan, kunci, poster, baliho, x-banner
17:00	Sampai rumah	Poster, pintu, kunci
17:10	Istirahat	Sofa, meja, gawai, TV
17:30	Mandi	Peralatan mandi
18:00	Shalat	Sajadah, sarung, sandal, kunci
18:20	Baca buku	Buku, kaca mata
19:00	Shalat	Sajadah, sarung, sandal
19:30	Makan	Sendok, piring, Gelas
20:00	Mengerjakan tugas, bermain <i>game</i>	Alat tulis, laptop, gawai, <i>flashdisk</i>
22:00	Tidur malam	Kasur, selimut, lemari, bantal

Berdasarkan tabel mengenai kegiatan yang dilakukan oleh khalayak sasaran maka didapatkan beberapa informasi mengenai kebiasaan sehari-hari yang sering dilakukan dan benda apa saja yang ditemui oleh khalayak sasaran. Hasil dari *Point of Contact* dari tabel diatas yaitu alat kerja dan aksesoris gawai.

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

Strategi adalah cara yang harus dilakukan setiap akan mencapai sebuah tujuan, untuk mencapai sebuah tujuan maka diperlukan sebuah strategi perancangan dengan sebuah solusi yang inovatif agar hasilnya dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Didalam data yang didapat sebelumnya terdapat masalah yang berhubungan dengan cerita pendekar Jaka Sembung di Indonesia, salahsatunya yaitu tingginya potensi untuk membuat media informasi yang dengan cara membuat kembali informasi dari media yang sudah ada kedalam bentuk visual yang baru tentang cerita pendekar Jaka Sembung. Masyarakat khususnya remaja secara umum membutuhkan sebuah media yang bersifat naratif dan mudah diakses untuk menumbuhkan lagi kebiasaan membaca akan tetapi ditambah dengan bentuk-bentuk visual yang diharapkan semakin menarik perhatian khalayak sasaran untuk membaca cerita pendekar Jaka Sembung, yaitu komik digital dengan sarana *Webtoon comics* yang berfungsi sebagai informasi serta penyampaian nilai-nilai perjuangan dalam cerita pendekar Jaka Sembung.

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

Tujuan dari komunikasi ini adalah memberikan informasi mengenai cerita rakyat pendekar Jaka Sembung yang memiliki nilai-nilai perjuangan dan kebaikan didalamnya, sehingga masyarakat khususnya remaja dapat mencerna nilai-nilai kebaikan dan diharapkan menerapkannya dikesehariannya serta meningkatkan rasa bangga akan budaya dan bangsa Indonesia.

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

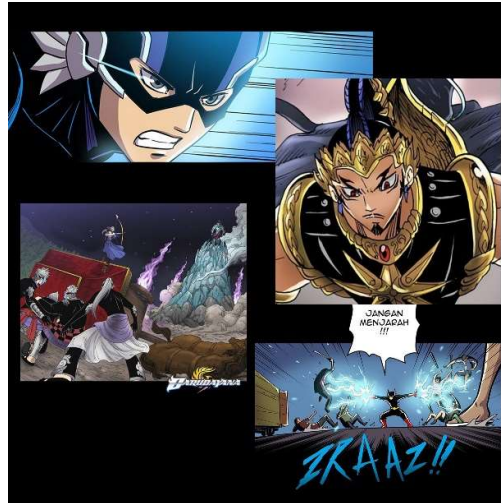
Pendekatan komunikasi pada perancangan media informasi mengenai cerita pendekar Jaka Sembung ini akan menggunakan pendekatan social. Berupa komik digital melalui *platform Webtoon comics* yang didalamnya menceritakan tentang pendekar Jaka Sembung dan nilai-nilai perjuangannya dalam melawan penjajah Belanda.

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

Bahasa yang digunakan dalam pendekatan verbal yaitu menggunakan bahasa Indonesia dengan bahasa kiasan. Penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa kiasan menjadikan informasi mudah dipahami serta melekat pada remaja, dan diharapkan bisa menambah kosakata dalam berbicara.

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

Pendekatan visual yang dibuat dalam perancangan ini menggunakan ilustrasi berupa gambar digital sebagai bentuk penokohan dan balon kata sebagai penjelasan visual cerita. Ilustrasi yang akan digunakan mengacu pada gaya gambar dari Is Yuniarto, *Illustrator* dan *artist* komik dari Garudayana dan Gundala yang berasal dari Indonesia. Bentuk ilustrasi yang ditampilkan yaitu semi realistis dan ekspresif, dan penggunaan efek semakin memperkuat pesan yang ingin disampaikan.



Gambar III.1 Visualisasi Bentuk Ilustrasi dari Is Yuniarto  
 Sumber: <https://www.instagram.com/is.yuniarto/?hl=id>  
 (Diakses pada 15/07/2019)

Dengan menggunakan visual dan karakter berwarna yang bertujuan sebagai daya tarik baru di komik cerita pendekar Jaka Sembung serta agar khalayak sasaran nyaman untuk membaca.



Gambar III.2 Visualisasi Bentuk Ilustrasi karakter dari Is Yuniarto  
 Sumber: <https://www.instagram.com/is.yuniarto/?hl=id>  
 (Diakses pada 15/07/2019)

Selain itu pendekatan dengan penggunaan sudut gambar atau sinematografi dan penggunaan warna *background* yang lebih detail, yang diharapkan agar

khalayak sasaran mendapat *Point of View* dari visual tersebut, sehingga pesan lebih mudah sampai kepada khalayak sasaran.

### III.2.3 *Mandatory*

*Mandatory* adalah perusahaan atau lembaga yang memberikan mandate, Berdasarkan dari perancangan yang dibuat, maka mandatory dari perancangan cerita pendekar Jaka Sembung ini yaitu Webtoon



Gambar III.3 Logo komik digital Webtoon  
Sumber: [https://en.wikipedia.org/wiki/Line\\_Webtoon](https://en.wikipedia.org/wiki/Line_Webtoon)  
(Diakses pada 16/07/2019)

Webtoon adalah sebuah *platform* atau sarana penerbit berupa komik digital dari Line yang bersifat gratis. Webtoon adalah komik khas dari Korea Selatan, sebuah inovasi baru dalam pengembangan komik di era digital, menurut JunKoo Kim sebagai pencetus Webtoon “Orang Indonesia sangat mendukung cara baru membaca komik, dimanapun dan kapanpun melalui perangkat ponsel atau gawai.



Gambar III.4 Logo studio Bumilangit  
Sumber: <https://twitter.com/bumilangitcom>  
(Diakses pada 16/07/2019)

Perancangan ini akan bekerjasama dengan studio Bumilangit. Bumilangit adalah sebuah studio asal Jakarta yang berdiri tahun 2003 yang memiliki tujuan membangkitkan kembali budaya penceritaan komik kepahlawanan Indonesia serta sebuah keluarga bagi banyak seniman pencipta komik dan tokoh karakter dari generasi awal hingga kini.

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

Materi pesan yang digunakan pada perancangan komik digital ini adalah pesan-pesan secara verbal dikemas dengan balon kata yang mengandung kalimat ajakan untuk sebuah kesadaran dan perjuangan rakyat, seperti ajakan untuk bangkit dan melawan kesewenang-wenangan penjajah.

Hal tersebut diperinci sebagai berikut.

1. Diawali dengan keadaan latar tempat yang menceritakan tentang permasalahan, yaitu kemiskinan dan penjajahan, dimana masyarakat tidak mempunyai pilihan selain tunduk kepada penjajah, sehingga akhirnya mereka mendapat bantuan dari tuhan, dimana tokoh yang memberi bantuan tersebut berpesan agar selalu bersyukur kepada tuhan yang maha pengasih lagi maha penyayang.

2. Dilanjutkan dengan kehidupan tokoh yang berusaha menyadarkan ayahnya dari kekeliruan dalam memihak penjajah. Tokoh tersebut berupaya untuk selalu bisa membantu masyarakat dengan cara apapun dan selalu sabar dan berdoa untuk kesadaran ayahnya dan kebebasan bangsanya.
3. Diakhiri dengan keluarnya tokoh utama yang membantu tokoh lain dalam melawan penjajah, serta kesadaran tokoh untuk melawan kesewenang-wenangan penjajah, pesan yang ingin disampaikan adalah usaha atau niat baik selalu punya hasil yang baik juga.

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

Gaya bahasa yang digunakan pada perancangan ini adalah menggunakan gaya bahasa naratif, yaitu menceritakan sebuah perincian tentang apa yang terjadi, dengan dipadukan gaya bahasa melalui ilustrasi yang memperkuat suatu pesan cerita. Gaya bahasa ini dipilih karena perancangan akan menampilkan informasi cerita dengan menggunakan kalimat dan visual, sehingga informasi akan tersampaikan dengan baik.

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

Strategi kreatif yang akan digunakan pada perancangan ini adalah dengan membuat gambar komik digital dengan ilustrasi berwarna yang dapat memperkuat suatu keadaan dan ciri khas penokohan melalui warna, dengan bentuk ilustrasi penokohan yang berbeda dengan ilustrasi latar belakang serta memperhatikan pengambilan sudut pandang yang baik yang diharapkan mempermudah menginformasikan pesan terhadap target khalayak.

Tokoh-tokoh akan dibuat dengan ciri khas visual masing-masing dan tetap mengacu pada referensi nama tokoh dan visual pada media komik sebelumnya.



### III.2.8 Strategi Media

#### a. Media Utama

Strategi media utama pada perancangan ini adalah berbentuk komik digital, yang didalamnya terdapat informasi dan nilai-nilai perjuangan bagi remaja. Konten yang akan dibuat berisi pengenalan tokoh-tokoh pendekar dan kejadian pada masa penjajahan VOC abad ke-17.

Menurut Will Eisner (1996) dalam bukunya yang berjudul *Graphic Storytelling* menjelaskan komik adalah “tatanan gambar dan balon kata yang berurutan, dalam sebuah buku”.

Sedangkan digital menurut KBBI adalah berhubungan dengan angka-angka untuk perhitungan tertentu, biasanya dilakukan oleh mesin pintar seperti gawai, komputer dan sejenisnya.

Jadi komik digital bisa diartikan sebagai susunan gambar yang tidak bergerak, disusun sedemikian rupa sehingga membuat alur cerita, didalamnya berisikan teks dan balon kata yang ditampilkan pada mesin pintar berupa gawai, komputer dan sejenisnya.

Media komik digital menggunakan sarana Webtoon yaitu dipilih karena remaja di zaman sekarang lebih sering menghabiskan waktunya dengan gawai, dari pemaparan *Consumer Journey* sebelumnya diketahui bahwa rata-rata remaja mengisi waktu senggangnya dengan memainkan gawai. Menurut statistik Lembaga Riset Pemasaran digital pada tahun 2018, jumlah pengguna aktif gawai di Indonesia lebih dari 100 juta orang, dengan hal ini pemilihan media utama komik digital dengan sarana Webtoon diharapkan dapat menarik perhatian remaja untuk membaca.

#### b. Media Pendukung

Media pendukung sebagai penunjang media utama dari perancangan ini akan berupa media-media yang biasanya berhubungan langsung dengan

keseharian remaja, serta berupa atribut yang terdapat pada cerita pendekar Jaka Sembung yang dirancang kembali sehingga dapat digunakan di kegiatan sehari-hari.

## 1. Tahap Informasi

- *X-banner*

*X-banner* berisi informasi mengenai sinopsis dari cerita pendekar Jaka Sembung, cara mengakses hingga promosi, Media ini diharapkan dapat menarik perhatian khalayak sasaran dari jarak pandang yang cukup jauh.

- Poster

Poster dipilih karena efektif dan fleksibel untuk ditempatkan di berbagai tempat, seperti mading, tiang jalan dan kantin. Poster akan berisi visualisasi adegan dari cerita pendekar Jaka Sembung serta nilai-nilai dan komik digital pendekar Jaka Sembung.

- Konten Media Sosial *Instagram*

Konten berisi informasi mengenai media utama yaitu berupa unggahan ilustrasi visual, tanggal rilis serta informasi tentang penjualan *merchandise* atau buah tangan.

## 2. Tahap Peningat

- *Hoodie shirt*

*Hoodie shirt* digunakan sebagai media yang dapat digunakan oleh semua kalangan. Sehingga dapat digunakan sebagai media promosi.

- *Headband* / Ikat kepala

Ikat kepala sebagai identitas seorang pendekar yang dirancang kembali agar bisa digunakan dalam kegiatan sehari-hari dan sudah menjadi sebuah tren dikalangan remaja.

- Kaos

Kaos digunakan sebagai media yang dapat digunakan oleh semua kalangan. Sehingga dapat digunakan sebagai media promosi.

- Stiker cetak  
Stiker cetak merupakan media yang dapat ditempatkan dimana saja.
- Gantungan kunci  
Gantungan kunci sebagai media aksesoris dan remaja menggunakan gantungan kunci pada kunci kendaraan.
- Karakter akrilik  
Akrilik digunakan sebagai media *merchandise* yang bisa diletakan di area kantor atau meja kerja.
- *Human standee*  
Digunakan dalam event untuk menarik perhatian target khalayak dan juga sebagai sarana berfoto

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

Dalam pendistribusian akan melibatkan pihak-pihak, *event* atau acara-acara yang berhubungan dengan objek penelitian seperti Sekolah, Pasar komik Bandung hingga Popcon Asia. Pendistribusian dimulai dengan membagikan link situs atau tautan media utama dan media pendukung melalui sekolah dan *event* lokal. Apabila program distribusi tersebut berhasil, maka sistem distribusi yang serupa akan dilakukan di kota-kota besar dan *event* lainnya secara berkala. Berikut adalah tahapan pendistribusian komik digital Jaka Sembung

- *Instagram*  
Pendistribusian komik digital Jaka Sembung dipromosikan pada bulan Mei melalui media sosial Instagram, bertujuan untuk menarik perhatian terget khalayak dan memberikan informasi mengenai *launching* komik digital Jaka Sembung.
- Komik digital  
Selanjutnya komik digital Jaka Sembung dirilis diawal bulan Juli yaitu tanggal 1 Juli 2019 melalui *platform* Webtoon.

- *Poster*  
Selanjutnya pendistribusian komik digital Jaka Sembung dilakukan pada *event* Pasar Komik Bandung yang dilaksanakan di Braga Bandung tanggal 13 Juli-14 Juli, melalui media poster yang ditempatkan di *booth*, diharapkan dapat lebih menarik perhatian target khalayak yang sedang berada di *event* tersebut.
- *Human standee*  
*Standing* karakter akan ditempatkan pada *event* Pasar Komik Bandung yaitu di area pintu masuk dan di sebelah *booth* Jaka Sembung.
- *X-banner*  
*X-banner* akan ditempatkan pada *event* Pasar Komik Bandung yaitu di area pintu masuk dan di sebelah *booth* Jaka Sembung.
- *Kaos*  
Kaos sebagai *merchandise* dan pengingat akan didistribusikan pada *event* Pasar Komik Bandung tanggal 13 Juli – 14 Juli bertempat di Braga Bandung, yang akan dipajang di *booth* Jaka Sembung.  
Selain di *event* Pasar Komik Bandung, kaos tetap didistribusikan setelah event, yaitu melalui *online* Instagram.
- *Hoodie Shirt*  
*Hoodie shirt* sebagai *merchandise* dan pengingat akan didistribusikan pada *event* Pasar Komik Bandung tanggal 13 Juli – 14 Juli bertempat di Braga Bandung, yang akan dipajang di *booth* Jaka Sembung.  
Selain di event Pasar Komik Bandung, *hoodie shirt* tetap didistribusikan setelah *event*, yaitu melalui *online* Instagram.
- *Headband*  
*Headband* sebagai *merchandise* dan pengingat akan didistribusikan pada *event* Pasar Komik Bandung tanggal 13 Juli – 14 Juli bertempat di Braga Bandung, yang akan dipajang di *booth* Jaka Sembung.

Selain di event Pasar Komik Bandung, *Headband* tetap didistribusikan setelah *event*, yaitu melalui *online* Instagram.

- Stiker cetak  
Stiker cetak akan didistribusikan pada *event* Pasar komik Bandung dan dipajang di *booth* Jaka Sembung.
- Gantungan kunci  
Gantungan kunci akan didistribusikan pada *event* Pasar komik Bandung dan dipajang di *booth* Jaka Sembung.
- Karakter akrilik  
Karakter akrilik akan didistribusikan pada *event* Pasar komik Bandung dan dipajang di *booth* Jaka Sembung.

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

Media	Bulan												Cara
	Mei 2019				Juni 2019				Juli 2019				
Komik Digital Jaka Sembung													Melalui <i>platform</i> Webtoon
Poster													Melalui <i>event</i> Pasar Komik Bandung tanggal 13 Juli 2019 – 14 Juli 2019 di Braga Bandung
<i>Human Standee</i>													Melalui <i>event</i> Pasar Komik Bandung tanggal 13 Juli 2019 – 14 Juli 2019 di Braga Bandung
<i>X-banner</i>													Melalui <i>event</i> Pasar Komik Bandung tanggal 13 Juli 2019 – 14 Juli 2019 di Braga Bandung
Media Sosial Instagram													Sebelum event Pasar Komik Bandung
<i>Hoodie Shirt</i>													Melalui <i>event</i> Pasar Komik Bandung tanggal 13 Juli 2019 – 14 Juli 2019 di Braga Bandung

<i>Headband</i>												Melalui <i>event</i> Pasar Komik Bandung tanggal 13 Juli 2019 – 14 Juli 2019 di Braga Bandung
Kaos												Melalui <i>event</i> Pasar Komik Bandung tanggal 13 Juli 2019 – 14 Juli 2019 di Braga Bandung
Stiker cetak												Melalui <i>event</i> Pasar Komik Bandung tanggal 13 Juli 2019 – 14 Juli 2019 di Braga Bandung
Gantungan kunci												Melalui <i>event</i> Pasar Komik Bandung tanggal 13 Juli 2019 – 14 Juli 2019 di Braga Bandung
Karakter akrilik												Melalui <i>event</i> Pasar Komik Bandung tanggal 13 Juli 2019 – 14 Juli 2019 di Braga Bandung

### III.3 Konsep Visual

Bentuk gaya visual akan disesuaikan dengan khalayak sasaran, dengan membuat bentuk-bentuk dan ciri khas penokohan yang ada di dalam cerita pendekar Jaka Sembung, dengan mengembangkan bentuk visual dari media sebelumnya ke bentuk yang lebih inovatif untuk remaja di zaman sekarang. Konsep visual yang digambarkan akan dikhususkan kepada pakaian dan aksesoris dari setiap karakter.



Gambar III.5 Referensi Visual Karakter dari Cerita Komik Jaka Sembung  
Sumber: <https://komikkoplak.blogspot.com/2017/11/komik-silat-jaka-sembung-bajing-ireng.html>  
(Diakses pada 16/07/2019)

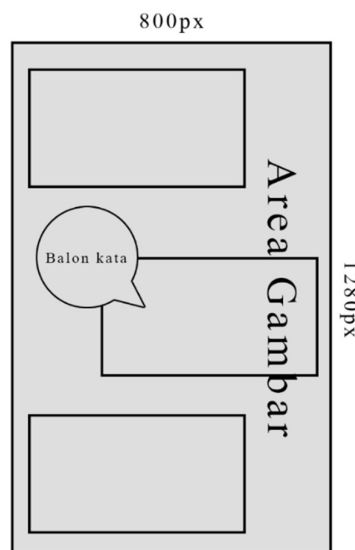


Gambar III.6 Referensi Visual Karakter dari film cerita Jaka Sembung  
Sumber: <https://komikkoplak.blogspot.com/2017/11/komik-silat-jaka-sembung-bajing-ireng.html>  
(Diakses pada 16/07/2019)



### III.3.1 Format Desain

Format desain akan berbentuk jpeg dengan dimensi ukuran 1280pixel x 800pixel *portrait* dengan resolusi 300dpi. Ukuran tersebut adalah format maksimal untuk unggah di Webtoon, selanjutnya format gambar akan otomatis terhubung dengan gambar selanjutnya dari atas ke bawah, komik digital akan berwarna dan terdiri dari sampul serial yang didalamnya terdapat judul, pengarang cerita serta pembuat komik digital.



Gambar III.7 Format Desain  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

### III.3.2 Tata Letak

Tata letak yang digunakan pada perancangan ini akan menampilkan gambar ilustrasi Dengan teks narasi dan balon kata. Ilustrasi terdiri dari latar belakang dan karakter.

Pola halaman akan mengikuti format dari Webtoon yaitu memanjang dari atas ke bawah dengan mengikuti cara baca masyarakat Indonesia yaitu dari kiri ke kanan.

### III.3.3 Tipografi

Istilah tipografi berkaitan erat dengan *setting* huruf dan pencetakannya, dengan adanya pengaruh perkembangan teknologi *digital* yang sangat pesat pada masa kini membuat makna tipografi adalah sebagai: segala disiplin yang berkenaan dengan huruf (Rustan, 2014:h16).

*Font* yang digunakan akan menyesuaikan dengan ilustrasi yang akan dibuat, dengan tema zaman dulu dan ekspresif. *Font* adalah satu set *metal type* dari satu typeface, yang sama ukuran dan sama *style*-nya.

*Font* yang digunakan untuk judul komik yaitu RINGBEARER yang dibuat oleh Pete Klassen 2002 yang dirancang ulang dengan penempatan huruf “J” dan “S” yang lebih besar, *Font* RINGBEARER bisa digunakan gratis hanya untuk kepentingan pribadi.



ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ

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

Untuk *body text* menggunakan *font* Animeace bb oleh Nate Piekos 2006 ukuran 5pt, font Animeace bb mempunyai bentuk yang ekspresif tapi tetap beraturan, mempunyai kesan seperti tulis tangan manual, *Font* Animeace bb bisa digunakan gratis hanya untuk kepentingan pribadi.



ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ

Gambar III.9 *Font* Animeace bb  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

dan *font* Badaboom oleh Nate Piekos 2003 ukuran 6pt. Font Badaboom memiliki ketebalan dan kemiringan, sehingga memiliki kesan penekanan kata atau suatu adegan, *font* Badaboom bisa digunakan gratis hanya untuk penggunaan pribadi.

**ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ**

Gambar III.10 *Font* Badaboom  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)

### III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi pada perancangan ini bertujuan untuk menampilkan gambaran tokoh atau karakter pada cerita Jaka Sembung, dan suasana latar tempat cerita.

#### a. Studi Karakter

Dalam perancangan ini ada beberapa karakter atau tokoh utama yaitu:

- Parmin / Jaka Sembung



Gambar III.11 Karakteristik Jaka Sembung  
Sumber: <https://komikkoplak.blogspot.com/2017/11/komik-silat-jaka-sembung-bajing-ireng.html>  
Diakses pada (16/07/2019)

Parmin adalah pemuda asal pantai Eretan Kandanghaur Indramayu yang sejak kecil diasuh untuk diajarkan beladiri silat Gunung Sembung oleh gurunya Ki Sapu Angin, dan setelah dewasa Parmin ditugaskan oleh Ki Sapu Angin untuk mengembara dan menumpas kejahatan di nusantara.

- Roijah / Bajing Ireng



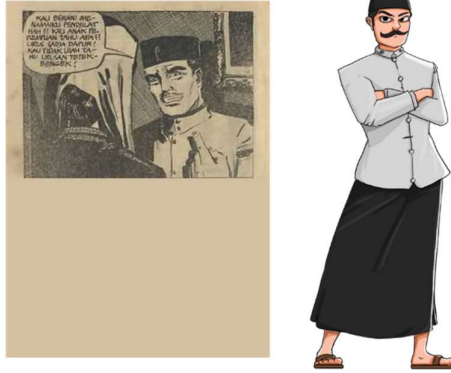
Gambar III.12 Karakteristik Bajing Ireng

Sumber: <https://komikkoplak.blogspot.com/2017/11/komik-silat-jaka-sembung-bajing-ireng.html>

Diakses pada (16/07/2019)

Roijah adalah anak dari kepala desa, pribumi yang menjadi tangan kanan VOC Belanda, setiap malam tiba Roijah keluar sebagai Bajing Ireng untuk mencuri beras pihak Belanda untuk dibagikan kepada masyarakat yang membutuhkan.

- Pak Marto / Bek Marto



Gambar III.13 Karakteristik Pak Marto

Sumber: <https://komikkoplak.blogspot.com/2017/11/komik-silat-jaka-sembung-bajing-ireng.html>

Diakses pada (14/07/2019)

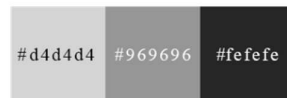
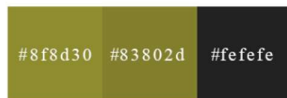
Pak Marto adalah seorang kepala desa di desa Kandanghaur Indramayu, Pak Marto menjadi tangan kanan Leonard Van Eisen, yaitu pemimpin VOC Belanda.

### III.3.5 Warna

Warna merupakan unsur penting dalam obyek desain. Dengan Warna anda dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan. Baik dalam menyampaikan pesan atau membedakan sifat secara jelas

(Lia & Kirana, 2014:h37).

Warna yang digunakan untuk karakter menggunakan teori warna Analogus, bertujuan untuk memperkuat penokohan, dengan satu warna khas diharapkan mempermudah target khalayak untuk mengidentifikasi gambar atau karakter.



Gambar III.14 Konsep Warna untuk Karakter  
Sumber: Dokumen Pribadi (2019)