

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran akan menjadi pertimbangan dalam perancangan karya. Pengertian khalayak dalam KBBI adalah kelompok tertentu dalam masyarakat yang dijadikan sasaran komunikasi. Sedangkan sasaran memiliki arti sesuatu yang menjadi tujuan. Sehingga dalam penelitian ini khalayak sasaran adalah kelompok tertentu dalam masyarakat yang menjadi target dalam penyampaian suatu informasi tertentu. Khalayak sasaran terbagi ke dalam beberapa aspek diantaranya geografis, demografis, dan psikografis.

III.1.1 Demografis

Jenis Kelamin : Laki-Laki dan perempuan.

Umur: Remaja hingga 60 tahun.

Status ekonomi: Semua kalangan

Pekerjaan: Umum

Warga Negara: Indonesia.

Minat: Membaca atau membuat komik.

Khalayak sasaran yang dipilih merupakan orang – orang yang memiliki minat dengan komik. Media komik seperti meme dan komik strip di media sosial juga sangat erat dengan penggemar komik.

III.1.2 Geografis

Perancangan ini ditujukan pada penggemar komik daring yang ada di seluruh Indonesia.

III.1.3 Psikografis

Psikografis khalayak yang menjadi sasaran dari perancangan ini adalah:

- Keinginan untuk selalu mengetahui atau mengikuti perkembangan tren terbaru.
- Keinginan untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan tersier.

- Keinginan untuk mencapai suatu capaian atau prestasi tertentu.

III.1.4 *Consumer Insight*

Target audiens adalah penggemar komik yang memiliki keinginan tahu besar akan semua informasi tentang komik. Berdasarkan hasil survei mayoritas responden tidak mengetahui perkembangan komik daring, akan tertarik untuk mengetahuinya.

III.1.5 *Consumer Journey*

Untuk menentukan media yang digunakan untuk menjangkau sasaran secara efektif, maka diperlukan perencanaan yang baik. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan daftar aktifitas dari target audiens. Dari daftar aktifitas inilah akan ditetapkan aplikasi/penerapan dari media yang telah dibuat. Berikut merupakan *consumer journey* untuk media perkembangan komik daring di Indonesia:

Tabel III.2 *Consumer journey*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Waktu	Kegiatan	Yang Berkaitan
04:30 – 05:00	Bangun Tidur, Shalat, Cek notifikasi.	Kamar, poster, stiker, peralatan shalat, gawai.
05:00 – 05.30	Mandi	Kamar mandi, peralatan mandi, cermin, sticker.
05:30 – 06:00	Sarapan, cek notifikasi, medsos, <i>chatting</i> .	Ruang makan, peralatan makan, gawai.
06:00 - 07:00	Berangkat sekolah/kerja	Jalan raya, kendaraan, <i>billboard</i> .
07:00 - 09:30	Belajar/kerja	Sekolah/kantor, kelas, meja kerja, dokumen, buku, alat tulis. <i>pc/laptop</i> .
09:30 – 10:00	Istirahat, jajan/makan, medsos/bercengkrama dengan rekan kerja.	Sekolah/kantor, kantin, mading, gawai.

10:00 – 11:30	Belajar/kerja	Sekolah/kantor, kelas, meja kerja, dokumen, buku, alat tulis. <i>pc/laptop</i> .
11:30 – 12:30	Istirahat, jajan/makan siang, medsos, baca webtoon.	Sekolah/kantor, kantin, mading, gawai.
12:30 – 14:00	Belajar/kerja	Sekolah/kantor, kelas, meja kerja, dokumen, buku, alat tulis. <i>pc/laptop</i> .
14:00 – 15:00	Pulang sekolah/pulang kerja	Jalan raya, kendaraan, billboard.
15.00 – 18.00	Bermain /sosialisai,chatting, medsos, membaca.	Lapangan, warung, jalan, taman, rumah teman, gawai, <i>pc/laptop</i> .
18.00 – 19.00	Istirahat, makan malam.	Ruang keluarga, dapur/ ruang makan, tv, peralatan makan.
19.00 – 21.00	Belajar, mengerjakan pr, <i>quality time bersama keluarga</i> . Kerja lembur di rumah, <i>chatting</i> , medsos, baca webtoon.	Kamar, poster, stiker, buku, gawai, <i>pc/laptop</i> .
21.00 – 04.30	Tidur	Kamar, poster, stiker, buku.

III.2. Strategi Perancangan

Berdasarkan KBBI strategi memiliki arti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sedangkan merancang berarti mengatur segala sesuatu. Dalam hal ini strategi perancangan berarti perencanaan saksama tentang konsep yang akan dibuat agar bisa mencapai tujuan yang diinginkan berdasarkan khalayak sasaran.

Karena komik baik dalam bentuk buku maupun bentuk digital merupakan sebuah media yang dikonsumsi secara personal. Maka strategi perancangan informasi

mengenai perkembangan komik daring di Indonesia akan disampaikan pada target audiens menggunakan media buku komik. Dengan asumsi buku komik memiliki *feel* yang sama dengan media komik. Kemudian selain memberikan informasi buku dapat membantu pembaca menyerap konten informasi dengan bantuan visual. Konten visual juga mencakup aspek entertainment sehingga diharapkan dapat menarik perhatian dan membuatnya lebih mudah dipahami oleh pembaca.

Konten utama dari buku komik ini adalah penyajian informasi mengenai perkembangan komik daring dengan genre drama di Indonesia dengan cara mengulas satu per satu komik yang terbit pada tahun 2017 hingga 2018 pada *platform* LINE Webtoon. *Review* singkat akan dibawakan dalam bentuk komik kemudian disertai review yang lebih panjang dalam bentuk jurnal. Mengambil pendapat Nordquist (2018, h.1) definisi jurnal adalah rekaman tertulis tentang pengalaman, insiden dan ide. Serta dapat dikatakan sebagai jurnal pribadi, buku catatan, buku harian, dan log.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari media buku komik ini adalah memberikan pengetahuan dan informasi mengenai perkembangan komik daring bergenre drama di Indonesia yang mulai tayang pada tahun 2017-2018.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi adalah cara atau metode yang digunakan dalam penyampaian pesan. Pendekatan tersebut tentunya akan disesuaikan dengan khalayak sasaran yang telah ditentukan dan informasi yang akan disampaikan. Pendekatan komunikasi yang akan dilakukan terbagi dalam dua bagian yaitu:

- a. Pendekatan visual, berdasarkan KBBI kata visual berarti segala sesuatu yang dapat dilihat dengan mata. Dalam perancangan ini berkaitan dengan segala elemen visual yang digunakan seperti gambar dan teks yang akan dilihat oleh target audiens. Pada perancangan ini visual yang akan digunakan adalah menggunakan *bitmap*. Gaya yang akan digunakan adalah

gaya kartun yang fleksibel dan dapat diterima oleh audiens yang luas. Menggunakan *flat color* dengan sedikit seperti yang digunakan pada komik berwarna pada umumnya. Font yang digunakan adalah font yang dibuat untuk keperluan membuat dialog teks dan efek suara pada komik.

- b. Pendekatan verbal, verbal dalam KBBI berarti secara lisan. Maksudnya adalah bagaimana cara penyampaian diksi dan gaya bahasa agar mudah diterima oleh target audiens. Tentu saja diksi dan gaya bahasa tersebut nantinya akan dirubah dalam bentuk tulisan atau gambar dalam buku komik. Karena konten pada perancangan ini cukup banyak dan target audiens yang luas maka akan digunakan gaya bahasa tidak baku yang biasa digunakan sehari - hari di tempat kerja, kantor atau sekolah. Supaya saat membaca buku komik ini terdapat kesan santai dan intim.

III.2.3 Mandatory

Mandatory dari perancangan buku ini adalah Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (BE Kraf) yang bekerja sama dengan LINE Webtoon. Be Kraf adalah sebuah lembaga pemerintah yang berfungsi untuk mengembangkan industri kreatif yang ada di Indonesia. Sedangkan LINE Webtoon merupakan salah satu *platform* unggulan di Indonesia. Keduanya sudah sering bekerja sama dan berpartisipasi berbagai acara kreatif yang diselenggarakan di Indonesia.



Gambar III.1 Logo BE KRAF

Sumber : <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/c5/BEKRAF.png>



Gambar III.2 Logo LINE Webtoon
Sumber : <https://es.kisspng.com/kisspng-421y9t/preview.html>

III.2.4 Materi Pesan

Pesan utama yang akan disampaikan dalam komik ini adalah perkembangan tentang komik daring dengan genre drama di Indonesia pada *platform* LINE Webtoon di tahun 2017 hingga 2018. Perkembangan yang akan di ulas berhubungan dengan pembuat komik, cerita dan visual.

III.2.5 Gaya Bahasa

Bahasa yang digunakan pada perancangan ini adalah bahasa Indonesia yang tidak baku. Bahasa tidak baku biasa digunakan dalam situasi yang tidak formal. Gaya bahasa ini digunakan pada orang yang sudah kenal dalam waktu yang lama seperti rekan kerja, teman sebaya, atau keluarga. Gaya bahasa tidak baku memiliki kesan santai dan bebas.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah segala kiat atau usaha yang digunakan untuk membantu dalam proses kreatif yang akan dilakukan. Untuk merancang sebuah karya yang baik dan terstruktur diperlukan strategi kreatif. Fungsi dari strategi kreatif adalah menjadi landasan untuk membantu proses kreatif dalam perancangan dari sebuah karya. Berikut ini adalah hal hal yang berkaitan dengan strategi kreatif dalam perancangan buku komik ini:

III.2.6.1 Copywriting

Berdasarkan mata kuliah yang diberikan Hidayat (2017) *copywriting* adalah seni menulis dalam berbagai gaya bahasa dan pendekatan untuk membangun kekuatan dalam informasi yang akan disampaikan. Pada dasarnya ciri - ciri *copywriting* yang baik yaitu dapat menarik perhatian, dan singkat sehingga *memorable*. Judul yang digunakan untuk buku ini adalah *Jurnal Komik Perkembangan Komik Daring Dengan Genre Drama 2017-2018*. Judul menggunakan *copywriting* deskriptif untuk menjelaskan konten yang terdapat dalam komik.

III.2.6.2 Storyline

Storyline atau jalan cerita adalah rentetan peristiwa yang membentuk sebuah cerita. Jalan cerita dari komik ini mengisahkan dua ekor kucing yang mencoba mengulas tentang perkembangan komik. Lokasi yang digunakan adalah sebuah studio di basement rumah milik salah satu dari kucing tersebut. Rumah tersebut berada di Negara Indonesia provinsi Jawa Barat Kota Bandung.

Berikut adalah *storyline* dalam perancangan ini: Tyga merupakan seorang content creator yang mengajak teman lamanya J seorang penggemar komik untuk berkolaborasi. Cerita ini dimulai dengan perkenalan kedua karakter kemudian dilanjutkan dengan alasan J menyampaikan tentang perkembangan komik. Setelah itu dilanjutkan dengan ulasan 5 buah komik yang terbit pada tahun 2017 yang kemudian menjadi pola komik ini. Setelah mengulas lima komik pertama yang tayang pada tahun 2018 Tyga dan J menggossipkan tentang komik yang menyuguhkan banyak fanservice pada pembaca berjudul Change. Kemudian tokoh utama dari komik tersebut Budi alias Siti mendatangi mereka yang sedang bergosip. Dan dengan satu kedipan mata tinju siti membuat Tyga melayang. J tidak tinggal diam dan melawan Siti. Setelah menang J mencari Tyga yang ternyata sedang disembukan oleh Lulu tokoh utama wanita dalam komik Out of Batteries yang telah di ulas sebelumnya. Setelah semua itu datanglah 5 ulasan terakhir dan kemudian penutupan cerita.

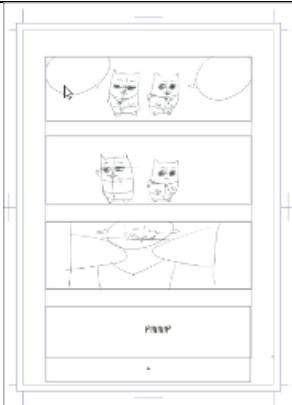
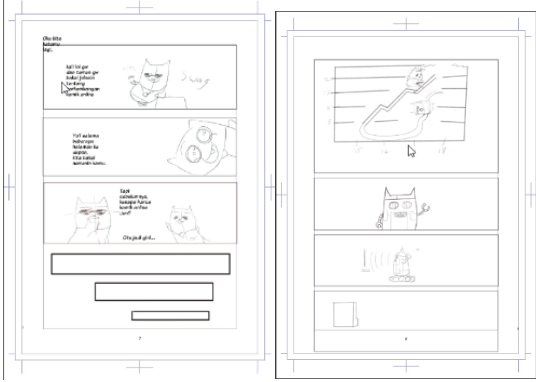
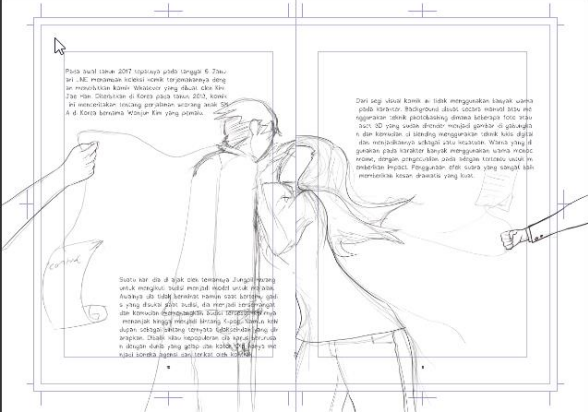
Berikut adalah *storyline* dalam bentuk poin:

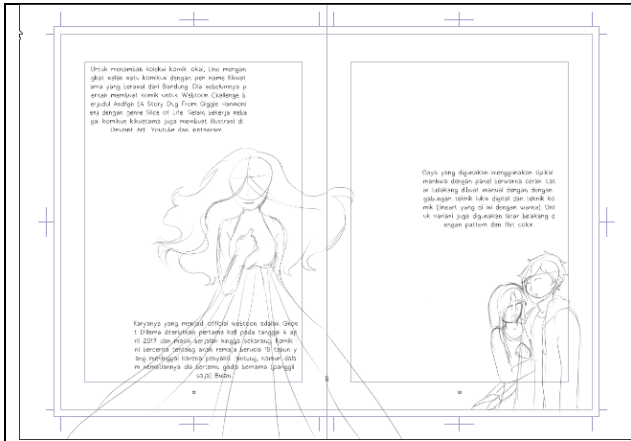
- a. Halaman pertama, pengenalan karakter utama pada komik ini. Pengenalan dibuat singkat sehingga mengharuskan pembaca untuk menilai karakter dari visual dan gaya bahasa.
- b. Halaman kedua hingga halaman 4, membahas alasan pembuatan komik.
- c. Halaman 10 dan 11, mengulas komik Whatever
- d. Halaman 12 dan 13, mengulas komik Ghost's dilemma
- e. Halaman 14 dan 15, mengulas komik Be My Father
- f. Halaman 16 dan 17, mengulas komik Change
- g. Halaman 18 dan 19, mengulas komik Reawaken Man
- h. Halaman 20, Mengulas sedikit komik yang telah dibahas secara keseluruhan.
- i. Halaman 22 dan 23, mengulas komik Sarimin
- j. Halaman 24 dan 25, mengulas komik Bingkai Titik
- k. Halaman 26, mengulas komik Si Unis
- l. Halaman 27, mengulas komik Demi 5 Kg
- m. Halaman 28 dan 29, mengulas komik Sofia : Fashion Investigation
- n. Halaman 30 sampai 33, Mengulas sedikit komik yang dibahas secara keseluruhan.
- o. Halaman 34 dan 35, mengulas komik Webtoon Legends: Girls of the Wilds
- p. Halaman 36 dan 37, mengulas komik The Secret of Angel
- q. Halaman 38 dan 39, mengulas komik Drackocong
- r. Halaman 40 dan 41, mengulas komik Out of Batteries
- s. Halaman 42 dan 43, mengulas komik Switched Girls
- t. Halaman 44 dan 45, Mengulas sedikit tentang karakter komik Out of Battery.
- u. Halaman 46 dan 47, mengulas komik Blue
- v. Halaman 48 dan 49, mengulas komik Good/ Bad Fortune
- w. Halaman 50 dan 51, mengulas komik Ultra Smash!!
- x. Halaman 52 dan 53, mengulas komik Your Letter
- y. Halaman 54 dan 55, mengulas komik Young Mom
- z. Halaman 56 dan 57 penutupan.

III.2.6.3 Storyboard

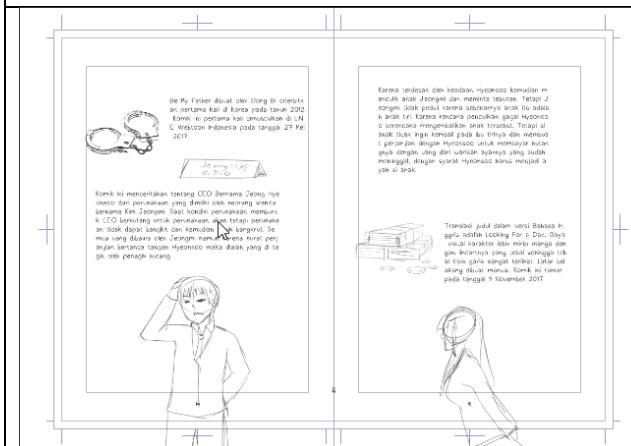
Berdasarkan Trisno (2008, h.49) *storyboard* adalah pengaturan panel panel berdasarkan alur cerita, membuat sket kasar, dan merencanakan dialog. Dengan kata lain *storyboard* adalah pengaturan komposisi elemen gambar yang akan digunakan berdasarkan alur cerita yang telah dibuat. Fungsi dari *storyboard* adalah sebagai acuan untuk tahap selanjutnya pembuatan komik selanjutnya. Berikut adalah beberapa *storyboard* yang telah dibuat beserta garis besarnya :

Tabel III.3 *Storyboard*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

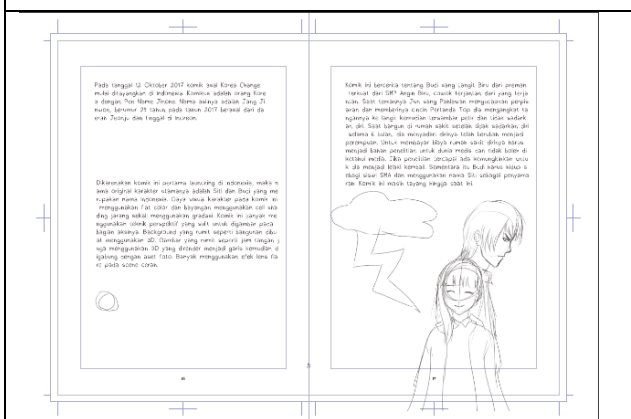
	<p>Halaman 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pembukaan komik, dimulai dengan Perkenalan karakter utama.
	<p>Halaman 2 - 4 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membahas alasan dan tujuan pembuatan komik.
	<p>Halaman 5 & 6:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mengulas tentang komik Whatever.



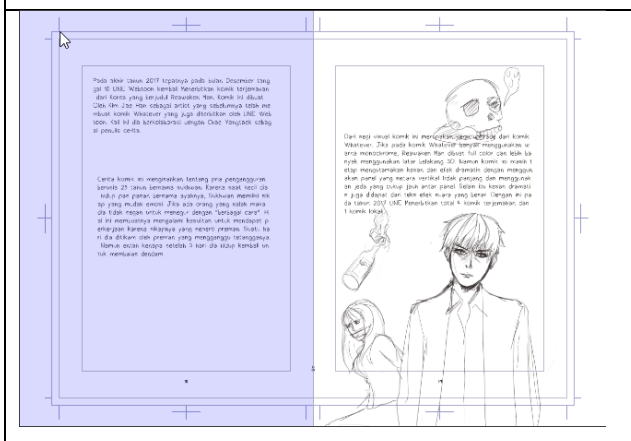
Halaman 7 & 8:
-Mengulas tentang komik Ghost Dillema.




Halaman 9 & 10
-Mengulas tentang komik Be My Father



Halaman 11&12
-Mengulas tentang komik Change



Halaman 13&14
-Mengulas tentang komik Reawaken Man

	<p>Halaman 15</p> <p>-Komentar tentang komik yang sudah di ulas.</p>
---	--

III.2.6.4 Visualisasi

Berdasarkan KBBI visualisasi adalah pengungkapan gagasan atau perasaan dengan menggunakan bentuk gambar dsb. Untuk visualisasi pada komik ini akan digunakan gaya visual kartun seperti yang digunakan pada komik Si Juki. Alasan penggunaan gaya kartun adalah dikarenakan gaya kartun dapat menjangkau demografis target audiens yang sangat luas. Contohnya adalah kartun *Spongebob Squarepants* dan *The Simpsons* yang memiliki yang dapat menjangkau anak-anak hingga dewasa karena konten yang dibawakannya. Referensi yang digunakan untuk komik ini adalah Si Juki.



Gambar III.3 Komik Si Juki

Sumber : <https://pbs.twimg.com/media/BoKHT5aIMAARQvf.jpg>



Gambar III.4 Komik Si Juki
 Sumber : <https://pbs.twimg.com/media/BdiSq12CUAAWdYe.jpg>

Untuk background menggunakan layar putih polos namun beberapa adegan tertentu akan diberi pattern dan efek untuk disesuaikan dengan mood yang sedang berlangsung. Referensi suasana studio yang digunakan adalah acara *Weekly Idol*.

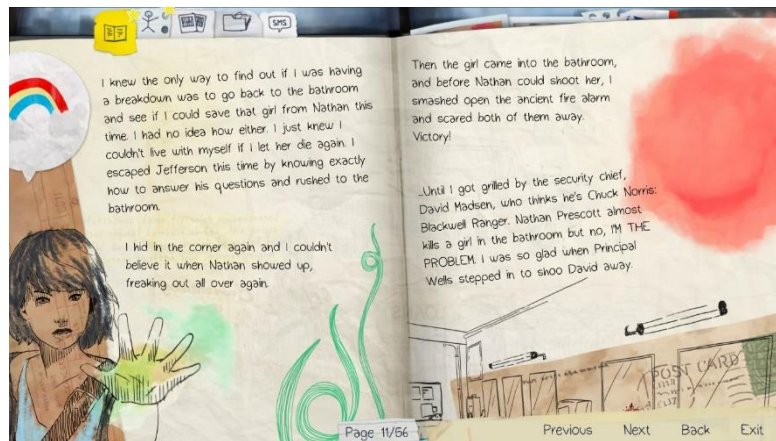


Gambar III.5 Studio *Weekly Idol*
http://imgnews.naver.net/image/420/2014/08/13/145502738_7.jpg



Gambar III.6 Pengambilan Gambar *Weekly Idol*
<http://upload.ewnewsworld.net/News/Contents/20140715/70789002.jpg>

Untuk visualisasi pada bagian ulasan komik, akan digunakan kolase screenshot komik yang dirancang agar bentuk framenya menyerupai hasil dari instant camera. Hal ini dikarenakan foto menyimbolkan ingatan atau memori masa lampau. Hubungannya dengan perancangan ini adalah karena komik yang didokumentasikan saat ini akan menjadi komik lampau pada saat di akses di masa depan. Selain itu dengan membuat ulasan seperti jurnal pribadi bisa membuat rasa dekat dan personal.



Gambar III.7 Contoh jurnal pribadi
 Sumber : <http://www.hardcoregaming101.net/wp-content/uploads/2017/09/lifeisstrange-19.jpg>



Gambar III.8 Contoh jurnal pribadi
 Sumber : <http://www.kerrymaymakes.com/uploads/8/9/0/0/89001728/editor/adventure-journal-plannercon-europe-kerrymay-makes.jpg?1514577115>

III.2.7 Strategi Media

Untuk menyampaikan pesan atau gagasan kepada target audiens secara efektif maka diperlukan strategi untuk mempersiapkan media. Strategi penggunaan media untuk perancangan ini terbagi menjadi dua yaitu media utama dan media pendukung. Media utama adalah media inti yang akan digunakan untuk menyampaikan seluruh informasi yang ada secara optimal. Sedangkan media pendukung ditujukan untuk membantu media utama dalam menyampaikan pesan. Dan juga sebagai alat untuk membangkitkan *awareness* tentang adanya media utama.

III.2.7.1 Media Utama

Media yang digunakan untuk perancangan ini adalah buku komik. Dikarenakan buku komik adalah media yang sifatnya dekat dengan target audiens dan personal. Selain itu buku komik adalah media yang bersifat fisik dan dimiliki secara penuh. Sehingga kepemilikannya tidak akan hilang seperti pada *platform* komik daring.

III.2.7.2 Media Pendukung

Media pendukung adalah media yang digunakan untuk membantu khalayak agar lebih mengetahui tentang media utama. Media pendukung bisa digunakan untuk membangkitkan *awareness*, sebagai pengingat, atau untuk mempromosikan media utama. Media pendukung yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

- Poster

Media poster digunakan untuk membangun *awareness* terhadap media utama. Media ini akan disebar selama satu bulan sebelum peluncuran media utama. Selain dalam format print poster ini juga akan disebar secara digital untuk posting di media sosial jika diperlukan.

-X-Banner

Media X- Banner akan digunakan pada saat launching buku. Media ini ditempatkan di stand/rak buku sebagai penanda dan untuk menarik perhatian pengunjung.

-Stiker

Stiker merupakan media yang sederhana tetapi cukup efektif sebagai media pengingat. Orang yang mendapatkan stiker akan dengan senang hati menempelkannya di suatu tempat atau bahkan di barang pribadinya. Untuk itu . fungsi utama dari media ini adalah sebagai pengingat media utama untuk audiens.

-Gantungan kunci

Gantungan kunci merupakan salah satu media promosi yang cukup bermanfaat. memiliki nilai fungsional dan tidak berat untuk dipakai. Jika media ini dikaitkan pada kunci yang biasa digunakan dalam keseharian audiens maka hal itu cukup untuk menjadi media pengingat.

-Pin

Beberapa orang senang memasang pin di tas maupun topi. Membuat kemungkinan audiens akan mengingat media utama saat akan belajar, atau pergi ke luar.

-Pembatas buku

Pembatas buku diberikan di dalam buku. Selain sebagai media pengingat, pembatas buku mempunyai aspek fungsional sebagai penanda halaman terakhir yang dibaca.

-Notebook

Notebook merupakan media untuk menyimpan catatan ringan. Media ini dapat menjadi sarana pengingat terutama untuk orang yang gemar menulis.

-T-shirt

Sebagai media terapan yang menempel di badan, *t-shirt* memiliki ukuran yang cukup besar. Maka dari itu ilustrasi pada *t-shirt* memiliki kemungkinan membuat orang yang melihatnya mengingat konten yang terdapat pada *t-shirt* tersebut. *T-shirt* dibuat untuk saat masa *pre-order* buku dan sebagai *merchandise*

-Topi

Topi merupakan pakaian yang di taruh di kepala yang fungsinya untuk melindungi dari panas. Namun dapat juga digunakan sebagai fesyen. Karena diletakan di kepala maka audiens yang menggunakannya secara tidak langsung telah menghargai perancangan ini. Selain itu topi akan mengundang perhatian bagi orang orang di sekitarnya. Topi dibuat saat *pre-order* buku dan sebagai *merchandise*

-Bantal

Bantal dibuat saat *pre-order* buku dan sebagai *merchandise*. Bantal dapat bermanfaat untuk duduk maupun tidur. Dengan adanya ilustrasi pada bantal yang diletakkan di kamar atau sofa maka akan bermanfaat sebagai pengingat.

-Mug

Kehadiran ilustrasi pada mug sebagai alat yang digunakan sehari-hari untuk minum akan sangat bermanfaat sebagai media pengingat. Karena audiens pasti minum setiap hari. Meskipun mug tersebut tidak digunakan setiap hari, frekuensi menggunakan mug akan tetap tinggi. Mug dibuat saat *pre-order* dan sebagai *merchandise*.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.

Buku ini akan di distribusikan pada acara - acara kreatif yang di ikuti pihak LINE sepanjang 2019. Selain itu, buku ini juga akan di distribusikan di perpustakaan yang ada di Indonesia oleh pihak LINE.

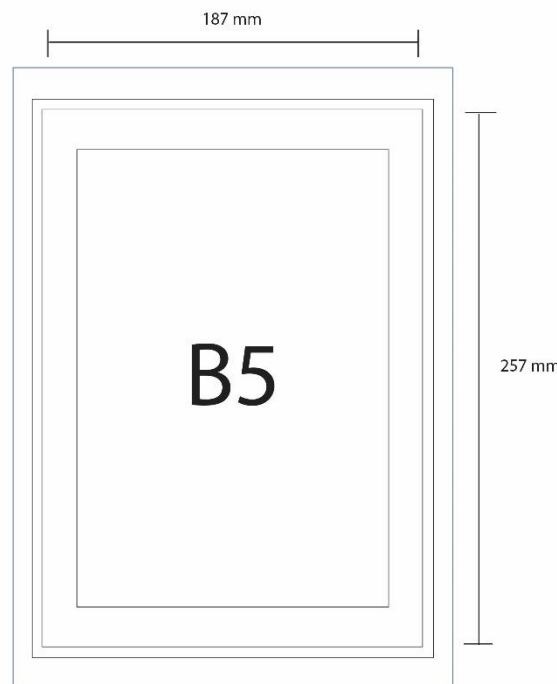
Tabel III.4 Waktu penyebaran Media
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

2019			
Media	Maret	April	Mei
Media Utama			
Buku Komik			
Media Pendukung			
Poster			
<i>X-Banner</i>			
Stiker			
Pembatas Buku			
Pin			
Gantungan Kunci			
<i>T-Shirt</i>			
Topi			
Mug			
Bantal			
<i>Strap</i>			
<i>Notebook</i>			

III.3 Konsep Visual

III.3.1 Format Desain

Format yang digunakan dalam perancangan ini adalah ukuran B5 (182 mm x 257 mm) Ukuran B5 dipilih karena ukurannya cukup besar membuatnya mantap untuk digenggam oleh remaja maupun orang dewasa. Selain itu format ini biasa digunakan untuk membuat komik. Ukuran ini juga dapat memuat cukup banyak teks dengan ukuran yang relatif besar dengan menempatkan beberapa gambar pendukung.

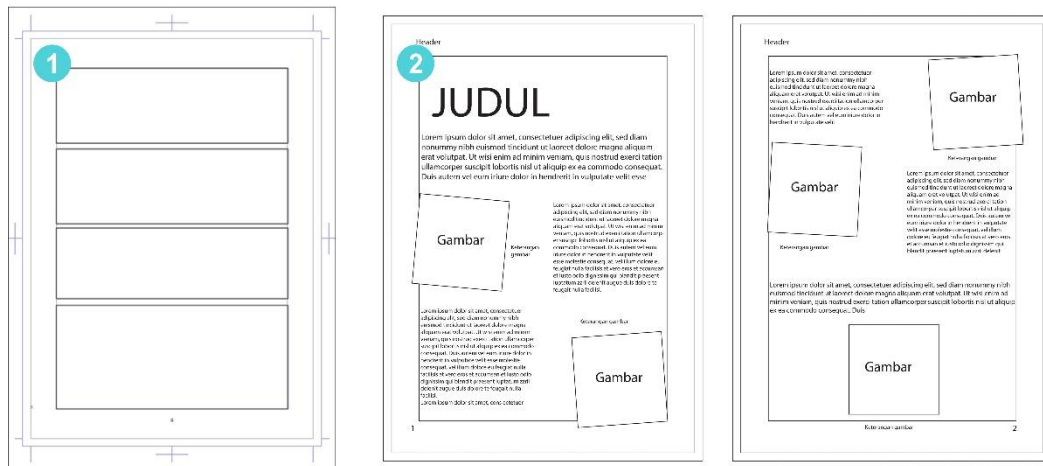


Gambar III.9 Format komik ukuran B5
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Menurut Gavin Ambrose (2005) dalam Lia Anggraini (2014, h.74) Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. *Layout* panel yang digunakan pada komik adalah portrait horizontal sederhana. Karena menurut Lie (2014, h.1) Susunan panel horizontal memiliki efek *slow pacing*. Yang dimaksud dengan *slow pacing* adalah bergerak secara perlahan atau lebih lambat dari biasanya. Alasan menggunakan lay-out seperti ini agar pembaca tidak tergesa-gesa dalam membaca sehingga mata tidak mudah lelah. *Lay*

out horizontal biasa digunakan pada komik, dan pengaturan panel sederhana juga memiliki kelebihan mudah dibaca dibandingkan susunan panel yang tidak beraturan. Sedangkan untuk konten jurnal akan digunakan tata letak emphasis maksudnya adalah memberi penekanan pada bagian bagian tertentu hal ini berdasarkan Anggraini (2014, h.76).



Gambar III.10 1. *Layout* komik horizontal 2. *Layout* Emphasis
 Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

III.3.3 Tipografi

Beberapa hal yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan tipografi adalah tingkat keterbacaan (*readability*), tingkat kemudahan dalam membaca (*legibility*) dan kesan yang ditimbulkan. Tipografi yang digunakan dalam perancangan komik ini adalah font Komika Text Axis untuk judul dan Komika Text Kaps untuk teks pada komik. Sedangkan untuk bagian tertentu digunakan font dudu caligraphy. Seluruh font Komika dibuat oleh Apostrophic Labs. Font ini dapat digunakan untuk keperluan personal maupun komersial secara gratis. Untuk mengunduh font ini dapat melalui <https://www.1001fonts.com>. Font Dudu Caligraphy juga dapat digunakan secara gratis untuk personal dan komersial. Dibuat oleh Adderou, jika ingin memberikan donasi atau mengunduh font ini dapat dilakukan melalui situs <https://www.dafont.com>.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!
!@#\$%^&*()

Gambar III.11 Font Komika Axis
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!
!@#\$%^&*()

Gambar III.12 Font Komika Text Kaps
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!
!@#\$%^&*()

Gambar III.13 Font Dudu Caligraphy
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Alasan penggunaan font Komika adalah untuk membangun nuansa komik. Sedangkan font Dudu Caligraphy dan Komika Hand dipilih karena terlihat seperti tulisan tangan sehingga terkesan dekat dan personal. Pada bagian kemunculan karakter robot akan digunakan font voice activated. Font sans serif ini memiliki karakteristik kaku dan jika ditelaah namanya diambil dari *voice activated device* biasa digunakan untuk peralatan teknologi tinggi yang diaktifkan dengan kontrol suara. Font ini dibuat oleh Blambot Comic Font. Berdasarkan deskripsi pada situs <https://www.1001fonts.com/voice-activated-bb-font.html> font ini digunakan untuk dialog robot atau *sci-fi*.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
!@#\$%^&*()

Gambar III.14 Font Voice Activated
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada perancangan ini menggunakan gaya kartun. Teknik yang digunakan adalah *flat color* yaitu pada satu bidang hanya di isi dengan satu warna. Untuk background sendiri akan digunakan pattern untuk mempertegas mood yang sedang berlangsung. Alasan penggunaan gaya visual kartun karena gaya tersebut dapat diterima oleh audiens yang lebih luas. Berikut merupakan beberapa referensi yang digunakan dalam pembuatan ilustrasi dan karakter.



Gambar III.15 1. We Bare Bears Origins. 2. Bongo Cat
Sumber: 1. <https://www.youtube.com/watch?v=JCjIrEQCzWM> [00:01] 2.
<https://i.kym-cdn.com/entries/icons/mobile/000/027/115/maxresdefault.jpg>

III.3.4.1 Karakter

Karakter adalah tokoh yang ada dalam sebuah cerita. Pada komik ini digunakan beberapa tokoh untuk membantu dalam menjelaskan informasi perkembangan komik. Karakter yang dipilih merupakan hewan peliharaan kucing, hal ini berdasarkan survei tentang webtoon yang telah dilakukan pada bulan Desember kepada 86 responden.

Untuk mengetahui sifat dan karakteristik kucing maka dilakukan pengamatan selama 36 jam yang dilakukan pada tanggal 5-6 Januari 2019 pada 4 kucing domestik. 3 diantaranya merupakan kucing rumahan berumur kurang lebih 1 tahun. Sedangkan sisanya merupakan kucing liar dewasa. Dari pengamatan tersebut didapatkan beberapa kesimpulan diantaranya bahwa kucing merupakan hewan yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Karena selama pengamatan, kucing-kucing tersebut selalu mendatangi, mengamati dan berinteraksi dengan barang-barang yang ada di sekitarnya seolah ingin tahu bagaimana bau, rasa, dan reaksi benda tersebut saat di sentuh. Kucing usia muda lebih aktif dibandingkan kucing dewasa. Secara umum kucing lebih aktif di malam hari dan menghabiskan waktu siang hari untuk berbaring, tidur atau mengamati sesuatu. Fisik kucing secara umum adalah lentur, lembut dan luwes. Karakteristik fisik ini akan dimunculkan dalam karakter melalui bentuk oval. Berdasarkan Bilyana (2017, h.1) Karakteristik karakter kartun yang memiliki bentuk oval adalah lembut, bersahabat, aman, lucu dan tidak berbahaya.

Selain itu menurut Imelda (2017, h1.) kucing lekat dengan karakteristik seperti rasa penasaran, misterius, rahasia dan magis. Kesan misterius dan magis tersebut bisa muncul karena adanya mitos di masyarakat seperti kucing memiliki sembilan nyawa. Atau mitos tentang kucing hitam yang membawa sial.

Dengan memperhitungkan data tersebut, berikut merupakan desain awal karakter yang akan digunakan dalam perancangan ini:

1. J merupakan seekor kucing berwarna Hitam nama panggilanannya adalah J. Karakter ini terinspirasi dari kucing hitam dan jaguar. Kucing hitam memiliki kesan mistis yang kuat karena banyak mitos yang terkait dengannya seperti yang sudah disebutkan di atas. Kesan ini dihadirkan dengan menggunakan warna ungu. Sedangkan jaguar merupakan salah satu

predator puncak dalam rantai makanan. Dalam cerita ini karakter J adalah penggemar komik yang memiliki pengetahuan tentang komik.

Umur 4 tahun

Jenis Kelamin : Jantan

Yang disukai : futsal, *action figure*, komik.

Sifat: Penuh rahasia, aktif dan enerjik, senang bermain.



Gambar III.16 Referensi Karakter

Sumber: <https://media.daysoftheyear.com/20171223130148/black-cat-day-1.jpg>



Gambar III.17 Referensi Pakaian

Sumber:

https://s.blanja.com/picspace/756/101108/850.850_41539a8f8aa549089a355fafd3e7c965.jpg_348x348.jpg



Gambar III.18 Karakter “J”
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

2. Tyga merupakan pelesetan dari kata *Tiger* yang berasal dari bahasa Inggris dan berarti harimau dalam bahasa Indonesia. Nama ini diambil karena corak warnanya yang mirip dengan harimau. Tyga merupakan kucing berwarna oranye dan memiliki corak garis vertikal dan horizontal pada tubuhnya. Seperti kucing pada umumnya karakter ini digambarkan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Warna kuning dan oranye digunakan untuk menggambarkan optimisme dan keceriaan. Seperti jaguar, harimau merupakan predator puncak.

Umur: 5 tahun

Jenis Kelamin : Jantan

Yang disukai : *pop culture*, drama, tidur siang.

Sifat: Memiliki rasa keingintahuan yang tinggi, suka bersantai, luwes, ceria.



Gambar III.19 Referensi Karakter dan Pakaian

Sumber :

https://thumb.viva.co.id/media/frontend/thumbs3/2017/11/03/59fbee0a0c4-igor-saykoji_665_374.jpg



Gambar III.20 Referensi Karakter dan Pakaian

Sumber: <https://rocnation.com/jay-park/>



Gambar III.21 Referensi Karakter

Sumber: <https://www.wallpaperflare.com/orange-tabby-cat-on-brown-couch-wallpaper-23611>



Gambar III.22 Tyga

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Untuk *scene* yang menggambarkan masa depan, akan digunakan karakter robot. Pada budaya populer seperti film, game ataupun acara tv, robot identik dengan teknologi dan seringkali memiliki kecerdasan buatan yang hampir bahkan melampaui kecerdasan makhluk hidup dan memiliki kesadaran. Dalam beberapa film, robot bahkan digambarkan bisa merasakan emosi seperti manusia. Karakter robot yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah robot kucing yang memiliki keigintahuan tinggi.

Umur: ?

Jenis Kelamin : ?

Yang disukai : Biner, listrik, pengetahuan.

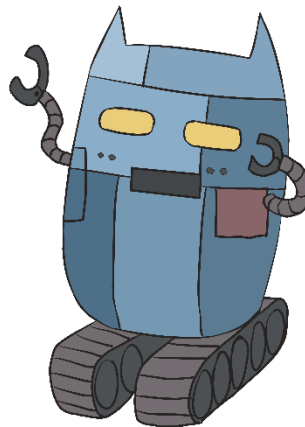
Sifat: keingintahuan tinggi, mudah bosan, mudah panik.



Gambar III.23 Referensi Karakter Robot

Sumber:

https://vignette.wikia.nocookie.net/spongebob/images/5/5e/Plankton_Retires_155.png/revision/latest?cb=20170326093454&format=original



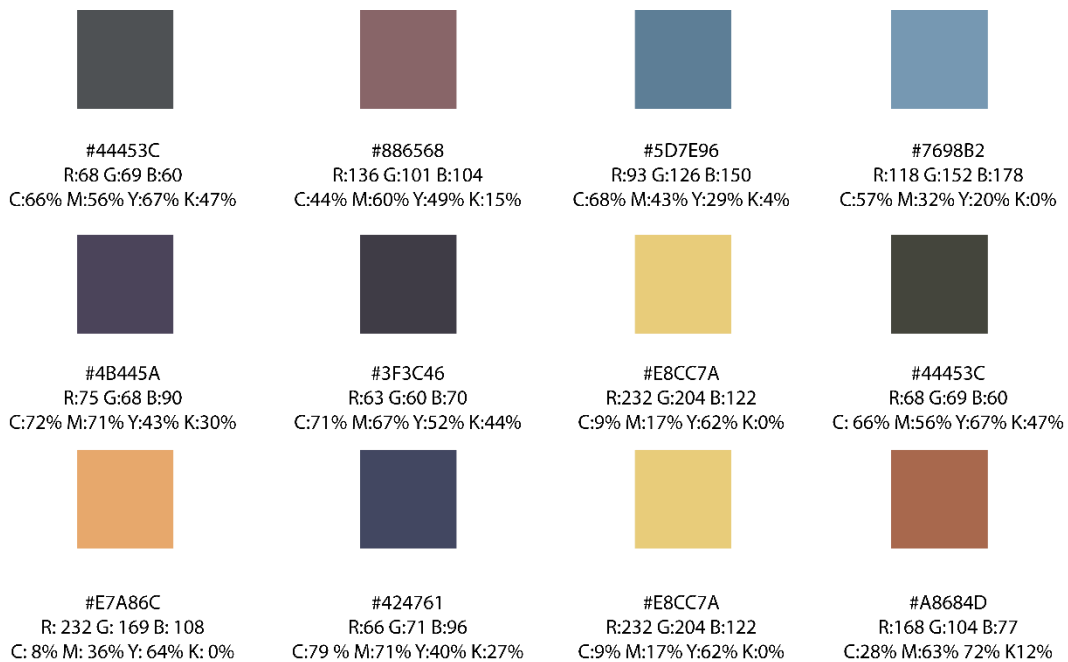
Gambar III.24 Catbot

Sumber: Dokumentasi pribadi (2019)

III.3.5 Warna

Berdasarkan Anggraini (2014, h.37) “Warna memiliki fungsi untuk membangun kesan.” Warna yang digunakan dalam perancangan ini adalah CMYK. CMYK

adalah warna substraktif, maksudnya adalah warna yang dapat dilihat oleh mata karena pantulan cahaya. karena warna ini digunakan untuk proses printing. Sedangkan untuk hal yang berkaitan dengan konten digital maka akan digunakan warna RGB. RGB adalah warna *additive*, warna *additive* bersumber dari cahaya. Untuk skema warna pada karakter digunakan warna komplementer atau split komplementer.



Gambar III.23 Warna yang Digunakan Dalam Perancangan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

Berdasarkan tulisan E.Holzschlag dalam Kusrianto (2007 h.47) warna dapat mempengaruhi orang yang melihatnya dan dapat menimbulkan efek psikologis tertentu. Untuk mendapatkan respon psikologis yang diinginkan maka dalam perancangan ini akan digunakan beberapa warna tertentu diantaranya:

1. Biru, warna biru memiliki respon psikologis diantaranya. Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah.
2. Kuning, respon psikologis dari warna ini adalah optimis, harapan, filosofi.
3. Ungu, respon psikologis warna ungu diantaranya spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk, galak, arogan.

4. Hijau, respon psikologis dari warna hijau diantaranya alami, kesehatan pandangan yang baik, pembaruan.

Alasan penggunaan warna tersebut dalam perancangan ini adalah dikarenakan webtoon sangat erat kaitannya dengan teknologi maka desain perancangan ini dominan menggunakan warna biru. Untuk warna kuning ungu dan hijau digunakan pada karakter maksudnya adalah agar tetap optimis pada perubahan teknologi baru yang terjadi pada industri komik.