

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

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

Khalayak sasaran adalah kumpulan perancangan yang dijadikan target yang akan dituju untuk menyampaikan suatu informasi. Seperti apa yang sudah menjadi tujuan dari perancangan ini yaitu ingin mengenalkan dan mengangkat kembali cerita masyarakat tentang Sandekala dalam bentuk media komik digital kepada masyarakat, maka khalayak sasaran yang dituju meliputi target audiens sebagai berikut:

#### **A. Demografis**

Usia : 6-15 tahun.

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita.

Pendidikan : Pelajar.

Kelas Sosial : Kalangan menengah atas.

#### **B. Geografis**

Berfokus kepada anak-anak di kota Bandung khususnya anak-anak sekolah dasar. Karena anak-anak di kota Bandung setidaknya dapat sangat mudah menjumpai sarana dan prasarana yang memadai serta memiliki akses internet yang mudah dijangkau agar informasi dari komik digital ini dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Serta setelah hal tersebut tersampaikan dapat disebarkan kembali kepada masyarakat lainnya.

#### **C. Psikografis**

Anak-anak dengan rentan usia 6 – 10 tahun yang pada usia ini adalah usia anak bersekolah dasar. Dengan memiliki tingkat keingintahuan yang sangat tinggi, yang sudah mulai atau mengerti terhadap teknologi pada zaman ini. Anak-anak yang sudah mulai menggunakan *smartphone* untuk berkomunikasi atau sekedar bermain video game.

#### **D. Consumer Journey**

Pada umumnya target audiens yang ditujukan kepada anak-anak ini gemar menghabiskan waktu dengan membaca atau bermain *gadget*, entah itu *browsing* internet atau sekedar bermain *game* pada *smartphone* mereka dan bermain dengan teman-temannya. Banyak media yang dilihat oleh anak-anak sejak bangun tidur hingga tidur kembali adalah buku dan internet. Pagi hari aktivitas pertama adalah menghabiskan waktunya di dalam lingkungan sekolah. Pada siang atau sore harinya, internet dan media social adalah hal yang dilakukan anak-anak untuk menghabiskan waktu.

Tabel III.1 *Consumer Journey*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

No.	Waktu	Kegiatan	<i>Point Of Contact</i>
1.	05.00 – 07.00	Bangun tidur, mandi, persiapan pergi ke sekolah.	Gantungan kunci, tas.
2.	07.00 – 12.00	Kegiatan belajar.	<i>X-Banner</i> , mading, papan tulis, poster, <i>bookmark</i> , buku catatan.
3.	12.00 – 13.00	Jam istirahat, makan.	Poster, stiker, baliho.
4.	13.00 – 15.00	Belajar di sekolah, persiapan pulang dari sekolah ke rumah, lihat HP.	Media transportasi, <i>billboard</i> , iklan media sosial.
5.	15.30 – 19.00	Momen berkumpul bersama keluarga, lihat TV, lihat HP.	Televisi, <i>t-shirt</i> , calendar, iklan media sosial.
6.	19.00 – 21.00	Mengerjakan tugas dari sekolah, lihat HP, <i>chatting</i> dan <i>browsing</i> .	Buku catatan, <i>sticky notes</i> , iklan media sosial.

7.	21.00 – 05.00	Sebelum tidur lihat HP, Tidur.	Sticker aplikasi obrolan, iklan media sosial.
----	---------------	-----------------------------------	---

Berdasarkan analisa tabel diatas, ada bermacam-macam media yang sering ditemui oleh target audiens pada aktifitas sehari-harinya, yaitu sticker, *x-banner*, poster, *t-shirt*, calendar, *sticky notes*, *bookmark*, gantungan kunci, *handphone*, dan media sosial. Media-media tersebut bisa menjadi pilihan dalam menyampaikan suatu informasi kepada target audiens.

### **E. Consumer Insight**

*Conusmer Insight* bertujuan untuk memahai pola pikir dari target audiens, baik dari suasana hati ataupun keinginan. Masyarakat Sunda berpendapat bahwa cerita rakyat tentang Sandekala adalah sebuah cerita turun menurun yang banyak diceritakan oleh orang tua terdahulu kepada anak-anak mereka, akan tetapi sekarang sudah mulai jarang diceritakan kembali. Cerita rakyat ini juga bertujuan untuk memberi pesan kepada anak-anak bahwa dilarang bermain ketika maghrib menjelang.

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

Perancangan dari media informasi ini membutuhkan strategi perancangan yang menarik, bertujuan agar informasi yang dibuat dapat diterima oleh khalayak sasaran ang dituju. Strategi ini merupakan rencana dan metode yang dirancang untuk mencapai tujuan tersebut.

Khalayak ditujukan dalam perancangan ini adalah anak-anak. Pada umumnya, anak-anak zaman sekarang sudah banyak yang menggunakan dan memahami *smartphone* untuk belajar maupun sekedar menghabiskan waktu untuk hiburan. Maka dipilihlah media komik digital sebagai strategi perancangan yang informatif dan menarik serta menghibur. Dengan memberikan informasi terkait cerita masyarakat yang dikemas menggunakan suasana masa kini serta tidak menghilangkan aspek penting dari nilai moral cerita yang terkandung di dalamnya.

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

Tujuan komunikasi sangat penting dalam merancang sebuah media informasi agar pesan dari isi cerita ataupun nilai moral yang disampaikan bisa tepat dan dapat dipahami oleh target audiens. Adapun tujuan dalam perancangan komik digital ini adalah agar khalayak sasaran dapat mengenal kembali salah satu cerita masyarakat Sunda. Serta memberi pengetahuan tentang Sandekala kepada generasi muda dan masyarakat kota Bandung agar selalu melestarikan budaya dan tradisi yang sudah ada.

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

Agar komunikasi bisa tersampaikan dengan baik dalam perancangan cerita Sandekala, media yang digunakan untuk pendekatan ini adalah berupa komik. Saat ini komik merupakan media yang cukup dekat untuk berbagai kalangan, dari mulai anak kecil hingga dewasa yang hampir semuanya dapat menikmati dan menyukai jenis komik sesuai selera masing-masing, dari mulai berupa buku komik, komik strip atay komik *digital/webcomic*. Komik bertujuan untuk menghibur serta menyampaikan suatu informasi melalui cerita dan gambar yang cukup efektif.

#### **A. Pendekatan Visual**

Dalam perancangan komik digital ini menggunakan pendekatan visual gaya gambar kartun Amerika, seperti karya Todd Mcfarlane yang tentu saja dalam komik digital ini juga disertai dengan elemen-elemen yang memunculkan ciri khas Indonesia, dari segi latar belakang tempat dengan menampilkan lingkungan maupun budayanya, karena komik ini bercerita tentang suasana lingkungan masyarakat Sunda pada saat ini agar lebih dekat dengan masyarakat serta khalayak sasaran.

#### **B. Pendekatan Verbal**

Pendekatan verbal dalam perancangan komik digital ini disesuaikan dengan kondisi target audiens, yaitu dengan memakai bahasa Indonesia sehari-hari, dan panggilan kepada seseorang dalam bahasa Sunda yang sudah umum digunakan di kalangan masyarakat agar pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami.

### **III.2.3 Mandatory**

Pada perancangan komik digital ini bekerja sama dengan Line Webtoon, yakni salah satu *platform* komik digital yang tersedia di web dan *mobile* (Android dan iOS) bagi para pembuat komik baik amatir maupun profesional untuk menampilkan karya terbaik dari setiap komikus kepada penikmat komik di seluruh dunia. Pada perancangan komik digital cerita rakyat Sandekala ini berfokus untuk mempublikasikan serta memberi pengetahuan kepada masyarakat agar tetap melestarikan suatu aset kebudayaan tentang cerita rakyat tersebut. Dan diharapkan masyarakat dapat mempelajari nilai-nilai kehidupan yang ada didalam cerita rakyat Sandekala ini, serta memanfaatkan, melindungi dan melestarikan tentang tradisi dan budaya Sunda pada saat ini.

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

Materi pesan dalam hal ini disampaikan berupa informasi mengenai cerita Sandekala yang mungkin selama ini belum banyak yang mengetahui lebih tentang cerita Sandekala tersebut. Cerita Sandekala diangkat dalam perancangan pada media komik digital karena memiliki potensi yang sangat baik jika disampaikan melalui format yang banyak disenangi masyarakat luas khususnya kalangan anak-anak yang kebanyakan sekarang sudah menggunakan teknologi. Di dalam komik elemen yang paling banyak ditonjolkan adalah visual atau gambar disamping terdapat teks juga dalam membantu menuturkan cerita atau pesan dalam komik. Hal ini yang kemudian banyak disenangi masyarakat umum, karena masyarakat cenderung lebih menikmati gambar daripada teks yang berparagraf.

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

Menurut Nikko (seperti dikutip Farhan, 2018) Gaya bahasa merupakan suatu cara seseorang menjelaskan suatu cerita yang dibuatnya dan mengungkapkan isi pemikiran lewat bahasa-bahasa yang khas dalam uraian ceritanya sehingga dapat menimbulkan kesan tertentu.

Dalam perancangan ini menggunakan gaya bahasa yang dipakai yaitu gaya bahasa non formal, atau percakapan yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari, hal ini dilihat berdasarkan kondisi target sasaran yang merupakan anak-anak,

sehingga dengan penggunaan gaya bahasa seperti ini dapat memberi pendekatan yang baik dan pesan yang disampaikan akan lebih efektif.

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

Dalam perancangan komik digital ini ditentukan beberapa strategi kreatif yang memiliki tujuan untuk menarik perhatian dan minat dari target audiens. Berikut strategi kreatif yang digunakan untuk perancangan media ini:

#### ***A. Copywriting***

Judul dalam perancangan komik digital ini adalah “Sandekala Sang Penculik Malam” karena judul ini berdasarkan cerita yang berkembang di masyarakat Sunda tentang sesosok makhluk yang gemar menculik anak-anak disaat waktu maghrib mulai menjelang.

#### ***B. Storyline***

Alur cerita dari komik digital ini dilakukan dengan mengangkat kembali cerita yang berkembang di masyarakat Sunda dari hasil wawancara dengan narasumber yang serta dikembangkan untuk cerita masa kini yang dibagi menjadi beberapa episode agar alur cerita dan pesan yang tersampaikan tetap tersusun dengan baik dan dapat juga dimenerti oleh target audiens.

- **Prolog**

Ini kisahku, kisah yang mungkin hanya dialami sedikit oleh anak-anak sekarang ini. Untuk usiaku yang 10 tahun ini, kisahku terbilang menakutkan.

Waktu itu entah bagaimana ceritanya secara tidak sadar aku sudah ada di atas pohon tinggi. Dan aku ditemukan oleh mamahnya temanku, dialah orang pertama yang menemukan aku setelah sekian hari aku dikabarkan menghilang.

- **Episode 1 – Apa yang terjadi?**

Aku tidak mengerti apa yang terjadi, aku lupa semuanya.

Tiba-tiba saja aku ditemukan sedang berada diatas pohon dengan kondisi linglung(ngelantur) oleh seorang ibu-ibu yang tidak lain adalah mamahnya dari temanku.

Aku pun dibawanya pulang kerumahku, namun ketika aku sampai ke rumah. Orang-orang ramai mendatangi rumahku dan disaat itu pun juga ada teman-temanku datang.

Aku bingung apa yang sudah terjadi.

Mamahnya temanku yang menemukanku bilang kepada mamahku bahwa dia menemukanku diatas pohon dengan kondisi sedikit linglung (ngelantur).

Akan tetapi mereka juga bingung kenapa aku ada diatas pohon, mereka pun berpikir apa selama ini aku ada diatas pohon?

- **Episode 2 – Main Petak Umpet**

Kata mamahku selama seminggu aku kayak orang linglung... waktu akhirnya aku mulai sadar, mamah tanya apa yang aku ingat disaat kejadian aku hilang. Aku jawab gak ingat apa-apa, kecuali waktu sebelum kejadian itu... aku ingat, aku sempat bermain petak umpet bersama teman-temanku di salah satu gang dekat rumah temanku. Dan yang aku ingat saat itu aku dan teman-temanku bermain di sore hari.

Semua bermain seperti biasa, tidak ada yang dikhawatirkan, semua berjalan begitu saja, kita senang sampai lupa waktu. Dan tiba-tiba sesuatu terjadi padaku, disaat temanku yang menjadi penjaga dan aku bersembunyi di ilalang tepatnya dibawah pohon besar.

Tiba-tiba ada yang memanggilku, aku piker itu temanku yang mengajak bersembunyi bersama, tapi... suara itu muncul dari atas pohon tepat diatas aku bersembunyi, dia mengajakku untuk bersembunyi diatas pohon.

Ketika aku melihat keatas pohon, aku melihat sesosok makhluk yang sangat besar dan menyeramkan. Aku pun terdiam dan bingung, apa itu hanya halusinasiku saja atau memang ada sesuatu diatas pohon itu.

Disaat aku bingung temanku yang menjadi penjaga bertanya kepadaku kenapa aku tidak bersembunyi, lalu akupun mengajak mereka untuk pulang karena waktu sudah hampir malam.

Temanku Fakhri pun memberi tahu bahwa jika disaat menjelang maghrib ada sesosok makhluk bernama Sandekala yang suka menculik anak-anak.

Aku tidak tahu apa itu Sandekala.

Waktu aku bilang mau pulang, harusnya aku langsung pulang... bukannya malah mendengarkan cerita Fakhri sama Nisa.

Fakhri dan Nisa pun terus berbicara tentang Sandekala itu.

Kemudian kita berempat pun berbegas pulang, namun kita harus kerumah Agung dulu untuk mengambil tas.

Akhirnya waktu itu kita pulang, aku jalan dibelakang Fakhri sama Nisa.

Aneh... makin lama jalan Nisa sama Fakhri jalannya semakin cepat.

Aku teriak tapi aku tak didengar... sampai aku harus ngejar mereka karena aku udah ketinggal jauh banget.

Aku baru sadar kalo ini bukan jalan pulang, dan gawatnya lagi matahari sudah terbenam.

Bodohnya aku, aku kan tau jalan pulang kenapa aku harus ngikutin Fakhri sama Nisa waktu itu...

Saat itu aku gak sadar kalo itu mungkin yang namanya dibuat linglung.

- **Episode 3 – Nasihat Mamah**

Aku tidak tahu ada dimana, aku bingung, aku takut, aku hanya bisa berteriak minta tolong dan pasrah.

Disaat aku sedang menangis ketakutan, aku merasakan ada bayangan yang melintas dibelakangku, aku tambah takut.

Ternyata, ada seorang Nenek-nenek yang menghampiriku dan bertanya kepadaku, apakah aku tersesat.

Disaat aku takut seperti ini, terkadang aku lupa dengan 2 nasihat yang sering Mamah berikan kepadaku.

Nenek itu pun menyuruhku mengikutinya karena beliau bilang akan membantuku untuk pulang.

Akan tetapi.

Disaat perjalanan yang kami lakukan sambil berbincang, Nenek itu bertanya kepadaku, mengapa jam segini masih berliaran diluar. Aku menjawab mungkin



dikarenakan aku keasyikan bermain bersama teman-temanku sampai lupa waktu.

Lalu Nenek itu pun bilang kepadaku, kalau Nenek paling suka dengan anak bandel yang tidak pernah dengerin perkataan mamahnya. Dan, Nenek itu bilang akan membawaku kerumahnya.

Aku bingung maksud Nenek tersebut.

Sampai Nenek itu bilang, aku mau diculik oleh Nenek itu.

Aku kaget, aku takut, tidak lama Nenek itu bilang seperti itu, tiba-tiba Nenek itu berubah wujud.

Aku hanya bisa berteriak, apa yang terjadi dengan Nenek itu. Aku takut, Ternyata Nenek itu adalah perubahan wujud dari Sandekala.

Yang menurut cerita masyarakat, Sandekala dapat merubah wujud menjadi apapun yang dia mau.

- **Episode 4 – Nyari Najwa**

Mamah cerita waktu itu aku dikabarkan hilang kurang lebih selama seminggu lamanya.

Semua orang mencariku sampai kemana-mana.

Bahkan semua yang dilakukan hasilnya nihil.

Mamah bilang, dia sedih dan sampai sudah putus asa.

Sampai Pak Ustadz didaerahku pun ikut mencari dan bilang harus tetap berdoa agar aku tetap dalam perlindungan Allah SWT.

Sampai temanku yang bernama Fakhri berinisiatif untuk mencariku bersama Nisa dan Agung.

Tapi Nisa temanku tetap pesimis kalau itu mustahil,

karena orang dewasa didaerahku pun tidak bisa menemukanku, apalagi mereka.

Akan tetapi temanku Agung meyakinkan mereka bahwa mungkin selama ini orang-orang mencariku dalam waktu dan tempat yang salah. Dia menambahkan bahwa orang-orang mencariku diwaktu siang dan malam, Mungkin jika mencariku di waktu maghrib mulai menjelang aku bisa ditemukan, karena Agung berfikir bahwa aku diculik Sandekala.

Mereka bertiga pun mencoba mencari di waktu maghrib mulai menjelang.  
Setelah lama proses mereka mencari.

Temanku Nisa bilang, kalau Sandekala itu tidak ada, karena kalau memang ada, mungkin mereka sudah diculik oleh Sandekala.

Akan tetapi.

Tiba-tiba.

Ada suara memanggil sambil tertawa.

Ternyata mereka melihat ada sosok makhluk bertubuh besar dengan mata merah menyala terlihat dibalik pohon besar.

Mereka pun lari ketakutan sambil terbirit-birit.

Untungnya mereka berhasil kabur.

- **Epilog**

Sekarang,

setelah kejadian itu semuanya kembali normal.

Seolah-olah semuanya terlupakan.

Satu hal yang dapat aku pelajari dari peristiwa ini adalah, semua nasihat yang diberikan orangtua kita itu pasti ada maksud dan tujuannya.

Dan jika kita melanggarnya, kita terima akibatnya.

### ***C. Storyboard***

Pembuatan *storyboard* dilakukan dengan cara sketsa teknik manual menggunakan pensil, kemudian dilanjutkan dengan melalui proses *scan* computer. Dan kemudian dilakukan penggambaran secara digital menggunakan aplikasi desain Adobe Illustrator.



Gambar III.1 Sketsa *storyboard*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

#### D. Gaya Ilustrasi

Tahap selanjutnya adalah pembuatan *storyboard* dilakukan pengerjaan komik digital dengan menggunakan teknik ilustrasi digital dengan media komputer, pemberian *line art*, warna, tata letak, serta teks percakapan, dan hasil akhir.



Gambar III.2 Gaya Ilustrasi Todd McFarlane  
Sumber: <http://comicsalliance.com/tribute-todd-mcfarlane-spider-man/>  
(Diakses pada 11/12/2018)

Dengan proses dari sketsa hingga melalui tahapan-tahapan membuat suatu karya untuk komik *Webtoon* ini mempunyai referensi dari karya Todd McFarlane, yang memiliki gaya visual realistis.

### III.2.7 Strategi Media

Penyajian informasi dalam hal informasi disajikan dalam media utama dan media pendukung. Dapat dilihat sebagai berikut:

#### A. Media Utama

Menurut Arifin (seperti dikutip Farhan, 2018) LINE Webtoon merupakan sebuah platform komik digital (tersedia di website dan mobile: Android dan iOS) gratis bagi para pembuat komik terbaik, amatir maupun profesional untuk menampilkan karya kepada para penikmat komik di seluruh dunia. Pemilihan media Webtoon ini adalah karena Webtoon merupakan suatu wadah informasi yang didalamnya berupa komik digital berbasis online yang dapat diakses mudah melalui smartphone ataupun komputer. Kebanyakan dari pembaca komik *Webtoon* merupakan berbagai

kalangan umum seperti masyarakat yang menyukai karya seni berbentuk cerita bergambar/komik.

## **B. Media Pendukung**

Berikut adalah media yang menyertai media utama agar targer audiens dapat semakin dekat dengan media utama dengan bantuan media pendukung.

- **Poster Online**

Digunakan sebagai media pendukung dalam proses promosi kepada masyarakat akan adanya komik digital cerita rakyat Sandekala ini pada aplikasi LINE *Webtoon* sehingga informasi ini diharapkan dapat membuat target audiens tertarik untuk membacanya.

- **Poster Cetak**

Pemilihan poster sebagai bentuk perhatian terhadap informasi cerita rakyat dengan visual yang dominan agar masyarakat dapat tertarik untuk membaca komik digital ini dan menjadikan poster sebagai media pendukung yang tepat.

- **Gantungan Kunci**

Dengan media gantungan kunci yang dapat digunakan dimana saja, dapat memudahkan promosi dalam menyampaikan pesan melalui gambar.

- **Bookmark**

Pembatas buku atau *bookmark* sangat efisien digunakan untuk target audiens pada kalangan pelajar.

- **Sticker**

Sama halnya dengan gantungan kunci, stiker dapat digunakan dimana saja, sehingga sangat efektif digunakan untuk menyampaikan informasi.

- **Sticker Cutting**

Sticker ini dapat digunakan dimana saja, sehingga sangat efektif digunakan sebagai media informasi dari Sandekala itu sendiri.

- **Sticky Notes**

Media *Sticky Note* adalah media yang dipilih selanjutnya sebagai media promosi dari cerita rakyat Sandekala ini.

- ***X-Banner***  
Media *X-Banner* berfungsi untuk memberikan informasi melalui gambar dan judul serta pengenalan karakter dalam cerita masyarakat Sandekala dalam komik digital ini, serta memberitahu bahwa telah terbit cerita rakyat Sandekala yang dapat diakses di LINE *Webtoon*.
- **Kalender Duduk**  
Kalender duduk adalah media yang sering digunakan masyarakat, tentunya dengan memilih media ini tentunya akan mudah untuk promosi kepada masyarakat.
- ***T-shirt***  
Media *T-shirt* berfungsi sebagai tempat mempromosikan cerita rakyat Sandekala ini dengan ilustrasi yang lebih dominan, sehingga ketika memakai *T-shirt* ini diharapkan masyarakat menjadi lebih tertarik akan cerita rakyat lainnya yang tersebar di masyarakat.
- **Lampu Tidur**  
Lampu tidur sangat cocok digunakan untuk target audiens anak-anak karena anak-anak sangat menyukai *merchandise* yang unik.
- **Bantal**  
Bantal merupakan media pendukung unik yang cocok untuk target audiens anak-anak.
- ***Flyer***  
*Flyer* berfungsi sebagai media pendukung untuk mencantumkan synopsis cerita Sandekala yang tersedia di *Webtoon*.
- **Media Sosial**  
Dalam pendekatan dengan target audiens digunakanlah media sosial untuk menarik target audiens yang sudah mulai melek dengan teknologi.

### III.2.8 Strategi Distribusi

Strategi distribusi dilakukan untuk menyebarluaskan tentang informasi berupa karya visual yang ditempatkan pada media tertentu agar informasi dapat diterima dengan baik oleh target audiens. Adapun penyebaran yang dilakukan berdasarkan jenis media, sebagai berikut:

## **A. Lokasi Penyebaran Media Utama**

### **Aplikasi LINE *Webtoon***

Penyebaran media utama melalui aplikasi LINE Webtoon merupakan tempat utama dalam penyebaran media utama, karena jumlah pembaca dalam aplikasi ini cukup banyak sehingga hal ini dapat menjadi sebuah peluang yang bagus dalam menyebarkan informasi tentang cerita rakyat Sandekala kepada masyarakat khususnya anak-anak dan para pelajar.

## **B. Lokasi Penyebaran Media Pendukung**

- ***Online***

Penyebaran media pendukung melalui media online menjadi alternatif dalam penyampaian informasi cerita rakyat Sandekala ini, penyebaran ini dilakukan melalui akun media social pribadi, serta memabgikan kepada akun yang berkaitan dengan komik, sehingga secara tidak langsung dapat bekerja sama dalam mempromosikan informasi tersebut.

- **Sekolah**

Majalah dinding atau mading disekolah merupakan pusat informasi bagi siswa-siswi dalam sekolah tersebut, mading menjadi titik fokus dalam pencarian informasi di dalam lingkungan sekolah sehingga mading sekolah dapat diartikan sebagai tempat efektif dalam penyebaran informasi tersebut.

- ***Car Free Day***

Penyebaran pada saat *car free day* di daerah Dago kota Bandung menjadi sesuatu yang sangat efektif dalam mempromosikan cerita masyarakat ini.

### C. Waktu Penyebaran Media

Tabel III.2 *Timeline* Distribusi Media  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

No.	Media	Waktu/ Minggu bulan Januari 2019							Lokasi
		Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	
1.	<i>Webtoon</i>								LINE
2.	Poster <i>Online</i>								Medsos
3.	Poster								Mading
4.	Stiker dan <i>Bookmark</i>								CFD
5.	Kalender dan Sticky Notes								CFD
6.	<i>X-Banner</i>								CFD
7.	Gantungan Kunci								CFD
8.	T-shirt								CFD
9.	Flyer								CFD
10.	Lampu Tidur								CFD
11.	Bantal								CFD

### III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang akan dibangun mengacu pada budaya Sunda saat ini di salah satu sudut kota Bandung. Konsep dalam perancangan tersebut disesuaikan berdasarkan tema perancangan serta disesuaikan untuk target audiens, berikut beberapa konsep yang digunakan dalam perancangan ini:

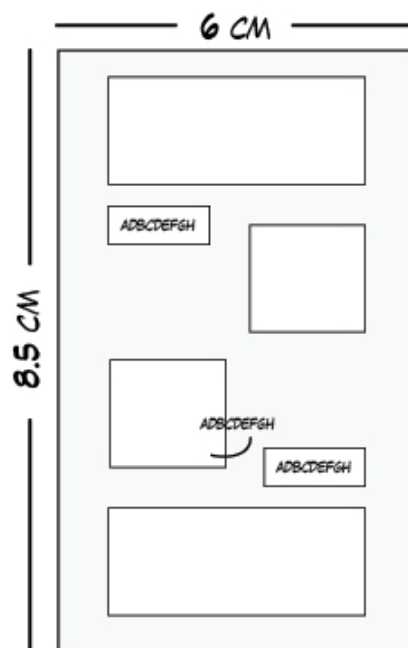


### III.3.1 Format Desain

Dalam format desain pada media utama yaitu disesuaikan dengan standar ukuran halaman LINE *Webtoon* yang sudah ada, dengan format kertas *portrait*, dengan ukuran kurang lebih 700 x 1000 *pixel* atau 6 x 8.5 cm dengan resolusi 300 dpi, ukuran tersebut disesuaikan berdasarkan resolusi layar dari *smartphone* agar mudah untuk dibaca serta kualitas gambar yang tidak terlalu tinggi sehingga tidak menimbulkan pecah pada gambar di komik tersebut.

### III.3.2 Tata Letak

Komik ini berbentuk digital dan dibaca dengan teknik membaca dari halaman atas hingga halaman bawah, maka dari tampilan komik ini tata letak karya komiknya disesuaikan dengan *layout* untuk dilihat pada komputer maupun *smartphone* agar pembaca komik digital ini dapat mengikuti alur cerita dari tata letak komik yang sudah ditentukan oleh pihak *Webtoon*.

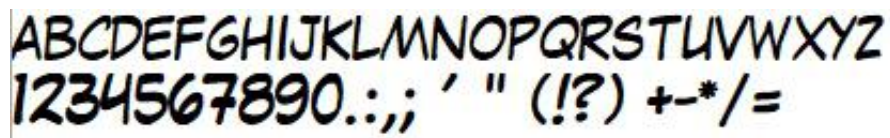


Gambar III.3 Tata Letak Halaman *Webtoon*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

### III.3.3 Tipografi

Menurut Rustan (seperti dikutip Farhan, 2018) Tipografi adalah huruf yang tersusun dalam sebuah *alphabet* yang merupakan media penting dalam komunikasi visual. Di dalam huruf ada satuan alfabet, angka, dan tanda baca, sementara tipografi ini dimaknai sebagai segala disiplin yang berkenaan dengan huruf. Huruf menjadi salah satu elemen penting dalam perandangan komik dan media lainnya untuk memperjelas informasi yang disampaikan.

- Jaws Comic Pro JY



Gambar III.4 *Font Jaws Comic Pro JY*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Jenis *font* Jaws Comic Pro JY digunakan sebagai *bodytext* atau konten dalam cerita komik, seperti penggunaan teks dialog percakapan ataupun narator, font ini lebih fleksibel digunakan untuk bahasa sehari-hari.

- Pure Evil 2



Gambar III.5 *Font Pure Evil 2*  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Jenis *font* ini digunakan untuk kata “Sandekala” dalam judul dari komik SANDEKALA SANG PENCULIK MALAM untuk memberikan kesan horor.

- Aqua Grotesque

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890.,:; ' " ! ?

Gambar III.6 *Font* Aqua Grotesque  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Jenis *font* ini digunakan untuk kata “Sang Penculik Malam” dalam judul dari komik SANDEKALA SANG PENCULIK MALAM untuk memberikan kesan tegas dalam sifat dari Sandekala tersebut.

Semua *font* yang telah dipilih ini bebas dari lisensi yang tidak berhubungan dengan pembuat font yang tentunya dapat digunakan secara gratis oleh siapapun.

### III.3.4 Ilustrasi

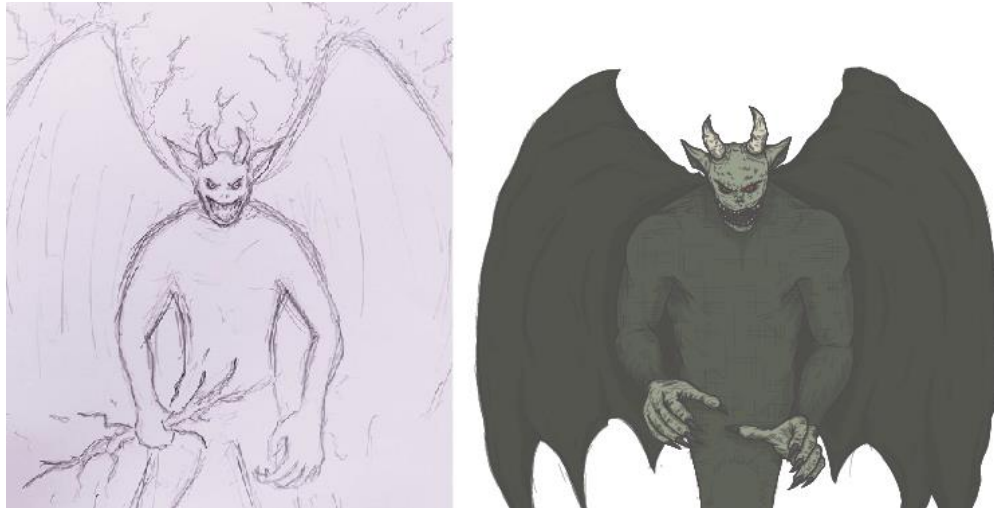
Pendekatan ilustrasi yang digunakan meliputi gaya DC Comics mengacu pada gaya ilustrasi komik-komik karya Todd McFarlane. Dan yang paling khas dari gaya DC Comics adalah menggunakan *style* realis dalam ilustrasinya, namun disini saya tetap menggunakan latar di salah satu sudut kota Bandung.

#### A.Studi Karakter

Studi karakter merupakan dasar referensi dalam pembuatan karakter yang ada pada komik *Webtoon* tersebut, karakter ini menyesuaikan dengan tema dan referensi yang telah ada dan dibuat lebih simple agar karakter mudah dikenali.

- **Sandekala**

Perancangan visualisasi untuk sosok Sandekala pada komik digital ini diambil dari data-data dan referensi yang didapatkan dari sumber wawancara yang telah didapatkan, serta ditambahkan dan disempurnakan dengan bentuk-bentuk yang diambil dari pengalaman pribadi dari penulis itu sendiri dengan sosok Sandekala.



Gambar III.7 Ilustrasi Sandekala  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

- **Najwa**

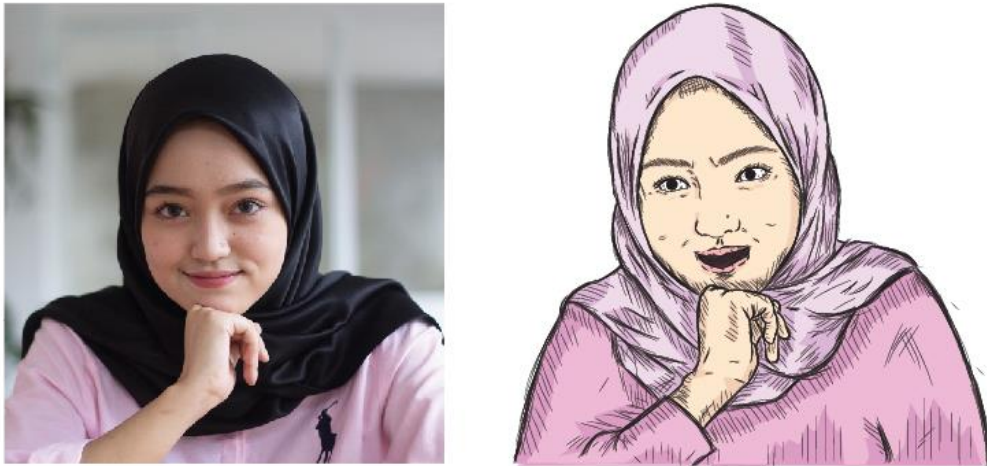
Perancangan visualisasi untuk referensi tokoh Najwa dan pakaiannya dalam komik digital ini terinspirasi dari seorang anak yang bernama Najwa Rafeyfa dengan sifat yang lugu.



Gambar III.8 Ilustrasi Najwa  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

- **Nisa**

Perancangan visualisasi untuk referensi tokoh Nisa dan pakaiannya dalam komik digital ini terinspirasi dari seseorang yang bernama Annisa Fitrianti.



Gambar III.9 Ilustrasi Nisa  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

- **Agung**

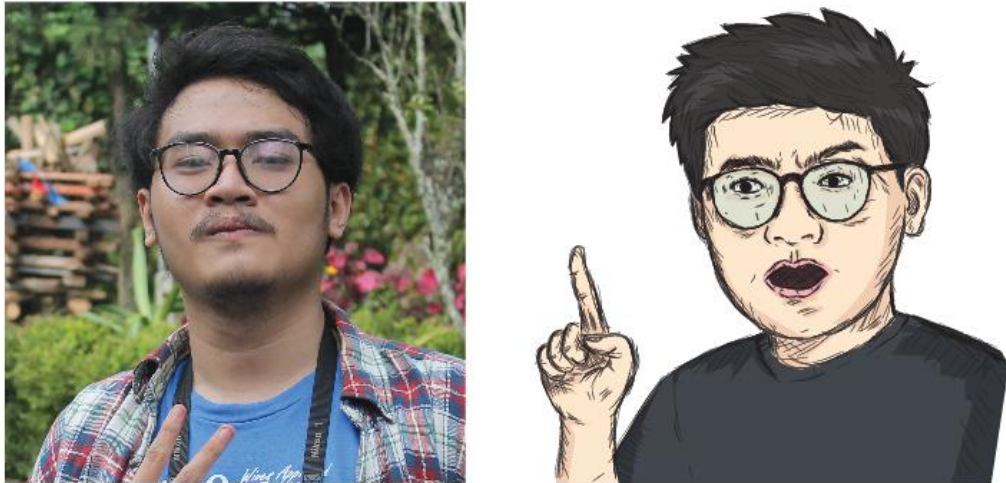
Referensi tokoh Agung dan pakaiannya terinspirasi dari seseorang yang bernama Agung Gumbira.



Gambar III.10 Ilustrasi Agung  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

- **Fakhri**

Referensi tokoh Fakhri dan pakaiannya terinspirasi dari seseorang yang bernama Fakhri Fadhila.



Gambar III.11 Ilustrasi Fakhri  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

### **B.Studi Latar**



Gambar III.12 Latar Tempat Jalan Emung  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.13 Latar Tempat Jalan Emung  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)











Gambar III.14 Latar Tempat Rumah Najwa  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Latar tempat pada komik digital yang bertemakan latar sudut kota Bandung yang terinspirasi dari daerah Emung yang berada di salah satu sudut di kota Bandung.

### III.3.5 Warna

Warna yang digunakan pada media utama dan beberapa media pendukung lainnya didominasi oleh warna hijau kehitaman. Warna hijau tersebut diambil dari warna khas dari sosok Sandekala tersebut yang menggambarkan kesan horor dari setiap media yang digunakan.

	R: 49 G: 60 B: 45 #313C2D	C: 64 M: 45 Y: 69 K: 63		R: 129 G: 142 B: 116 #818E74	C: 51 M: 33 Y: 58 K: 7
	R: 154 G: 68 B: 52 #9A4434	C: 0 M: 71 Y: 66 K: 43		R: 250 G: 171 B: 103 #FAAB67	C: 0 M: 38 Y: 66 K: 0
	R: 64 G: 64 B: 65 #404041	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 90		R: 187 G: 189 B: 192 #BBBDC0	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 30
	R: 84 G: 132 B: 59 #54843B	C: 71 M: 28 Y: 100 K: 12		R: 122 G: 173 B: 89 #7AAD59	C: 57 M: 13 Y: 84 K: 0

Gambar III.14 Warna  
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Warna yang digunakan pada komik digital ini menampilkan warna yang gelap agar memberikan kesan horor dan mencekam dari setiap adegannya yang bertujuan untuk membawa kesan horor terhadap perasaan dari pembaca komik tersebut.