BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Dengan adanya permasalahan-permasalahan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dan batasan masalah yang telah di fokuskan maka didapatkan sebuah solusi yang bisa menjawab permasalahan tersebut dengan media yang telah dipilih yaitu dengan membuat media informasi baru mengenai *bobodoran* Kang Ibing.

Strategi perancangan yang akan dilakukan yaitu dengan cara mengenalkan salah satu identitas budaya sunda yaitu Kang Ibing beserta karyanya yang berupa *bobodoran* kepada masyarakat kota Bandung dan masyarakat umum dengan cara dibuatnya buku komik yang menarik dengan melalui pendekatan visual dan bahasa yang mudah di pahami dan dimengerti oleh masyarakat khususnya para remaja.

III.1.1 Target Audiens

Target Audiens dari media informasi buku komik tentang *bobodoran* Kang Ibing ini adalah sebagai berikut:

a. Demografis
   - Usia : Anak-anak dan Remaja 12-16 tahun
   - Status Ekonomi : Semua Kalangan
   - Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
   - Pekerjaan : Pelajar
   - Pendidikan : Sekolah Menengah Pertama dan Sekolah Menengah Atas

- Target utama: Masyarakat Anak-anak dan remaja (12 - 16 tahun). Dijadikan target primer karena pada saat umur tersebut khalayak sangat banyak melakukan tindakan sosial contohnya: berkumpul bersama

teman. dan berbagi ilmu yang didapat, dan dimasa remaja juga biasanya mereka mencari tentang wawasan dan hiburan baik itu tradisional maupun modern.

- Target sekunder: Dewasa (+25 tahun). Dipilih sebagai target sekunder karena ini bisa menjadi bahan orang tua untuk bernostalgia dengan karya-karya *bobodoran* dari kang Ibing yang mungkin didapat ketika mereka masih muda.

b. Psikografis

Media yang akan dibuat ditujukan kepada remaja yang menyukai cerita fantasi humor yang sederhana dan komik.

c. Geografis

Remaja yang berada di Jawa Barat, lebih spesifik lagi Kota Bandung.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam suatu penyampaian informasi dibutuhkan strategi untuk pendekatan komunikasinya agar mudah dimengerti oleh terget audiens. Penyampaian komunikasi bisa berupa komunikasi secara verbal maupun visual, bisa juga dengan keduanya. Pendekatan tersebut diharapkan memberikan efek ketertarikan kepada target audiens dengan komunikasi yang disajikan dalam media.

Pendekatan yang digunakan dalam media informasi tentang *bobodoran* Kang Ibing adalah cerita dari bobodoran Kang Ibing dengan yang tidak dirubah identitas verbalnya, agar dapat dimengerti oleh masyarakat di Kota Bandung khusunya untuk masyarakat Sunda.

a. Tujuan Komunikasi

Memberikan informasi tentang fenomena dan budaya lokal, yaitu *bobodoran* dari Kang Ibing dengan cara pendekatan komunikasi jaman sekarang yang akan lebih bisa diterima remaja. Sehingga dengan pendekatan jaman sekarang tersebut, *bobodoran* Kang Ibing sebagai salah satu fenomena dan budaya

yang diharapkan bisa lebih dipandang baik dan menjadi sebuah budaya yang patut diapresiasikan sebagai salah satu identitas dan ciri khas yang dipunya oleh Jawa Barat.

b. Materi Pesan

Butir-butir materi pesan yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

- Fenomena *bobodoran* yang berlangsung secara turun temurun.
- Pengenalan bobodoran Kang Ibing yang dikemas dengan visual illustrasi

c. Pendekatan Komunikasi Secara Visual

Pendekatan visual yang akan digunakan adalah gambar ilustrasi atau kartun pada umumnya, namun disesuaikan dengan gaya gambar pribadi yang mengacu pada komik "Benny & Mice" dan juga tentunya disesuaikan untuk target audiens. Sehingga informasi dapat diterima dengan baik oleh target audiens.



Gambar III.1 Refrensi Gambar komik "Benny & Mice".

Sumber www.komikku.com (13 November 2014)



Gambar III.2 Refrensi Gambar.

Sumber www.komikku.com (13 November 2014)

d. Pendekatan Komunikasi Secara Verbal.

Komunikasi verbal yang digunakan adalah dengan menggunakan Bahasa Sunda, karena target audiens adalah orang Jawa Barat dan Bandung khususnya masyarakat suku Sunda. Dan tata bahasanya pun tidak dirubah dari pembawaan ketika Kang Ibing menceritakan *bobodorannya* Untuk penulisan dan pengaturan tata bahasa dibantu oleh sesepuh di daerah Bandung Temgah Kecamatan Astana anyar, kelurahan karanganyar yaitu Bapak Sanusi Ediana.

III.1.3 Strategi Kreatif

Strategi kreatif media informasi tentang *bobodoran* Kang Ibing yang digunakan adalah penyampaian informasi dengan cerita bergambar, yang mengandung tentang pesan-pesan kebersahajaan yang jenaka didalamnya. Cerita juga mengandung unsur bahasa dan tingkah laku sehari-hari yang terjadi di lingkungan masyarakat sunda. Dengan begitu diharapkan setelah membaca, target audiens

tidak hanya sekedar membaca tapi memperoleh pesan-pesan dari identitas Sunda yang jenaka. Dan dalam buku komik bobodoran kang ibing ini akan mencoba memvisualkan identitas dari Kang Ibing itu sendiri.



Gambar III.3 Kang Ibing Ketika Muda dan Tua.
Sumber: www.google.com (13 November 2014)



Gambar III.4 Visual Kang Ibing Setelah Di Illustrasikan.

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Illustrasi Kang Ibing yang dibuat berasal dari referensi yang didapat dan di illustrasikan dengan Kang Ibing yang memakai model pakaian Kang Ibing ketika masih muda dan dengan illutrasi wajah Kang Ibing yang sudah tua.

III.1.4 Strategi Media

Media yang digunakan untuk strategi media adalah buku cerita komikyang berisi tentang cerita *bobodoran* dari Kang Ibing semasa Kang ibing masih aktif siaran di Radio Mara ketika tahun 1989. Informasi akan disampaikan dengan dikemas melalui cerita orisinil dari *bobodoran* Kang Ibing yang ceritanya tidak dirubah sama sekali yang bisa menarik minat target audiens untuk membacanya.

Buku komik ini dipilih sebagai media utama karena buku komik banyak digemari oleh target audiens begitu pula dengan orang tua target audiens tersebut. Buku komik berisi tentang karya dari salah satu seniman sunda yaitu Kang Ibing dengan *bobodorannya.*

Adapun media pendukung yang digunakan dalam buku komik *bobodoran* Kang Ibing adalah sebagai berikut:

a. Tahap Informasi
   - *Flyer*

     Media yang bisa memberikan detail informasi dan bersifat personal. Terlebih lagi media ini bersifat luas dalam penyebarannya.
   - Poster A3

     Poster yang berisikan untuk menarik perhatian yang bersifat mengajak baik target audiens primer maupun sekunder.
   - *X-Banner*

     Dipasang pada lokasi letak buku-buku komik sebagai media utama dipajang dan dipasarkan agar pembeli mudah melihat dari kejauhan.

b. Tahap Pengingat

   Ditahap ini akan digunakan media-media yang sangat dekat dengan target audiens pada kesehariannya. Sehingga target audiens bisa selalu mengingat.

Media yang akan diberikan akan memberikan kesan tersendiri untuk target audiens. Media ini akan diberikan sebagai hadiah, souvenir dan semacamnya. Media yang akan digunakan adalah:

- Gelas

  Gelas adalah benda yang sangat sering dipakai ketika bersantai sambil membaca buku dan media ini bisa dijadikan sebagai hadiah dari media utama.

- *Sticker*

  Sticker media yang bisa dimana saja diaplikasikan, maka dari itu stiker salah satu media pendukung yang tepat untuk dijadikan media pengingat.

- Kaos

  Media ini digunakan untuk souvenir yang akan dijual selain media utama. Dan juga sebagai hadiah pada event-event tertentu.

III.1.5 Strategi Distribusi

Untuk lebih memudahkan penyebaran distribusi, terdapat di wilayah penyebaran meliputi toko buku yang telah mempunyai nama besar di Indonesia khususnya kota-kota besar di Indonesia. Toko buku yang telah terkenal seperti Gramedia menjadi target pendistribusian buku komik *bobodoran* Kang ibing ini. Selain buku terdapat pula satu paket hadiah pembelian buku seperti stiker dan gelas yang dapat dimiliki. Wilayah penyebaran tersebut sebagian besar adalah tempat dimana target biasa mencari atau membeli buku dan sebagian sebagai daerah pergaulan target audiens.

Berikut adalah tabel dari jadwal penyebaran media :

Tabel III.1 Jadwal Penyebaran Media.

Sumber: Dokumentasi Pribadi

JADWAL PENYEBARAN MEDIA												
MEDIA	WAKTU PENYEBARAN											
	MARET				APRIL				MEI			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
MEDIA UTAMA												
POSTER												
X BANNER												
GELAS												
BAJU												
FLYER												
STIKER												

Keterangan :

Media yang dijual belikan

Bonus tambahan dari media utama

Media promosi yang tidak dijual belikan

Dari tabel penyebaran media ini yang pertama di publikasikan adalah poster, karena dengan adanya poster target utama dapat melihat dan membacanya diberbagai tempat dengan harapan target utama dapat tertarik dan membeli media utama tersebut. Begitu juga denga fungsi flyer hanya saja flyer dapat dibawa pulang dan dibaca secara individu.

Kemudian setelah semuanya tersebar, media utama dipublikasikan dan dijual belikan, sedangkan x banner berfungsi untuk mengingatkan kembali dan memberi petunjuk dimana media utama berada. sedangkan gelas, baju dan stiker hanya untuk menarik perhatian target utama untuk membeli media utama, karena dapat diberikan sebagai bonus atau hadiah ketika pembelian media utama pada masa promo, selebihnya dijual belikan.

III.2 Konsep Visual

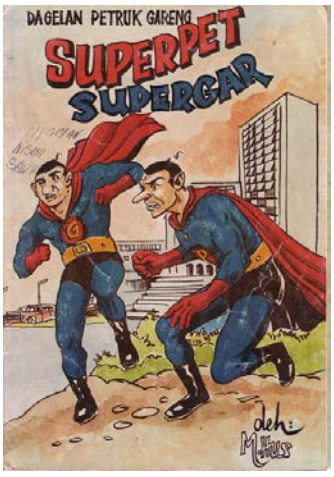
Dalam sebuah media informasi yang menarik dan informatif, konsep visual sangat memegang peranan penting. Konsep visual dalam buku komik *bobodoran* Kang Ibing ini menggunakan gaya gambar pribadi yang mengacu pada referensi komik Beny dan Mice.



Gambar III.5 Refrensi Gambar.
Sumber www.komikku.com (13 November 2014)

Dan menggunakan metode menggambar manual dengan drawing pen dan cat air. drawing pen digunakan untuk membuat outline sementara cat air digunakan untuk teknik pewarnaan yang mengacu pada komik-komik jaman dulu.





Gambar III.6 Komik jaman dulu yang menggunakan media cat air sebagai teknik pewarnaannya.
Sumber : http://komiklawas.blogspot.com/2011/11/illustration.html (21 November 2014)

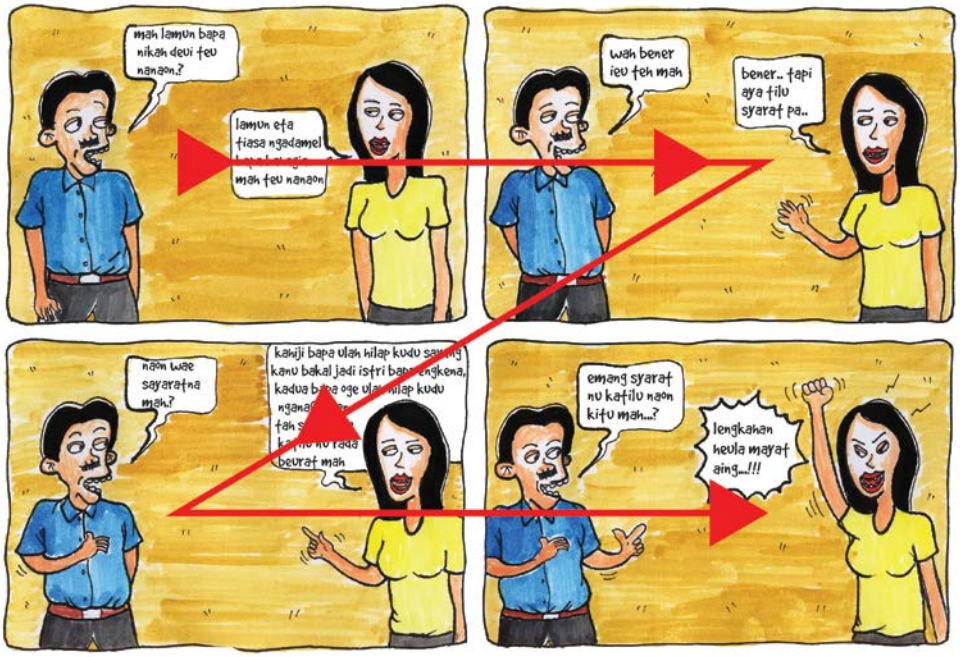
III.2.1 Format Desain

Buku Komik tentang *bobodoran* Kang Ibing akan dibuat dengan ukuran 210 mm x 160 mm dengan format persegi panjang atau *landscpae*. Dengan bentuk buku yang lebih berbentuk persegi panjang membuat lebih nyaman dalam membaca dan melihat visual dan juga agar *layout* antara gambar dan panel dapat ruang yang sama sehingga tidak melelahkan mata.

III.2.2 Tata Letak *(Layout)* dan Panel

Tata letak yang baik berfungsi sebagai salah satu kenyamanan untuk pembaca, juga membuat elemen visual dan verbal menjadi lebih komunikatif. Format tata letak buku komik tentang *bobodoran* Kang Ibing ini berisikan minimal 3 panel dalam satu lembar. Bentuk panel menggunakan persegi dan persegi panjang yang menyesuaikan gambar dan teksnya.

Adapun tata letak panel dan alur membaca buku komik tersebut, sebagai berikut:



Gambar III.7 Alur membaca buku komik. dari kiri ke kanan.

Sumber:Dokumentasi Pribadi

pada Gambar III.4 adalah alur membaca komik untuk tiap halaman. Cara membaca buku komik ini seperti membaca buku pada umumnya, yaitu dari kiri ke kanan seperti kebiasaan masyarakat Indonesia membaca buku.

III.2.3 Tipografi

Jenis huruf dan tipografi merupakan salah satu elemen penting dalam sebuah buku komik. Untuk pemilihan tipografi harus dipilih dengan seksama karena sangat mempengaruhi kenyamanan pembaca dalam membaca pesan yang disampaikan.

III.2.3.1 Tipografi Judul

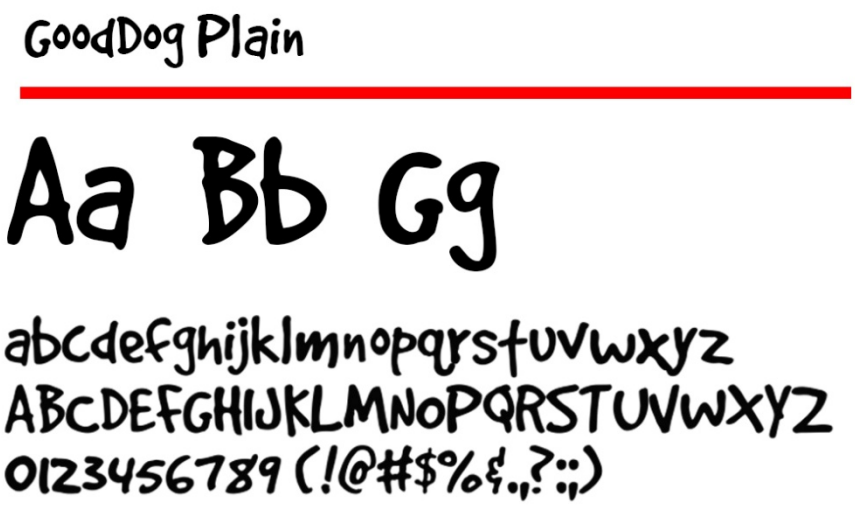
Tipografi yang digunakan dalam judul buku komik *bobodoran* Kang ibing ini adalah *"GoodDog Plain"* untuk tulisan "Bobodoran Kang Ibing".



Gambar III. 8 Judul Buku Komik.
Sumber: Dokumentasi Pribadi.

III.2.3.2 Tipografi Dialog Balon Kata dan Suara Efek

Untuk dialog dalam balon kata menggunakan font *GoodDog Plain* karena huruf ini memiliki keterbacaan yang cukup jelas untuk itu. font ini cocok untuk tulisan-tulisan yang mengandung unsur komedi karena bentuk dari font yang kurang beraturan dan berkesan "jungkir balik" itu sama halnya dengan unsur komedi atau humor yang terkesan tidak beraturan dan seenaknya. sedangkan untuk efek suara menggunakan lettering font atau dibuat secara manual, Font untuk narasi dan dialog dalam balon kata menggunakan jenis font yang sama agar tidak terjadi teks terlalu ramai yang mengganggu keterbacaan.



Gambar III. 9 Tipografi untuk narasi dan dialog dalam balon kata

Sumber: Dokumentasi Pribadi.

III.2.4 Studi Ilustrasi

Gaya visual disesuaikan dengan pendekatan verbal yang menggunakan gaya bahasa sunda "*loma*" gaya bahasa sunda yang diaplikasikan pada orang yang seumuran sudah dekat atau sudah akrab, yaitu dengan gaya visual yang sederhana dan disetiap bagian cerita memunculkan visual dengan karakter ceritanya masing-masing.

III.2.4.1 Studi Karakter

Tokoh utama dalam buku komik ini bervariatif , karena dalam setiap cerita *bobodoran* dari Kang Ibing karakter yang berperan selalu berganti-ganti, jadi dalam buku komik ini tidak ada karakter yang di khususkan, karena dalam cerita *bobodorannya* Kang Ibing sering menggunakan karakter dengan nama panggilan yang diihat berdasarkan umur. Seperti "Aki-aki", "Bapa-bapa", "Ibu-ibu", "pamuda", "budak".



Gambar III. 10 Sketsa untuk studi karakter.

Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.2.4.2 Studi Lokasi

Ada beberapa lokasi yang akan muncul dalam buku komik *bobodoran* Kang Ibing, seperti hutan, rumah penduduk, jalan, rel kereta, ruang persidangan. Lokasi diambil berdasarkan cerita dari *bobodoran* yang Kang ibing ceritakan.



Gambar III. 11 Sketsa untuk studi latar.

Sumber: Dokumentasi Pribadi





Gambar III. 12 Referensi untuk Studi Lokasi dan hasil jadi.
Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.2.4.3 Studi Properti

Properti yang digunakan dalam buku komik bobodoran kang ibing ini adalah benda-benda yang ada dalam cerita bobodoran kang ibing itu sendiri . Properti-properti tersebut antara lain adalah sarung, kopiah, golok, belati, koper, serbet, botol dan masih banyak lagi.



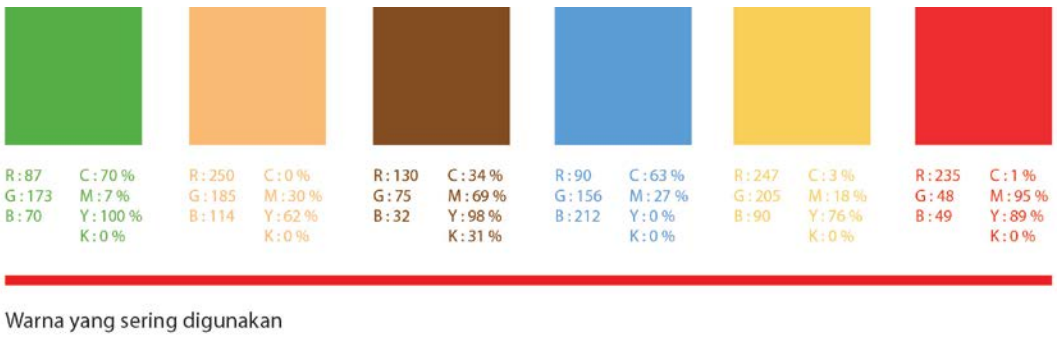
Gambar III. 13 Sketsa Studi Properti.

Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.2.5 Studi Warna

Teknik pewarnaan menggunakan Cat Air. Warna dipengaruhi oleh gaya, trend dan pengalaman estetis, dengan mempertimbangkan keharmonisan dan kesesuaian yang akan digunakan, Warna-warna bersifat natural, maksudnya adalah warna-warna yang ada di alam seperti hijau, coklat, kuning, biru, dan sebagainya.

Berikut adalah warna-warna yang sering digunakan dan sering muncul dalam buku komik bobodoran kang ibing:



Gambar III. 14 Studi Warna.

Sumber: Dokumentasi Pribadi