BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah orang-orang yang memiliki kesamaan dalam beberapa hal yang disasar agar suatu pesan bisa dengan tepat disampaikan. Berikut ini adalah khalayak sasaran yang ditujukan pada perancangan media informasi ini agar pesan yang disampaikan tepat dan mudah dipahami.

Demografis

- Usia : 13 – 20 Tahun.
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan.
- Pendidikan : Pelajar dan mahasiswa.
- Kelas Sosial : Kalangan menengah ke atas.

Geografis

Mencakup kota besar di Indonesia yang tersedia toko buku atau kota yang terjangkau oleh akses internet.

Psikografis

Menurut Rumini & Sundari (2004), masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek/ fungsi untuk memasuki masa dewasa. Kartono (1996) mengatakan remaja dibagi pada tiga kategori, yaitu:

- **Remaja Awal (12-15 Tahun)**

  Terjadi perubahan jasmani yang sangat pesat dan perkembangan intelektual yang sangat intensif pada masa remaja awal ini. Hal ini membuat minat anak pada dunia luar sangat besar dan pada masa ini remaja tidak mau dianggap anak-anak lagi namun sebelum bisa meninggalkan pola kekanak-kanakannya. Selain itu pada masa ini remaja sering merasa sunyi, ragu-ragu, tidak stabil, tidak puas dan merasa kecewa.

- **Remaja Pertengahan (15-18 Tahun)**

  Kepribadian remaja pada masa ini masih kekanak-kanakan tetapi pada masa remaja ini timbul unsur baru yaitu kesadaran akan kepribadian dan kehidupan badaniah sendiri.Remaja mulai menentukan nilai-nilai tertentu dan melakukan perenungan terhadap pemikiran filosofis dan etis.

  Maka dari perasaan yang penuh keraguan pada masa remaja awal maka pada rentan usia ini mulai timbul kemantapan pada diri sendiri. Rasa percaya diri pada remaja menimbulkan kesanggupan pada dirinya untuk melakukan penilaian terhadap tingkah laku yang dilakukannya. Selain itu pada masa ini remaja menemukan diri sendiri atau jati dirnya.

- **Remaja Akhir (18-21 Tahun)**

  Pada masa ini remaja sudah mantap dan stabil. Remaja sudah mengenal dirinya dan ingin hidup dengan pola hidup yang digariskan sendiri dengan keberanian. Remaja mulai memahami arah hidupnya dan menyadari tujuan hidupnya. Remaja sudah mempunyai pendirian tertentu berdasarkan satu pola yang jelas yang baru ditemukannya.

III.2. Strategi Perancangan

Dalam perancangan sebuah media informasi dibutuhkan strategi perancangan agar informasi yang dibuat dapat mengjangkau khalayak sasaran yang dituju. Strategi adalah rencana, metode atau aktifitas-aktifitas yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu.

Khalayak yang disasar dalam perancangan ini adalah remaja. Pada umumnya, remaja lebih tidak menyukai media informasi yang mempunyai banyak tulisan dan juga terlalu menggurui, maka dipilihlah strategi menghibur dan juga informatif melalui media komik.

Strategi perancangan lainnya adalah mengangkat cerita fiktif mengenai seorang mahasiswa yang sedang meneliti olahraga berkuda dan ternyata dia memiliki bakat dalam olahraga ini ketika mencobanya. Dalam menyampaikan informasi

tentang olahraga berkuda ditambahi unsur-unsur komedi dan percintaan berhubung narasi yang dibuat adalah fiktif. Hal ini bertujuan untuk menciptakan sebuah karya yang menarik dan unik agar terus diingat oleh pembaca.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi sangatlah penting dalam suatu perancangan media informasi agar pesan yang akan disampaikan bisa tepat dan dipahami pada khalayak yang disasar. Adapun tujuan dalam perancangan komik ini adalah agar khalayak sasaran dapat mengenal berkuda sebagai sebagai cabang olahraga. Memberikan pemahaman dasar tentang olahraga ini dari teknik dasar dalam berkuda dan juga peraturan-peraturan kompetisi.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Menurut Effendy (2006), komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung dengan melalui media. Salah satu media yang bisa digunakan untuk komunikasi adalah komik. Saat ini komik adalah media yang sangat dekat untuk berbagai kalangan. Hampir semua orang dari berbagai golongan bisa menikmati komik, baik itu berupa komik strip, buku komik atau *webcomic* sekalipun. Selain menjadi hiburan komik sangat efektif untuk menyampaikan suatu informasi melalui narasi cerita.

Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dalam perancangan komik ini disesuaikan dengan khalayak sasaran yaitu dengan menggunakan bahasa Indonesia informal dan juga tidak baku agar informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami oleh khalayak yang disasar. Bahasa yang digunakan adalah bahasa sehari-sehari, hal ini disesuaikan dengan khalayak sasaran yang merupakan remaja agar informasi yang disampaikan lebih diterima.

Pendekatan Visual

Pendekatan visual dalam perancangan komik ini memakai gaya gambar yang cenderung ke gaya komik Jepang. Gaya *panelling* ala komik Jepang yang dinamis

dan tidak monoton membuat gaya ini lebih banyak diterima oleh khalayak. Karena cerita komik ini mengambil tempat di Indonesia, tentu saja dalam komik ini juga harus disertai elemen-elemen yang memunculkan ciri khas Indonesia. Seperti latar tempat yang dikelilingi oleh pohon dan gunung karena komik ini bercerita di Lembang dan juga dari karakter utama yang memakai motor dan helm yang biasa digunakan oleh orang Indonesia.



Gambar III.1 Contoh Panelling dalam komik Jepang
Sumber: mangapark.me

III.2.3. Mandatory

Lembaga yang menjadi pemberi mandat yang bertugas untuk menyebarkan atau mempublikasikan media informasi ini disebut *mandatory*. Dalam perancangan media ini berkerja sama dengan Kosmik Network sebagai penerbit. Kosmik merupakan salah satu publisher komik Indonesia yang secara berkala terus menerbitkan komik-komik Indonesia berkualitas.



Gambar III.2 Logo Kosmik
Sumber: https://sindulintangismoyo.files.wordpress.com/2015/12/kosmik.jpg

III.2.4. Materi Pesan

Materi pesan dalam perancangan komik ini berisi informasi tentang olahraga berkuda, seperti teknik dasar dalam berkuda dan juga informasi mengenai peraturan pada kompertisi *show jumping.*Materi yang disampaikan menunjukkan seberapa menariknya olahraga ini untuk dilakukan maupun menjadi kegiatan wisata.

III.2.5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa menurut Aminuddin (1995: h.5) mengemukakan bahwa style atau gaya bahasa merupakan cara yang digunakan oleh pengarang dalam memeparkan gagasannya sesuai dengan tujuan dan efek yang ingin dicapai. Pada komik ini banyak menggunakan teks eksposisi dalam menjelaskan dan menginformasikan sesuatu. Eksposisi atau pemaparan adalah salah satu bentuk tulisan yang menerangkan dan menguraikan suatu pokok pikiran. Gaya penulisan ekspositoris (bersifat eksposisi) biasanya informatif, yaitu gaya bahasa yang objektif atau tidak emosional.

III.2.6. Strategi Kreatif

Dalam perancangan buku komik ini ditentukan beberapa strategi kreatif yang betujuan untuk menarik minat dari khalayak sasaran.

Gaya Ilustrasi

Dalam komik ini menggunakan gaya gambar komik Jepang yang sederhanan. Gaya gambar seperti ini dinilai mampu menarik minat para pembaca komik yang

rata-rata menyukai gaya gambar seperti itu. Selain itu gaya gambar seperti ini cocok dengan tema yang diangkat, yaitu olahraga.

Copywriting

Judul dalam perancangan komik ini adalah '*Jump On!'* atau dalam bahasa Indonesia 'Lompat!'. Pemakaian judul ini berdasarkan istilah yang sering digunakan dalam cabang olahraga berkuda. Pemakaian istilah olahraga sebagai judul dalam komik bertemakan olahraga juga sering digunakan dalam komik-komik olahraga di Jepang. Contohnya adalah *Slam Dunk, Shoot, Smash!* Dll. Selain itu menggunakan kata perintah dan penambahan tanda seru juga memberi kesan semangat yang cocok dalam komik bertemakan olahraga.

Teknik Bercerita

Untuk membuat cerita yang baik maka perlu juga memulai cerita dengan tepat agar bisa dikembangkan. Teknik bercerita yang digunakan adalah alur campuran, yaitu ketika memulai cerita ini langsung menceritakan bagian akhir terus setelahnya kembali lagi ke awal cerita. Di awal cerita langsung menceritakan karakter utama yang sedang bersiap bertanding pada kompetisi *showjumping*, dan dibagian selanjutnya diceritakan beberapa bulan lalu bagaimana ia bisa sampai ikut bertanding. Teknik ini bertujuan agar para pembaca tertarik dan langsung mengetahui inti cerita ini ketika membaca bagian awal.

Sinopsis Cerita

Eki merupakan mahasiswa tingkat akhir di suatu universitas di Bandung yang sedang mencari tempat untuk meneliti topik tugas akhirnya yaitu olahraga berkuda. Saat mencari, Eki menemukan sebuah stable kecil bernama Dipayana Equestrian yang ternyata pemiliknya ada seorang perempuan seumuran dia bernama Gita. Eki diajak untuk mencoba berkuda dan ternyata dia memiliki bakat dalam olahraga ini dan ditawari menjadi anggota tetap. Selain Gita, di stable itu terdapat tiga orang lainnya, yaitu Tio pelatih dan perawat kuda, serta Fadli dan Viko yang merupakan anggota stable tersebut.

Tiga bulan berlatih membuat Eki berkembang dan ditawari untuk ikut berpartisipasi di kompetisi berkuda pada nomor jumping beregu. Di nomor jumping beregu, dari 4 anggota tim yang bertanding hanya hasil dari 3 anggota terbaik yang diambil nilainya. Hal ini membuat Eki yang seorang pemula tidak perlu memikirkan hasilnya selama anggota tim lainnya mendapatkan hasil bagus. Namun sebelum pertandingan dimulai salah satu anggota tim terkilir kakinya membuat dia tidak bisa ikut bertanding dan kemenangan tim tergantung dari hasil yang didapatkan oleh Eki.

Eki yang awalnya terbebani menjadi tenang setelah disemangati oleh Gita dan teman-temannya. Namun, meski memulai pertandingan dengan baik akhirnya tim mereka kalah karena Eki menjatuhkan palang di rintangan terakhir. Eki sangat bersedih dan minta maaf kepada teman-temannya. Merekapun menyemangati dan memaklumi hasil tersebut. Eki menyadari bahwa berkuda sangat menyenangkan dan ia ingin terus bisa berkuda.

III.2.7. Strategi Media

Media Utama

Media utama yang dipilih dalam perancangan media informasi ini adalah buku komik. Dipilihnya komik sebagai media utama karena komik dapat menyampaikan informasi melalui visual secara menarik. Penggambaran visual informasi tentang olahraga berkuda melaui komik dapat membantu proses penyampaian informasi.

Media Pendukung

Berikut merupakan media yang akan menyertai media utama khalayak sasaran dapat semakin mengenal media utama.

- Media promosi

  Komik ini akan diterbitkan melalui majalah komik yang berisikan berbagai judul komik dan terbit satu episode setiap bulan. Selain itu juga akan terbit edisi konpendium dan dirilis pada event Pakoban yang di adakan pada bulan

Mei. Karenanya, media promosi meliputi iklan cetak pada majalah komik dan juga atribut *stand* ketika dirilis di event komik, di antaranya:
X-Banner, iklan cetak, *chain flag*, *standing character*.

- Media Kreatif
  Media kreatif bertujuan untuk mengingatkan khalayak sasaran dengan komik ini. Diantaranya adalah: poster, stiker, pin, gantungan kunci, tas serut, bantal leher, dan T-shirt.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Komik ini akan terbit satu episode setiap bulannya melalui majalah komik. Majalah komik adalah majalah yang berisikan berbagai macam judul komik yang terbit secara berkala. Majalah komik yang dicetak akan didistribusikan secara masal di toko-toko buku. Setelah terbit beberapa episode di majalah komik maka akan dirilis juga versi konpendium atau komik satuannya. Edisi konpendium ini rencana akan dirilis di *event* Pakoban (Pasar Komik Bandung) yang biasa diselenggarakan tiap tahun pada bulan Mei. Strategi distribusi dan waktu penyebaran media yang akan dilakukakn dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel III.1 *Timeline* Distribusi Media.

Media	2017						2018				
	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
Teaser Sosial Media											
Teaser Majalah Komik											
Komik 1 chapter/bulan											
Iklan sosmed edisi kompendium											
Iklan cetak edisi kompendium											
Komik edisi kompendium											
X-banner											
Chain flag											
Tas serut											
Bantal Leher											
T-shirt											
Ganci Arkilik											

III.3. Konsep Visual

III.3.1 Format Desain

Format komik adalah berukuran kertas A5, halaman isi diawali dengan halaman berwarna dan hitam putih untuk seterusnya. Ukuran A5 memudahkan pembaca untuk memegang dan membaca komik ini. Kertas yang digunakan adalah *bookpaper* 80gr. Cover komik berwarna dan menggunakan teknik *soft cover* berbahan *art paper* yang dilaminasi *doff*. Arah baca dari kiri ke kanan. Format seperti ini adalah format komik paling umum yang digunakan dalam industri komik lokal.

III.3.2 Tata Letak

Menurut Rustan (2014), tata letak (*layout*) dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya. Tata letak pada komik merupakan susunan panel-panel. Menurut McCloud (2001: 99) panel berfungsi sebagai penunjuk umum untuk waktu dan ruang yang terpisah, sedangkan rentang waktu dan dimensi ruang dalam komik lebih dijelaskan oleh isi dari panel tersebut, bukan panel itu sendiri.



Gambar III.3 Contoh arah baca komik
Sumber: dokumentasi pribadi

Karena distribusi komik perancangan di negara Indonesia, maka arah bacca adalah dari kiri ke kanan. Selain teks dan penempatan balon dialog, gambar-gambar tiap panel juga dipengaruhi arah baca untuk mempermudah pembaca mengikuti layout komik. Selain pertimbangan arah baca, panel-panel komik dirancang agar menyesuaikan dengan adegan dan alur waktu dalam sebuah komik. Penggunaan ukuran panel umumnya untuk menandakan apakah adegan dalam panel itu berjalan dengan cepat atau lambat, atau menandakan penting atau tidaknya adegan tersebut. Semakin besar biasanya semakin penting adegan yang berada dalam panel tersebut.



Gambar III.4 Contoh halaman dengan panel yang besar
Sumber: dokumentasi pribadi

Panel yang besar juga seringkali digunakan untuk *Establishing Shot* atau adegan pengenalan, dalam contoh ini ke pengenalan karakter. Karakter digambar hingga sedikit menimpa beberapa panel dibelakangnya untuk menunjukkan tingkat kepentingan tokoh tersebut dibanding yang lain.

III.3.3. Tipografi

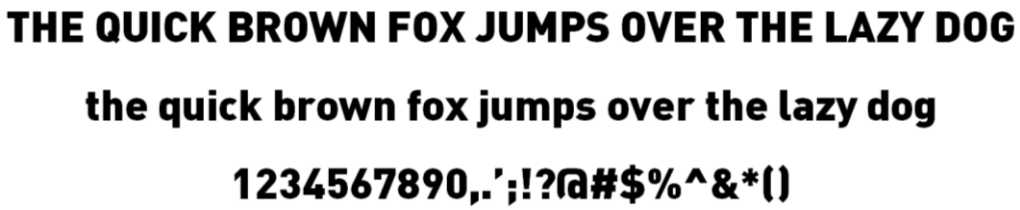
Tipografi dalam hal ini huruf yang tersusun dalam sebuah alfabet merupakan media penting komunikasi visual. Huruf merupakan satuan alfabet, angka, tanda baca dan lain-lain, sementara tipografi dimaknai sebagai segala disiplin yang

berkenaan dengan huruf. (Rustan, 2014: h.16). Huruf menjadi elemen penting pada perancangan media buku komik beserta media pendukung lainnya dalam memperjelas pesan dan informasi. Berikut ini merupakan penjabaran mengenai huruf yang dipakai dalam perancangan.



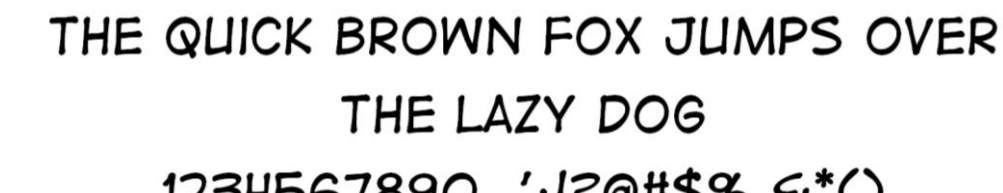
Gambar III.5 Judul Komik
Sumber: dokumentasi pribadi

Pada judul komik digunakan font ‘DIN Black’ untuk menunjukkan kesan tegas dan kuat karena komik ini bertema olahraga.



Gambar III.6 *Font* DIN Black
Sumber: dokumentasi pribadi

Untuk dialog-dialog yang berada di dalam balon kata digunakan *font* Digital Strip. *Font* ini merupakan salah satu *font* yang sering digunakan pada komik-komik lokal yang terbit akhir-akhir ini.



Gambar III.7 *Font* Digital Strip
Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar III.8 Contoh dialog percakapan
Sumber: dokumentasi pribadi

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi adalah salah satu bentuk seni rupa yang digunakan untuk memberi penjelasan suatu maksud, tujuan maupun pesan yang dikehendaki secara visual. Terdapat dua jenis ilustrasi yang biasa digunakan dalam komik yaitu realis dan kartun. Menurut Noerhadi (1989: 189), ilustrasi kartun adalah bentuk tanggapan lucu dalam citra visual, sedangkan menurut McCloud (2001: 29) ilustrasi kartun merujuk pada bentuk-bentuk abstrak dan sederhana sehingga semakin jauh dari citra foto asli. Ilustrasi merupakan elemen yang sangat penting dalam proses pembuatan komik.



Gambar III.9 Salah Satu Komik Jepang Yang Dijadikan Referensi
Sumber: mangapark.me

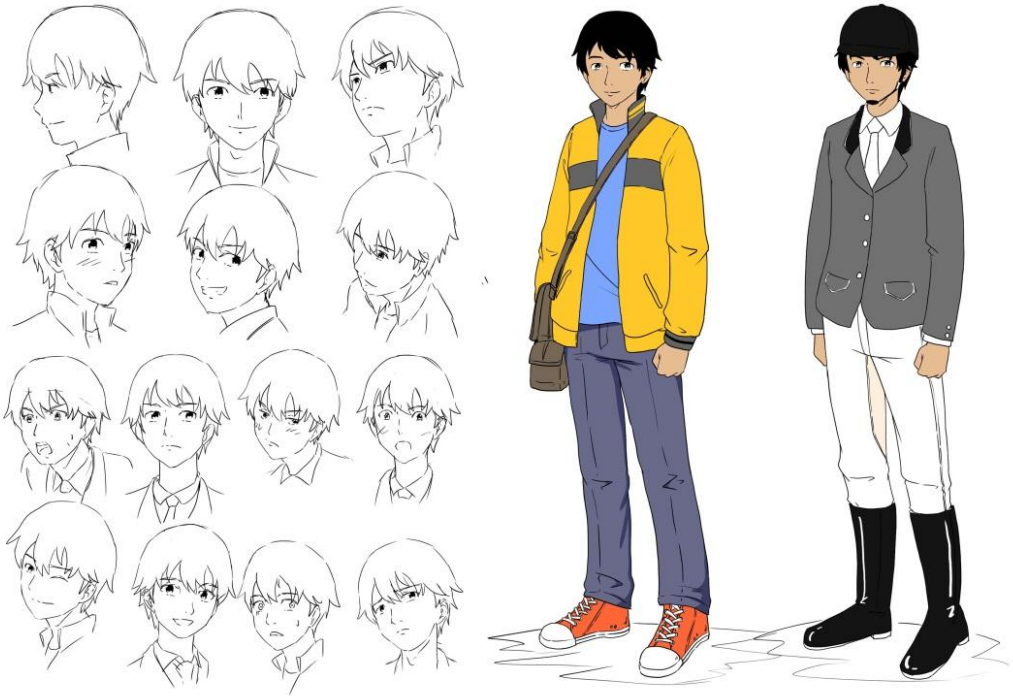
Dalan perancangan komik ini menggunakan gaya yang condong ke komik Jepang untuk penggambaran karakternya. Penggunaan gaya ini karena saat ini gaya ilustasi ini paling umum digunakan oleh komikus-komikus lokal Indonesia. Selain itu gaya ini lebih diterima oleh khalayak jika dibandingkan dengan gaya lain. Ilustrasi di dalamnya menggunakan tone abu-abu untuk memberi kesan kedalaman dan volume.

III.3.4.1 Studi Karakter

Karakter utama dalam komik ini adalah Rifqy Kurniawan atau dipanggil Eki. Eki merupakan seorang mahasiswa tingkat akhir yang sedang meneliti olahraga berkuda. Karakter ini digambarkan dengan rambut agak panjang dan acak-acakan seperti kebanyakan mahasiswa. Karakter Eki ini mempunyai postur badan yang agak tinggi dan kurus. Eki mempunyai sifat yang tenang dan cepat tangkap dalam mempelajari suatu hal.



Gambar III.10 Referensi Karakter Utama Pria
Sumber: (a) dokumentasi pribadi
(b) https://wikia.nocookie.net/sketdance/images/d/d7/Bossun_finds_the_truth.png



Gambar III.11 Desain Karakter Utama Pria
Sumber: dokumentasi pribadi

Selain karakter utama pria, juga ada karakter utama wanita. Karakter utama wanita disini bernama Gita Damayanti. Dia adalah pemilik Dipayana Equestrian tempat dimana Eki meneliti olahraga berkuda. Karakter ini digambarkan memiliki rambut pendek seperti kebanyakan atlit. Desain karakter ini berdasarkan salah atlet berkuda wanita di Indonesia.



Gambar III.12 Referensi Karakter Utama Wanita
Sumber:
(a) http://www.metrosiantar.com/wp-content/uploads/2015/06/10-06-2015-all-000.jpg
(b) Mangapark.me



Gambar III.13 Desain Karakter Utama Wanita
Sumber: dokumentasi pribadi

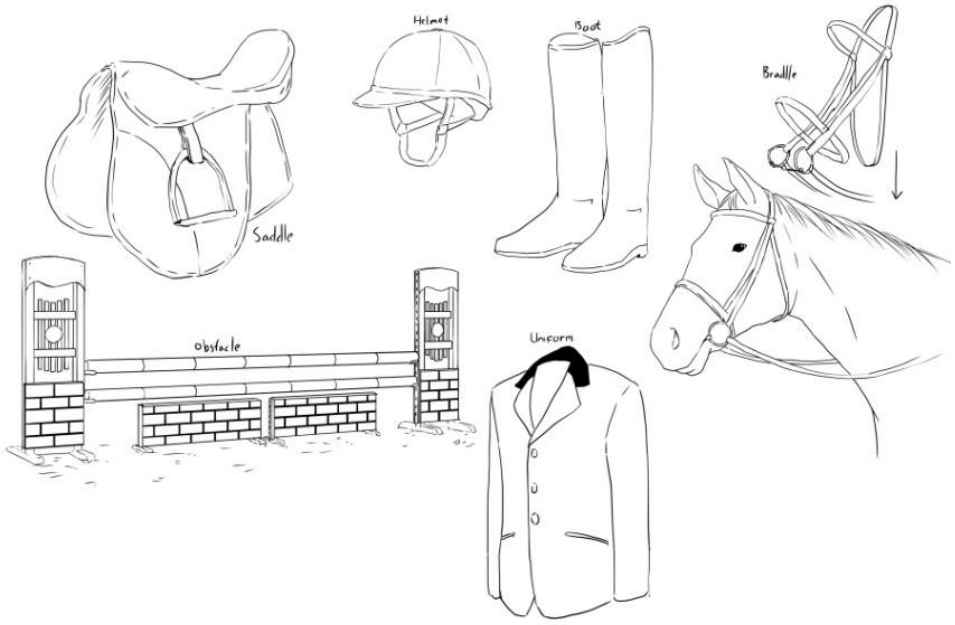
Selain itu ada tiga karakter pendukung, yaitu Tio yang merupakan perawat dan pelatih kuda, Fadli dan Viko yang merupakan anggota dari istal tersebut.



Gambar III.14 Desain Karakter Pendukung
Sumber: dokumentasi pribadi

III.3.4.2 Studi Properti

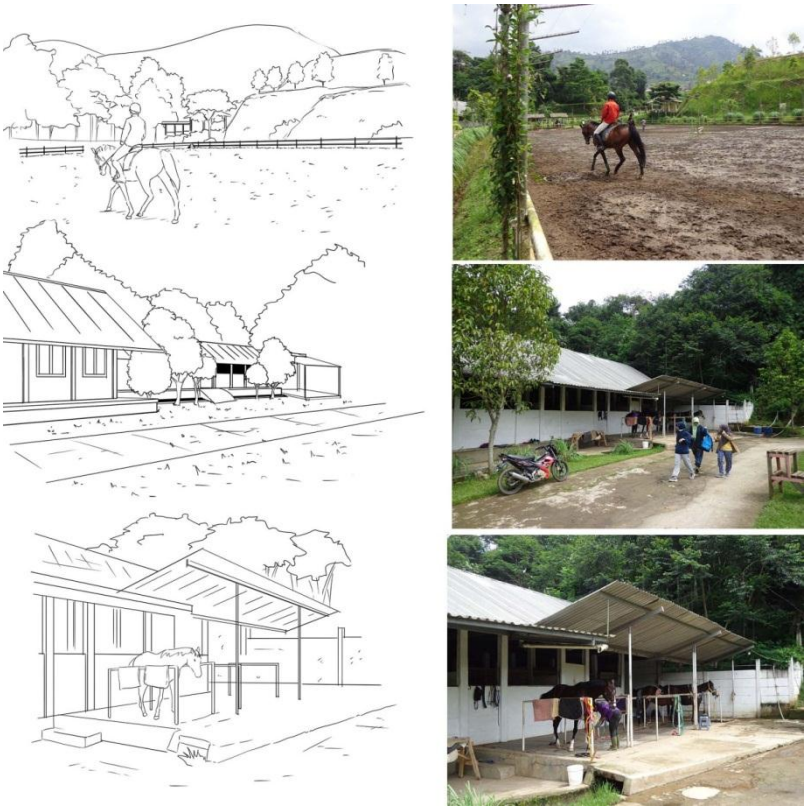
Studi properti juga dilakukan agar dalam pembuatan komik ini lebih representatif dengan olahraga berkuda.



Gambar III.15 Studi Properti
Sumber: dokumentasi pribadi

III.3.4.3 Studi Latar

Cerita komik ini mengambil tempat di sebuah *stable* fiktif yang berlokasi di Lembang, Bandung. Karena daerah Lembang merupakan daerah pegunungan. Maka dalam penggambaran latar akan terlihat banyak pohon dan bukit. Berikut adalah referensi *stable* yang menjadi acuan.



Gambar III.16 Studi Latar
Sumber: dokumentasi pribadi

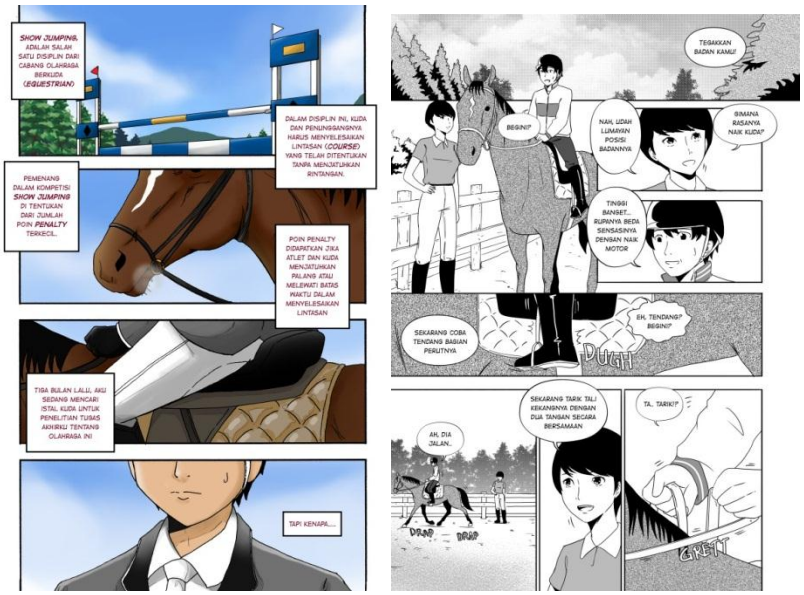
III.3.5 Warna

Warna yang digunakan pada *cover* media utama dan beberapa media pendukung lainnya menggunakan warna dominan *orange* dan biru. Kombinasi *orange* dan biru digunakan karena warna tersebut adalah skema warna komplementer. Skema warna komplementer adalah kombinasi warna kontras yang saling melengkapi. Kerjasama antar warna yang tampak berlawanan, tapi saling membentuk citra dan efek visual yang dinamis. Warna kontras yang dihasilkan kombinasi ini bisa menonjolkan media yang menggunakannya. Selain itu warna *orange* bermakna antusiasme, tekad, dan semangat yang cocok digunakan di komik bertemakan olahraga.



Gambar III.17 Cover Komik
Sumber: dokumentasi pribadi

Warna yang digunakan pada komik ini adalah perpaduan abu-abu dan *blocking* hitam. Konsep perpaduan abu-abu dan blocking hitam dapat memberikan kesan kontras dalam membedakan latar belakang lokasi dengan karakter, background dengan foreground sehingga pembaca dapat membedakan objek yang berada di tempat jauh dengan objek yang berada di tempat dekat. Untuk menambahkan kesan dramatis dan membuat pembaca terbawa dalam suasana saat membaca pada halaman pembuka diberi warna.



Gambar III.18 Halaman Berwarna dan Hitam Putih
Sumber: dokumentasi pribadi