BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran merupakan suatu bentuk tindakan komunikasi yang terjadi antara suatu kelompok atau individu tertentu kepada suatu kelompok terorganisasi yang terjadi secara internal maupunn eksternal, khalayak sendiri memiliki definisi sebagai publik/ masyarakat , sehingga khalayak sasaran mengacu pada suatu tindakan yang bertujuan kepada masyarakat (Aden, 2013).

Khalayak sasaran merupakan sasaran yang dituju sebagai penerima pesan yang akan disampaikan, adapun dalam penelitian ini menentukan target khalayak yaitu sebagai berikut :

(Tabel III.1) Target Khalayak sasaran

Khalayak Sasaran			
No	Demografis	Geografis	Psikografis
1	Laki-laki/perempuan	Siswa pelajar SMA di seluruh Indonesia khususnya bagi pelajar SMA yang tinggal di daerah perkotaan	Mulai dapat berfikir logis
2	15-18 tahun		Dapat membuat keputusan serta memecahkan masalah
3	Pelajar SMA		Berfikir pada masa depan dan coba untuk mencapainya

Pemilihan target remaja SMA sebagai target khalayak sebagai bentuk pencegahan dalam minat memelihara kukang sebagai hewan peliharaan , masa remaja dibagi menjadi dua yakni masa remaja awal yaitu berkisar 11-17 tahun dan masa remaja akhir yang berusia antara 16-18 tahun pada masa remaja akhir merupakan masa dimana suatu proses menuju kedewasaan dimana pada fase ini remaja sudah mulai untuk berfikir akan masa depan, berfikir akan perubahan, emosi yang sangat tidak stabil, proses

pencarian jati diri, dan merupakan proses yang sangat rentang akan informasi yang akan dijadikan sebagai bahan pembelajaran dalam menentukan langkah yang akan diambil kedepan (Herlina, 2013).

Sehingga pada masa remaja tersebut pemberian informasi yang benar akan sangat berpengaruh terhadap sikap dan tingkah laku dimasa yang akan datang, pada masa inilah pemberian informasi mengenai kukang secara umum seperti, fungsi kukang dalam ekosistem di alam, status kukang sebagai primata yang dilindungi, serta informasi mengenai tata cara dalam proses pengembalian kukang melalui badan/balai konservasi pemerintah maupun non pemerintah.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan adalah suatu tahapan dalam pembentukan,evaluasi, sleksi dan pelaksaan pesan, dengan isi pesan yang kreatif sehingga menjadi suatu manfaat utama sebagai pengembangan konsep pada perancangan yang akan dilakukan (Suyanto, 2005 : 69).

Strategi perancangan disesuaikan berdasarkan permasalahan yang telah terurai pada bab sebelumnya, mengenai keberadaan kukang di alam yang semakin lama kian berkurang akibat kurangnya pemahaman masyarakat akan larangan pemeliharaan kukang yang berdampak pada kegiatan perdagangan serta perburuan kukang tetap di lakukan, sehingga perlu adanya sebuah informasi mengenai kukang bukanlah hewan peliharaan.

Adapun strategi perancangan yang akan dilakukan guna mencapai tujuan dari informasi mengenai kukang sebagai bentuk pencegahan dalam minat pemeliharaan adalah sebagai berikut:

- Tujuan komunikasi
- Pendekatan komunikasi
- Strategi kreatif
- Strategi media

- Strategi distribusi

III.2.1 Tujuan komunikasi

Komunikasi menjadi fungsi sebagai bentuk penyebaran suatu pesan mengenai suatu kejadian di dalam suatu lingkungan, kegiatan ini dijadikan sebagai sarana untuk mempengaruhi masyarakat pada tujuan perubahan tingkah laku (Solihat dkk, 2014 : 3).

Tujuan dari komunikasi ini sebagai bentuk penginformasian mengenai kukang secara umum,badan/balai konservasi penanganan kukang, status kukang sebagai primata yang dilindungi, serta informasi mengenai larangan pemeliharaan kukang, informasi ini dapat dijadikan suatu sarana dalam pencegahan minat dalam pemeliharaan kukang untuk mengurangi kematian kukang akibat pemeliharaan serta mengurangi aktifitas perdagangan serta perburuan kukang.

III.2.2 Pendekatan komunikasi

Pendekatan komunikasi merupakan suatu kegiatan manejemen dengan tujuan untuk memberikan sebuah komunikasi yang efektif yang akan disampaikan kepada target yang ingin dicapai (Solihat, 2014).

Pendekatan komunikasi dalam perancangan ini menggunakan pendekatan visual serta pendekatan verbal dengan tujuan dalam penyadartahuan mengenai kukang, pendekatan komunikasi secara visual ditujukan untuk menarik perhatian target sasaran kemudian dapat mempresentasikan pesan dalam bentuk visual yang dapat membuat pesan tersebut menjadi mudah untuk diingat. Sadida (2010)

Pendekatan komunikasi secara verbal bertujuan untuk menjelaskan secara lebih komunikatif serta dapat memahami makna pesan secara logis ,bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol yang kemudian dipadukan menjadi suatu pesan yang dapat dipahami. Mulyana (2005)

III.2.3 *Mandatory*

Menurut kamus bahasa inggris *mandatory* adalah suatu perintah, atau diperintahkan, dalam perancangan *webtoon* sebagai penyadartahuan mengenai kukang ini berkerjasama dengan program YIARI (Yayasan Inisiasi Alam Rehabilitasi Indonesia) yakni program kampanye Kukangku yang merupakan salah satu program dalam penyelamatan satwa dilindungi, pada program ini berfokus dalam kampanye penyelamatan kukang, maupun informasi mengenai kukang yang di lakukan secara *online* maupun *offline.* Pada perancangan ini dilakukan untuk ikut dalam mempublikasi serta menginformasikan kepada masyarkat terkait atas prinsip pelestarian kukang serta bagaimana cara dalam pengembalian kukang itu sendiri , dan juga segala data maupun hal-hal mengenai kukang didapat berdasarkan data dari yayasan tersebut, dari perancangan ini ikut membantu dalam program konservasi kukang yang merupakan salah satu program dari YIARI sehingga dari perancangan ini dapat ikut berkontribusi dalam konservasi kukang dalam hal penyadartahuan untuk pencegahan minat pemeliharaan kukang sebagai hewan peliharaan.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan berupa suatu informasi mengenai kukang secara umum, informasi mengenai status kelangkaan kukang saat ini, cara pengembalian kukang dengan benar, informasi mengenai kukang bukan hewan peliharaan, serta penanganan pelestarian kukang dengan mengembalikan kukang kepada badan konservasi.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa didefinisikan sebagai bentuk pengungkapan ide atau gagasan dalam bentuk bahasa-bahasa yang khas sehingga menimbulkan suatu kesan tertentu pada cerita yang disajikan (Nikko, 2015).

Dalam hal ini penggunaan gaya bahasa yang digunakan yaitu gaya bahasa non formal, atau percakapan dalam lingkungan sehari-hari, penggunaan gaya bahasa ini dilihat berdasarkan target khalayak yang merupakan remaja, sehingga dengan

penggunaaan gaya bahasa seperti ini menjadikan informasi yang akan disampaikan pun akan menjadi lebih efektif, hal ini pun dilihat berdasarkan aspek psikologi dari inividu itu sendiri, menurut Manap (Solihat, 2014:97) dalam buku yang berjudul,"*Interpersonal Skill*" mengatakan bahwa, "Dalam komunikasi antarpribadi pengamatan terhadap seseorang dilakukan melalui prilakunya." Oleh sebab itu pemilhan gaya bahasa yang tidak formal dilihat berdasarkan konteks psikologis serta tingkah laku anak remaja saat ini.



(Gambar III.1) Gaya bahasa pada dialog *webtoon*

Sumber: LINE *Webtoon* (dilihat 04/06/2017)

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif didefinisikan sebagai suatu tujan untuk menstimulasi suatu ide atau gagasan yang tertuang dalam rangkuman kreatif atau disebut sebagai (*creative brief)* (Suhandang, 2005).

Strategi kreatif ini ditujukan sebagai bentuk pencapaian agar informasi yang disampaikan dapat dikemas dengan cara yang menarik, sehingga diharapakan dapat menarik perhatian target khalayak untuk dapat menerima informasi yang disajikan. Adapun Strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan media informasi ini adalah sebagai berikut :

A. *Copywriting* (Tulisan)

Copywriting adalah suatu proses dalam merangkaikan susunan kata sedemikian rupa menjadi sebuah rangkaian tulisan yang berpengaruh terhadap

emosi serta imajinasi hal ini berfungsi untuk memepengaruhi pembaca untuk melakukan sesuatu yang diaharapkan oleh penulis (Agustrijanto, 2002).

Penggunaan *Copywriting* pada perancangan ini disesuaikan berdasarkan permasalahan yang angkat mengenai kukang, sehingga penggunaan penulisan seperti judul, *headline*, t*agline* juga didasari mengenai permasalahan tentang kukang itu sendiri.

- *Headline /* Judul : " *The Lost of* Kukang"

  Pada judul tersebut mengartikan seekor kukang yang tersesat didalam sebuah kehidupan yang tidak semestinya, kukang yang dijadikan sebagai hewan peliharaan menjadikan kondisinya lebih memburuk, kehidupan kukang yang seharusnya berada di alam namun menjadi berubah saat kukang tersebut menjadi hewan peliharaan dan korban perdagangan.

- *Tagline* : " Kami Tidak Dapat Hidup Jauh Dari Hutan"

  Pada *Tagline* di atas merupakan suatu pesan untuk menyampaikan bahwa kukang bukanlah hewan yang dapat hidup diluar tempat tinggalnya yaitu alam. Sehingga dari pesan tersebut dapat menginformasikan bahwa kukang bukanlah sebagai hewan yang dapat dijadikan hewan peliharaan.

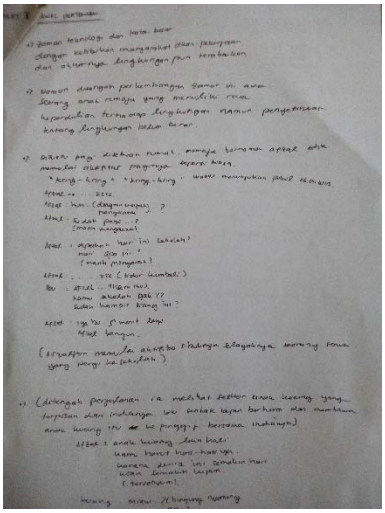
B. *Storyline* (Cerita)

Storyline adalah suatu rentetan alur cerita dalam naskah yang diambil berdasarkan suatu gagasan utama atau inti dari naskah cerita tersebut. Firnandes (2013)

Pembuatan *Storyline* berdasarkan cerita mengenai permasalahan umum yang sering terjadi mengenai kukang yang dijadikan sebagai hewan peliharaan, namun dalam pembuatan cerita ini menambahkan unsur lingkungan dan rasa

keperdulian terhadap hewan , sehingga dari cerita ini tersusun secara bertahap dalam proses menyelamatkan kukang, serta dalam cerita ini terjadi di lingkungan seorang anak pelajar menengah atas.

Cerita ini mengangkat tentang kehidupan anak SMA yang gemar untuk menjaga lingkungannya namun setelah pertemuaannya dengan kukang membuat kukang menjadi hewan yang dipelihara dengan alasan untuk menyelamatknnya dari pedagang.



(Gambar III.2) pembuatan *storyline*

Sumber: Dokumentasi pribadi (29/5/2017)

C. *Storyboard* (Sketsa)

Storyboard / sketsa merupakan suatu bentuk gambaran dalam rentetan cerita yang disajikan berupa kolom-kolom gambar secara berkelanjutan sesuai dengan naskah cerita yang dibuat (Firnandes, 2013)

Pembuatan *stroryboard* dilakukan dengan cara manual menggunakan sketsa pensil HB dengan pola sketsa berupa kolom-kolom atau kotak-kotak gambar yang disusun secara berkelanjutan seperti hal nya pada sebuah tampilan komik, pembuatan *storyboard* ini sebagai gambaran besar sebelum dilakukuakan perancangan final, hal ini meliputi sketsa gambar karakter, tempat, suasana, dan bentuk percakapan yang dilakukan, serta penggambaran bentuk ekspresi, ataupun penggambaran sketsa untuk latar seperti sekolah ,

rumah, langit, dan latar lainnya sebagai pembetukan suasana serta penegasan dalam cerita agar mudah untuk di mengerti.



(Gambar III.3) pembuatan *storyboard*

Sumber: Dokumentasi pribadi (29/5/2017)

D. Visualisasi

Setelah tahapan pembuatan *storyboard* dilakukan pengerjaan secara digital dengan komputer, hingga pemberian warna, tata letak, serta pemberian teks percakapan, hingga hasil akhir.



(Gambar III.4) Hasil visual

Sumber: Dokumentasi pribadi (29/5/2017)

III.2.7 Strategi Media

Strategi dalam pemilihan media ini merupakan bentuk proses dalam menyajikan informasi yang akan disajikan, dalam hal ini informasi tersebut disajikan dalam bentuk media utama dan media sekunder / media pendukung. Adapun media utama dalam perancangan media informasi ini adalah :

A. Media Utama

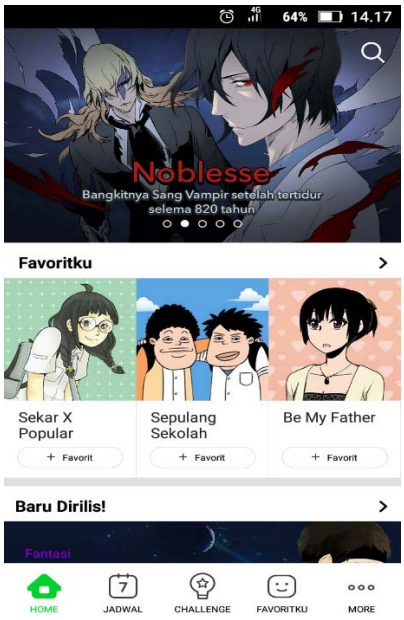
- *Webtoon*

  Webtoon merupakan komik berbasis *online* yang tersebar melalui media online seperti media sosial, ataupun website sehingga dengan adanya *webtoon* masyarakat dapat membaca komik dengan lebih mudah dan tanpa harus mengeluarkan biaya.

  Seiring dengan perkembangan teknologi kebutuhan masyakaratpun menjadi lebih aktif atau biasa disebut sebagai *mobile society* , sehingga media-media informasi cetak sudah mulai kurang diminati masyarakat saat ini, hal ini pun menjadi suatu peluang untuk menciptakan susuatu hal baru yang lebih efisien dimasyarakat, salah satunya adalah *webtoon.*

  Webtoon merupakan suatu inovasi yang dibuat oleh LINE pada tahun 2014, seiiring dengan perkembangan *webtoon*, saat ini pembaca *webtoon* dapat mencapai kurang lebih 6,2 juta perhari (Medina, 2016).

  Pemilihan media *webtoon* ialah karena *webtoon* merupakan suatu wadah informasi berupa komik *online* yang dapat diakses dengan mudah melalui *smartphone* , ataupun komputer, kemudian popularitas *webtoon* yang saat inipun sedang tinggi. Kebanyakan dari pembaca *webtoon* tersebut merupakan kalangan remaja hingga kalangan umum seperti masyarakat dewasa yang masih menyukai karya-karya fiksi berbentuk komik.



(Gambar III.5) Contoh serial webtoon saat ini

Sumber: Webtoon line (diakses pada 29/5/2017)

B. Media Pendukung

Pemilihan media sekunder/pendukung dalam perancangan media informasi sebagai suatu bentuk pendukung dari media utama, agar informasi dapat tersampaikan lebih kepada masyarakat, hal ini meliputi :

1. Stiker

Dengan media stiker yang dapat di tempelkan di berbagai benda dapat memudahkan dalam menyampaikan pesan mengenai kukang melalui sebuah *tagline*.

2. Pin

Media pin, media ini sama halnya seperti stiker yang dapat ditaruh di mana saja, sehingga menjadi efektif dalam penyampaian informasi melalui gambar dan *tagline*.

3. Poster *Online* (*Web Banner*)

Poster *Online* atau *web banner* digunakan sebagai media pendukung dalam mempromosikas atau mempublikasikan kepada masyarakat akan adanya webtoon mengenai kukang yang terunggah pada aplikasi LINE *Webtoon* sehingga dari informasi ini diharaokan dapat mengajak masyarakat khususnya pelajr tinggat menengah atas untuk ikut membaca serta menerima informasi terkait dengan primata kukang itu sendiri.

4. Poster

Pemilihan media poster sebagai bentuk perhatian terhadap informasi tentang kukang , dengan ditambahkan visual serta sedikit informasi mengenai kukang, menjadikan poster sebagai media pendukung yang tepat.

5. Infografis

Pemilihan media Infografis menjadi , pemilihan media yang akan banyak menambahakan informasi mengenai kukang dan disertai gamabr visual agar terlihat lebih menarik masyarakat.

6. *X-Banner*

Media x-banner ini berfungsi sebagai pemberian informasi melalui *tagline* serta pengenalan karakter kukang dalam *webtoon,* sekaligus dalpat menginformasikan cerita *webtoon* tentang kukang.

7. Brosur

Media brosur berfungsi sebagai penginformasian mengenai kukang secara umum serta informasi mengenai tata cara pengembalian kukang.

8. Kaos

Media kaos berfungsi sebagai penginformasian melalui *tagline* serta pengenalan karater kukang dalam *webtoon* ,sehingga dengan media ini yang menampilkan ilustrasi kukang dapat menjadikan masyarakat untuk lebih familiar dengan primata kukang.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi ini dilakukan guna menyebarkan informasi berupa karya visual yang ditempatkan pada tempat tertentu agar informasi tersebut dapat di terima dengan baik oleh target sasaran, adapun penyebaran yang dilakukan berdasarkan jenis media, yakni :

A. Lokasi Penyebaran Media Utama

- Aplikasi LINE *Webtoon*

  Penyebaran melalui aplikasi LINE *webtoon* merupakan lokasi utama dalam penyebaran media utama karena jumlah pembaca dalam aplikasi tersebut cukup besar sehingga hal ini dapat menjadi sebuah peluang dalam penyebaran informasi mengenai kukang dalam lingkungan masyarakat khususnya pelajar menengah atas.

B. Lokasi Penyebaran Media Pendukung

- *Online*

  Penyebaran media pendukung seperti infografis melalui media online menjadi alternatif dalam penyampaian informasi akan kukang , penyebaran ini dilakukan melalui akun sosial media pribadi, serta membagikan pula kepada akun-akun konservasi sumber daya alam, maupun website yang menangani tentang konservasi kukang itu sendiri, sehingga secara tidak langsung dapat bekerja sama dalam mempulikasikan informasi mengenai kukang.

- *Car free day*

  Penyebaran pada saat *car free day* sangat efektif sebab saat keramaian masyarkat yang berkumpul memudahkan dalam menginformasikan suatu pesan sehingga pemilihan lokasi distribusi ini.

- Sekolah

  Mading sekolah merupakan pusat informasi bagi siswa dalam sekolah tersebut, sehingga mading menjadi titik fokus dalam pencarian informasi di dalam sebuah sekolah sehingga penglokasian ini menjadi efektif dalam penyebaran informasi kukang sebab, sekolah merupakan lingkungan dari target khalayak itu sendiri.

C. Waktu Penyebaran Media

(Tabel III.2) jadwal waktu dan lokasi penyebaran media utama dan pendukung

No	Media	Waktu/minggu bulan juni 2017							Lokasi
		Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	
1	*webtoon*								LINE
2	Stiker								CFD / LINE
3	Poster digital								Sosial media
4	pin								CFD
5	infografis								mading
6	poster								mading
7	XBanner								CFD
8	Brosur								CFD
9	Kaos								CFD

III.3 Konsep Visual

Konsep visual menjadi ladasan dasar dalam perancangan visual pada media utama maupun media pendukung, konsep dalam perancangan tersebut disesuaikan berdasarkan tema perancangan serta disesuaikan pula terhadap target khalayak yang menjadi penerima pesan yang akan disampaikan, adapun beberapa konsep yang digunakan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut :

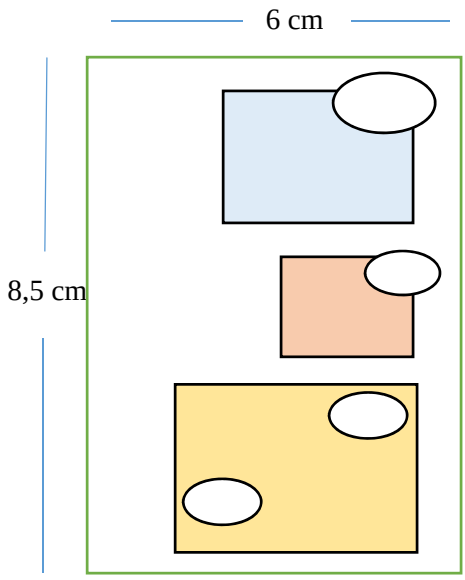
III.3.1 Format Desain

Dalam format desain media utama disesuaikan berdasarkan standard ukuran halaman *webtoon* LINE yang sudah ada yakni, dengan format kertas *potrait,* dengan ukuran 700 x 1000 *pixel* atau 6 x 8,5 cm dengan resolusi 300 *dpi* (dot per inci), ukuran tersebut disesuaikan berdasarkan resolusi layar *smartphone* agar mudah untuk dibaca serta kualitas gambar yang tidak terlalu tinggi sehingga tidak menimbulkan pecah pada gambar tersebut.

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak/ *Layout* merupakan kegiatan menata atau menyusun suatu elemen grafis seperti: gambar, teks, tabel dll dalam sebuah rangkaian yang komunikatif serta menarik, adapun prinsip-prinsip dalam membuat *layout* yakni, kesederhanaan, kontras, keseimbangan, keharmonisan, dan penekanan atau titik fokus (Lukman (2012).

Penggunaan *layout* pun menyesuaikan tata letak yang biasa digunakan dalam tampilan *webtoon* , dengan penyusunan agar mudah dibaca dan mengikuti arah baca yang disesuaikan berdasarkan arah baca buku komik pada umumnya, pada susunan ini pembaca dapat mnggeser halaman selanjutkan dengan menarik halaman kebawah sehingga lebih memudahkan pembaca dalam membawa dari setiap halaman *webtoon* yang disajikan.



(Gambar III.6) Tata letak pada halaman *webtoon*

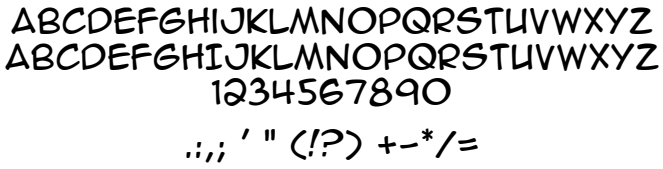
Sumber: Dokumentasi pribadi (29/5/2017)

III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan salah satu elemen dalam desain grafis yang merancang atau menata huruf yang yang dibuat sebagai bentuk kebutuhan visual secara digital maupun cetak dengan memberikan suatu informasi tertentu maupun memberikan suatu kesan tertentu (Ihrishi, 2012).

Pengunaan konsep tipografi dalam perancangan ini mengikuti jenis tipografi dalam sebuah komik atau buku cerita bergambar pada umumnya sehingga pembacapun merasa familiar dengan jenis *font* yang digunakan, pemilihan jenis *font* tersebut antara lain:

3. Anime Ace

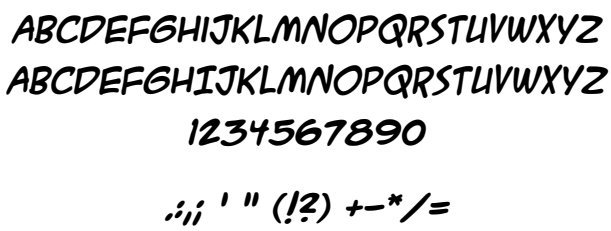


(Gambar III.7) Font Anime Ace

Sumber : www.1001freefonts.com (diakses 30/5/2017)

Pada jenis Font di atas digunakan sebagai penulisan *headline* ,ataupun *tagline* dengan penggunaan pada jenis bold teks, penggunaan font ini sebagai font utama sebab, font ini memiliki cirikhas sebagai jenis font yang biasa digunakan pada suatu komik , ataupun *webtoon* pada jenis font diatas merupakan jenis font yang tidak formal dan santai namun masih terlihat tegas dan dinamis sehingga memudahkan pembaca dalam membaca judul, maupun *tagline* pada *webtoon* tersebut

2. ACMESecretAgentBB



(Gambar III.8) ACMESecretAgentBB

Sumber : www.1001freefonts.com (diakses 30/5/2017)

Pada jenis font diatas digunakan sebagai *bodytext* atau konten dalam cerita seperti penggunaan pada teks dialog percakapan, penggunaan jenis font ini dirasakan sesuai dengan jenis cerita yang disajikan, sebab jenis font ini terlihat tidak fomal dan terlihat lebih lembut atau fleksibel sehingga sesuai dengan penggunaan dalam gaya bahasa sehari-hari.

Jenis *font* ini memiliki 4 tipe huruf yakni, regular, *bold*, *italic*, dan *bolditalic* namun tidak semua tipe huruf dalam *font* ini dipergunakan, hanya tipe regular saja yang digunakan sebagai body text dalam percakapan, maupun prolog/pembuka cerita dalam *webtoon* tersebut.

3. Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

(Gambar III.9) Font Arial

Sumber : Database pribadi (30/5/2017)

Pada jenis font ini merupakan jenis font yang sudah familiar mata dimasyarakat jenis font yang terlihat lebih formal dan kaku, jenis font ini digunkan pada hampir semua media pendukung yang digunakan sebagai *bodytext*, sehingga dapat lebih mudah dan nyaman dibaca dengan penggunaan jenis font yang sudah familiar ini.

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu gambar atau lukisan yang memeperjelas suatu kejadian atau sebuah hiasan dalam sebuah buku karangan atau lain sebagainya, Penggambaran ilustrasi dalam *webtoon* ini mengikuti tampilan-tampilan illustrasi yang digemari saat ini, seperti, *manga*, *anime* jepang, maupun gaya gambar *webtoon* itu sendiri, penggambaran illustrasi dengan gaya seperti ini untuk lebih terlihat akrab bagi pembaca, sehingga illustrasi yang ditampilkanpun akan menjadi perhatian untuk pembaca *webtoon* itu sendiri, adapun beberapa contoh illustrasi yang dijadikan sebagai bahan refrensi visual yakni sebagai berikut:

A. Refrensi Visual



(Gambar III.10) Referensi illustrasi anime jepang

Sumber : naruto.wikia.com (diakses 30/5/2017)



(Gambar III.11) Referensi illustrasi *webtoon*

Sumber : LINE *Webtoon* (diakses 4/6/2017)

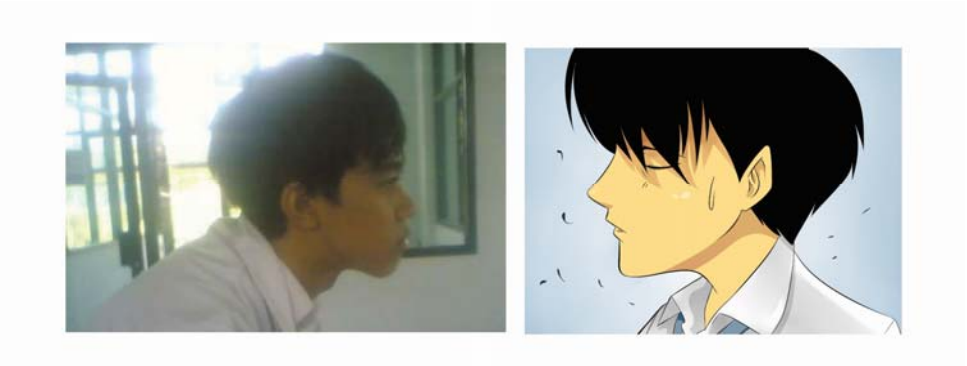
B. Studi Karakter

Studi karakter ini merupakan dasar refrensi dalam pembuatan karater yang ada dalam serial *webtoon* tersebut, sehingga berdasarkan refrensi tersebut pembuatan tokoh karakterpun menyesuaikan berdasarkan refrensi yang ada.



(Gambar III.12) Studi karakter pada tokoh kukang dalam *webtoon*

Sumber : Dokumentasi pribadi (dibuat pada 10/5/2017)



(Gambar III.13) Studi karakter pada tokoh Utama dalam *webtoon*

Sumber : Dokumentasi pribadi (dibuat pada 10/5/2017)



(Gambar III.14) Studi karakter pada tokoh Robbi dalam *webtoon*

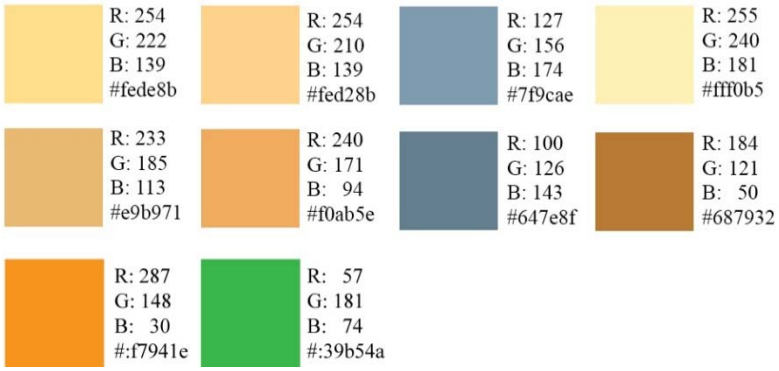
Sumber : Dokumentasi pribadi (dibuat pada 10/5/2017)

III.3.5 Warna

Warna merupakan salah satu unsur dalam desain grafis yang menjadi sebuah nilai estetika atau keindahan bagi sebuah karya desain grafis warna sendiri dapat didefinisikan secara subjektif ataupun secara psikologis secara sebjektif warna adalah unsur keindahan, namun secara psikologis warna merupakan sebuah respon mata yang diakibatkan oleh pantulan cahaya pada benda lalu ke indra mata. Meilani (2013)

Penggunaan warna dalam perancangan *webtoon* ini mengunakan warna dengan mengkombinasikan warna terang dan gelap dari jenis warna yang

berbeda, pengunaan warna terang digunakan sebagai warna dasar dalam perancangan *webtoon* ini seperti warna kulit, langit, pohon dan sebagainya sedangkan pengunaan warna gelap dipakai sebagai warna bayangan / *shading* , atapun warna untuk mengekspresikan suatu kejadian, pengunaan warna tersebut dengan format RGB (*red green blue*) yang digunakan untuk warna digital.



(Gambar III.9) warna utama yang digunakan dalam perancangan

Sumber : dokumentasi pribadi (30/5/2017)

Penggunaan warna seperti diatas seperti warna kulit yang mencerminkan jenis warna kulit orang indonesia serta warna biru yang mencerminkan warna dari pelajar menengah atas, serta warna krim dan coklat sebagai pencerminan warna dari kukang itu sendiri.