BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Dalam khalayak sasaran terdapat beberapa aspek beberapanya yaitu, demografis, geografis, psikografis, *consumer journey*, dan *consumer insight*. Hal tersebut menjadi acuan dalam perancagan karya. Khalayak sasaran sebagai berikut.

a. Demografis

- Usia: 15-20 tahun
- Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
- Kegiatan: Membuat Komik dan Menggambar
- Status Ekonomi : Menengah keatas
- Warga Negara : Indonesia

Rentang usia tersebut merupakan rentang usia aktif dan senang mencoba hal baru. Ahmadi (seperti dikutip Rizky, 2017) bahwa pada usia 13 sampai 20 tahun merupakan fase pubertas, masa penentu menuju kedewasaan. Untuk itu pada fase ini dirasa sangat penting memberikan informasi yang dapat menambah wawasan dan menjaga keaktifan dan kreasi pada masa-masa ini. Untuk itu diambil lah rentang waktu 15-20 tahun karena masih termasuk dalam fase pubertas.

b. Geografis

Kota Bandung menjadi fokus utama daerah pada perancangan ini. Dikarenakan karena minat masyarakat yang tergolong antusia terhadap dunia perkomikan, terbukti dari acara-acara besar seputar komik yang diselengarakan di kota Bandung seperti Comifuro, Paskoban, dan yang lainya.

c. Psikografis

- Masyarakat yang memiliki ketertarikan dalam membuat komik terutama *webtoon.*
- Masyarakat yang masih belum mengetahui, tidak paham, melanggar kebijakan yang ada.

- Masyarakat pecinta *webtoon* .

d. *Consumer Insight*

Orang-orang yang tidak tahu mengenai kebijakan yang ada terkait LINE *Webtoon* dan HKI dan juga kepada masyarakat yang kurang paham mengenai beberapa konten yang terlindungi hak cipta. Masyarakat tahu akan hak cipta namun akibat informasi tentang konten yang terlindungi hak cipta masih minim, masyarkat cenderung tidak sadar bahwa yang dilakukan masyarakat telah melanggar hak cipta. Pada kisaran remaja usia 15-20 tahun yang dapat dengan mudah mencerna informasi yang akan diberikan.

e. *Consumer Journey*

Adapun *consumer Journey* pada rancangan ini untuk khalayak adalah sebagai berikut:

Tabel III.1 Tabel *Consumer Journey*

Sumber: dokumentasi pribadi

No.	Waktu	Kegiatan	Media Kontak	Tempat
1	06:00-07:00	Perjalanan menuju aktivitas keseharian / **membaca *webtoon***	Kendaraan / gawai	Jalan/ Di dalam alat transportasi
2	12:00-13:00	Istirahat / belajar / latihan/ **membaca *webtoon***	Kertas / alat tulis / gawai	Sekolah / rumah / kantin / kelas
3	16:00-20:00	Waktu luang / mengerjakan tugas / bermain / latihan / **membaca *webtoon***	Alat Tulis / Gawai	Rumah
4	20:00-21:00	Persiapan sebelum tidur / ***membaca webtoon***	Tempat tidur / gawai	Rumah

III.2 Strategi Perancangan

Stratregi perancangan dapat diartikan sebagai perencanaan dari usulan atau ide-ide yang sebelumnya dibuat. Strategi perancangan dibutuhkan agar penyampaian informasi editorial tentang kebijakan yang ada dapat terkonsep dengan baik dan menyesuaikan dengan khalayak sasaran yang sudah ditentukan, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Berikut adalah tahapan strategi perancangan dalam membuat informasi editorial *Webtoon Challenge*:

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan Komunikasi dari informasi mengenai kebijakan terkait pembuatan *webtoon* ini adalah memberikan informasi tentang LINE *Webtoon Challange* serta mengedukasi para komikus indie agar menaati kebijakan yang ada di LINE *Webtoon* serta tahu akan Hak Kekayaan Intelektual dari konten yang mereka ciptakan.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dalam hal ini adalah cara menyampaikan pesan dengan menyamakan aspek-aspek komunikasi dengan penerima pesan, sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima pesan. Berikut adalah aspek-aspek yang diperhitungkan dalam menyamakan komunikasi dengan penerima pesan atau khalayak sasaran yang sudah ditentukan:

Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal atau lisan yang digunakan adalah dengan memakai bahasa nasional yaitu bahasa Indonesia, namun tetap memunculkan bahasa yang kerap digunakan sehari-hari agar tidak terkesan kaku dan lebih dekat ke pembaca. Pada judul media utama diambil judul "Bahaya Jadi Komikus". Dalam judul ini menggunakan pendekatan *attention* dan *interest* karena diharapkan dapat menarik lebih banyak pembaca.

Pendekatan Visual

Visual yang digunakan dalam penyampaian informasi menggunakan komik digital yang tak lain adalah *webtoon* itu sendiri. Hal tersebut dikarenakan agar pesan yang disampaikan terlihat lebih dekat dengan pembaca dan mudah dipahami oleh khalayak sasaran. Hal ini juga terkait dengan psikologis khalayak sasaran dimana mereka memiliki ketertarikan akan *webtoon* itu sendiri.

III.2.3. Mandatory

Mandatory atau pemberi mandat dari perancangan informasi editorial ini bekerja sama dengan pihak NAVER WEBTOON.

Gambar III.1 Logo *Webtoon* Indonesia
Sumber: http://www.webtoons.com
(Diakes pada 30/11/2017)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan dalam perancangan informasi mengenai kebijakan pada *webtoon* ini menyampaikan bahwa terdapat beberapa kebijakan yang ada terkait kebijakan yang ada pada LINE *Webtoon*. Selain itu, Undang-undang yang berlaku terkait hak cipta akan suatu konten yang akan lebih baik dan dimengerti oleh masyarakat. Penjabaran materi pesan yang akan disampaikan sebagai betikut:

a. Pengenalan *webtoon.*

Menjelaskan hal dasar tentang webtoon agar memberikan informasi tambahan bagi khalayak sasaran

b. Hukum terkait hak cipta

Karena konten yang ada di *Webtoon Challange* masih merupakan hak milik partisipan maka penting untuk partisipan agar waspada tentang konten yang dibuat agar kelak tidak ada tuntutan yang menimpa pembuat konten.

c. Membuat konten yang baik bagi pembaca

Dalam hal ini merupakan penutup berisi pesan moral dan ajakan agar khalayak sasaran termotivasi agar melakukan hal yang benar.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa digunakan umumnya untuk menarik minat khalayak akan penekanan pada suatu kalimat. Berbagai jenis majas ada seperti metafora, hiperbola, dll. Namun dalam penyampaian informasi ini akan mengunakan bahasa lugas agar konten yang disampaikan lebih efektif dan mudah di pahami oleh khalayak sasaran.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif ini dibuat untuk menciptakan sebuah strategi yang menjadi dasar dari informasi yang akan dibuat agar ajakan pada informasi tersampaikan secara efektif. Berikut strategi kreatif yang digunakan media informasi ini antara lain:

a. *Copywriting*



Gambar III.2 *Copywriting* Judul buku

Sumber: dokumentasi pribadi

Judul komik yang akan diterbitkan ini adalah "BAHAYA JADI KOMIKUS". Pendekatan yang digunakan adalah *interest*, dengan membuat frame pada judul seperti papan peringatan yang menggunakan warna merah dan kuning. Dari judul ini diharap dapat membuat khalayak penasaran akan konten yang akan dibuat.

b. *Storyline*

Dalam cerita yang dimuat dalam *webtoon* ini memuat keseluruhan 4 babak yaitu,

1. Intro dan pengenalan karakter

Cerita berawal dari seorang pembuat komik bernama Nuraga Dunya. Suatu hari Nura saat sedang beristirahat lalu kembali ke kamar untuk melanjutkan komik yang Nura buat, Nura heran mengapa lampu kamarnya mati. Tiba-tiba Nura disergap dan ditodong dengan senjata api di kamarnya. Sosok itu mencoba bertanya kepada Nura. Nura pun terkejut ternyata sosok itu adalah Niken yang merupakan singkatan dari Nia Kencana. Tiba-tiba Niken bertanya mengapa poster yang ada di kamarnya mirip seperti dirinya. Nura mencoba mereka dan membandingkan, seketika Nura pun kaget. Ternyata sosok yang ada di depan nya itu adalah tokoh yang Nura gambar di komik yang Nura buat. Mencoba memahami situasi Niken pun bertanya lebih lanjut tentang tokoh dan komik yang selalu Nura sebutkan.

2. Pengenalan *webtoon* dan hukum terkait hak cipta.

Mereka pun berbincang, Nura mencoba menjelaskan apa itu komik dan komik seperti apa yang haru dibuat dan hukum-hukum yang harus dipatuhi secara singkat. Nura pun mencoba memperlihatkan komik yang sedang Nura buat. Tiba-tiba Nura terkejut bahwasanya Niken yang Nura gambar pada komik yang dibuat menghilang. Nura pun membuat kesimpulan bahwa memang benar Niken keluar dari komik yang Nura buat. Niken menoleh ke tumpukan foto yang ada di meja kerjanya dan bertanya foto itu untuk apa. Nura pun menjelaskan bahwa foto itu adalah foto-foto referensi Nura dalam gambar yang Nura buat. Lalu Nura menjelaskan bahwa menjadikan foto-foto tersebut sebagai referensi itu diperbolehkan asalkan foto yang digunakan diambil sendiri bisa juga milik orang lain asalkan sudah mendapat izin.

Nura juga menjelaskan berbagai macam hukum terkait hak cipta dan kebijakan dari berbagai macam penerbit komik.

3. Penekanan cerita pada hak cipta dan hukum terkait.

Saat Niken sedang melihat lembaran konsep tiba-tiba Niken dikejutkan dengan Nura yang berteriak. Nura dengan muka pucatnya menoleh dan memberitahukan bahwa yang datang kedunia ini bukan hanya Niken tapi ada seorang lainya. Dengan menunjukan komik yang Nura buat, *character* yang juga datang ke dunia ini tidak lain adalah Denawa Durga yang sedang dilawan Niken dalam cerita. Niken pun bertanya apa bisa mengalahkan Durga, namun Nura tidak tahu karna cerita yang dibuat baru saja sampai dimana Niken bertemu Durga. Nura menjelaskan bila perlengkapan yang di pakai Niken masih belum cukup untuk menghentikan Durga bila dilihat dari chapter cerita terakhir yang Nura buat. Nura pun teringat dengan gelang yang diberikan kakak Niken pada Niken. Gelang itu dapat merekontruksi sebuah mesin hanya dengan sebuah cetak biru. Nura lalu mencoba menghubungkan tablet dengan gelang tersebut untuk membuat suatu mesin. Nura mencoba menjiplak sebuah gambar dari mesin pencari di *internet*, namun tidak berhasil. Lalu Nura pun menggambar ulang kendaraan dan mencari referensi lainya bukan tiruan. Percobaan kedua ini berhasil, dengan begitu Nura menarik kesimpulan bahwa generator ini tidak akan berfungsi bila cetak biru tidak memiliki izin dengan gambar yang ada. Nura pun menjelaskan bagaimana ketentuan pengunaan gambar sebagai referensi dan hukum terkait.

4. Pertarungan terakhir dan pesan moral.

Tiba terdengar ledakan dari luar, tanpa disangka itu adalah Durga yang datang menerjang. Pertarungan sengit pun terjadi. Tidak disangka Durga memilik gelang yang sama dan Durga sedang berupaya membuat senjata yang kuat yang berasal dari data Nura yang dicuri. Mengetahui hal ini Nura membuat senjata yang lebih kuat untuk digunakan Niken. Durga pun berhasil dikalahkan, disaat-saat terkahir Durga berpesan jangan beritahukan siapa sebenarnya Durga kepada Niken bahwa Durga adalah kakanya dan juga dengan *energy* terakhir Durga mengembalikan kedaan sekitar yang hancur lebur. Serpihan dari tubuh Durga kembali terserap

masuk kedalam tablet yang digunakan Nura. Setelah Durga di kalahkan tiba-tiba tubuh Niken pun ikut bersinar, Niken menyadari bahwa kehadiranya di dunia ini memang untuk menghentikan Durga. Karena telah terwujud maka keberadaanya juga akan ikut menghilang. Dan lagi disaat terakhir Durga berpesan agar Nura Melanjutkan komiknya dengan jujur dan sepenuh hati dan Niken bangga menjadi ciptaan dari pembuat yang hebat. Nura hanya bisa terdiam dan lalu tersenyum sungguh pengalaman yang tak terlupakan.

c. *Storyboard*

Pada tahap *Storyboard* dibuat dalam bentuk campuran dari sketsa kasar agar terlihat pokok utama pada cerita yang nantinya akan dibuat bersih dalam versi digital.



Gambar III.3 *Storyboard* potongan ke 4 dan 5

Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar III.4 *Storyboard* potongan ke 6 dan 7

Sumber: dokumentasi pribadi

d. Visualisasi

Dalam visualisasi perancangan ini mengunakan format digital dengan bentuk karya visual. Dalam perancangan ini memmilik 1 bahasan yaitu tentang hak cipta. Gaya gambar yang digunakan adalah gaya gambar modern dengan sentuhan futuristik dicampur dengan beberapa detail traditional. Aspek ini diambil agar khalayak masih tetap dapat menikmati *webtoon* pada umumnya.



Gambar III.5 Cuplikan visualisasi

Sumber: dokumentasi pribadi

III.2.7 Strategi Media

Strategi media menjadi salah satu hal utama dalam proses perancangan media, dikarenakan untuk membuat media yang baik juga harus mengetahui bagaimana sifat dari media yang akan dibuat serta penyesuaian dengan khalayak sasaran. Berikut media yang dipilih berdasarkan permasalahan dan penyesuaian dengan khalayak sasaran:

a. Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan informasi editorial tentang kebijakan dalam pembuatan *webtoon* adalah berupa komik digital yang tidak lain *webtoon* itu sendiri. Sesuai dengan hasil survey yang telah dilakukan diketahui genre yang paling diminati oleh para pembaca adalah genre fantasy dan beberapa aspek lainya yang telah diketahui pada survey sebelumnya. Pada konten ini beberapa penekanan informasi pada kebijakan *webtoon* dan HKI akan disisipkan pada cerita akan bersifat ajakan dan menjadi pesan moral bagi pembaca.

b. Media Pendukung

- Poster

  Poster digunakan untuk mendukung promosi pada saat *webtoon* ini pertama kali diluncurkan. Dengan dibagikanya di media sosial dan saat acara peluncuran berlangsung.
- Gantungan Kunci

  Gantungin kunci ini dapat diperoleh saat pertama kali *webtoon* ini diluncurkan dan menjadi 1 dari 3 pilihan merchandise yang diberikan secara gratis pada pengunjung yang datang.
- Pin

  Pin ini juga ini dapat diperoleh saat pertama kali *webtoon* ini diluncurkan dan 1 dari 3 pilihan merchandise yang diberikan secara gratis pada pengunjung yang datang.
- Strap

Strap ini pun adalah salah satu dari tiga pilihan merchandise yang dapat diperoleh pengunjung saat acara perilisan *webtoon* ini.

- Sticker

  Bersamaan dengan salah satu pilihan dari 3 merchandise tadi sticker juga diberikan secara gratis pada saat peluncuran.

- Iklan Line

  Berdasarkan survey yang dilakukan bahwa mayoritas pembaca webtoon adalah penguna aplikasi jejaring sosial LINE. Maka Iklan pada aplikasi ini dirasa bisa membantu mendukung *webtoon* ini agar tetap dibaca.

- Sticker Line

  Sama halnya dengan iklan LINE. Pada aplikasi line sendiri terdapat fitur sticker untung bertukar pesan. Untuk itu dibuatlah Sticker LINE ini.

- Iklan Facebook

  Meski aplikasi Line sendiri sudah tersedia, iklan pada Facebook juga dirasa sangat penting untuk mendukung *webtoon* ini.

- Iklan Situs *Web*

  Selain iklan pada media sosial tentunya dibutuhkan headline *banner* pada situs resmi *webtoon* juga.

- Iklan pada Aplikasi

  Selain iklan pada aplikasi iklan ini juga sangat penting karna mayoritas pembaca *webtoon* sendiri ada penguna telepon selular dan mengakses LINE *Webtoon* pada aplikasi *smarthphone* masing-masing.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.

Peluncuran *webtoon* ini bekerja sama dengan LINE *Webtoon* ketika LINE corp mengadakan acara LINE *Creative* yang diadakan setiap tahunya. Kali ini acara LINE *Creative* akan diadakan di Bandung pada tangal 1 Maret 2018 di gedung Sasana Budaya Ganesha. Pada acara peluncuran beberapa merchandise *exclusive* dapat didapatkan pengunjung. Setelah peluncuran selesai *webtoon* dapat dinikmati melalui situs resmi LINE *Webtoon* maupun aplikasi remisnya.

Tabel III.2 Tabel distribusi

Sumber: dokumentasi pribadi

Media utama	Maret 2018				April 2018				Mei 2018			
Webtoon												
Media Pendukung												
Pin												
Gantungan Kunci												
Strap												
Sticker												
Poster												
Iklan LINE												
Sticker LINE												
Iklan Facebook												
Home Page												
App Home Page												

Media pendukung yang dibagikan saat peluncuran adalah Pin, Gantungan Kunci, Strap, dan Sticker. Setelah acara peluncuran berakhir media pendukung lainya yang akan disebarkan.



Gambar III.6 Cuplikan acara Line Creative 2017

Sumber: Official account LINE Indonesia

III.3 Konsep Visual

Konsep Visual mengacu pada sebuah gambaran dari ide-ide maupun gagasan yang sudah disusun dan dirancang sebaik mungkin. Berikut konsep visual untuk informasi *Webtoon Challenge*:

III.3.1 Format Desain

Format Desain yang akan dibuat yaitu menggunakan format gambar dengan ukuran lebar 800px dan panjang 1280px perhalaman sesuai dengan batas maksimal submisi pada *Webtoon* Indonesia namun untuk keseluruhan panjang *webtoon* ini berukuran lebar 800px dan panjang 77221px. Kumpulan halaman ini akan disusun menurun kebawah seperi format *webtoon* pada umumnya.

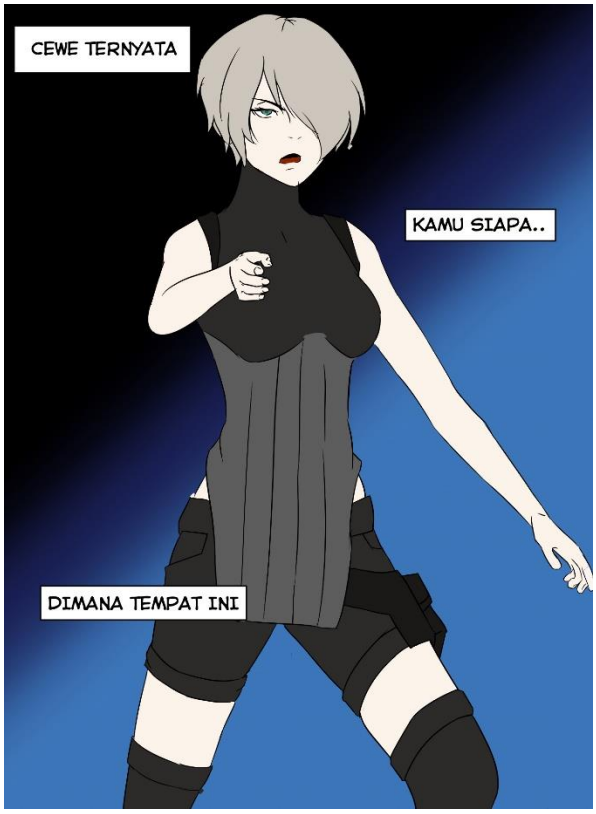
III.3.2 Tata Letak (*layout)*

Anggraini (seperti dikutip Rizki, 2017) *layout* adalah penyusunan dari elemen – elemen desain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik, hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tata letak dalam penempatan visual utama dan elemen-elemen grafis lainnya mengacu pada konsep *webtoon* yang menganut *infinite canvas*. Hal ini dapat membuat konsep panel lebih bebas dari komik konvensional yang terbatas 2 halaman *spread.*



Gambar III.7 Guide to Panel Variation with The Silver Eye
Sumber: https://laurahollingsworth.deviantart.com/art/Guide-to-Panel-Variation-with-The-Silver-Eye-362791234

Untuk beberapa panel mengunakan beberapa teknik berdasarkan petunjuk pembuatan panel oleh Laura Hollingsworth. Sebagai penerapan *text* pada *layout*, *text* dan balon kata di simpan pada sisi kanan, kiri atau tengah. Dengan alur baca dari kiri ke kanan dan penempatan *text* yang umumnya di simpan di sebelah kanan untuk permulaan hal ini dikarenakan penyesuaian dengan cara baca masyarakat Indonesia yang di mulai dari sebelah kiri. Sebagai contoh komik dan *webtoon* yang beredar di negara Jepang dibaca dari kanan ke kiri dan balon kata yang biasa di mulai di sebelah kanan. Hal ini karena masyarakat Jepang membaca *text* dari kiri ke kanan dan arah tulisan yang *vertical.*



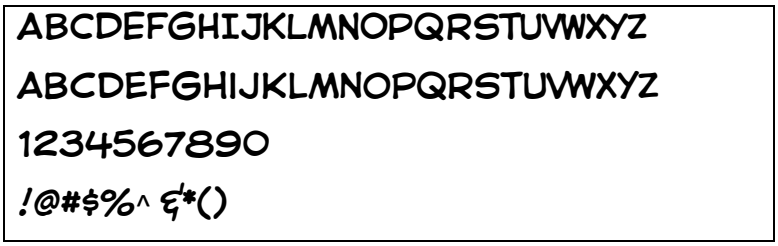
Gambar III.8 Contoh penempatan balon kata

Sumber: dokumentasi pribadi

III.3.3 Tipografi

Secara harfiah tipografi adalah bentuk tulisan, Angraini (Seperti Dikutip Rizki,2009).Tipografi yang digunakan dalam perancangan media utama ini berpusat pada font “CC Astro City”. Font ini dapat di unduh di situs “ufonts.com”,

hak cipta pada font ini bebas digunakan asal tidak di duplikasi pada situs lain dan juga segala font yang tersedia di situs ini merupakan font bebas sebar yang beberapa pengembangannya tidak dilanjutkan. Font ini digunakan untuk segala balon kata maupun tulisan lepas yang ada pada *webtoon* dan juga karena text dalam komik mengunakan *Uppercase* untuk keseluruhan dan font inilah yang memiliki kriteria dari segi jarak dan bentuk yang sesuai dilihat dalam *webtoon*.



Gambar III.9 Font CC ASTRO CITY

Sumber: dokumentasi pribadi

III.3.4 Illustrasi

a. Studi karakter

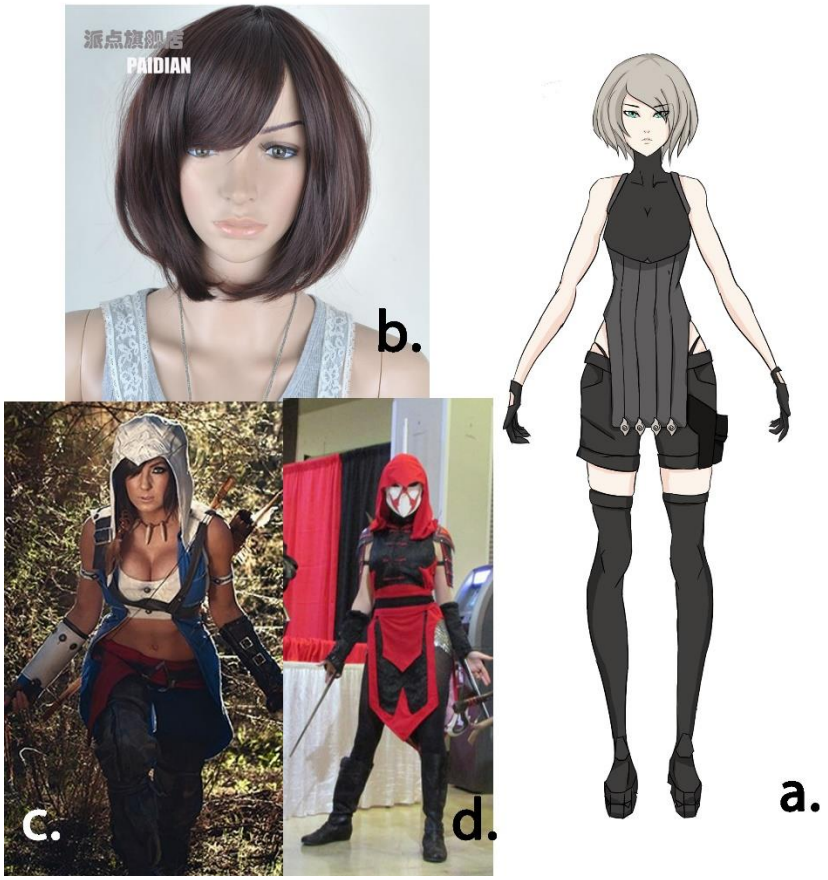
Pengambaran karakter secara keseluruhan mengunakan gaya gambar komik jepang dan korea dengan warna polos dan yang mengfokuskan lebih pada cerita.



Gambar III.10 Tokoh utama laki-laki

Sumber: a. dokumentasi pribadi, b. https://www.ebay.com/itm/Killing-Stalking-Yoonbum-Wig-Short-Black-Yoon-Bum-Cosplay-Wig-Neck-Bandage-/222523449483 dan c. https://theidleman.com/the-idle-man-fleece-hoodie-with-pouch-pocket-navy.html

Tokoh utama laki-laki bernama Nuraga Dunya, Nuraga sendiri diambil dari bahasa sansekerta yang berarti simpati dan Dunya diambil dari bahasa Sunda yang artinya dunia. Desain karakter Nuraga dibuat memakai jaket dan celana jeans agar terlihat santai dan diterima dengan baik.



Gambar III.11 Tokoh utama perempuan

Sumber: a. dokumentasi pribadi, b. https://www.dhgate.com/product/wig-bobo-oblique-bangs-short-straight-hair/161677172.html, c. https://worldcosplay.net/photo/753213 dan d. https://worldcosplay.net/search/photos?q=hunter

Tokoh kedua yaitu Nia Kencana dalam masyarakat sunda Nia sering disangkut pautkan dengan cahaya dan Kencana berarti emas atau keemasan. Tokoh ini didesain dengan pakaian ramping seperti pemburu. Asal usul Nia sendiri merupakan tokoh yang Nuraga buat dalam *webtoon* pada cerita. Nia merupakan seorang pemburu, bersama-sama temanya menumpas kejahatan yang diciptakan oleh para Denawa atau para penjahat yang ada di dunia Nia.

Selanjutnya adalah tokoh penjahat yaitu Denawa Durga. Kata denawa sendiri merupakan julukan untuk para penjahat dalam dunia *webtoon* yang dibuat Nuraga. Denawa diambil dari sebutan lain dari para tokoh Buta dalam perwayangan. Dan Durga dalam bahasa sansekerta berarti bijaksana. Durga sendiri sebenarnya bukan tokoh jahat baik dalam cerita maupun dalam *webtoon* yang Nuraga buat. Durga menyelinap dan menyamar menjadi salah satu Denawa. Desain tokoh Durga terinspirasi dari tokoh dokter pada abad pertengahan di Eropa. Selain itu topeng paruh yang Durga gunakan juga bisa menjadi salah satu ciri khas para Denawa yang biasanya memiliki karakteristik seperti gigi besar, telinga besar, dan lain-lain.

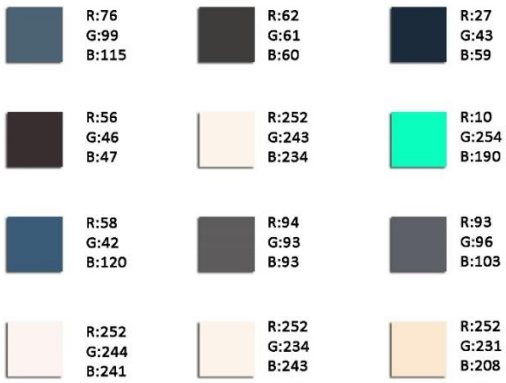


Gambar III.12 Tokoh penjahat

Sumber: a. dokumentasi pribadi, b. https://lieutenanthawk.deviantart.com/art/Pestarzt-245018847 dan c. https://lieutenanthawk.deviantart.com/art/D-Richtofen-Plague-Doctor-211448506

III.3.5 Warna

Iskandar (seperti dikutip Rizki, 2017) “Warna adalah Kesan yang timbul oleh pantulan cahaya pada mata.” Warna yang digunakan adalah warna-warna gelap dan terangdengan latar gelap di awal cerita untuk menekankan kisah dan latar cerah setelahnya. Warna yg digunakan sebagai berikut:



Gambar III.13 Palet warna

Sumber: dokumentasi pribadi