BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran utama dalam media perancangan ini adalah anak anak, sebagai target utama perancangan promosi acara. Sistem perancangan promosi dibuat dalam bentuk komik digital, yang akan memandu anak untuk mempelajari sifat heroik dari karakter dalam serial *Kamen Rider Ex-Aid* dan menunjukannya kedalam dialog dimana mereka bisa bertemu karakter tersebut didunia nyata, pada acara yang akan diselenggarakan oleh Goshen Media. Sistem khalayak sasaran terbagi menjadi demografis, geografis dan psikografis.

a. Demografis

   Secara demografis target audience yang dituju meliputi kedua jenis kelamin, karena dalam penokohan karakter di serial *Kamen Rider Ex-Aid*, para pemeran dalam serial *Kamen Rider* tersebut ada yang berjenis kelamin laki laki dan ada juga yang berjenis kelamin perempuan. Batasan usia diterapkan mulai dari umur 5 tahun sampai 11 tahun, hal ini dikarenakan isi dalam cerita serial *Kamen Rider Ex-Aid* sangatlah mudah untuk dipahami oleh anak anak. Acara yang akan dibuat, nantinya dapat dihadiri oleh anak anak beserta keluarga dari kalangan manapun, tidak terbatas pada status sosial tertentu serta mencakup semua suku, ras dan agama. Siapapun dapat ikut menghadiri dan berpartisipasi dalam acara yang akan diselenggarakan oleh perusahaan Goshen Media.

b. Geografis

   Secara geografis, target audience yang akan dituju oleh perusahaan Goshen Media adalah anak anak yang mendiami dan bertempat tinggal di kota Bandung, Jawa Barat. Karena antusiasme dari warga kota Bandung sendiri dirasa cukup mumpuni untuk terselenggaranya suatu acara.

c. Psikografis

   Secara psikografis, Anak anak dapat terlihat dari perangai dan sifat serta daya khayal sehari harinya. Elizabeth B. Hurlock (1980) dalam bukunya

yang berjudul *Psikologi Perkembangan* menjelaskan bahwa “anak anak cenderung menyukai tokoh pahlawan yang bertarung dengan monster, anak anak menyenangi komik. Isi konten dalam komik promosi ini dibuat menarik dan penuh warna, karena anak anak senang dibacakan dan melihat gambar gambar dari buku”.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang dibuat adalah tentang bagaimana caranya menarik minat anak anak untuk hadir dalam acara yang akan diselenggarakan. Media promosi melalui komik interaktif ini dirancang untuk memberikan informasi dan isi konten secara menarik dan tidak membosankan. Gaya bahasa yang lugas dan sederhana juga bertujuan untuk mendorong anak anak agar giat membaca dan belajar memahami isi bacaan.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan Komunikasi dari perancangan promosi acara melalui media komik digital ini adalah sebagai berikut :

a. Menggambarkan karakter heroik para pahlawan dalam serial *Kamen Rider Ex-Aid* seperti menolong korban yang sedang kesulitan, membantu seseorang yang sedang kesakitan, bekerja sama dalam melawan keburukan dan saling menghargai terhadap sesama manusia.

b. Mengenalkan kembali inti dari karakter *Kamen Rider* yang memang dibuat sebagai karakter komik pada awalnya oleh penciptanya sendiri yaitu Shotaro Ishinomori, sebelum akhirnya diangkat menjadi serial *tokusatsu* televisi.

c. Perancangan promosi acara melalui media komik digital ini juga bertujuan untuk mengajak anak anak yang berada pada rentang usia 5 sampai 11 tahun agar giat membaca dan belajar memahami isi konten yang sedang ia baca. Penyebaran konten disebar melalui iklan digital yang mengarah langsung kepada halaman internet Goshen Media yang didalamnya berisi tentang komik digital tersebut.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dilakukan dengan cara pendekatan visual, pendekatan verbal dan didukung oleh pendekatan audio sebagai pemberi suara latar dalam komik digital. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

a. Pendekatan Visual

Penyajian ilustrasi dari komik digital *Kamen Rider Ex-Aid* ini adalah dengan menggunakan gaya gambar semi realis, tehnik melukis yang digunakan dalam komik ini adalah tehnik *digital painting*, tanpa menghilangkan outline didalamnya. Dipadukan dengan arsiran blok tegas dan arsiran halus tambahan untuk keperluan pencahayaan dan bayangan seperti dalam gaya ilustrasi manga *Kamen Rider Spirits* karya Shotaro Ishinomori. Perancangan media promosi acara berbasis komik digital ini nantinya akan diselenggarakan di kota Bandung, maka penggambaran suasana gedung, suasana tempat bermain dan penamaan karakter selain tokoh utama dalam serial *Kamen Rider Ex-Aid* ini akan disesuaikan dengan lingkungan dan tema khas kota Bandung.

b. Pendekatan Verbal

Bahasa yang digunakan dalam percakapan dan narasi komik digital *Kamen Rider Ex-Aid* ini adalah bahasa Indonesia yang tidak formal dan tidak kaku. Sangatlah mudah untuk dipahami dari segi tata bahasa dan maksud kalimat yang diutarakan. Hal ini dikarenakan target audience yang dituju adalah anak anak yang berusia 5 sampai 11 tahun.

c. Pendekatan Audio

Kehadiran musik dan efek suara sebagai pengiring latar ketika halaman komik digital *Kamen Rider Ex-Aid* ini dibaca, menjadi point tersendiri. Hal ini bertujuan agar anak anak semakin fokus dengan apa yang mereka baca, sehingga anak anak akan ikut terbawa kedalam suasana yang diciptakan oleh komik *Kamen Rider Ex-Aid* tersebut. Anak anak tidak akan merasa bosan untuk terus membaca setiap detail cerita yang ada didalam komik sampai tamat. Musik pengiring latar yang digunakan didalam komik promosi acara ini adalah musik original dari serial *Kamen Rider Ex-Aid* sendiri.

III.2.3 *Mandatory*

Dalam perancangan media promosi acara berbasis komik digital ini, perusahaan Goshen Media selaku pembuat acara sekaligus pemegang lisensi resmi dari perusahaan pembuat serial *Kamen Rider Ex-Aid* yaitu perusahaan TOEI Company, mendukung semua proses yang terlibat dalam perancangan media promosi berbasis komik ini. Perusahaan Goshen Media memasang jasa iklan digital yang berisi konten promosi acara berbasis komik ini ke beberapa situs populer seperti pengiklan *Google Ads* dan layanan iklan jejaring sosial media. Tentunya hal ini telah dimudahkan dengan adanya sistem algoritma yang sudah banyak terpasang di situs situs pengiklan populer seperti *Facebook, Google, Instagram* dan lain lain. Dimana target sasaran pengiklan akan langsung diterima oleh audiens. Cara kerjanya adalah dengan menghubungkan kata kata atau tagline yang ada dalam konten iklan dengan riwayat data pencarian yang tersimpan didalam perangkat audiens. Contoh tagline yang berhubungan dengan iklan promosi acara ini adalah "komik", "pahlawan", "*Kamen Rider"*, "dokter", "anak anak", "kids" dan lain lain.

Perusahaan Goshen Media juga bekerja sama dengan beberapa komunitas besar pecinta *tokusatsu* di Indonesia, khususnya komunitas yang berdomisili di daerah kota Bandung, seperti komunitas Fans Club Tokusatsu Indonesia, komunitas Kamen Rider Indonesia, Institut Tokusatsu Bandung dan DX Community Bandung guna memperluas daya promosi acara yang akan dibuat. Diantara beberapa anggota dari komunitas yang sudah disebutkan diatas, banyak diantara anggotanya yang sudah berkeluarga dan mempunyai anak. Hal ini akan semakin menguntungkan pihak Goshen Media selaku promotor acara bertajuk *Kamen Rider Ex-Aid* ini.



Gambar III.1 Logo Goshen Media
Sumber: http://www.goshen-media.com/wp-content/uploads/2016/10/logo01.png
(Diakses pada 22/10/2017)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan dari komik *Kamen Rider Ex-Aid* ini adalah untuk menggambarkan bagaimana sifat heroik karakter *Kamen Rider Ex-Aid,* yang tidak hanya cukup membasmi para monster saja namun mereka juga membantu permasalahan para korban dan ikut menyelesaikan masalah itu bersama sama. Ilustrasi yang digambarkan dalam komik ini mengikuti gaya visual serial televisi *Kamen rider Ex-Aid* aslinya. Karakter pahlawan yang lucu dan penuh warna berbalut konsep fantasi yang menarik membuat anak anak tidak akan bosan dengan serial *Kamen Rider Ex-Aid.* Tujuan dari dibuatnya media komik sebagai sarana promosi itu sendiri adalah agar anak anak belajar untuk gemar membaca dan pandai memahami isi bacaan yang sedang ia baca. Ketika anak sudah mengerti dan tertarik terhadap isi konten yang ada didalam komik promosi acara *Kamen Rider Ex-Aid* tersebut, maka acara yang akan diselenggarakan oleh perusahaan Goshen Media akan diminati dan berjalan dengan sukses.

III.2.5 Gaya Bahasa

Pemilihan gaya bahasa yang diaplikasikan kedalam narasi dan dialog komik digital *Kamen Rider Ex-Aid* ini menggunakan gaya bahasa non formal, tidak kaku, sederhana dan lugas. Agar menimbulkan kesan yang mudah dibaca dan dimengerti oleh anak anak. Elizabeth B, Hurlock (1980) dalam bukunya yang berjudul *Psikologi Perkembangan* mengatakan bahwa: “Terlepas dari tingkat kecerdasan, hampir semua anak menyenangi buku komik, baik yang bersifat lelucon atau petualangan. Buku komik menarik karena menyenangkan, menggairahkan, mudah dibaca dan merangsang imajinasi anak.” (h.162).

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan diterapkan dalam perancangan promosi acara melalui media komik digital ini, adalah dengan menggambarkan banyak karakter *Kamen Rider* dan monster yang terlihat lucu dalam balutan warna yang menarik bagi anak. Panel komik dibuat atraktif dan penempatan kotak dialog diisi dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh anak. Pada halaman awal perancangan, konten akan diisi dengan sajian utama komik, dimana pada bagian akhir cerita, anak anak akan

diarahkan kepada halaman yang berisi tentang bagaimanakah caranya agar pembaca dapat bertemu secara langsung dengan karakter *Kamen Rider* yang telah mereka baca. Disusul dengan pengenalan tokoh secara umum dan diakhiri dengan halaman yang diisi berbagai promo menarik yang bisa didapatkan apabila nantinya pembaca datang ke acara yang akan dibuat oleh perusahaan Goshen Media tersebut. Di akhir halaman juga terdapat link yang berisi cuplikan video dari serial *Kamen Rider Ex-Aid.* Dibawah ini akan dijelaskan mengenai bagian bagian yang terdapat dalam strategi kreatif itu sendiri.

a. Copywriting

Frank Jefkins (Seperti dikutip Avant Derma, 2014) mengemukakan bahwa *copywriting* adalah seni penulisan pesan penjualan yang paling persuasif yang dilatarbelakangi kewiraniagaan yang kuat. Tulisan itu harus mampu menarik perhatian (*attention*), menimbulkan ketertarikan (*interest*), keinginan (*desire*), menciptakan keyakinan (*conviction*) dan tindakan (*action*). Agar pesan dalam *copywriting* dapat tersampaikan dengan baik kepada anak anak, maka pada bagian cover komik diberi judul "Petualangan *Kamen Rider Ex-Aid"* dengan font *headline* yang telah disesuaikan bentuk dan warna nya. Selain bentuk font yang terlihat tegas dan lugas. Pada bagian depan cover juga diberikan ornamen illustrasi berupa tiga objek perubahan sang karakter utama dan beberapa bagian objek belakang yang dapat bergerak, hal ini dimaksudkan agar anak anak dapat tertarik untuk terus membaca halaman komik sampai selesai. Pada bagian belakang promosi acara, penulisan *headline* kedua tertulis dengan judul "Adik adik ingin bertemu langsung *Kamen Rider Ex-Aid* kan?" dengan font bergaya tulisan superhero pada umumnya beserta beberapa ornamen dan illustrasi pendukung font tersebut. Hal ini juga diharapkan agar anak anak dapat tertarik untuk datang ke acara bertema *Kamen Rider Ex-Aid* yang akan diselenggarakan oleh perusahaan Goshen Media.

b. Storyline

Alur cerita yang disuguhkan dalam media promosi berbasis komik ini adalah menceritakan tentang dunia dimana *Kamen Rider Ex-Aid* berada, sang pemeran utama yang diambil dari nama pemeran aslinya di serial televisi *Kamen Rider*

Ex-Aid, yaitu dokter Houju Emu beserta asistennya yang seorang perawat yaitu Asuna Poppypipopapo, mendengar kabar bahwa monster yang berawal dari sebuah virus yang disebut *Bugster* itu telah menyerang kota Bandung. *Bugster* menyerang manusia terutama anak anak yang sedang mempunyai sebuah masalah dalam hidupnya, seperti masalah karena dijauhi teman, perasaan sedih karena tidak mendapatkan kasih sayang orang tua dan berbagai macam masalah lainnya. Hal tersebut dapat mempengaruhi imunitas dan kekebalan tubuh penderitannya. Dengan kondisi tubuh dan mental yang sedang menurun, para *Bugster* yang belum mempunyai wujud sempurna itupun langsung masuk kedalam tubuh anak anak secara sporadis dan meminjam setengah energi korban untuk membangkitkan tubuhnya menjadi wujud *Bugster* yang sempurna. Dokter Houjou Emu, seorang dokter spesialis penyakit anak yang juga seorang *Kamen Rider Ex-Aid,* mendapatkan sebuah panggilan dari ketua direktur pusat penyelamatan *cyber* yaitu direktur Dan Kuroto, untuk segera menyelamatkan seorang pasien yang terserang virus *Bugster*. Dokter Emu beserta asistennya poppy pergi menuju lokasi korban virus *Bugster* tersebut. Korban *Bugster* tersebut bernama Rizki, seorang anak yang berusia tujuh tahun. Dia adalah anak seorang pembuat kue terkenal di kota Bandung.

Rizki terserang virus *Bugster* dikarenakan rasa sedih yang dialaminya, seperti diceritakan didalam komik, sang ibu adalah seorang pekerja keras, mengelola toko yang sudah dirintis semenjak dulu. Berangkat pagi pulang malam adalah rutinitas sehari harinya sehingga tidak ada waktu untuk memperhatikan Rizki. Bahkan disaat Rizki libur sekolah, ibunya masih saja sibuk didalam toko. Hal itu berimbas kepada mental Rizki yang merasa tidak diperhatikan oleh ibunya. Rizki pun akhirnya terserang oleh virus *Bugster* yang kemudian bermutasi menjadi sebuah monster kombinasi kue lapis dan badut yang menyeramkan. Monster *Bugster* tersebut hampir memperoleh wujud sempurnanya. Demi menaikkan level dan kekuatannya, sang *Bugster* berinisiatif untuk menculik dan melukai ibu Rizki yang saat itu sedang sibuk di toko kue. Monster *Bugster* itu menjelaskan bahwa cara ini akan lebih menaikkan tingkat stress dan rasa sedih Rizki, hal ini dilakukan agar *Bugster* tersebut sukses menjadi wujud monster

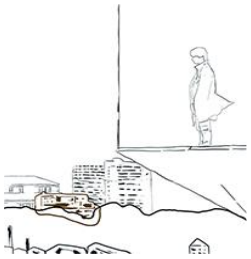
penghancur yang sempurna. Sesaat sebelum *Bugster* tersebut melukai ibu Rizki, dokter Houjou Emu dan Poppy akhirnya datang tepat waktu. Dokter Emu kemudian berubah menjadi *Kamen Rider Ex-Aid* dengan berbagai form kuat untuk mengalahkan *Bugster* tersebut. Pertarungan yang seru dan menyenangkan akhirnya dimulai dan kemenangan berakhir dengan dihancurkannya monster *Bugster* kue badut tersebut. Rizki akhirnya sembuh dan sang ibu yang ternyata saat itu sedang membuat sebuah kue khusus untuk Rizki akhirnya meminta maaf dan berjanji untuk dapat meluangkan banyak waktu untuk Rizki. Rizki akhirnya memaafkan sang ibu dan mengucapkan terimakasih kepada dokter Emu yang sudah menyelamatkannya.

c. Storyboard

Luther (Seperti dikutip Maxmanroe) mengemukakan bahwa *storyboard* adalah deskripsi pada setiap *scene* yang bertujujuan untuk menjelaskan atau menggambarkan objek multimedia dan perilakukan dengan jelas. Halas (Seperti dikutip Maxmanroe) adalah rangkaian gambar yang dibuat secara manual untuk memberikan gambaran atau penjelasan tentang suatu jalan cerita.

Storyboard dibuat untuk menentukan bagaimana jalannya alur cerita dari media promosi acara berbasis komik *Kamen Rider Ex-Aid* ini, jalan cerita dibuat dengan latar dan suasana yang sedikit disesuaikan dengan kota Bandung tanpa meninggalkan ciri khas dari suasana yang ada didalam tayangan asli serial *Kamen Rider Ex-Aid* yang berlokasi di Jepang. *Storyboard* dibuat dengan menggunakan sebuah penjelasan singkat dan sketsa gambar hitam putih. Enam babak pertama penjelasan serta rangkuman singkat mengenai media promosi berbasis komik.

Tabel III.1 *Storyboard* media promosi acara berbasis komik
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017)

Sketsa *storyboard*	Halaman / Slide	Keterangan
	Halaman 1 setelah Pembuka.	Sang pemeran utama, dokter Emu sedang melihat keadaan Bandung dari gedung kantor.
	Halaman 2 – 6	Dokter Emu mendapatkan kabar mengenai adanya monster yang menyerang manusia
	Halaman 7 -10	Dokter Emu dan Poppy sampai ditempat korban, dengan giat langsung menyelamatkan Rizki, sang pasien.
	Halaman 11 – 12	Dokter Emu berubah menjadi *Kamen Rider Ex-Aid.*
	Halaman 13 – 16	*Kamen Rider Ex-Aid* Level satu muncul dan berevolusi menjadi level dua.

	Halaman 17 - 28	Pertarungan antara *Kamen rider Ex-Aid* dan monster *Bugster* Kue badut
 	Halaman 29 - 33	Pertarungan dimenangkan oleh Dokter Emu. Sang korban Rizki sembuh dan tersenyum kembali seperti semula. Halaman dalam komik diakhiri dengan bagian promosi acara bertajuk *Kamen Rider Ex-Aid* itu sendiri.

III.2.7 Strategi Media

Pengertian Media menurut Leslie J. Briggs (1977) (Seperti dikutip pakarmedia.com, 2017) menjelaskan bahwa media adalah alat yang secara fisik digunakan untuk menyampaikan isi materi. Dapat berupa buku, *video recorder, tape recorder,* kaset, video kamera, gambar, grafik, televisi atau komputer. Strategi media yang diterapkan dalam perancangan promosi ini adalah melalui komik digital. Pada proses perancangannya, akan digunakan beberapa cara dalam menyampaikan media informasi tersebut, yaitu berupa media utama dan media pendukung.

a. Media Utama

   Media utama yang dirancang adalah sebuah media promosi berbasis komik digital. Dipilihnya Komik digital sebagai media utama adalah karena anak anak sangat menyukai gambar gambar ketimbang teks. Anak anak mudah menerima sajian visual berupa illustrasi yang dikemas menarik dan penuh warna ketimbang hanya sajian yang berisi teks saja. Alur cerita yang mudah dipahami dan teks dialog yang sederhana namun lugas, juga menjadi daya tarik tersendiri bagi anak anak yang membacanya. Dengan ukuran *pixel* yang disesuaikan dengan perangkat komputer, laptop dan *smartphone.* Sajian visual komik yang menarik secara tidak langsung akan menuntun anak anak kepada halaman iklan promosi yang tertera di akhir halaman bacaan.

b. Media Pendukung

   Sebagai pelengkap dari media utama, media pendukung dihadirkan dengan beberapa pilihan atau tahapan, sebagai berikut.

   Media informasi beserta promosi:

- Poster

  Poster adalah sebuah media penyampai informasi yang sederhana, jelas dan mampu untuk menarik perhatian. Poster ini berisi tentang informasi singkat mengenai isi acara yang akan diselenggarakan oleh perusahaan Goshen Media. Memadukan beberapa unsur gambar yang menarik dengan penempatan unsur tipografi yang tidak terlihat membosankan adalah sebuah strategi tersendiri.

- Brosur

  Berbeda dengan poster, media brosur sebagai penyampai informasi ini dapat dibagikan dengan mudah kepada audience secara langsung. Brosur dapat dibagikan pada saat anak anak pulang dari sekolah, saat menuju pintu masuk pusat perbelanjaan, dan pembagian ditempat strategis lainnya yang memungkinkan untuk didatangi banyak anak anak dan keluarga.

- *X-Banner*

  X-Banner berfungsi sebagai penyampai media informasi yang lebih terlihat mencolok ketimbang dua penyampai informasi sebelumnya. *X-Banner* hanya dipajang ditempat tempat tertentu saja, seperti pada *venue* atau tempat dimana terselenggaranya acara temu *Kamen Rider Ex-Aid* yang akan bertempat di Trans Studio Mall Bandung.

- Tahap promosi digital melalui iklan media sosial

  Penyebaran promosi iklan akan dilakukan pada beberapa ranah website dan situs sosial media terkenal seperti Youtube, Instagram, Facebook dan Twitter

  Media Pengingat

  Merchandise adalah salah satu tahap pengingat yang penting dalam media pendukung. Hal ini dimaksudkan agar anak anak sebagai target *audience* utama memiliki kesan dan ingatan kembali nantinya setelah melihat salah satu dari *merchandise* berikut ini:

- *Figure* Helm *Kamen Rider Ex-Aid Level 3.*

  Sebuah figur helm *Kamen Rider Ex-Aid* berukuran satu berbanding satu dengan kepala manusia asli, berbahan dasar busa hati ini menjadi salah satu hadiah atau *doorprize* bagi dua orang pengunjung yang beruntung. Sistem hadiah ditentukan dari pengundian satu buah kode *voucher* yang didapatkan oleh para pengunjung tepat didepan antrian pintu masuk. Hadiah atau *doorprize* figur helm *Kamen Rider Ex-Aid* ini juga dicantumkan dihalaman belakang promosi media utama komik digital. Hal ini bertujuan agar target audience semakin tertarik untuk datang ke acara yang akan diselenggarakan oleh Goshen Media

tersebut. Figur helm *Kamen Rider Ex-Aid* ini juga telah diberi bonus sebuah stand helm lengkap dengan sebuah lampu didalamnya. *Merchandise* figur helm ini juga diharapkan mampu untuk menyasar target audience sekunder, yaitu para penggemar serial *tokusatsu* dewasa yang jumlahnya sangat banyak di Indonesia terutama dikota Bandung.

- Topeng *Kamen Rider Ex-Aid* level 3

  Berbeda dengan *merchandise* figur helm *Kamen Rider Ex-Aid,* topeng ini hanya memiliki satu sisi. layaknya topeng pada umumnya. Dibuat hanya bagian depannya saja. Dengan pengait yang ada dibagian belakangnya, ukuran topeng bisa disesuaikan dengan ukuran kepala *audience.*

- *Tshirt*

  Salah satu media pendukung dan pengingat yang dimasukkan juga kedalam halaman akhir promosi di media utama. Selain sebagai *gimmick* untuk memancing target *audience* dengan cara membagikan produk kaus ini kepada pemenang yang beruntung. *Tshirt* ini juga akan dijual di area acara saat kegiatan berlangsung.

- Buku gambar A4

  Salah satu media pendukung yang dekat dengan tema media utama yaitu menggambar illustrasi komik. Dengan beberapa contoh illustrasi yang digambarkan pada beberapa lembar halaman awal buku gambar, hal ini diharapkan agar anak anak sebagai target *audience* utama dapat mengingat terus sosok *Kamen Rider Ex-Aid* dan tentu saja kenangan saat berada didalam acara yang akan diselenggarakan oleh perusahaan Goshen Media.

- Stiker

  Berfungsi sebagai media pendukung dan *gimmick* yang akan diberikan secara gratis kepada para pengunjung yang hadir dalam acara jumpa para pemain dan pertunjukan dari pemeran *Kamen Rider Ex-Aid.*

- Tempat Minum

  Tempat minum atau *tumbler* dibuat Sebagai media pendukung dan pengingat bagi anak anak yang sering membawa minumannya ke sekolah maupun ke tempat rekreasi.

- *Crayon* 12 warna

  Crayon 12 warna dipilih sebagai media pengingat dan *merchandise*, *Crayon* adalah media gambar yang erat kaitannya dengan media utama.

- *Gashat memory*

  Gashat device memory dipilih sebagai media pengingat, karena keberadaan alat tersebut sangat berkaitan dengan ilustrasi yang ditampilkan pada media utama komik.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Agar perancangan media promosi yang sudah dibuat dapat tersalurkan dan terdistribusikan dengan tepat kepada khalayak sasaran, maka dibutuhkan strategi pendistribusian yang tepat dengan waktu yang efektif. Penyebaran media utama terlebih dahulu didistribusikan melalui iklan secara online pada beberapa ranah website dan sosial media. Adapun data pendistribusian lengkapnya akan dijelaskan dengan tabel berikut:

Tabel III.2 Tabel Strategi Distribusi dan Waktu penyebaran Media
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017)

Media	Distribusi	Waktu	Keterangan
Media utama beserta Figur Helm *Kamen Rider Ex-Aid* dan *Tshirt.*	Mengiklan secara online pada beberapa website dan situs sosial media.	Dimulai dari bulan Desember 2017.	Promo hadiah Figur Helm beserta *tshirt* sudah termasuk dalam halaman media utama.

Media informasi Berupa poster dan Brosur.	Dibagikan secara langsung kepada para pengunjung yang datang ke Trans Studio Mall Bandung.	Dimulai dari bulan Januari 2018.	Poster ditempel dengan khusus dibeberapa gerai atau toko khusus yang berada di area mall.
Media Informasi *X-Banner*.	Media informasi dan promosi ini akan dipajang di tiga tempat seperti di toko mainan anak yang berada di area Mall Trans Studio Bandung dan satu *X-Banner* dipasang di area kantor perusahaan Goshen Media Tangerang.	Dimulai dari bulan Februari 2018.	Pemasangan *X-banner* di wilayah kantor perusahaan Goshen Media dilakukan dengan tujuan agar kolega atau rekan bisnis dari perusahaan tersebut bisa melihat pergerakan dan kemajuan dari perusahaan Goshen Media, dengan dibuatnya sebuah acara yang berlangsung luar kota.

Media pengingat stiker, gashat, *crayon*, buku gambar, *tumbler* dan topeng.	Akan ada dan bisa dijumpai saat acara berlangsung tanggal 11 Maret 2018.	11 Maret 2018	Stiker dibagikan secara gratis kepada pengunjung acara.

III.3 Konsep Visual

Agar tercipta sebuah perancangan media promosi dengan desain yang baik, menarik dan tujuan dari perancangannya tersampaikan, maka sebuah konsep visual yang meliputi *layout*, warna, illustrasi dan lain lainnya akan sangat dibutuhkan dalam sebuah perancangan apapun. Berikut ini adalah penjelasannya:

III.3.1 Format desain

Format desain yang dipilih pada perancangan media utama promosi ini adalah sebuah komik digital yang berekstensikan ".swf" atau file dengan format *flash* yang bisa diolah menjadi sebuah program aplikasi ataupun halaman website. Format file ".swf" *flash* ini dipilih karena untuk menunjang beberapa gerakan objek dan efek suara serta lagu pendukung yang ada didalam media utama komik digital. Ukuran format file *flash* yang digunakan yaitu 1280x720 piksel dengan illustrasi yang dibuat diatas ukuran 300 *Dots per inch* guna menghindari percahnya gambar. *Software* yang dipakai dalam pembuatan ilustrasi komik digital ini adalah aplikasi Manga Studio dan Adobe Photoshop. Gaya gambar ditentukan melalui hasil jawaban yang didapatkan dari kuesioner kepada anak anak sekolah dasar.

Studi visual pada perancangan media promosi berbasis komik digital ini menggunakan referensi langsung dari serial televisi *Kamen Rider Ex-Aid* dan komik *Kamen Rider Spirits* karya asli Shotaro Ishinomori dan Kenichi Muraeda sebagai pencipta karakter pertama *Kamen Rider*. Studi visual mencakup gaya ilustrasi, warna dan panel komik.



Gambar III.2 Konten Media Utama yang Berukuran 1280x720 piksel
Sumber: Dokumentasi pribadi
(Diakses pada 27/12/2017)

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Untuk memudahkan pembaca dan *target audience* utama yang notabennya adalah anak anak, maka tata letak *layout* yang disajikan haruslah terlihat menarik dan tidak membosankan. Perpaduan ilustrasi, tipografi dan elemen warna harus disesuaikan dengan panel *layout* komik khas penggambaran komik bertemakan aksi kepahlawanan. Agar *target audience* tidak bosan untuk terus membaca halaman demi halaman yang telah disajikan, maka Panel komik dibuat beragam bentuknya. Panel komik dibuat mengikuti alur cerita dan suasana gambar, Seperti contohnya ketika alur cerita sedang mengilustrasikan sebuah pertarungan, maka panel komik akan dibuat miring disatu sisi dan dibeberapa sisi lainnya terlihat menajam. Hal ini dimaksudkan agar kesan pertarungan semakin terasa didalam setiap penggambaran cerita.



Gambar III.3 Contoh Panel yang Ada Didalam Media Utama
Sumber: Dokumentasi pribadi
(Diakses pada 27/12/2017)

III.3.3 Tipografi

Tipografi mempunyai peranan yang sangat penting sebagai pemroses dan penyampai sebuah pesan dalam media. Segi proporsi, jarak antar spasi, pemilihan tipe *font*, pemilihan warna *font* dan penempatan *font* merupakan faktor yang mempengaruhi bagaimana pesan didalam suatu media dapat diterima dengan baik atau tidak oleh *target audience.* Peranan *font* pada perancangan media promosi berbasis komik ini sangatlah penting keberadaannya, hal ini dikarenakan semua proses dikerjakan melalui tehnik digital. Adapun beberapa jenis *font* yang digunakan dalam perancangan media promosi ini adalah sebagai berikut:

1. *Font* yang digunakan untuk Headline, Jenis *font* mengikuti *logotype* asli yang digunakan oleh serial *Kamen Rider Ex-Aid.*



Gambar III.4 Font Venus Rising
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

2. *Font* yang digunakan untuk *headline* halaman promosi acara.



Gambar III.5 Font Heroes Legend
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

3. *Font* yang digunakan untuk *sub headline.*



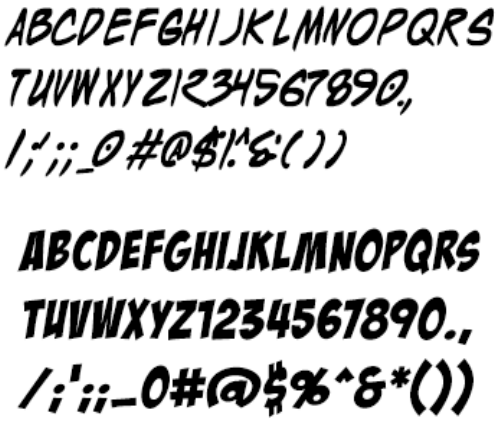
Gambar III.6 Font Cartoonish
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

4. *Font* yang digunakan untuk dialog dan narasi.



Gambar III.7 Font Komika Text
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

5. *Font* yang digunakan untuk efek teks dan dialog khusus.



Gambar III.8 Font Wyld Stallins Bold dan font BadaBoom
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi menurut Soedarso (1990, 1) (Seperti dikutip Raka Djati, 2017) adalah suatu seni lukis atau seni gambar yang diabadikan untuk kepentingan lain, yang dapat memberikan penjelasan atau mengiringi sebuah pengertian, umpamanya cerita pendek disuatu majalah. Begitu juga dengan sebuah media berbasis komik. Unsur Ilustrasi haruslah tersaji dengan kuat dan dapat dipahami maksudnya. Penggambaran Ilustrasi harus sinkron dengan dialog dan narasi yang sudah ditulis dalam media tersebut. Berikut ini adalah penjelasan lengkap mengenai komponen ilustrasi yang tersaji dalam rancangan media komik promosi:

a. Studi Karakter

   Penggambaran karakter dalam perancangan promosi acara melalui media komik ini sudah memiliki karakter asli yang kuat didalam tayangan film nya

sendiri. Tanpa bermaksud untuk merubah tokoh utama dalam karakter komik, hanya menambahkan beberapa karakter baru guna memberikan kesan berbeda dalam penyajian komik untuk keperluan promosi acara yang akan diselenggarakan di kota Bandung ini. Tokoh utama dalam serial *Kamen rider Ex-Aid* seperti Dokter Emu sebagai sang *Kamen Rider*, Perawat Poppy, direktur Dan Kuroto dan Monster *Bugster* kue badut menjadi karakter utama juga dalam perancangan komik ini. Karakter tambahan yang dibuat baru dan dimasukkan kedalam cerita komik ini adalah karakter Rizki dan ibunya yang berprofesi sebagai pembuat kue.

Sebagai referensi, studi karakter murni dipelajari dari setiap *scene* yang ada dalam serial film *Kamen Rider Ex-Aid* yang tayang di Jepang pada pukul tujuh pagi waktu *JST*. Selain melihat referensi dari tayangan serial asli film *Kamen rider Ex-Aid.* Beberapa gaya illustrasi yang tercipta dari produk game keluaran Bandai Namco pun diadaptasi didalam penggambaran perancangan komik ini. Mengingat perusahaan Bandai Namco games adalah perusahaan pendukung dan pemodal utama dalam setiap serial *Kamen Rider.*



Gambar III.9 Karakter Ilustrasi Media Utama dan Karakter Asli
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)



Gambar III.10 Karakter Ilustrasi Media Utama dan Karakter Asli
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

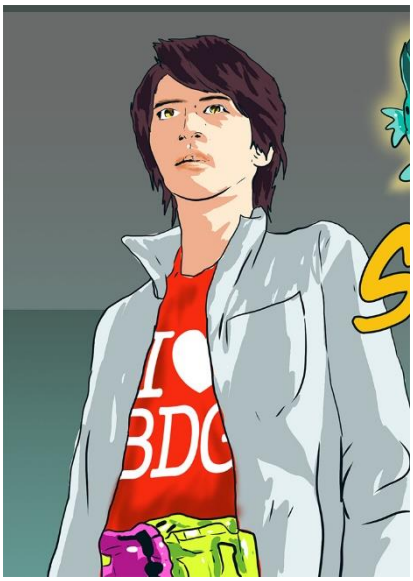
b. Penjelasan Karakter

- Dokter Houjou Emu

Data mengenai karakter asli Dokter Houjou Emu telah dikutip dari Terebi-kun (2016). Dokter Houjou Emu adalah seorang dokter muda yang sangat memprioritaskan pasiennya. Dokter Emu berfikir bahwa untuk menjadi seorang dokter, sang dokter dituntut untuk tidak mengabaikan perasaan pasiennya. Dokter Emu selalu berpesan bahwa pasien harus menjalani hidup dengan baik. Memahami perasaan pasien adalah caranya dalam mengobati suatu penyakit. Keinginan Houjou Emu untuk menjadi seorang dokter telah tertanam semenjak ia diselamatkan nyawanya oleh seorang dokter, 16 tahun lalu ketika dirinya berada dalam kondisi kritis, dan sang dokter tersebut memberikannya sebuah konsol *game* sebagai hadiah bagi kesembuhan Houjou Emu kecil. Semenjak saat itulah, Houjou Emu tumbuh menjadi seseorang yang sangat mengerti perasaan orang lain. Membantu pasien dalam menyembuhkan penyakitnya dan membuat pasien tersenyum dengan bermain konsol *game* bersama dengannya.

Karakter Houjou Emu adalah karakter utama asli yang terdapat dalam serial *Kamen Rider Ex-Aid.* Diperankan oleh aktor Hiroki Ijima. *Kamen Rider Ex-Aid* sendiri menggunakan form yang terbuat dari saripati karakter permainan konsol berjudul Mighty Action X yang diciptakan oleh direktur Dan Kuroto.

Penggambaran yang digambarkan dalam media komik murni berdasarkan sosok figur Dokter Houjou Emu sendiri. Penambahan ornamen baju bergambar *I LOVE BDG* dalam *tshirt* merah yang digambarkan, melambangkan seorang turis Jepang yang berusaha mencintai produk dalam negeri, khususnya kota Bandung dengan membeli sebuah *tshirt* ikonik yang sering dipakai pengunjung dari luar Bandung saat menjelajah di kota Bandung. Warna merah pada *tshirt* dan warna putih pada desain sablonnya melambangkan warna utama negara Indonesia yaitu merah putih. Diceritakan bahwa kedatangan dokter Emu beserta asisten suster Asuna atau Poppypipopapo ke kota Bandung adalah karena mendapat perintah dari direktur Dan Kuroto sebagai pemimpin perusahaan aliansi *Kamen Rider* untuk menghancurkan monster *Bugster* yang telah menginvasi dan menyerang warga kota Bandung.

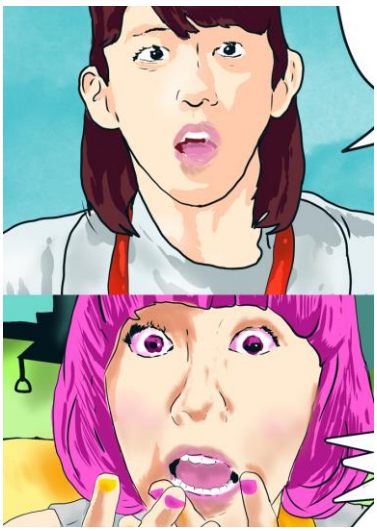


Gambar III.11 Karakter Dokter Houjou Emu
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

- Suster Asuna atau Poppypipopapo

  Karakter Suster Asuna sama seperti yang telah dikutip dari Terebi-kun (2016). Sebenarnya karakter suster Asuna atau Poppypipopapo ini bukanlah seorang manusia. Melainkan sebuah virus bugster baik yang diciptakan oleh direktur Dan Kuroto dan perusahaan GENM corporation dari sebuah karakter

permainan konsol berbasis *arcade*. *Arcade game* sendiri adalah sebuah konsol permainan yang tidak terfokus pada alur cerita, permainan yang sering dimainkan dikala senggang atau mengisi waktu luang ini hanya berfokus pada pemecahan skor nilai tertinggi saja. Sebuah *game* berjudul DoReMiFa Beat, dimana karakter Poppypipopapo akan menari dan bergerak sesuai dengan tombol yang akan ditekan. Sebuah *memory* gashat yang dipakai untuk berubah menjadi *Kamen Rider*, juga ada yang berasal dari konsol permainan ini, seperti gashat TokiMeki Crisis dan DoReMiFa Beat level 3 yang digunakan oleh Dokter Hiiro dan Poppypipopapo sendiri. Direktur Dan Kuroto menciptakan karakter bugster Poppypipopapo sebagai perwujudan dari data yang diisi oleh kebaikan dan kasih sayang ibunya sendiri yang telah meninggal saat direktur Dan Kuroto masih berusia remaja. Dan Kuroto berharap agar Poppypipopapo dapat menjadi penyayang dan berhati lembut seperti apa yang diharapkan. Poppypipopapo akhirnya ditugaskan sebagai asisten dari *Kamen Rider Ex-Aid*, hal ini dilakukan agar Poppypipopapo dapat ikut membantu dalam menyelamatkan umat manusia. Karakter suster Asuna atau Poppypipopapo diperankan oleh seorang aktris bernama Ruka Matsuda. Karakter digambarkan sama dengan pemeran asli serial *Kamen Rider* tersebut.



Gambar III.12 Karakter Asuna dan Poppypipopapo
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

- Direktur Dan Kuroto

  Seperti yang telah dikutip dari Terebi-kun (2016). Seorang pembuat permainan atau sering disebut *Game Master,* pemimpin sebuah perusahaan bernama GENM corporation. Seorang *Kamen Rider*. Direktur Dan Kuroto diberi julukan *Kamen Rider Genm* atau *dark mighty action X,* karena form dari *Kamen Rider* nya sama mengambil intisari dari sebuah *game* berjudul Mighty Action X. Selain mengembangkan beberapa judul permainan, direktur Dan Kuroto juga berfokus dalam pengembangan dari alat alat berubah *Kamen Rider*, seperti *gamer driver henshin belt, buggle driver* dan *gashat memory*. Didalam cerita komik, diceritakan bahwa Direktur Dan Kuroto menugaskan dokter Emu dan suster Asuna atau Poppypipopapo untuk pergi ke kota Bandung, dengan misi untuk menumpas virus *Bugster* yang menyerang warga kota Bandung. Direktur Dan Kuroto berkomunikasi dengan menggunakan panggilan video untuk mengetahui perkembangan misi yang dilaksanakan oleh dokter Emu dan Poppy di kota Bandung.



Gambar III.13 Karakter Dan Kuroto
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

- Rizki

  Seorang anak yang berasal dari Bandung. Diceritakan, Rizki adalah pasien yang telah terlacak oleh alat khusus pencari korban *Bugster* temuan direktur Dan Kuroto. Rizki Terkena infeksi virus *Bugster level 3,* virus tersebut berkembang menjadi wujud sempurna setelah menggerogoti tubuh dan jiwa korbannya. Penyebab utama dari terjangkitnya virus tersebut adalah karena faktor stress dan masalah yang diderita korban. Sebuah siasat dari monster

Bugster yang hampir memiliki wujud sempurnanya, monster tersebut menculik ibunda Rizki yang sedang bekerja sebagai seorang pembuat kue disebuah toko kue terkenal dikota Bandung. Dan penyebab awal Rizki mengidap penyakit yang berasal dari virus *bugster* pun adalah karena Rizki terus merasa sedih, stress dan kesepian. Kesibukkan dari sang Ibunda yang juga seorang *single parent,* membuat Rizki menjadi sangat merasa kesepian setibanya dirumah. Tokoh Rizki adalah karakter yang dibuat sengaja hanya ada didalam media utama komik. Hal ini dilakukan agar kesan Indonesia menjadi terasa. Meski penggambarannya masih terinspirasi dari salah satu tokoh yang ada didalam serial *Kamen Rider Ex-Aid* episode 11, yaitu tokoh Shuhei.



Gambar III.14 Karakter Rizki
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

- Ibunda Rizki

  Seorang *Single parent* yang bekerja disebuah toko kue yang sudah dirintis bersama almarhum suaminya beberapa tahun lalu. Seorang pekerja keras. Kesibukkan yang dialami membuat ibunda Rizki lupa akan kewajibannya, sangat sedikit sekali waktu yang disisihkan untuk bersama dengan Rizki. Sebuah karakter yang dibuat hanya untuk keperluan media komik, namun karakter ibunda Rizki ini terinspirasi dari serial *Kamen Rider Ex-Aid* episode 11 dan 12 yaitu ibunda dari tokoh Shuhei.



Gambar III.15 Karakter Ibunda Rizki
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

- Monster *Bugster*

  Sebuah perwujudan monster kuat *level* 3 yang sering menyerang anak kecil sebagai targetnya. Sebuah monster bercorak kombinasi kue dan badut, sesuai dengan kegemaran anak anak pada umumnya, namun dengan tampilan yang menyeramkan. Dalam tayangan serial *Kamen Rider Ex-Aid.* Monster ini pun sempat muncul pada episode awal penayangan, keunggulannya adalah sistem pertahanan diri yang kuat ketika menginjak level yang lebih tinggi. Monster *Bugster* badut kue inipun kalah ditangan *Kamen Rider Ex-Aid* level ketiga, yaitu dalam wujud form dari konsol game Gekitotsu Robots ciptaan perusahaan GENM corporation.



Gambar III.16 Karakter Monster *Bugster*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

- Karakter tambahan *Imagine Brothers*

  Imagine Brothers adalah sebuah karakter tambahan yang hanya ada didalam media komik promosi. Karakter ini tidak ada didalam serial ataupun tayangan lepas dari film *Kamen Rider Ex-Aid.* Namun meski begitu, karakter tersebut masih terinspirasi dari perubahan dokter Emu yang bertransformasi menjadi *Kamen Rider Ex-Aid* level 10 yaitu evolusi *gashat memory Mighty Brothers.* Merupakan sebuah *form* kolaborasi antara dokter Emu dan sosok *bugster* baik yang bersemayam didalam tubuhnya, yaitu Pallad. Pallad adalah sebuah nama dari karakter *game* yang dibuat oleh direktur Dan Kuroto. Pallad menginfeksi dokter Emu secara sengaja, hal itu dilakukan agar dokter Emu dapat bertransformasi menjadi seorang *Kamen Rider.* Fungsi dari karakter *imagine* ini terinspirasi juga dari sosok *imagine* yang hadir dalam serial *Kamen Rider Den-O* yang tayang pada tahun 2007 di Jepang dan 2010 di Indonesia lewat stasiun televisi TransTV, yaitu sebagai pelengkap dari form yang akan digunakan. Contohnya karakter *imagine* Momotaros sebagai pelengkap dan sumber kekuatan dari *Kamen Rider Den-O* merah. Namun didalam media komik promosi ini, sang *imagine* berubah terlebih dahulu menjadi *gashat* sebelum ikut bertransformasi menjadi *Kamen Rider.*

  Ilustrasi *Imagine* digambarkan dalam dua versi warna, yaitu warna merah muda bercorak *orange* dan warna hijau dengan corak warna *orange* juga pada bagian matanya. Pemberian warna sesuai dengan warna yang digunakan pada *gashat memory Mighty Brothers* level 10 yang menduplikat tubuh dokter Emu agar bisa berubah menjadi dua *rider*.



Gambar III.17 Karakter *Imagine Brothers*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

- Karakter tambahan *imagine Poppy*

  Serupa dengan karakter *imagine* diatas, karakter *imagine Poppy* ini juga tidak ada didalam serial televisi aslinya. *Imagine Poppy* juga bertugas dalam lingkup hal transformasi menjadi seorang *Kamen Rider*. Karakter *imagine Poppy* dapat berubah menjadi sebuah *gashat memory Tokimeki Crissis*. *Gashat* tersebut bertransformasi dengan sebuah *henshin belt* bernama *Buggle Driver* atau *Bugvisor* untuk merubah Poppypipopapo menjadi *Kamen Rider Poppy*. Bercorak mirip dengan karakter Poppypipopapo dan *Kamen Rider Poppy*, warna merah mudanya yang mendominasi, dengan dekorasi bondu khas Poppy membuat kesan feminim dari *Imagine* ini semakin terasa. Didalam media ilustrasi ini, karakter *Imagine Poppy* muncul dalam beberapa halaman komik. Terlebih pada saat Poppypipopapo merubah karakternya menjadi suster Asuna.



Gambar III.18 Karakter *Imagine Poppy*
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

c. Studi Latar

Studi latar tempat dilakukan dengan cara menonton dan mengamati latar lingkungan yang berada di dalam scene lokasi syuting serial *Kamen rider Ex-Aid* lewat pemutar video. Tanpa menghilangkan unsur lingkungan Jepang sepenuhnya, karena beberapa *scene* terlihat lebih bagus apabila diadaptasi langsung dari lingkungan aslinya, seperti kantor CR tempat dokter Emu bekerja. Namun penambahan beberapa objek atau *image* khas kota Bandung seperti Gedung sate dan Monumen Bandung Lautan Api ikut digambarkan kedalam halaman komik. Hal ini dilakukan agar anak anak sebagai *audience* bisa menebak dan menduga kode kode yang telah digambarkan sebelum akhirnya mereka mengetahui halaman promo yang disimpan diakhir cerita. Aksesoris dan benda yang melekat khas dengan budaya Indonesia dan lingkungan Jawa Barat juga ikut diperlihatkan, seperti memakai pakaian batik, menggunakan *tshirt* dengan tulisan *I Love BDG*, digambarkannya tiang listrik miring dengan kabel yang sedikit berantakan, penggunaan motor matik dengan warna merah putih dan hal lainnya digunakan sebagai pelengkap dalam latar.



Gambar III.19 Simbol Khas Kota Bandung Dalam Penggambaran Komik
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)

III.3.5 Warna

Penggunaan warna RGB sebagai warna standar tampilan layar perangkat digital seperti komputer, laptop, televisi, *smartphone* dan *device* lainnya digunakan didalam perancangan promosi acara berbasis komik ini. Mengacu kepada kuesioner yang sudah dilakukan sebelumnya, terbukti bahwa anak anak lebih menyukai warna dengan kontras yang terang ketimbang gelap. Tema warna asli dalam serial televisi *Kamen Rider Ex-Aid* sendiri memang mengusung warna warna neon. Kostum para *rider* pun terlihat terang dengan penggunaan intensitas warna yang beragam. Berikut ini adalah palet warna yang digunakan didalam media komik:



Gambar III.20 Warna warna yang digunakan dalam media
Sumber: Dokumentasi pribadi (2017)