BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran yang disasar untuk isi pesan dalam perancangan media informasi ini adalah sebagai berikut.

Demografis

- Jenis Kelamin : Laki-laki
- Usia : 12 - 22 tahun
- Status Sosial : Menengah atas

Geografis

Mencakup kota-kota di pulau Jawa terutama kota besar yang terjangkau jaringan internet dan terdapat toko buku.

Psikografis

Menurut Agustiani (2009) masa remaja dibagi menjadi tiga bagian yaitu.

1. Masa remaja awal (12-15 tahun)
   Pada masa ini remaja berusaha mengembangkan diri mencari sesuatu yang unik pada dirinya dan menjadi mandiri, juga remaja mencoba meninggalkan sifat ke kanak-kanakan.
2. Masa remaja pertengahan (15-18 tahun)
   Remaja pada masa ini mulai memiliki kemampuan berpikir baru, dan sudah dapat mengarahkan dirinya dan membuat keputusan-keputusan yang ingin dicapai.
3. Masa remaja akhir (19-22 tahun)
   Fase terakhir sebagai remaja memasuki peran-peran dewasa, pada masa ini remaja telah memiliki keinginan yang kuat dan matang untuk diterima oleh kelompok-kelompoknya.

Secara psikografis remaja dalam tumbuh kembangnya memiliki beberapa minat dan minat remaja digunakan untuk menyasar khalayak adalah minat terhadap remaja, menurut Harlock (1980) minat membaca adalah bentuk rekreasi remaja yang suka

membatasi waktu, dengan pola konsumsi yang senang menghabiskan uang pada hobi, seperti mengoleksi buku yang dibeli di toko buku atau pergi ke acara festival buku dan semacamnya.

Consumer Journey

Salah satu kebiasaan khalayak sasaran dalam menghabiskan waktu luangnya adalah dengan membaca buku dan menjelajah internet. Khalayak sasaran pada umumnya banyak menghabiskan waktunya untuk belajar di sekolah atau dikampus selama 6 jam hingga 8 jam, lalu beristirahat ketika sore dan malam hari waktu beristirahat biasanya di gunakan untuk membaca buku seperti novel dan komik, bermain *video game* dan menjelajah internet. Berikut adalah tabel consumer journey khalayak secara umum.

Tabel III.1 *Consumer Journey*

Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

No	Waktu	Kegiatan	*Point Of Contact*
1	05.00-07.30	Bangun tidur, bermain *handphone*, Sarapan, mandi, berangkat ke kampus / sekolah.	Poster, *handphone*, tas dan alat tulis
2	07.30-12.00	Belajar di sekolah atau kampus,	Buku catatan, alat tulis
3	12.00-13.00	Istirahat makan siang	*handphon*e
4	13.00-15.00	Belajar di sekolah atau kampus, kegiatan ekstrakulikuler.	Buku catatan, alat tulis, *handphone*, *X-Banner*, Poster.
5	15.00-18.00	Pulang ,Istirahat, baca komik, nonton film, bermain *videogame*, menjelajah internet	Poster, Baliho, Sosial Media, Laptop / komputer.
6	18.00-21.00	Istirahat, Makan malam diluar rumah.	Poster, flyer, Baliho, *Handphone*.
7	21.00-05.00	Bermain handphone, *chatting*,Tidur.	Sosial media, *handphone*.

III.2 Strategi Perancangan

Dalam merancang media informasi diperlukan sebuah strategi perancangan yang dapat memberikan informasi yang tepat kepada khalayak. Khalayak yang disasar pada perancangan ini adalah remaja yang gemar membaca sebuah cerita dengan

ilustrasi yang dapat membantu memperjelas cerita, maka dipilihlah komik yang menggabungkan antara teks dan visual dengan porsi yang seimbang dan dikemas secara ringan. Pada perancangan media informasi ini kisah yang diangkat adalah kisah tokoh Sang Hyang Antaboga dalam menjadi dewa dan mendapatkan Saptapratala, dengan menggunakan alur cerita pada *lakon* wayang "Antareja Lahir" dimana pada cerita tersebut Antareja akan diadu kekuatan dengan Nagabaginda untuk memperebutkan Saptapratala dan istana Jangkarbumi, selain itu dengan menambahkan kilas balik untuk memperkuat tokoh Sang Hyang Antaboga dalam cerita, maka diberikan sedikit unsur cerita *carangan* agar cerita lebih mudah dipahami Khalayak.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang akan disampaikan kepada khalayak dalam perancangan media informasi ini adalah memberikan informasi mengenai tokoh wayang Sang Hyang Antaboga dan menceritakan *lakon* wayang yang jarang ditampilkan dalam cerita pewayangan.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Solihat dan Solihin (2014) menjelaskan bahwa komunikasi adalah sebuah proses yang terjadi dari sebuah pikiran seseorang yang akan menyampaikan pesan atau informasi, yang selanjutnya dilambangkan baik berupa ucapan atau isyarat dengan melakukan transmisi berupa media hingga dapat diterima komunikan. Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam perancangan ini adalah dengan menggunakan teks narasi dan ilustrasi visual yang mudah ditangkap dan informasi yang diberikan dilakukan secara tidak langsung melalui cerita, maka dari itu komik dinilai cocok sebagai media pendekatan komunikasi.

Pendekatan verbal

Pendekatan verbal yang digunakan dalam perancangan komik ini menggunakan bahasa Indonesia yang formal karena mengikuti latar cerita pada komik yang berlatar di kerajaan.

Pendekatan visual

Pendekatan visual yang digunakan dalam perancangan komik ini menggunakan gaya yang cenderung ke arah komik silat cina agar mencirikan komik aksi dengan beberapa perpaduan gaya gambar seperti *chibi* dan *manga* agar lebih dapat diterima oleh kalangan remaja saat ini. Pada bagian ilustrasi pada media ini juga akan diberikan beberapa panel yang dinamis agar lebih mudah diterima khalayak. Untuk memperkuat kesan Indonesia dalam komik latar tempat akan mengambil bangunan seperti candi, serta tokoh-tokoh dalam komik ini juga menggunakan hiasan kepala, kalung dan gelang seperti tokoh wayang.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory adalah istilah untuk sebuah lembaga yang bertugas memberikan mandat untuk dasar sebuah media Informasi untuk dipublikasikan kepada khalayak. Pemberi mandat dapat berupa sebuah lembaga swasta atau lembaga pemerintahan yang menangani masalah umum atau masalah sosial dalam masyakat.

Pada perancangan media ini lembaga yang bekerja sama adalah Bentang Komik, sebagai salah satu penerbit komik di Indonesia yang tergabung dalam kedalam kelompok Mizan, Bentang Komik sudah banyak menerbitkan komik indonesia bertema fantasi terutama untuk lini remaja.



Gambar III.1 Logo Bentang Komik.
Sumber : http://m-sandbox.hol.es/publisher/pub.php?id=19 (2018).

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang ingin disampaikan pada komik ini adalah kisah asal usul tokoh Sang Hyang Antaboga dalam perjalanannya sehingga diangkat menjadi dewa dan mendapatkan gelar Nagaraja. Isi pesan yang ingin disampaikan adalah nilai moral yang dapat diambil dari tokoh Sang Hyang Antaboga.

Pada isi cerita dalam perancang komik ini tokoh Sang Hyang Antaboga adalah tokoh yang bersabar dan tulus setelah lama bertapa menunggu hasil pertapaan, Sang Hyang Antaboga justru dituduh mencuri Cupu Linggamanik oleh para dewa. dengan tulus Sang Hyang Antaboga memberikan Cupu Linggamanik hasil pertapaannya, selain itu ketulusan Sang Hyang Antaboga yang lain adalah ia menolong para dewa mendapatkan Tirta Amerta tanpa meminta imbalan.

III.2.5 Gaya Bahasa

Menurut Minderop (2005) gaya bahasa adalah bahasa yang biasa dipakai dalam gaya literal untuk menjelaskan sebuah objek atau orang. Dengan menggunakan gaya bahasa sebuah pemaparan imajinatif menjadi lebih berkesan dan terlihat segar. Gaya bahasa yang digunakan pada perancangan komik ini menggunakan makna denotatif atau sesuai dengan makna yang sebenarnya tanpa kiasan atau makna rekaan. Pada komik ini cerita dibawakan secara naratif yang menjelaskan setiap kejadian yang berlangsung dalam cerita serta diikuti oleh dialog antar tokoh yang membangun cerita.

III.2.6 Strategi Kreatif

Dalam perancangan komik ini diperlukan beberapa strategi kreatif agar dapat menarik khalayak sasaran.

Copywriting

Judul komik dalam perancangan ini adalah “Naga Saptaratala” kata Naga dalam judul komik diambil karena bangsa naga dijadikan sebagai obyek utama dalam cerita, sedangkan Saptapratala adalah setting tempat pada cerita dalam komik ini.

Teknik Bercerita

Untuk menyampaikan informasi secara rinci melalui cerita diperlukan sebuah tehnik bercerita yang tepat, alur teknik bercerita yang digunakan pada perancangan ini adalah menggunakan alur campuran atau penggabungan antara alur cerita maju dan alur cerita mundur. Sudut pandang yang digunakan adalah sudut pandang campuran antara sudut pandang orang ketiga serba tahu dan sudut pandang orang pertama yang bercerita mengenai pengalamannya.

Sinopsis

Sang Hyang Antaboga mendapat sebuah surat dari Nagabaginda raja sebelumnya dari istana Jangkarbumi dan khayangan Saptapratala yang meminta haknya kembali untuk berkuasa di khayangan Saptapratala serta meminta Nagagini menyerahkan anaknya yang masih bayi. Nagagini anak Sang Hyang Antaboga bertanya kepada Antaboga tentang siapa itu Antaboga, Sang Hyang Antaboga bercerita panjang lebar mengenai masalalunya tentang perjalanannya menjadi dewa dan menguasai saptapratala.

Setelah Sang Hyang Antaboga bercerita mengenai kisah masalalunya, tiba hari dimana Nagabaginda datang ke Jangkarbumi untuk mengambil tahtanya kembali, tetapi Sang Hyang Antaboga menolak ia mempunyai siasat untuk mempertahankan Saptapratala yaitu dengan mengadukan kekuatan Antareja anak bayi Nagagini dan Nagabaginda. Antareja berhasil mengalahkan Nagabaginda dan akhirnya Saptapratala dan istana Jangkarbumi berhasil dipertahankan.

III.2.7 Strategi Media

Media Utama

Media utama yang digunakan pada perancangan ini adalah komik. Menurut Scott Komik adalah kumpulan gambar dan lambang yang terjuktaposisi dalam urutan tertentu untuk menyampaikan informasi untuk mencapai tanggapan estetis dari pembaca (Mc Cloud, 2001). .Dipilihnya komik dalam penyampaian informasi ini karena komik masih dapat menyajikan informasi melalui penggambaran visual.

Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan untuk menyertai media utama adalah sebagai berikut.

- Media promosi

  komik ini akan diterbitkan secara *one shoot* atau satu jilid tamat, komik ini akan dirilis pada event Popcon Asia yang diadakan pada bulan September. Maka dari itu sebelum komik ini terbitkan dibutuhkan media promosi yang berupa Sosial media untuk menginformasikan keberadaan buku, juga media promosi ketika komik dirilis pada event Popcon Asia yaitu *X-Banner* dan Flyer.
- Media Kreatif

  Media kreatif berfungsi sebagai pengingat terhadap media utama maka diperlukan media berupa *merchandise* yang dapat digunakan oleh khalayak sasaran seperti : gantungan kunci, Poster dan Tempat pensil.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Komik ini akan dirilis pada event Popcon Asia yang akan diselenggarakan pada bulan 22-23 September 2018 di Indonesia *Convention Exhibition* BSD Tanggerang. Distribusi dan penyebaran media akan dilakukan berdasarkan waktu seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel III.2 waktu penyebaran dan distribusi media.
Sumber: Dokumentasi pribadi (2018)

MEDIA	Jul				Agustus				September				Oktober			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Flyer	√				√				√							
Poster Promosi	√				√				√							
Sosial media	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Komik											√	√	√			
X-banner											√	√	√			
Tempat pensil											√	√				
Poster *Merchandise*											√	√				
Gantungan Kunci											√	√				
Phonecase												√	√	√	√	√
Kaos												√	√	√	√	√
Buku Catatan											√	√				

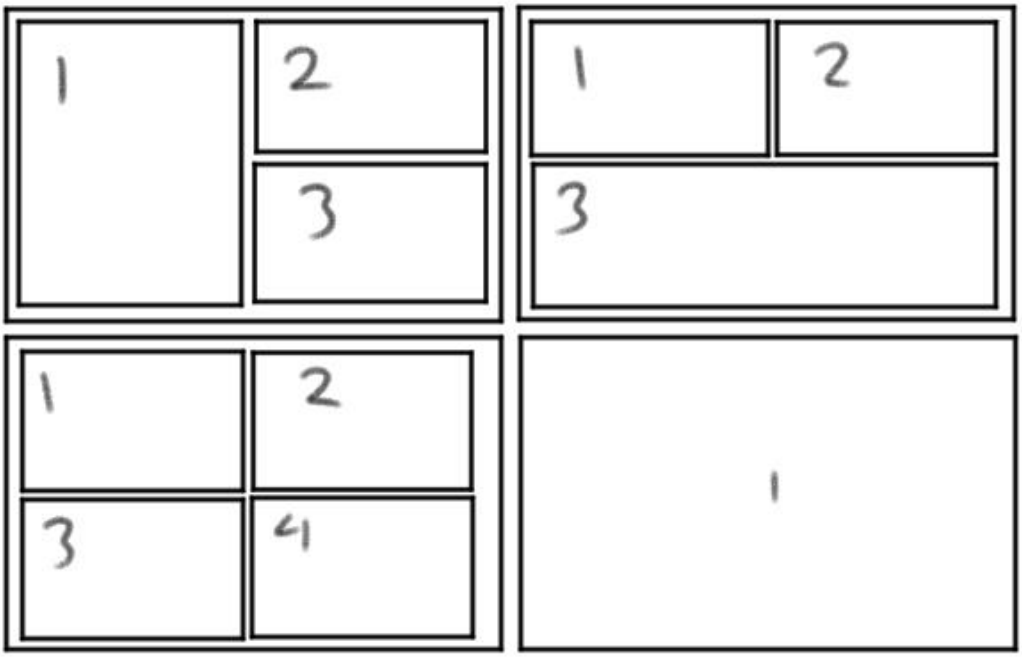
III.3 Konsep Visual

III.3.1 Format Desain

Format desain untuk bentuk halaman pada komik ini memanjang atau lanskap dengan ukuran 20,5 cm x 16.3 cm. Ukuran tersebut mengikuti rasio standar yang umum digunakan untuk komik lanskap, agar memudahkah untuk dibaca dan dipengang. Kertas yang digunakan adalah *Artpaper* 150 gsm, Cover menggunakan *artpaper* 280 gsm laminasi *doff*. isi pada komik ini dibuat berwarna agar menambah kesan dramatis dan membangun suasana komik.

III.3.2 Tata Letak

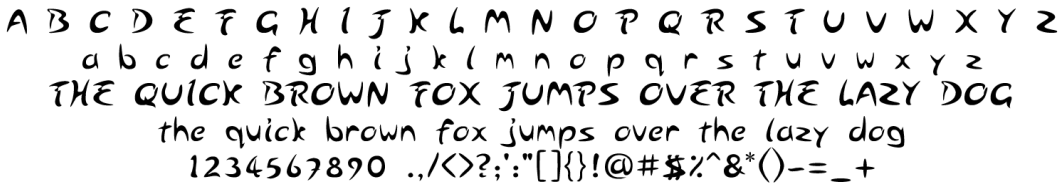
Tata letak atau *layout* dalam komik sebuah komik umumnya berupa kumpulan panel yang tersusun. Panel-panel tersebut berfungsi untuk menunjukan dimensi ruang dan rentang waktu yang terpisah dan lebih di isi oleh isi panel tersebut (Mc Cloud, 2001). Jenis tata letak panel yang digunakan dalam perancangan komik ini adalah tata letak yang dinamis agar menyesuaikan dengan alur adegan agar tidak terasa kaku. Tata letak panel juga mempengaruhi arah baca dan arah baca yang digunakan pada komik ini adalah dari kiri ke kanan sesuai dengan arah baca pada komik lokal pada umumnya. Penempatan balon kata dan teks mempengaruhi arah baca pada komik, selain arah baca penyesuaian adegan dan alur waktu juga dipengaruhi ukuran panel, ukuran panel bisa menandakan alur waktu cepat atau lambat sebuah adegan, atau menandakan seberapa penting adegan tersebut. berikut adalah konsep *layout* pada komik



Gambar III.3 layout komik
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018).

III.3.3 Tipografi

Sihombing (2001) mengemukakan bahwa tipografi adalah pengetahuan mengenai huruf yang dapat dipelajari dalam disiplin seni. Huruf menjadi salah satu elemen penting yang digunakan pada perancangan media komik dan media pendukung lainnya, berikut adalah penjabaran huruf yang digunakan dalam perancangan media ini.



Gambar III.4 *font* Arabolic.ttf oleh Geoffrey Johnston.
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

Font Arabolic ini termasuk kedalam jenis *font Script* yang menyerupai goresan kuas, *font* ini memiliki kesan yang gesit dan lincah, cocok digunakan sebagai judul pada komik yang bertema aksi.



Gambar III.5 Logo Komik.
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018).

Pada bagian monolog dan dialog yang terdapat dalam balon kata pada komik ini menggunakan *font* CC Wild Words Int, *font* ini umum digunakan pada komik luar yang diterjemahkan kedalam bahasa indonesia dan didistribusikan di indonesia.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG
1234567890 . , / < > ? ; ' : " ⇀ ↽ ¡ ! @ # $ % ^ & * ( ) - = _ +

Gambar III.6 *font* CC Wild Words Int.ttf oleh comicraft.
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018).

Untuk bagian *sound effect* pada komik ini menggunakan *font* CC Zoink, *font* ini termasuk kedalam kategori *font Bold* sehingga tepat digunakan sebagai *font* untuk mengisi efek suara seperti ledakan dan pukulan.

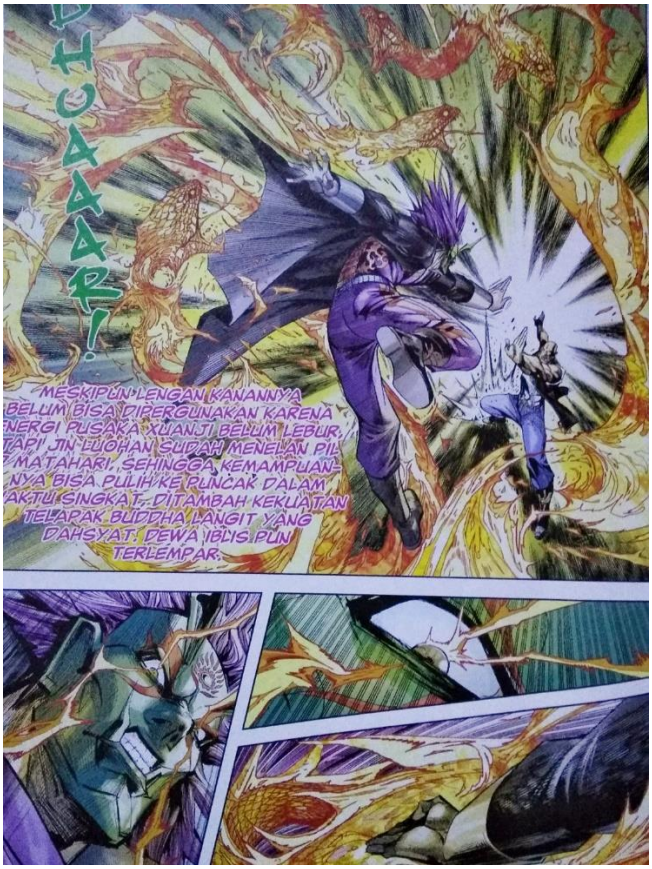
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG
the quick brown fox jumps over the lazy dog
1234567890 . , / ? ; ' : " ! # $ % - =

Gambar III.7 *font* CC Zoink.ttf oleh comicraft.
Sumber : Dokumentasi pribadi (2018).

III.3.4 Ilustrasi

Untuk membawakan sebuah cerita dalam komik maka diperlukan sebuah ilustrasi yang dapat memberikan kesan dan pesan. Rohidi (1984) menjelaskan bahwa

ilustrasi dalam seni rupa sebagai penggambaran sesuatu melalui sebuah rupa untuk menjelaskan atau memperindah teks, agar pembaca dapat menikmati sifat, gerak dan kesan dari sebuah cerita yang dibawakan. Agar sebuah komik dapat menyampaikan sebuah pesan yang efektif diperlukan sebuah ilustrasi yang dapat menjadi sebuah elemen pengantar sebuah pesan.



Gambar III.41 Referensi gaya ilustrasi
Sumber :Dokumentasi pribadi (08-08-2018)

Gaya ilustrasi yang digunakan pada perancangan komik ini adalah gaya komik silat cina atau gaya *manhua*, gaya ilustrasi manhua dipilih karena gaya ilustrasi ini dipilih karena gaya ini memberikan kesan komik aksi yang kuat dan juga dapat menjadi pembaruan untuk remaja yang biasa membaca komik dengan *manga*.

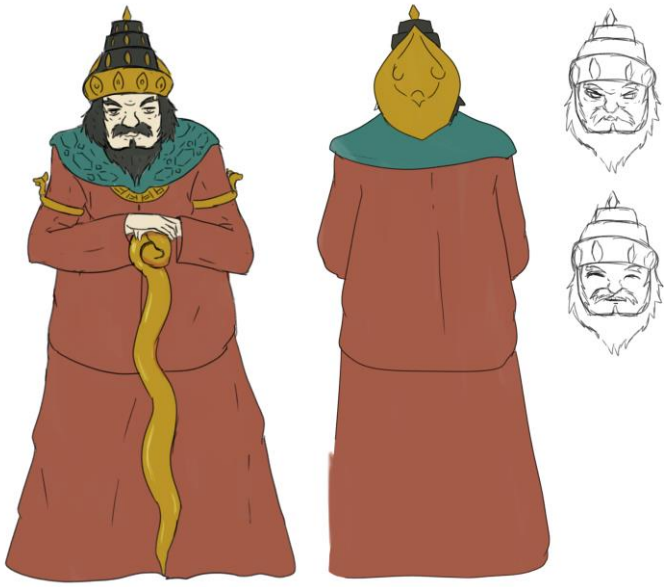
III.3.4.1 Studi Karakter

Dalam perancangan komik ini terdapat beberapa karakter tokoh utama dan tokoh pendukung. Karakter tokoh utama dalam komik ini Sang Hyang Antaboga, tokoh Sang Hyang Antaboga pada komik ini memiliki 4 bentuk yang disesuaikan dengan latar waktu dan cerita dalam komik ini.



Gambar III.9 Referensi Sang Hyang Antaboga
sumber : Dokumentasi pribadi (2018).

Sang Hyang Antaboga Tua digambarkan memiliki kumis dan janggut yang cukup lebat juga postur tubuh yang sedikit membungkuk, warna dominan pada design tokoh sang hyang antaboga ini merah, mengikuti wanda pada tokoh sang hyang antaboga wujud dewa pada wayang kulit.



Gambar III.10 Desain Sang Hyang Antaboga Tua
sumber : Dokumentasi pribadi (2018).

Selain wujud Sang Hyang Antaboga tua yang menjadi dewa juga terdapat wujud Sang Hyang Antaboga ketika pertama kali dinobatkan sebagai dewa.



Gambar III.11 Desain Sang Hyang Antaboga Wujud Dewa
sumber : Dokumentasi pribadi (2018).

Dalam wujud Dewa Sang Hyang Antaboga tampak lebih muda dengan berpostur tegap kumis tipis dan janggut yang tidak terlalu lebat juga memiliki tatapan mata serius, selain itu motif batik pada pakaian Sang Hyang Antaboga wujud dewa dalam wayang kulit diganti dengan tekstur sisik ular agar kesan tentang naga pada wujud dewa tetap terlihat.



Gambar III.12 Referensi Sang Hyang Antaboga wujud naga
sumber : (a) http://tokohwayangpurwa.blogspot.co.id/2012/02/anantaboga-gaya-yogyakarta.html (15-01-2018)
(b) https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/b/b2/220px-The_Ancient_Javanese-Balinese_Dragon_Antaboga.gif (08-08-2018).
(c) Dokumentasi pribadi (2018).

Selain wujud dewa Sang Hyang Antaboga juga memiliki wujud naga, desain wujud naga terbagi menjadi dua yaitu wujud Nagasesa atau wujud Sang Hyang Antaboga ketika muda dan Antaboga wujud naga ketika sudah mendapat gelar dewa.



Gambar III.13 Desain Nagasesa (Sang Hyang Antaboga muda) dan Sang Hyang Antaboga wujud Naga.
sumber : Dokumentasi pribadi (2018).

Selain itu terdapat beberapa karakter tokoh utama lainnya dalam cerita ini seperti Nagagini anak perempuan Sang Hyang Antaboga, Antareja cucu Sang Hyang Antaboga dan Nagabaginda lawan tanding Sang Hyang Antaboga.



(a) (b)

Gambar III.14 Desain karakter Nagagini dan referensi.
sumber : (a) Dokumentasi pribadi (2018).
(b) https://wayangku.wordpress.com/2008/09/03/dewi-nagagini/ &
https://media.tabloidbintang.com/files/thumb/via-vallen_sen180118_6.jpg/745 (08-08-2018).

Desain Nagagini dibuat menggunakan pakaian sederhana tanpa motif batik tetapi tetap menggunakan perhiasan untuk menandakan bahwa Nagagini adalah seorang Putri Istana.



(a) (b)

Gambar III.15 Desain karakter Antareja dan referensi.
sumber : (a) Dokumentasi pribadi (2018).
(b) https://vignette.wikia.nocookie.net/saintseiya/images/0/01/Bronze_-_Dragon_Shiryu_V1.jpg/revision/latest?cb=20100126003735 &
https://www.pitoyo.com/duniawayang/galery/details.php?image_id=574. (08-08-2018).

Desain wujud Antareja adalah seorang pemuda berambut panjang dengan tatapan tajam, dan sebagian tubuhnya bersisik seperti ular. rambut panjang terurai kebawah memberikan kesan yang gagah dan maskulin.



(a) (b)

Gambar III.16 Desain karakter Nagabaginda dan referensi.
sumber : (a) Dokumentasi pribadi (2018).
(b) https://www.dreamstime.com/character-traditional-puppet-show-wayang-kulit-java-indonesia-nagabaginda-image110844503. (08-08-2018).

Desain Nagabaginda mengikuti bentuk dari bentuk wayang kulitnya dengan penambahan ekor yang berkuncup sebagai salah satu ciri dari Naga Jawa. Selain para tokoh utama terdapat juga beberapa tokoh sampingan dalam komik ini diantaranya Batara Guru, Batara Indra dan Pimpinan Para Asura.



Gambar III.17 Desain karakter pendukung.
sumber : Dokumentasi pribadi (2018).

III.4.2 Studi Latar

Latar tempat pada komik ini berlatar fiktif dan fantasi disebuah kahyangan bernama Saptapratala, latar Saptapratala berada dibawah tanah dengan sebuah bangunan istana bernama Istana Jangkarbumi yang berbentuk seperti candi yang memiliki bentuk patung kepala naga pada bagian pintu masuk candi.



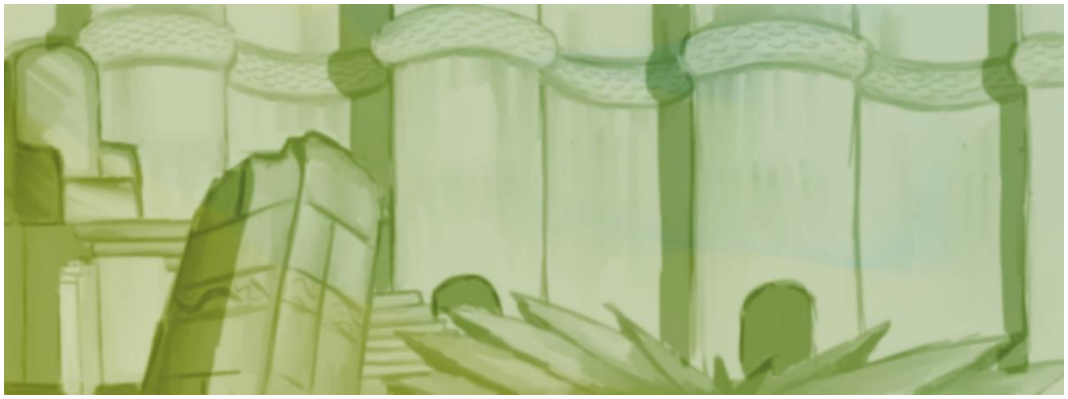
Gambar III.18 Studi Bangunan
sumber : (a) Dokumentasi pribadi (2018).
(b) https://pixabay.com/id/candi-candi-prambanan-598969/ (08-08-2018).

Selain bentuk bangunan, untuk interior dalam istana juga digunakan untuk memperkuat latar tempat pada komik.



Gambar III.19 Referensi Interior
sumber : http://frc.proboards.com/thread/8507/collection-pictures?page=64. (08-08-2018).

Referensi interior digunakan pada bagian *cover* komik untuk membangun latar tempat istana Jangkarbumi saat Sang Hyang Antaboga dan Nagabaginda bertarung.



Gambar III.20 Interior
sumber : Dokumentasi pribadi (2018)

III.3.5 Warna

Warna yang digunakan pada perancangan komik ini adalah dominan hijau dan kuning, Warna hijau diambil dari warna dominan sisik naga dalam pewayangan dan kuning gradasi ke jingga membentuk kesan warna keemasan, warna kuning keemasan diambil dari warna perhiasan tokoh wayang yang seperti mahkota, kalung dan gelang dari bahan emas. Berikut adalah warna yang diaplikasikan dalam logo komik Naga Saptapratala.



Gambar III.24 Studi warna
sumber : Dokumentasi pribadi (2018).