

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

Setelah mengidentifikasi dan memperoleh data pada bab sebelumnya maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap data tersebut. Hal ini sangat membantu sebagai landasan menentukan konsep perancangan yang akan digunakan pada bab selanjutnya.

A. Analisis Data

1. Segmentasi

- Demografis
 - a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
 - b. Usia : 13-30 tahun
 - c. Ekonomi : Masyarakat ekonomi menengah keatas
 - d. Agama : Semua Agama
 - e. Pendidikan : SMP hingga Perguruan Tinggi
- Geografis
 - a. Wilayah khusus : Jawa Tengah dan Jawa Timur
 - b. Wilayah umum : Indonesia
- Psikografis

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa target audience dari Komik Digital Legenda Kutukan Setonogedong adalah masyarakat yang memiliki hobi membaca komik,

menyukai misteri, bangga akan kisah asli Nusantara, serta lebih suka membaca komik dengan tema yang ringan. Pola perilaku remaja sekarang besar dipengaruhi oleh tayangan film dan sinetron bergenre komedi, romance, mistis. Maka dari itu, tiga genre ini akan digunakan sebagai inti dari perancangan komik ini agar sesuai dengan minat pembaca milenial.

- Behavior

Remaja masa kini lebih sering mengabdikan waktunya menggunakan gadget kesayangan, entah itu membuka media social, bermain game, atau membaca komik. Komik digital di era pandemic corona ini lebih diuntungkan karena pembaca tidak diharuskan berinteraksi keluar rumah untuk membeli komik, cukup dengan smartphone maka mereka sudah dapat membaca komik secara digital.

2. USP (Unique Selling Proposition)

Legenda kutukan Setonogedong merupakan salah satu mitos yang belum pernah dituliskan secara mendetail, hanya sebatas kisah yang disebarkan melalui lisan masyarakat jaman dahulu di area yang kecil (Setonogedong, Pakelan, Pocanan, Kemas), dan juga belum pernah ada komik yang mengangkat kisah ini. Selain itu, kisah ini memiliki hikmah yang bisa didapat agar selalu memperlakukan orang lain dengan hormat dan saling mengayomi.

3. ESP (Emotional Selling Proposition)

Mitos kutukan Setonogedong diharapkan mampu mengubah pola pikir masyarakat yang telah membaca komik ini, karena bagi mereka yang sering memperlakukan manusia lain dengan tidak sopan, ada perasaan takut apabila orang tersebut memiliki kekuatan ghoib yang bagi penduduk Indonesia masih sangat dipercayai keberadaannya. Rasa takut akan diguna-guna menggunakan ilmu hitam akan membuat maka para pendengar kisah ini lebih menjaga tutur dan perilaku mereka di masyarakat.

4. Positioning

Positioning dalam perancangan Komik Digital Legenda Kutukan Setonogedong adalah dengan membuat sebuah komik dengan style manga atau komik Jepang, yang ditujukan kepada generasi muda milenial Indonesia, dengan rentang umur 13 hingga 30 tahun, dan minimal telah memasuki bangku SMP. Area wilayah khususnya meliputi Jawa Tengah dan Jawa Timur karena kisah ini lebih dekat dengan masyarakat Jawa, namun untuk wilayah umum mencangkup seluruh Indonesia agar kisah ini lebih dikenal luas.

Kisah komik ini ditujukan kepada pembaca yang menghabiskan waktunya dengan membaca komik digital di gadget mereka masing, masing. Tema yang diangkat adalah komedi,

romance, dan misteri karena ketiga tema ini merupakan tema yang paling laku di pasaran komik Indonesia, di media digital maupun cetak. Sedangkan pada komik Legenda Setonogedong ini berfokus pada media digital, karena pasar komik Indonesia saat ini didominasi oleh platform-platform komik digital seperti Ciayo, Line Webtoons, Koomik, dan lain-lain. Ada pula faktor luar yang mempengaruhi yaitu virus corona, menyebabkan seluruh penduduk Indonesia maupun dunia lebih sering diam di rumah, bermain dengan gadget kesayangan, hal ini membuat komik digital menjadi salah satu media hiburan yang murah, mudah, dan ringan.

Kisah ini juga belum pernah diwujudkan dengan media komik, sehingga membuat kisah ini unik. Adapula nilai-nilai kehidupan yang bisa dijadikan pembelajaran dalam bersikap untuk generasi muda agar selalu menjaga tutur katanya dan memperlakukan seluruh manusia dengan sopan.

B. Strategi Kreatif

Tujuan perancangan komik digital Legenda Setonogedong adalah sebagai media untuk mengenalkan kisah daerah di Nusantara yang masih sangat jarang orang lain dengar. Untuk itu perlu dikembangkannya strategi kreatif berdasarkan analisa data legenda Setonogedong

1) Konsep Estetik

a) Karakter

Karakter adalah elemen penting dalam pembuatan komik. Karakter merupakan tokoh atau pemeran yang digunakan untuk menjelaskan dan menceritakan alur di dalam komik, tanpa karakter, komik tidak akan bisa tercipta atau menceritakan.



Gambar 10 : Levius Est
Oleh : Frank Cho (2012)

Karakter komik harus memiliki sifat, kelebihan, dan kekurangan agar komik menjadi menarik. Karakter juga yang membuat pembaca menjadi semangat dalam membaca jika mereka merasa karakter pada

sebuah komik mewakili dirinya atau memiliki pandangan yang sama, terkesan “*relatable*” sehingga menciptakan simpati pembaca.



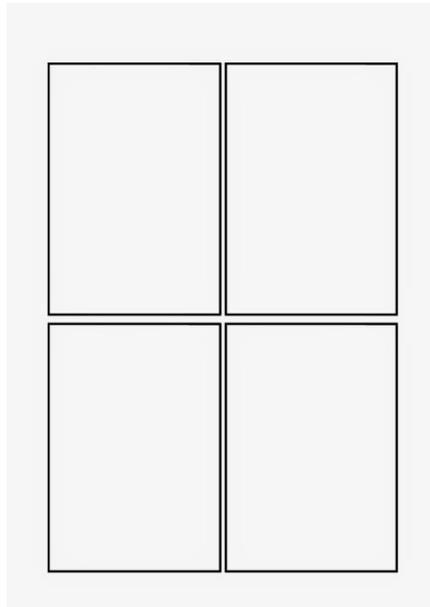
Gambar 12 : Sun Ken-Rock
Oleh : Boichi (2006)

Kunci agar karakter dalam komik menarik adalah memiliki kelebihan dan kekurangan, karena jika sebuah karakter hanya memiliki kelebihan, dapat dikategorikan karakter itu “Garry Stu” jika laki-laki, atau “Marry Sue” jika perempuan. Sebutan ini dialamatkan ke karakter yang terlalu sempurna atau terlalu kuat sehingga membuat komik menjadi membosankan.

b) Panel

Di dalam komik terdapat panel atau panelling yang merupakan komponen dasar dalam pembuatan komik, digunakan untuk

menghubungkan adegan satu dengan yang lainnya. Di dalam satu halaman komik terdapat 2 hingga 8 panel, namun jumlah panel yang efisien untuk komik yang mudah dibaca maksimal berjumlah 6.

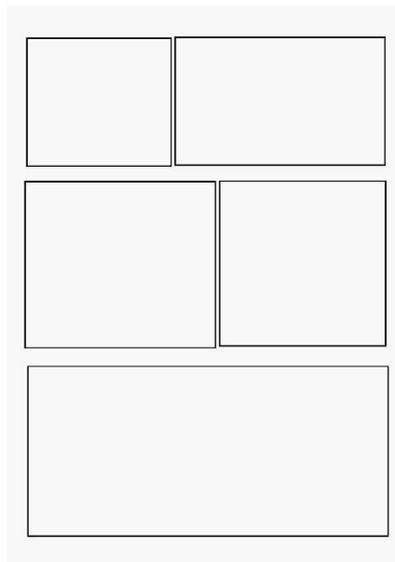


Gambar 13 : Panel Sederhana
Oleh : Jeremmya Devin (2020)

Teknik paneling yang digunakan oleh penulis adalah teknik panelling komik Jepang atau *manga*. Teknik panelling manga lebih mudah dibaca dan terlihat lebih teratur, karena mengacu pada teori-teori yang telah digunakan oleh banyak komikus profesional Jepang seperti Inio Asano (*Oyasumi Punpun*, *Dead Dead Demon's Dededede Destruction*, *Solanin*), Tsutomu Nihei (*Blame*, *Abara*, *Knight of Sidonia*), Katsuhiro Otomo (*Akira*), Takehiko Inoue (*Vagabond*, *Slam Dunk*).

Teknik paneling Jepang menggunakan jarak, antara panel kanan dan kiri harus berdempetan atau memiliki jarak yang berdekatan,

sedangkan untuk panel atas dengan bawah harus lebih lebar. Hal ini dikarenakan agar memudahkan pembaca dalam membedakan antara panel kiri-kanan dengan atas-bawah. Transisi sederhana antar panel inilah yang membuat panelling Jepang lebih superior dibandingkan komik Western.



Gambar 14 : Panel Rumit
Oleh : Jeremmy Devin (2020)

c) **Typography**

Setiap komik memiliki typography yang digunakan untuk dialog antar karakter atau deskripsi yang menjelaskan kisah komik tersebut. Font yang digunakan penulis adalah **Anime Ace**, karena mayoritas manga Jepang yang telah di terjemahkan ke dalam Bahasa Inggris atau Bahasa Indonesia menggunakan jenis typography ini.



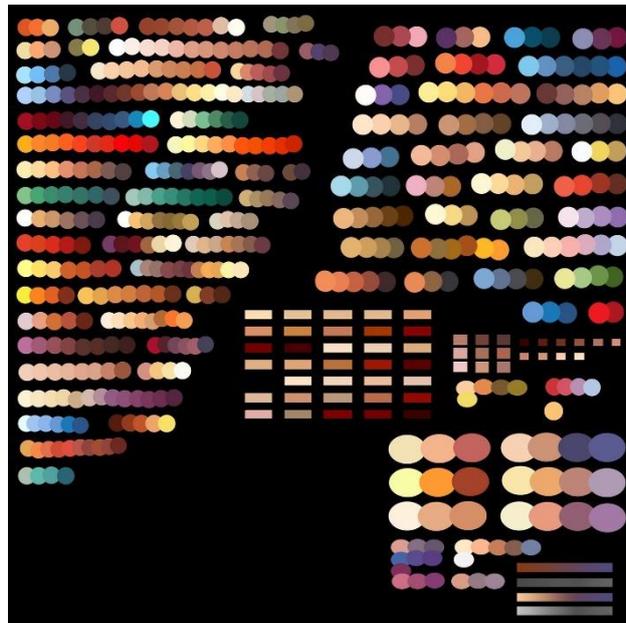
Gambar 15 : Font Anime Ace
Oleh : Jeremmya Devin (2020)

Meskipun terdapat jenis typography yang lebih terkenal yaitu **Comic Sans**, namun para komikus cenderung menjauhi jenis typography ini karena susah dibaca dan terlalu sering digunakan untuk keperluan desain murahan.

d) Warna

Warna merupakan elemen yang membantu pembaca mengidentifikasi objek dengan lebih jelas. Di dalam dunia komik, komik berwarna lebih populer di pasar komik Western/ Barat seperti Marvel dan DC, karena komik yang berwarna terkesan “jadi”, namun berbeda pada komik-komik Jepang yang menggunakan warna hitam putih pada bagian dalam komik. Hal ini terjadi karena komik Western lebih difokuskan untuk dikoleksi, biasanya hanya berisikan 22-25 halaman yang diluncurkan sebulan sekali, sedangkan komik Jepang terbit mingguan yang memiliki jumlah halaman yang lebih banyak antara 20-30. Oleh karena itu, warna hitam putih dirasa lebih mudah dan simple jika ingin menggambar komik ala Jepang.

Namun sebuah komik pasti memiliki cover/ halaman depan buku, dari sinilah penggunaan warna untuk komik Kutukan Setonogedong akan diimplementasikan. Penggunaan warna yang bagus di media digital adalah tidak menggunakan warna yang terlalu kontras atau terlalu jenuh, contohnya adalah memilih warna pada bagian tengah color wheel saja, hal ini dikarenakan warna bagian tengah lebih sering dijumpai di alam sehingga pembaca lebih mudah mengenalinya.



Gambar 16 : Pallette Warna
Sumber : Rafal Szulczewski (2020)

e) **Sinopsis**

Sarip adalah seorang mahasiswa yang hendak melakukan riset ilmiah mengenai bangunan Masjid Kuno yang gagal dibangun di kelurahan Setonogedong kota Kediri. Pada prosesnya, ia dikejutkan

dengan fenomena ghaib yang membawa penglihatannya kembali ke masa lalu ketika peristiwa pembangunan candi terjadi. Bermodalkan kamera dan buku tulis, ia menjelajah alam masa lalu.

f) Storyline

Seorang mahasiswa bernama Sarip hendak melakukan riset penelitian mengenai Masjid Kuno di kelurahan Setonogedong Kediri, guna meneliti dan mempelajari mengenai kisah usaha Mbah Wasil yang gagal membangun masjid dalam satu malam. Ia memasuki area Setonogedong, sesekali berinteraksi dengan warga sekitar. Bermodalkan kamera, Sarip memotret area sekitar, hingga ia tiba di area bangunan kuno yang hanya berupa pondasi saja. Saat hendak memotret, kamera Sarip tak sengaja terjatuh, ia khawatir dan mengecek kerusakannya, lalu melanjutkan kegiatan memotret area sekitar. Sekelebat cahaya bersinar ke kameranya, ketika ia memfokuskan sudut pandang kamera, terlihat gambaran masa lalu mengenai proses pembangunan Masjid di Setonogedong. Terdapat Mbah Wasil yang memimpin sekaligus membantu pembuatan masjid. Para pengikutnya bekerja tanpa berbicara, diterangi oleh cahaya rembulan dan obor-obor di sekeliling area bangunan.

Sarip terkaget mendapati penglihatan itu, dengan rasa sedikit takut dan cemas, mata Sarip kembali ke dalam lensa kamera dan melihat kelanjutan kisah masa lalu itu. Di saat Mbah Wasil dan

pengikutnya sudah pada proses menata pondasi masjid, terdengar suara dhug-dhug-dhug, awalnya mereka menghiraukannya, namun semakin lama asal suara semakin kencang. Mbah Wasil yang kelelahan sekaligus kesal menyuruh pengikutnya untuk berhenti sejenak, meletakkan semua alat-alat mereka, dan mengutus salah satu pengikutnya untuk mencari tahu arah datangnya suara. Mbah Wasil hanya bisa berharap-harap cemas menunggu kabar dari pengikutnya. Sarip meletakkan kameranya sejenak, ia dibuat syok akan peristiwa yang telah ia alami, ia lalu membuka buku dan langsung menuliskan apa yang telah terjadi.

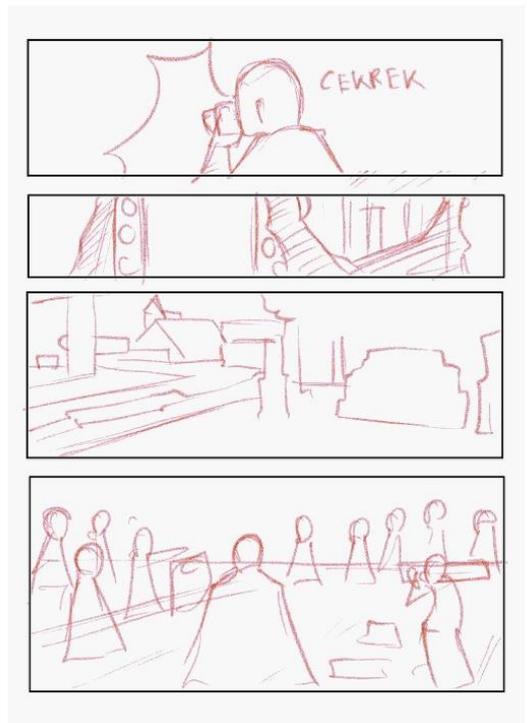
Kembali ia melihat melalui lensa kamera, salah satu pengikut Mbah Wasil kembali melaporkan kejadian, ternyata suara itu berasal dari para perawan kampung yang membentur-benturkan wadah nasi yang terbuat dari anyaman bambu, mereka melakukan hal ini dengan kencang karena untuk membersihkan tempat nasi sekaligus ingin menjahili orang-orang yang tengah sibuk membangun masjid. Mbah Wasil yang sejak tadi menunggu kabar langsung meluapkan amarahnya dan mengutuk para perawan desa agar menjadi perawan seumur hidupnya, jika mereka ingin mendapatkan jodoh maka mereka harus merantau keluar desa.

Pada akhirnya, dengan kaget dan panik Sarip terbangun dari tidurnya, ia dibangunkan oleh seorang penduduk wanita disana. Sarip berada pada kepanikan, apakah hal yang tadi ia alami adalah mimpi

atau penglihatan ghoib, lalu dengan ragu-ragu ia menanyakan umur dan status wanita tadi. Wanita ini heran dengan pertanyaan Sarip, ia mengatakan ia berumur 32 tahun dan masih mencari jodoh. Si Wanita kembali bertanya, kenapa Sarip ingin tahu, namun Sarip langsung menghindar dan berlari menjauhi wanita ini. Pada perjalanan pulang, Sarip mengamati terdapat banyak wanita muda maupun tua yang berkumpul, ia penasaran ingin bertanya status mereka tapi ia mengurungkan niatnya. Sarip mengambil kembali buku catatan yang telah ia tulis tadi sembari keluar area kelurahan Setonogedong.

g) Storyboard

Penulis sebenarnya jarang menggunakan storyboard, penggambaran halaman komik langsung berdasarkan naskah yang ditulis untuk mempercepat proses pengerjaan, namun storyboard disini digunakan dalam konsultasi tugas akhir sehingga memberikan dosen gambaran awal akan komik yang akan dibuat.



Gambar 17 : Storyboard Sese kali Mitos
Oleh : Jeremmy Devin (2020)

2) Konsep Teknis

Penggunaan alat sangat dibutuhkan untuk membantu proses pembuatan perancangan komik Sese kali Mitos, baik itu berupa hardware maupun software. Alat-alat yang digunakan adalah sebagai berikut :

(a) Wacom Cintiq Venus 16

Wacom Cintiq berguna sebagai alat utama dalam menggambar secara digital. Wacom Cintiq berbeda dari *pen tablet* biasa, karena Cintiq termasuk dalam *display tablet* yang memiliki layar, sehingga dapat menggambar langsung pada layar.

(b) Laptop Asus X550i

Laptop Asus berguna sebagai pengolahan dan penyimpanan data. Karena Wacom Cintiq memerlukan sebuah komputer/ laptop agar dapat menyala dan digunakan untuk menggambar.

(c) Clip Studio Paint EX

Clip Studio Paint atau biasa disebut CSP adalah program menggambar *digital* yang berformat *bitmap*. CSP memiliki banyak sekali keunggulan jika digunakan untuk menggambar komik, karena memiliki banyak variasi *brush* yang membantu mempercepat pengerjaan komik.

C. Media Plan

Media plan merupakan sebuah rencana untuk kegiatan mengkomunikasikan pesan terhadap audien dengan cara mengaplikasikan hasil desain Visual Branding ke beberapa media sebagai berikut :

1. Komik Cetak

Komik cetak adalah media yang berupa buku fisik, berisikan 34 halaman, dan merupakan media utama yang digunakan untuk menyebarkan kisah Mitos Setonogedong. Berjudul “Sesekali Mitos”, memiliki cover berwarna menggunakan kertas Art Carton, bagian isinya hitam-putih menggunakan kertas Art Paper, ukuran komik cetak A5 dan akan dicetak setidaknya 4 hingga 5 buku.

2. Komik Digital

Komik digital adalah media komik yang berupa web online atau situs penyedia komik online. Formatnya sama seperti komik cetak, hanya saja tidak memiliki bentuk fisik, yang akan di upload ke beberapa website komik seperti Tapas, Line Webtoon, Koomik, Instagram, Facebook. Semua website ini dapat diakses dengan mudah melalui perangkat smartphone atau laptop.

3. Sticker

Sticker merupakan media informasi visual berupa lembaran kecil kertas atau plastik (vynil) yang ditempelkan. Bagian sisi lainnya terdapat perekat untuk bias ditempelkan pada permukaan benda. Sticker dapat digunakan sebagai media promosi komik “Sesekali Mitos” dengan cara memberi sticker tersebut kepada customer yang sudah membeli produk.

4. Roll up banner

Banner jenis ini cocok digunakan untuk menampilkan image dari komik karena banner ini tampak kokoh terbuat dari bahan stainlees dan alumunium yang mampu berdiri tegak. Penggunaannya ditarik dari bawah keatas pada bagian headernya.

5. Styrofoam Karakter

Sterofom karakter membawa karakter utama komik “Sesekali Mitos” ke dunia nyata, dengan cara menempelkan banner MMT ke sterofom berukuran 120 cm x 60 cm, lalu memotongnya sesuai dengan bentuk karakter.

6. Pin

Pin atau bros merupakan benda bulat yang dapat ditancapkan ke bahan kain menggunakan jarum.

7. T-shirt

Visual Branding yang sudah jadi tersebut nantinya akan diaplikasikan pada t-shirt yang berfungsi sebagai media promosi

komik “Sesekali Mitos”. Menggunakan desain ala-ala distro yang kekinian.

8. Masker

Masa kini adalah era pandemi, dimana kebutuhan masker sangatlah penting. Komik “Sesekali Mitos” bertujuan untuk mendukung program pemerintah dalam menghadapi pandemi *COVID-19* dengan mencetak masker.

9. Topi

Visual Branding yang sudah jadi tersebut nantinya akan diaplikasikan pada topi yang berfungsi sebagai merchandise dari komik “Sesekali Mitos”.

10. Poster

Poster merupakan karya seni yang memadukan antara unsur gambar dan kata-kata yang dibuat pada kertas berukuran besar supaya lebih mudah di baca banyak orang yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai isi komik “Sesekali Mitos”.