

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Dalam membuat suatu perancangan, dibutuhkannya pengumpulan data untuk menjadi ukuran pada tingkah laku target. Dalam perancangan ini, penulis memakai metode kualitatif sebagai metode pengumpulan data. Dalam mengumpulkan data kualitatif, penulis akan mendapat gambaran dari peristiwa yang sedang terjadi atau sebuah kejadian dalam masyarakat menurut Yusuf (2016). Atau dengan definisi lain, metode kualitatif merupakan pengumpulan data yang secara deskriptif (hlm. 338). Karena itu penulis memakai metode tersebut untuk mendapatkan data yang valid dan deskriptif dalam penulisan tugas akhir.

3.1.1 Wawancara

Proses yang terdapat interaksi dan komunikasi secara langsung atau pada saat itu antara seorang pewawancara dan responden merupakan definisi dari wawancara menurut Mamik (2015). Wawancara juga digunakan untuk mendapatkan informasi sebagai data dalam sebuah riset, metode pengumpulan data ini pun dapat dilakukan secara daring karena sudah berkembangnya zaman (hlm. 109). Dengan ini penulis melakukan wawancara dari beberapa narasumber, sebagai berikut:

1) Hanny

Penulis melakukan wawancara dengan Hanny, sebagai staff di Dharma Bakti Temple. Dharma Bakti merupakan kelenteng tertua dan pertama yang berada di Jakarta. Wawancara dilakukan pada tanggal 13 September 2023. Wawancara dilaksanakan secara langsung atau tatap muka di Dharma Bakti *Temple*.



Gambar 3.1 Wawancara dengan Pegawai Kelenteng

Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data mengenai perkembangan dan daya tarik anak muda atau anak remaja terhadap shio atau *chinese zodiac*. Selain itu juga mengenai apa saja yang sering ditanyakan oleh pengunjung atau target mengenai shio. Menurut Hanny, pada sehari-hari kurang terdapatnya kunjungan dari anak muda, melainkan lebih banyak yang datang mengunjungi ataupun bertanya-tanya ke kelenteng merupakan orang tua. Untuk anak muda yang datang juga biasanya mengikuti orang tua jika berkunjung, jarang sekali terdapat anak muda yang berkunjung sendirinya. Pada kunjungan biasanya banyak orang tua yang bertanya mengenai shio dan ciamsi. Shio merupakan dua belas hewan yang merepresentasikan tahun, bulan, dan jam mengenai seseorang terlahirkan kapan, shio juga merupakan astrologi dalam budaya Tionghoa. Sedangkan ciamsi didefinisikan sebagai kayu-kayu yang dikocok dan setiap orang mendapatkan tulisan-tulisan yang berpuitis di dalamnya.

Untuk pengunjung yang menanyakan mengenai shio, biasanya bertanya-tanya mengenai tahun ini shio orang tersebut bagaimana. Kondisi yang ditanyakan shio orang tersebut bisa mengenai rezeki, kesehatan, jodoh, keluarga, pekerjaan, dan lain-lain. Pengunjung

juga biasanya menanyakan mengenai shionya yang lebih kearah spesifik jadi tidak terlalu luas atau general.

Di kelenteng tersebut biasanya yang banyak bertanya mengenai shio merupakan orang tua, anak muda sangat jarang menurut Hanny. Anak muda atau remaja jarang mengetahui spesifik mengenai shio, hanya yang diketahui biasanya mengenai tahun mereka lahir saja. Kalau mengenai cerita legenda, orang tua dan anak sebenarnya juga kurang mengetahui secara spesifik. Hanya mengetahui sebatas keberuntungannya apa dan tidak mengetahui dengan jelas cerita legendanya. Jadi anak muda atau anak remaja kurang mengetahui tentang shio dan terutuknya juga cerita legenda shionya.

2) Debora Basaria

Penulis melakukan wawancara dengan Debora Basaria, sebagai dosen psikologi di UNTAR dan psikolog klinis anak dan remaja. Wawancara dilakukan pada tanggal 13 September 2023. Wawancara dilaksanakan secara daring dengan menggunakan google meet.



Gambar 3.2 Wawancara dengan Psikolog

Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data mengenai perkembangan anak remaja. Selain itu juga mengenai

apa saja yang dirasakan oleh anak remaja dalam sisi masalah, minat, pola pikir, dan juga cara menasehati anak remaja.

Menurut Debora, tahap perkembangan anak diketahui dari usia pubertas atau bisa dibilang dengan masa awal pertumbuhan remaja, yaitu dari umur 11-19 tahun. Perbedaan dari remaja putri dan putra merupakan kalau putri diketahui dari maulai mensturasi atau pada umur 12 awal permulaan. Sedangkan kalau putra diketahui dari fase mimpi basah yaitu pada umur 13 tahun.

Perubahan remaja terlihat dari 3 aspek, yaitu fisik, kognitif, dan psiko sosial emosi. Yang pertama dari fisik, remaja putri akan bertambah hormon, sel telur, dan juga perubahan-perubahan bagian panggul, buah dada, dan seterusnya. Sedangkan perubahan fisik laki-laki merupakan dari jakun, suara, sel sperma, dan seterusnya. Perubahan dari kognitif atau cara berpikir juga berkembang yang dulunya suka konkrit sekarang lebih formal operasional, mampu berpikir abstrak, cara berbicara yang sudah beda atau lebih mengetahui banyak kosa kata. Dalam perkembangan psiko sosial emosi sekarang pada saat remaja sudah menjadi lebih kompleks. Teman yang dijadikan sosial utama dalam masa remaja dan ditambah dengan bertumbuhnya perilaku yang suka berisiko atau kenalan remaja.

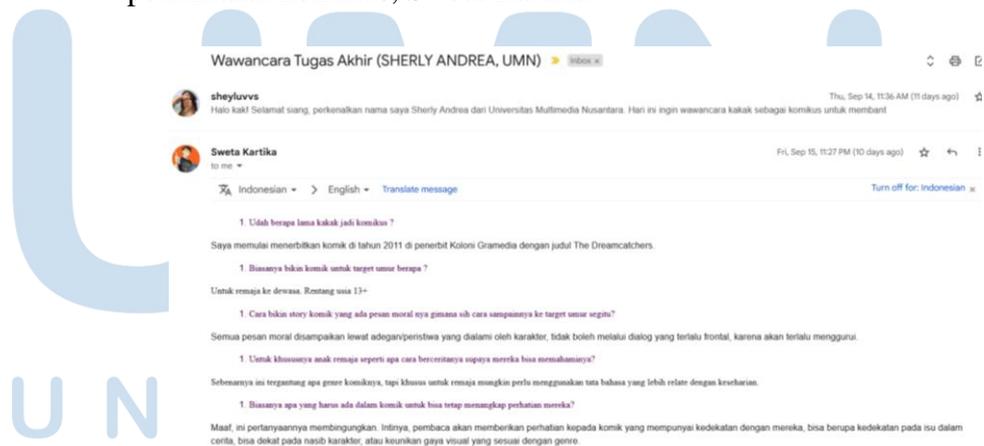
Masalah yang dihadapi oleh remaja merupakan masa pencarian diri atau inginnya menemukan jati diri. Hal ini berujung terhadap banyak masalah dikarenakan mereka menjadi merasa tidak percaya diri dan membanding-bandingkan dengan orang lain. Selain membahas mengenai masalah-masalah tersebut, Debora juga membahas mengenai minat dari remaja. Pada masa remaja, banyak anak remaja yang menyukai segala hal yang berbasis dalam era digital teknologi. Mereka dapat setiap hari menggunakan gawai sebagai bagian kehidupannya setiap hari. Gawai tersebut biasanya

dipakai untuk permainan daring, komunikasi, dan juga untuk mencari informasi.

Dalam menasehati anak remaja, tidak dapat secara langsung dilarang ataupun diberi peraturan tanpa pemberitahuan. Anak remaja lebih baik dinasehati dengan cara berdiskusi, diajak berpikir bersama, menjadi teman yang membuat nyaman. Jika hal tersebut dilakukan, anak remaja lebih bisa menerima tanpa pemberontakan. Pada zaman sekarang mereka suka sekali dengan membahas yang berhubungan dengan jati diri. Misalnya, kesehatan mental, sifat diri sendiri, dan kaitan dengan karakter.

3) Sweta Kartika

Penulis melakukan wawancara dengan Sweta Kartika, sebagai Komikus. Sweta Kartika merupakan komikus dari tahun 2011 di penerbit Koloni Gramedia dengan judul *The Dreamcatchers*. Sweta Kartika sudah biasa menerbitkan komik untuk remaja ke dewasa umur 13 tahun ke atas. Wawancara dilakukan pada tanggal 14 September 2023. Wawancara dilaksanakan dengan email dari permintaan komikus, Sweta Kartika.



Gambar 3.3 Wawancara dengan Komikus

Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data mengenai apa yang membuat daya tarik anak muda atau anak remaja terhadap komik digital. Selain itu juga mengenai apa saja

yang penting dalam suatu komik digital supaya target tetap tertarik dan mendapatkan informasi dengan jelas.

Menurut Sweta, dalam membuat komik digital terdapat elemen-elemen yang penting. Contohnya dalam membuat cover komik, diperlukannya Tata letak (layout) dan komposisi antara visual dengan text (judul, mandatory) yang tidak bisa dipisahkan. Jangan sampai terjadi tumpang tindih judul dengan ilustrasi yang membuat cover sulit terbaca. Karakter juga menjadi salah satu poin terpenting dalam komik, dalam membuat karakter yang memiliki kedekatan dengan pembaca, bisa berupa kedekatan visual, atau kedekatan isu pembaca remaja, misalnya: Pencarian jati diri, dan lain-lain akan membuat target audiens terpicat dengan karakter dalam cerita komik tersebut. Strategi pembikinan gender karakter juga tergantung dari genre, target pembaca, medium, dan lain-lain. Untuk tetap memikat perhatian mereka juga harusnya membuat komik yang mempunyai kedekatan dengan mereka, bisa berupa kedekatan pada isu dalam cerita, bisa dekat pada nasib karakter, atau keunikan gaya visual yang sesuai dengan genre.

Dengan khusus bercerita ke target remaja juga harus memakai tata bahasa yang lebih sering dipakai dalam kehidupan sehari-hari. Dalam menambahkan pesan moral dalam komik juga harus disampaikan lewat adegan/peristiwa yang dialami oleh karakter, tidak boleh melalui dialog yang terlalu frontal, karena akan terlalu menggurui. Mengenai cerita legenda dalam sebuah komik digital harus terdapat adaptasi cerita legenda, perlu adanya penyesuaian nilai budaya dengan teknik penuturan pada zaman ini. Visual pun perlu diredesign atau menjadi kekinian yang target dapat *relate*.

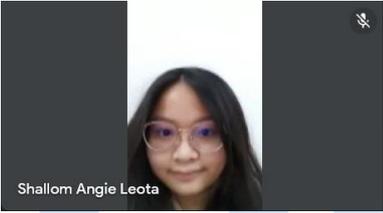
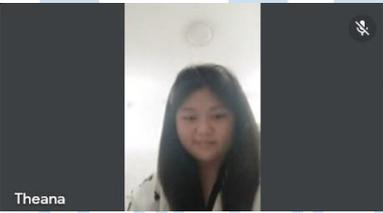
3.1.2 Focus Group Discussion (FGD)

Kelompok diskusi atau yang sering disebut dengan *Focus Group Discussion* merupakan salah satu metode pengumpulan data jenis kualitatif menurut Irwant (2006). Dalam diskusi kelompok ini seluruh peserta atau anggota dalam kelompok akan membahas mengenai suatu permasalahan secara spesifik.

Diskusi kelompok yang diadakan penulis dilakukan pada tanggal 18 September 2023 dengan menggunakan google meet. Peserta FGD yang diadakan merupakan calon target audiens perancangan yang usia targetnya remaja dari 15-18 tahun.

Tabel 3.1 Peserta FGD

Foto	Nama	Usia
 <p>Christian Noel</p> <p>Gambar 3.4 Peserta FGD 1</p>	Christian Noel	15 Tahun
 <p>Tyne Theodora</p> <p>Gambar 3.5 Peserta FGD 2</p>	Tyne Theodora	18 Tahun
 <p>Steven Widjaja</p> <p>Gambar 3.6 Peserta FGD 3</p>	Steven Widjaja	16 Tahun

 <p>Joanna Keshia</p> <p>Gambar 3.7 Peserta FGD 4</p>	<p>Joanna Keisha</p>	<p>17 Tahun</p>
 <p>Nadya Au</p> <p>Gambar 3.8 Peserta FGD 5</p>	<p>Nadya Au</p>	<p>17 Tahun</p>
 <p>Ashfia Thalib</p> <p>Gambar 3.9 Peserta FGD 6</p>	<p>Ashfia Thalib</p>	<p>17 Tahun</p>
 <p>Shallom Angie Leota</p> <p>Gambar 3.10 Peserta FGD 7</p>	<p>Shallom Angie Leota</p>	<p>15 Tahun</p>
 <p>Theana</p> <p>Gambar 3.11 Peserta FGD 8</p>	<p>Theanna</p>	<p>15 Tahun</p>

MULTIMEDIA
NUSANTARA

Penulis mengadakan kelompok diskusi tersebut untuk mendapatkan data mengenai pengetahuan target audiens mengenai shio dan komik digital. Pada topik pertama, yaitu mengenai shio atau *chinese* zodiak. Seluruh anggota kelompok mengetahuinya, kecuali untuk Theanna. Menurut yang mengetahui tentang shio didefinisikan dari mereka, shio merupakan tahun kelahiran, prediksi kepribadian, 12 hewan yang berhubungan dengan tahun kelahiran, dan kalau dia shio apa kedepannya sifatnya bagaimana. Untuk cerita legenda nya shio sendiri hanya pernah didengar oleh Noel, tetapi ia pun tidak mengetahui cerita detail dari legendanya shio.

Mengenai komik digital, diskusi pertama kali dibuka dengan media apa yang mereka sering gunakan untuk membaca suatu cerita. 5 anggota kelompok menyebutkan membaca cerita komik dari aplikasi “webtoon” dan sisanya terdapat 3 anggota yang menjawab dari media sosial seperti Tiktok dan Instagram. Untuk yang memilih komik digital ditanyakan kenapa menyukai media tersebut. Menurut Nadya, komik digital lebih berwarna, terdapat visual, dan dapat membuat imajinasi berkembang. Menurut Steven, komik digital membuat lebih mudahnya cerita terbayangkan di benak pikirannya dikarenakan ia merupakan visual learner. Menurut Shallom, ia suka dengan komik digital jika gaya gambar dari komik nya menarik, jika tidak menarik ia tidak akan mencoba membacanya. Shallom juga menambahkan bahwa ia membaca genre komik sesuai perasaannya, jadi jika lagi merasa sedih, ia memilih untuk membaca komik yang sedih. Ia juga kurang menyukai cerita yang terdapat banyak tulisannya dikarenakan membuat dirinya sendiri pusing. Menurut Nadya, genre komik yang paling ia nikmati merupakan kekeluargaan, teman, atau bisa disebut dengan *slice of life*. Mengenai gaya ilustrasi terdapat seluruh anggota menyukai gaya ilustrasi seperti kartun/ anime, kecuali Tyne lebih menyukai gaya yang realistik. Juga mengenai jenis karakter, seluruh anggota menyukai kedua gender, yaitu laki-laki ataupun perempuan.

3.1.3 Kuesioner

Sebuah Kumpulan dari beberapa pertanyaan yang diberikan kepada beberapa orang untuk mendapatkan suatu data merupakan sebuah definisi dari kuesioner menurut Yusuf (2016). Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan durasi yang singkat. Data dari hasil kuesioner merupakan data yang relevan dan akurat (hlm. 199).

Penulis melakukan penyebaran kuesioner dengan target audiens perancangan yaitu perempuan dan laki-laki yang berusia 15-18 tahun, berdomisili di Jakarta, Tangerang. Dengan menyebarkan kuesioner, penulis akan mendapatkan informasi atau data mengenai pengetahuan dan minat remaja dalam cerita legenda dan media informasi apa yang sering dipakai untuk membaca suatu cerita. Dalam penyebaran kuesioner ini dialakukannya dengan metode non-random sampling, dengan target yang sudah ditentukan dari perancangan. Data populasi di Jakarta merupakan 11,24 juta jiwa. Penulis menggunakan rumus Slovin dalam Teknik pengambilan sampel dari kuesioner:

n = Jumlah Sampel

N = 11.240.000 jiwa

e = 10%

$S = N / (1 + N \times E^2)$

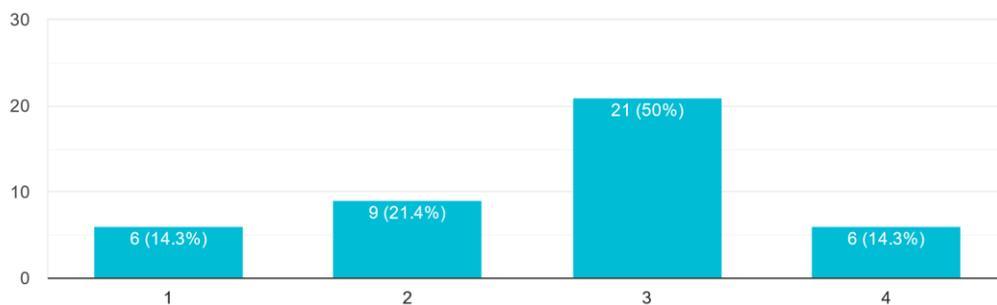
$= 11.240.000 / (1 + 11.240.000 \times 0,12)$

$= 100$ responden

Dari hasil metode perhitungan dari rumus Slovin, survey yang akan disebarkan membutuhkan 100 responden. Hasil dari survey didapatkan sebagai berikut:

Apakah kalian mengenali legenda shio atau chinese zodiac?

42 responses

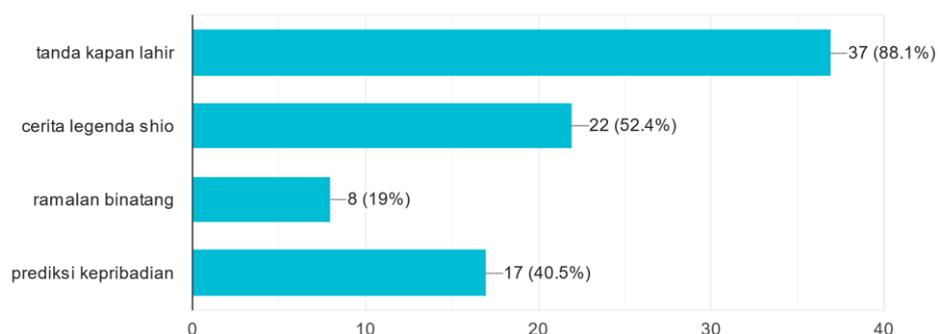


Gambar 3.12 Hasil Kuesioner 1

Dari pertanyaan kuesioner mengenai pengenalan terhadap shio atau Chinese zodiac, terdapat 50% dari responden yang sudah mengenali tetapi kurang tahu secara detail apa itu definisinya. Yang mengenali dengan yakin hanya terdapat 14,3% responden saja. Terdapat juga 14,3% yang tidak mengetahuinya sama sekali. Dengan ini bisa didefinisikan mengenai pengetahuan target audiens hampir sudah mengetahuinya tetapi kurang mengerti secara mendetail mengenai shio itu apa.

Apa maksud yang Anda ketahui mengenai shio atau chinese zodiac? *Anda dapat memilih jawaban lebih dari satu

42 responses

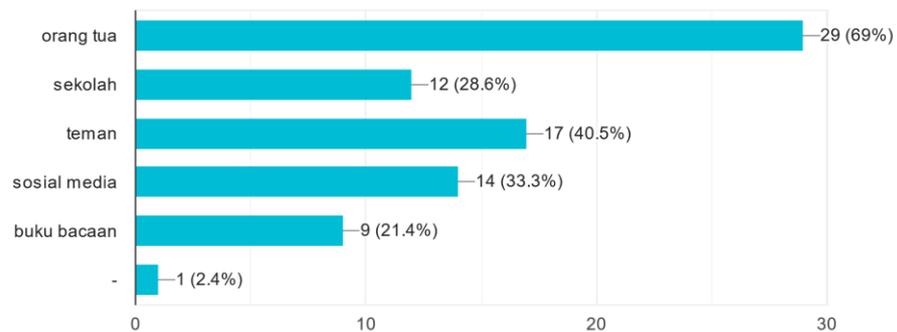


Gambar 3.13 Hasil Kuesioner 2

Dilanjutkan dengan bagian kuesioner yang menanyakan mengenai definisi shio itu apa terhadap responden. Paling banyak responden menjawab

arti dari shio merupakan tanda kapan lahir sebanyak 88,1%. Terdapat 52,4% responden menjawab mengenai cerita legendanya. 19% dari responden menjawab ramalan Binatang dan terdapat 40,5% menjawab mengenai prediksi kepribadian. Dalam jawaban-jawaban tersebut paling didominasi oleh pengetahuan target audiens hanya sebatas definisi shio yaitu tanda kapan lahir.

Darimana Anda mengetahui arti dari shio atau chinese zodiac? *Anda dapat memilih jawaban lebih dari satu, tetapi kalau tidak tahu sama sekali Anda dapat memilih opsi terakhir
42 responses



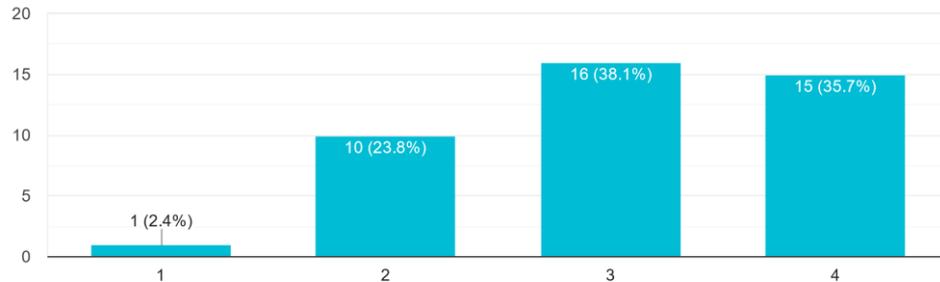
Gambar 3.14 Hasil Kuesioner 3

Dilanjut dengan bagian kuesioner yang menanyakan mengenai pengetahuan tentang shio tersebut mereka dapatkan darimana. Kebanyakan dari responden mengetahui shio dari orang tua sebanyak 69%. Pilihan kedua yang terbanyak merupakan dari teman sebanyak 40,5%. Pilihan ketiga yang terbanyak merupakan sosial media sebanyak 33,3%. Jadi responden atau target audiens mengetahui definisi shio kebanyakan dari orang tua, teman, dan sosial media.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Seberapa tertarik Anda mengenai sebuah cerita legenda?

42 responses

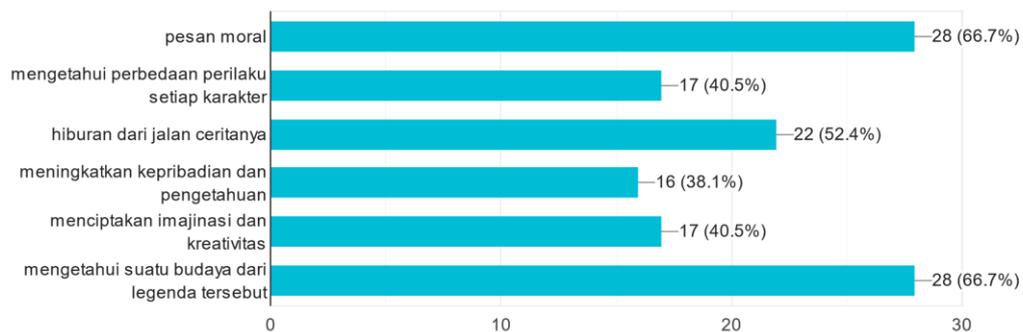


Gambar 3.15 Hasil Kuesioner 4

Dilanjut dengan bagian kuesioner yang menanyakan mengenai seberapa tertarik target audiens mengenai sebuah cerita legenda. Kebanyakan dari responden menjawab sangat menyukai sebanyak 73 %. Hanya terdapat 2,4% responden yang menjawab kurang nya minat mengenai cerita legenda. Dalam kuesioner ini dapat didefinisikan bahwa hampir seluruh dari target audiens menyukai cerita legenda dan sangat meminatinya.

Apa yang Anda dapat dari sebuah cerita legenda? *Anda dapat memilih jawaban lebih dari satu

42 responses



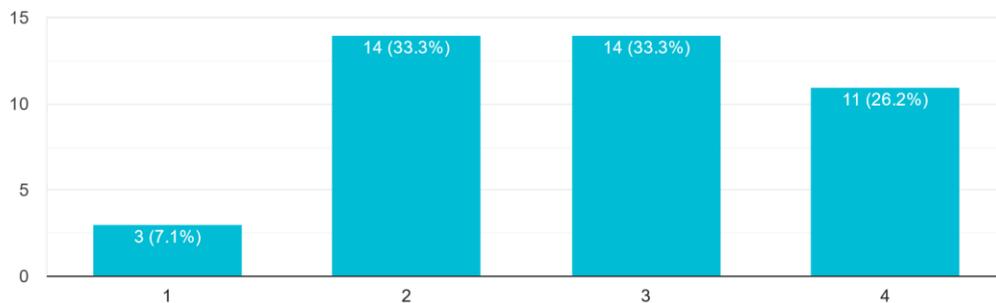
Gambar 3.16 Hasil Kuesioner 5

Dari pertanyaan kuesioner berikutnya yang masih mengenai sebuah cerita legenda, ditanyakan apa yang didapati responden mengenai sebuah cerita legenda. Banyak dari responden yang menjawab mendapati pesan moral dan mengetahui suatu budaya dari legenda tersebut. Banyak dari responden juga yang menjawab terdapatnya hiburan dari jalan cerita suatu

legendanya. Terdapat 40,5% dari responden juga menjawab mengenai jadi mengetahui perbedaan perilaku setiap karakter dan dapat menciptakan imajinasi dan kreativitas. Dari jawaban kuesioner ini dapat diartikan mengenai apa yang target audiens dapatkan dari sebuah cerita legenda yaitu pesan moral, pengetahuan terhadap budaya cerita legenda tersebut, dan hiburan bagi mereka dalam jalan cerita sebuah legenda.

Seberapa tertarik Anda mengenai shio?

42 responses



Gambar 3.17 Hasil Kuesioner 6

Dilanjut dengan bagian kuesioner yang menanyakan mengenai seberapa tertarik target audiens mengenai shio. Kebanyakan dari responden yang menjawab minat sebanyak 59,5%. Hanya terdapat 7,1% responden yang menjawab kurangnya minat mengenai shio. Dalam kuesioner ini dapat didefinisikan bahwa hampir seluruh dari target audiens minat atau tertarik dengan shio.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

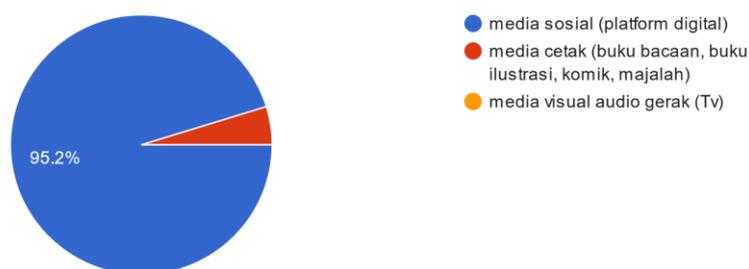


Gambar 3.18 Hasil Kuesioner 7

Dari pertanyaan kuesioner berikutnya yang masih mengenai shio, ditanyakan apa hal yang membuat target audeins merasa tertarik dengan shio. Banyak dari responden yang menjawab terdapatnya keseruan untuk dibaca sebagai hiburan. Jawaban ini dijawab sebanyak 78,6% dari responden. Responden juga menyukai shio karena dapat mengetahui perbedaan sifat orang, merasa shio itu tidak berbahaya asal tidak terlalu fanatik, dan banyak juga yang menjawab dapat memahami diri sendiri dan memvalidasi konsep diri. Jawaban yang paling sedikit dijawab oleh responden merupakan untuk secara sengaja mencari pasangan sesuai zodiak atau gebetan.

Dari pilihan media yang dibawah, media apa yang Anda paling sering gunakan dalam kehidupan sehari-hari ?

42 responses



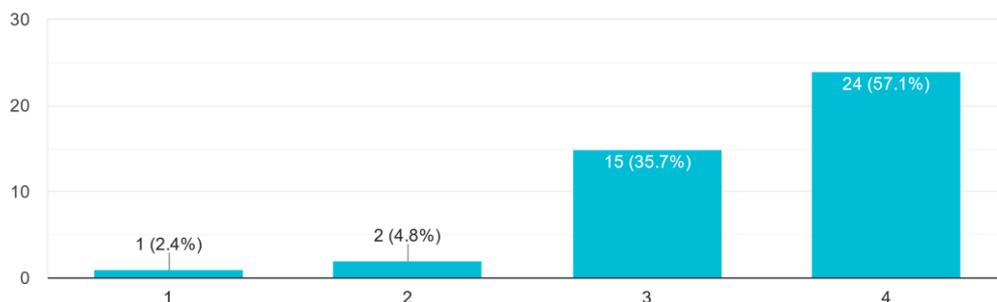
Gambar 3.19 Hasil Kuesioner 8

N U S A N T A R A

Berlanjut ke topik media, dalam kuesioner ditanyakan mengenai media apa yang target audiens sering gunakan dalam kehidupan sehari-hari. Hampir seluruh dari responden menjawab media sosial atau *platform* digital. Responden tersebut terdapat 95,2% yang menjawab hal tersebut. Yang paling sedikit yaitu responden yang menjawab mengenai media cetak atau buku bacaan, majalah, dan lain-lain. Respondne yang memilih media cetak terdapat 4,8%. Dalam artian hampir seluruh dari responden menggunakan media sosial dalam bagian dari kehidupan sehari-harinya.

Seberapa sering Anda membaca informasi dalam media tersebut?

42 responses

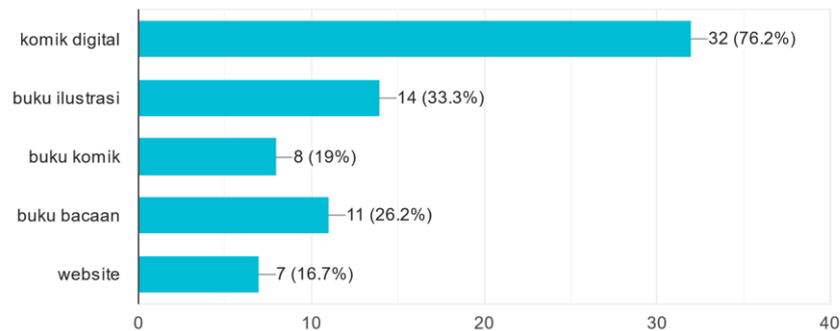


Gambar 3.20 Hasil Kuesioner 9

Dilanjut dengan bagian kuesioner yang menanyakan mengenai seberapa sering target membaca informasi dalam media tersebut. Kebanyakan dari responden yang menjawab sering sekali sebanyak 57,1%. Hanya terdapat 2,4% responden yang menjawab kurang seringnya membaca informasi dalam media tersebut. Dalam kuesioner ini dapat didefinisikan bahwa hampir seluruh dari target audiens sering mendapatkan atau membaca informasi dalam media tersebut, yaitu sosial media.

Media apa saja yang Anda paling sering gunakan untuk membaca cerita? *Anda dapat memilih jawaban lebih dari satu

42 responses

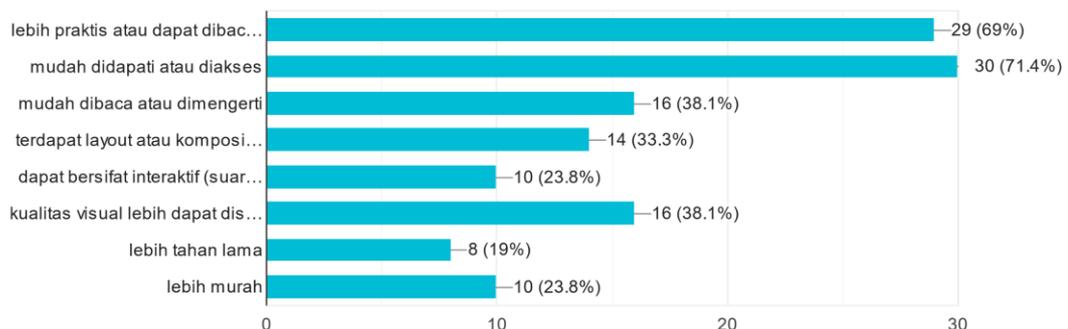


Gambar 3.21 Hasil Kuesioner 10

Dalam pertanyaan berikut kuesioner menanyakan terhadap target audiens mengenai media apa yang sering dipakai untuk membaca suatu cerita. Kebanyakan dari responden menjawab komik digital sebanyak 76,2%. Urutan kedua paling banyak merupakan buku ilustrasi, banyak responden yang menjawab media ini sebanyak 33,3%. Dalam artian target audiens paling sering atau kebanyakan membaca suatu cerita dari komik digital.

Mengapa Anda menyukai komik digital? *Anda dapat memilih jawaban lebih dari satu

42 responses



Gambar 3.22 Hasil Kuesioner 11

Dari pertanyaan kuesioner berikutnya yang mengenai mengapa target menyukai media tersebut atau yang paling banyak dijawab merupakan komik

digital. Banyak dari responden yang menyukai media tersebut dikarenakan mudah diakses atau didapati terhadap target audiens. Jawaban ini dijawab sebanyak 71,4% dari responden. Responden juga menyukai media tersebut lebih praktis atau dapat dibaca setiap saat, kualitas visual yang dapat disesuaikan tiap mata target audiens, dan mudah sekali untuk dibaca dan dimengerti. Jawaban yang paling sedikit dijawab oleh responden merupakan menyukai media tersebut karena lebih tahan lama dan terdapatnya sebuah interaksi dari suara ataupun getaran.

3.1.4 Studi Referensi

Studi referensi yang dilakukan penulis akan seputaran dengan komik digital. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan analisis dari konten dalam sebuah komik digital dari segi gaya gambar, grid dan layout, juga dari sisi storytellingnya.

1) Referensi Layout

Dalam referensi layout dapat menentukan gaya layout dalam komik digital akan seperti apa gambarannya. Referensi layout komik digital akan dipakai dalam proses perancangan.



Gambar 3.23 Sri Asih
Sumber: Webtoon (2020)

Tabel 3.2 Sri Asih Webtoon *Information*

Judul	Sri Asih
Penulis	Devita Krisanti
Ilustrator	Archi The RedCat

Genre	Fantasi
Platform	Webtoon

Tabel 3.3 SWOT Sri Asih

Strength	Layout dalam komik sangat menarik karena terdapat gaya perbedaan transisi yang tidak menggunakan kotak panel
Weakness	-
Latar	Masa Lampau
Karakter	Tokoh cerita dongeng Indonesia
Ilustrasi	Manga/ semi kartun
Teks	Sans serif
Layout	Vertical Scrolling Panel



Gambar 3.24 Your Letter
Sumber: Webtoon (2018)

Tabel 3.4 Your Letter Webtoon Information

Judul	Your Letter
Penulis	Hyeon A Cho
Ilustrator	Hyeon A Cho
Genre	Drama
Platform	Webtoon

Tabel 3.5 SWOT Your Letter

Strength	Layout dalam komik sangat menarik karena terdapat posisi pov ilustrasi karakter yang dramatisir
----------	---

Weakness	-
Latar	Masa Kini
Karakter	Tokoh cerita remaja sekolahan
Ilustrasi	Manga/ semi kartun
Teks	Sans serif
Layout	Vertical Scrolling Panel

Layouting dalam sebuah komik digital sangat penting untuk menempatkan elemen-elemen yang dalam komik menjadi satu kesatuan.

Dari kedua referensi layout dari cerita tersebut, dalam membuat layout sebuah komik digital yang akan dirancang akan lebih menarik dari segi membacanya dan informasi cerita yang akan disampaikan lebih menarik perhatian target audiens.

2) Referensi Gaya Gambar

Penulis mengambil referensi gaya gambar dari sebuah artist di Instagram yang bernama birkbushka. Gaya gambar kartun dari artist ini juga terdapat tekstur yang membuat gaya karya ilustrasinya lebih mencolok. Pemilihan gaya ini juga berdasarkan keminatan dari target audiens yang ingin gaya ilustrasi unik supaya memikat perhatian mereka saat membaca suatu cerita.



Gambar 3.25 Birkbushka
Sumber: Instagram Birkbushka (2023)

Penulis juga mengambil referensi gaya gambar karakter dari gaya ilustrasi komik berjudul “Your Letter”. Gaya ilustrasi karakter dari

komik webtoon tersebut sangat menarik dan sesuai dengan segmentasi umur audiens yang dituju.



Gambar 3.26 Ilustrasi *Your Letter*

Sumber: <https://mydramalist.com/707585-your-letter> (2018)

Dengan penggabungan dua gaya referensi gambar tersebut akan membuahkan gaya ilustrasi komik yang menarik dan unik bagi target audiens. Hal ini disengajai untuk memikat ketertarikan target audiens supaya informasi yang disampaikan dalam perancangan menjadi jelas dan tertuju.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.1.5 Studi Existing

Studi eksisting akan dilakukan penulis dari buku ilustrasi Kisah Dua Belas Shio. Buku ini bercerita mengenai legenda dua belas shio dari cara pemilihan urutan dari Kaisar Langit. Dalam buku ini terdapat jalan cerita dan visual yang disesuaikan dengan budaya Tionghoa. Bahasa yang digunakan buku ini juga terdapat dua jenis bahasa, yaitu Bahasa Mandarin dan Bahasa Indonesia. Penulis membeli buku ini untuk studi existing dengan upaya menganalisa isi dari jalan cerita legenda maupun karya ilustrasi. Berikut merupakan analisis buku yang penulis dapatkan dari studi eksisting:



Gambar 3.27 Buku Kisah Dua Belas Shio

Sumber: <https://www.tokopedia.com/kesaintblanc/buku-cerita-rakyat-tiongkok-kisah-dua-belas-shio?> (2018)

Tabel 3.6 Buku Kisah Dua Belas Shio

Informasi Buku
Judul: Kisah Dua Belas Shio
Penulis: Jin Bo
Jumlah halaman: 32 halaman

Penerbit: Kesaint Blanc

Tahun terbit: 2018

Visual Buku



Gambar 3.28 Layout Buku Kisah Dua Belas Shio
Sumber: Kisah Dua Belas Shio (2018)



Gambar 3.29 Ilustrasi Buku Kisah Dua Belas Shio
Sumber: Kisah Dua Belas Shio (2018)

Hasil Studi:

- Dari penyampaian cerita Kisah Dua Belas Shio memakai bahasa yang sesuai dengan target usia yaitu bahasa sehari-hari tetapi lebih sedikit formal atau sopan.
- Ada beberapa dari peran tokoh yang kurang terjelaskan dan penutup cerita yang menggantung.
- Dari gaya ilustrasinya memakai gaya gambar kartun dengan tekstur kertas yang unik. Di setiap hewan terdapat ukiran di muka ataupun badannya yang membuatnya lebih mencolok dan tidak membosankan.

3.1.6 Kesimpulan Penelitian

Pada penelitian yang sudah dilakukan diartikan bahwa target audiens mengetahui mengenai shio sebatas definisinya saja dan cerita legendarinya kurang diketahui. Dengan media yang paling diminati dalam membaca cerita juga komik digital menurut target audiens yang paling menarik. Dalam komik digitalnya sendiri harus terdapat beberapa elemen yang penting untuk tetap menangkap perhatian target. Dalam komik digital tersebut harus terdapat visual gambar yang menarik dan tidak terlalu banyak tulisan supaya lebih bercerita dari dialog atau alur cerita legenda. Dengan mengembangkan cerita legenda lebih kekinian juga dapat membuat informasi lebih dicerna dengan baik dengan target audiens umur remaja di zaman sekarang.

3.2 Metodologi Perancangan

Penulis menggunakan buku yang berjudul “ *The Complete Guide to Self-Publishing Comics: How to Create and Sell Comic Books, Manga, and Webcomics*”, Love and Withers (2015) dalam membuat metode perancangan komik digital. Di dalam buku ini terdapat cara membuat komik secara bertahap dan perancangan tahap tersebut merupakan sebagai berikut:

1) *Concept*

Ide cerita dan konsep merupakan tahapan proses awal dalam pembuatannya suatu komik. Konsep dalam sebuah komik dapat mencakup hal-hal dasar dalam komik tersebut. Hal-hal tersebut bisa dari jenis genre cerita, segmentasi cerita, latar waktu dan tema cerita, juga dalam perancangan membuat sebuah karakter desain secara fisik dan penampilan yang ingin digambarkan dari karakter.

2) *Writing*

Kerangka dalam cerita merupakan alur cerita atau plot. Dalam melakukan proses menulis, bisa dimulai dari menuliskan alur cerita terlebih dahulu dari keseluruhan, dilanjutkan dengan menentukan awalan, pertengahan,

dan akhir. Juga harus terdapat konflik yang ingin diciptakan dari suatu cerita supaya penulis dapat membuat alur cerita yang tidak datar. Dalam pembuatan dialog juga diperlukan pada tahap ini.

3) *Drawing*

Pada tahap ini dilakukannya proses untuk membentuk visual komik yang akan terdapat dalam sebuah cerita naskah menjadi gambaran ilustrasi. Proses ini dimulai dari tahapan melakukan pembentauan storyboard. Storyboard merupakan scenario atau gambaran dari sebuah cerita komik. Dalam pembuatan storyboard, penulis jadi bisa menentukan alur baca target audiens, dari sudut pandang karakter yang diciptakan, posisi penempatan karakter, dan juga balon teks.

Sehabis membuat storyboard, penulis melanjutkan ke tahap proses selanjutnya merupakan tahapan inking atau penintaan. Inking atau yang biasanya dikenal sebagai line art pada sebuah gambaran ilustrasi sendiri. Line art merupakan goresan garis yang menjadi gambaran ilustrasi tersebut lebih tegas menjadi sebuah objek supaya memiliki detail dan bentuknya yang jelas di mata target audiens.

4) *Coloring*

Pada tahap berikutnya merupakan proses pewarnaan. Pada proses pewarnaan, penulis membuat gambaran ilustrasi menjadi lebih hidup dan membangun suasana yang ingin ditampilkan. Dalam pewarnaan juga dapat membantu pesan yang ingin disampaikan terhadap target audiens.

5) *Lettering*

Tahap berikutnya merupakan tahap lettering. Tahap ini bisa diartikan sebagai tahap penempatan teks pada sebuah komik. Pada penempatan text juga bisa dalam penempatan narasi teks dan juga dialog yang terdapat dalam caption box maupun balon teks.

6) *Publishing*

Dalam tahap ini merupakan proses penerbitan sebuah komik. Komik dapat berupa komik cetak maupun komik digital. Format komik juga dapat berbeda-beda.

7) *Marketing*

Tahap terakhir merupakan tahap *marketing*. Pada tahap ini komikus akan sudah mendapatkan *output* atau hasil jadi dari komiknya. Komikus dapat melakukan promosi terhadap komiknya supaya dibaca oleh target audiens dan khalayak banyak orang. Salah satu promosinya bisa dengan membuat *merchandise* untuk pembaca komik.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA