

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI KOMIK “THREE DREAMS”

Fajrin Nurul Hikmah¹, Christophera RL¹

¹Fakultas Desain & Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara Tol Tomang Kebun Jeruk, Jakarta 11510
christophera.lucius@esaunggul.ac.id

Abstrak

Perkembangan komik di Indonesia sudah semakin maju dengan banyaknya partisipasi dari komikus-komikus lokal yang ingin memajukan komik Indonesia. Hal tersebut mendorong penulis untuk menciptakan sebuah perancangan media promosi salah satu komik lokal yang berjudul “Three Dreams”.

Kata kunci: komik, komikus, *three dreams*

Pendahuluan

Komik atau dalam bahasa Inggris disebut *Comic*, adalah sebutan internasional untuk cerita yang dituturkan lewat gambar diatas kertas. Komik adalah suatu bentuk seni yang menggunakan gambar-gambar tidak bergerak yang disusun sedemikian rupa sehingga membentuk jalinan cerita. Biasanya, komik dicetak di atas kertas dan dilengkapi dengan teks. Komik dapat diterbitkan dalam berbagai bentuk, mulai dari strip dalam koran, dimuat dalam majalah, hingga berbentuk tersendiri.

Dalam buku *Understanding Comics* (1993) Scott McCloud mendefinisikan seni sequential dan komik sebagai “*juxtaposed pictorial and other images in deliberate sequence, intended to convey information and/or to produce an aesthetic response in the viewer*”. Scott McCloud memberikan pendapat bahwa komik dapat memiliki arti gambar-gambar serta lambang lain yang terjuka posisi (berdekatan, bersebelahan) dalam urutan tertentu, untuk menyampaikan informasi atau mencapai tanggapan estetis dari pembacanya.

Namun beberapa negara juga punya sebutan tersendiri, misalnya Jepang dengan *Manga*, Cina dengan *Manhua*, Korea dengan *Manhwa*, dan Indonesia dengan Cergam. Bentuk komik atau cergam bisa *strip* (sebaris panel) yang dimuat di koran atau majalah, atau dikompilasi dalam satu buku. Jumlah buku yang dihasilkan bisa tergantung oleh seri yang dihasilkan, ada yang dalam satu buku langsung

tamat, adapula yang berseri sampai beberapa jilid buku.

Promosi Komik Lokal

Penerbit mempunyai kebijakan tersendiri terhadap promosi sebuah buku komik yang terbit. Menurut Sari, salah seorang staff Elex Media Komputindo bagian editor komik, para penerbit-penerbit saat ini lebih mengutamakan suatu cergam dengan visual ala *manga* atau komik-komik luar (baik ide, alur cerita/*storytelling*) hingga pergantian dengan nama berbau Jepang dengan dalih menyiasati pasar yang sedang tren oleh *manga* dan komik-komik luar. Hal ini diperkuat dengan beberapa cergamis yang rata-rata bergaya *manga* memang sudah lebih dahulu punya nama samaran agak berbau Jepang, tetapi tidak menutup kemungkinan para cergamis bisa menggunakan nama asli. Hingga saat ini, penerbit khususnya Elex Media Komputindo telah bekerja sama dengan lebih dari 60 cergamis, namun yang aktif hanya sekitar 30-an orang.

Persoalan promosi memang sering terjadi keluhan cergamis saat bekerja sama dengan penerbit. Penerbit pun menyadari bahwa promosi itu penting dan sebagai penerbit, tugasnya sebagai badan usaha adalah mempromosikan buku-bukunya. Rata-rata komik yang laris, juga karena pembaca sudah lebih dahulu tahu dari serial animasi, game atau setelah menjadi perbincangan. Komik baru dan benar-benar belum dikenal, sulit menggugah pembaca, kecuali bagi pembaca yang benar-benar menyukai komik, akan membaca

sinopsisnya dahulu baru merasa tertarik. Namun dalam kurun waktu sebulan, Elex menerbitkan rata-rata 70 judul, jadi menutup kemungkinan adanya *launching* atau promosi untuk setiap bukunya. Sekali lagi komik populer umumnya memanfaatkan komunitas dan berbagai sarana pendukung seperti film animasi dan game.

Komik adalah suatu bentuk seni yang menggunakan gambar-gambar tidak bergerak yang disusun sedemikian rupa sehingga membentuk jalinan cerita. Gambar dalam hal ini, menggambar sebuah karakter kartun (karakter bisa merupakan seseorang, binatang, tumbuhan ataupun suatu objek benda mati). Biasanya, komik dicetak di atas kertas dan dilengkapi dengan teks. Komik dapat diterbitkan dalam berbagai bentuk, mulai dari strip dalam koran, dimuat dalam majalah, hingga berbentuk buku tersendiri. Komik adalah Dunia Tutar Kata, suatu rangkaian gambar yang bertutur menceritakan suatu kisah. Banyak jenis istilah komik, ada yang menyebutnya sebagai Cergam (Cerita bergambar), Gamcer (Gambar bercerita), dan dalam bidang akademik komik dikenal dengan istilah *Sequential Art*. Di negara Jepang komik dikenal sebagai *Manga*, dan lain halnya dengan di China disana dikenal dengan istilah *Manhua*, sedangkan di Korea menyebutnya dengan *Manhwa*.

Hasil dan pembahasan

Pembuatan Komik

a. Sistematika Pembuatan Komik

- Penulis (*Script Writer*)
Walau tugasnya menulis cerita, ia harus memiliki visi visual, karena ceritanya harus mudah diterjemahkan/dituangkan dalam ilustrasi oleh ilustrator (*Penciler & Inker*)
- Pembuat Sketsa Pensil (*Pencil Artis / Penciller*)
Tugasnya memindahkan cerita menjadi gambar yang masih berupa sketsa pensil, yang nantinya akan diteruskan untuk di *clean up* oleh *Inker Artist*.
- Peninta (*Inker Artist*)
Posisi ini tidak selalu ada, tapi di sistem pembuatan komik, *inker* selalu disebut. Tugasnya meng*clean-up* pensil menjadi

ilustrasi yang lebih rapih, sebelum diwarnai.

- Pewarna (*Colorist*)
Pelaku tahap pewarnaan, setelah proses dasar komik yaitu *Outline*.
 - Editor
Bertindak sebagai *Quality Control* dari komik yang akan diterbitkan. Tugasnya mengedit semua hasil akhir dari komik yang telah dibuat, sebelum naik cetak.
 - Penerbit (*Publisher*)
Yang mendanai produksi komik dan menerbitkannya.
 - Distributor
Berkat jasa orang inilah, komik tiba di tangan kita. Karena tugasnya memasarkan komik seluas-luasnya.
- b. Peralatan Komik
- Dibawah ini adalah alat-alat yang dibutuhkan dalam pembuatan sebuah komik yang sederhana, diantaranya :
- Pensil
 - Pena
 - Kuas
 - Pena celup
 - Tinta
 - Penghapus
 - Cat poster putih
 - Kertas gambar
 - Tisu
 - Penggaris
 - Meja gambar
 - Selotip
 - Lem kertas
 - Cat warna / cat air / cat poster / pensil warna / spidol.

Adapula pembuatan komik secara digital memerlukan peralatan yang tidak jauh beda dengan pembuatan secara manual, adapun alat-alat yang dibutuhkan, yakni:

- Pensil
- Kertas Naskah (berupa lembaran kertas khusus menggambar)
- Pena/*Drawing Pen*
- Penghapus
- Spidol hitam
- Tinta
- Kuas
- Penggaris
- Tisu
- Meja Gambar

- Scanner
- Printer
- Komputer
- Mouse/Tablet Graphire
- Software penunjang (Adobe Photoshop, IllustStudio, Manga Studio EX, PaintTool SAI, Computone)

Konsep Perancangan Media Promosi Komik "Three Dreams"

Tema yang diambil oleh penulis ialah tentang promosi sebuah buku. Adapun proyek yang terkait oleh tema tersebut tidak lain adalah proyek untuk mempromosikan buku komik "Three Dreams", yakni dengan adanya sebuah kampanye non komersial atau lebih sering disebut event *launching* / peluncuran pada saat buku komik tersebut pertama kali muncul dipublik.

Strategi Media

Sebuah promosi tidak akan menjadi ajang promosi apabila tidak ada yang memfasilitasinya. Apabila tidak adanya fasilitas yang memadai dan sesuai dengan kondisi kegiatan promosi tersebut, maka tidak ada pihak yang diuntungkan, sedangkan tujuan promosi adalah untuk memperkenalkan kepada *audience* dan mendapatkan posisi di hati konsumen. *Launching Event* adalah solusi tepat untuk mempromosikan nama pengarang dan bukunya.

Bagi sebagian komikus lokal pendatang baru yang belum mempunyai nama, untuk membuat agar acara *launching* tersebut menarik *audience*, maka diperlukan seorang publik figur yang bernaung dibidang yang sama, yakni sebagai komikus. Tren mendatangkan artis luar bisa membuat para *audience* terpancing untuk melihat acara tersebut. Hal ini tentu harus dimanfaatkan bagi komikus lokal, yang tidak mempunyai nama karena terlalu banyaknya komik terjemahan yang dipublikasi di Indonesia.

Pemilihan Media

Target

Komik merupakan bacaan yang bisa dinikmati semua umur. Namun banyaknya ide cerita baik realitas maupun fiksi membuat komik mempunyai banyak genre. Adapun tipe komik aksi, jagoan, dan mempunyai gambar

yang hampir real ditujukan untuk pembaca laki-laki. Sebaliknya, tipe komik yang penuh unsur percintaan, komedi, dan gambar-gambar tokoh yang "cantik" ditujukan untuk pembaca perempuan. Walaupun terbuka untuk siapapun, sebaiknya tetap mewaspadaai komik-komik yang memang ditujukan untuk genre dewasa.

Komik "Three Dreams", mempunyai cerita yang cenderung tidak berat, penuh unsur percintaan, dan gambar yang tergolong "cantik", biasa lebih menarik minat para pembaca wanita remaja yang sedang masa pubertas.

Panduan Media

Media yang akan dipergunakan untuk promosi dalam acara event ini, yakni adanya media elektronik / digital yang akan digunakan pada saat presentasi memperkenalkan komik "Three Dreams". Media cetak sebagai media pendukung promosi dan *souvenir* / *gift* yang akan dibagikan maupun dijual kepada *audience*.

Program Media

Untuk proses promosi menggunakan media cetak, perkiraan dari waktu timeline hingga hari pelaksanaan acara untuk iklan di majalah dan koran adalah 3 minggu sebelum hari pelaksanaan. Untuk Spanduk, Billboard dan persiapan media promosi lainnya seperti brosur, flyer, souvenir dan merchandise dipersiapkan kurang dari 1 bulan sebelum hari pelaksanaan.

Konsep Kreatif

Keyword

Konsep yang penulis dapatkan setelah melalui pengembangan identitas dari cerita komik "Three Dreams" ialah, banyaknya intrik percintaan dan *fanservice* membuat komik ini digemari para pembaca perempuan. Tokoh utama yang termasuk sifat yang melankolis, setia dan penuh kasih sayang membuat komik ini makin terasa aura dari keromantisan hubungan antara ketiga tokoh utamanya.

Romantic atau romantis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia mempunyai arti bersifat seperti di cerita roman (percintaan); bersifat mesra; mengasyikkan. Kata ini dipilih karena telah meninjau isi buku yang memang penuh unsur percintaan yang

sangat digemari oleh pembaca wanita dan karena target utamanya adalah wanita, kata romantis bisa diaplikasikan sebagai visual yang manis, lembut, dan ceria.

Strategi Kreatif

Warna

Warna yang mencerminkan kata romantis adalah warna - warna lembut dan ceria. Adapun warna yang terpilih sebagai warna yang dipakai dalam desain adalah:

- a. Ungu, pemakaian warna ini terbilang dari ungu yang tua sampai yang muda. Namun, kecenderungan warna ungu adalah ungu kemerahan yang bersifat unik yang bisa dikategorikan sebagai warna yang karakternya bisa berubah-ubah tergantung intensitas. Hal ini diperkuat dengan sifat karakter si tokoh utama yang memang ekspresif dalam kesehariannya. Warna ini juga sangat cocok di dunia entertainment yang sangat pas dengan profesi tokoh utama yang merupakan artis.
- b. Hijau muda, warna hijaunya diambil dari keluarga hijau yang mendekati kuning. Warna hijau ini mempunyai kesan warna lembut, sangat cocok dipadukan dengan warna lembut lainnya seperti pink muda atau ungu muda. Warna ini pun dapat menyegarkan suasana, sangat cocok dikombinasikan dengan warna gelap. Warna hijau kekuningan akan berkesan segar, ringan, dan menyenangkan, sangat cocok dipadukan dengan suasana dalam komik "Three Dreams".
- c. Kuning, warna ini dipakai untuk memberikan kesan positif. Karena warna kuning ini adalah warna yang sangat positif yang bisa memberikan motivasi dan semangat.
- d. Putih, warna ini sangat pas dipadukan dengan warna lembut, selain itu warna putih memberi kesan bersih dan membuat segalanya lebih teratur.

Tipografi

Tipe tipografi yang penulis pilih ialah tipe yang sederhana, simpel namun sedikit bermain agar menampilkan kesan *fun*, yakni:

Untuk media elektronik, tipografi yang digunakan adalah huruf tidak berkait (Sans Serif) seperti TW Cen MT untuk *bodytext* dan huruf yang berasal dari tipografi logo "Three Dreams", yaitu Storybook.

Untuk media cetak, font yang dipakai untuk *bodytext* ialah Anna (OT) karena bentuknya yang simpel dan dinamis. Untuk *headline* font yang dipakai adalah Hobo St, font ini terlihat simpel, namun ada beberapa lekukan huruf yang bernuansa ceria.

Image

Desain keseluruhan untuk media promosi baik elektronik maupun cetak mempunyai gambar-gambar ilustrasi karakter tokoh utama dalam berbagai posisi, sehingga tidak membuat desain yang monoton. Adapula beberapa gambar ilustrasi yang memang disesuaikan dengan kondisi media.

Logo

Logo "Three Dreams" pada komik ini dibuat dengan dasar tipe tipografi yang mempunyai variasi pada hurufnya, yakni Storybook. Font ini dipilih karena menampilkan kesan ceria dan menyenangkan.

Identitas Visual

Logo "Three Dreams" mempunyai warna dasar ungu kemerahan yang sangat cocok apabila dilatarbelakangi warna cerah seperti putih.

Logo "Three Dreams" yang mempunyai warna latar belakang yang lebih cerah, lebih menampilkan kesan ceria dan menyenangkan. Sebaliknya, logo "Three Dreams" yang mempunyai warna latar lebih gelap menampilkan kesan gelap dan misterius dan sama sekali tidak cocok dengan suasana dikomiknya. Adapun logo "Three Dreams" yang berlatarbelakangi warna yang hampir serupa dengan warna dasar logo tersebut, membuat optimalisasi logo adalah nol. Berdasarkan analisa tersebut, pemakaian logo harus ditempat terang pada keseluruhan desain agar menampilkan kesan ceria dan menyenangkan.

Gaya Desain

Gaya desain yang dipakai penulis lebih banyak dipengaruhi oleh gaya ilustrasi baik yang berada di komiknya atau ilustrasi lepas. Gaya desain yang ditargetkan tidak menjauhi dengan adanya gaya desain yang modern agar tidak terlalu kuno. Namun, gaya desain modern yang terlalu formal yang bersifat *clean design* tidak diterapkan dalam desain promosi tersebut, karena pada dasarnya ini bukanlah desain yang membutuhkan gaya yang terlalu kaku dan formal.

Layout

Gambar ilustrasi yang dominan ditampilkan membuat layout desain yang cenderung dinamis pada setiap medianya. Karena itu, penulis menempatkan beberapa ornamen-ornamen yang akan mengikat keseluruhan desain agar menjadi satu kesatuan (*unity*). Adapun ornamen yang dipakai adalah;

Dot Gradasi

Ornamen ini merupakan ciri khas dari pemakaian *screen tone* dalam pembuatan komik. Hal ini dikarenakan, *screen tone* terdiri dari partikel dot kecil yang membentuk banyak efek-efek dalam komik.

Screen Tone Bunga

Pemakaian *screen tone* yang berwarna merupakan hal yang unik. Pada dasarnya, *screen tone* hanya untuk format B/W. Motif bunga dipilih karena ini merupakan komik cewek yang sarat akan pemakaian ornamen bunga pada efek-efek komik tersebut.

Ilustrasi

Ilustrasi beberapa tokoh utama dalam berbagai posisi, gaya, namun tidak merubah gaya rambut, dan cara berpakaian. Ini bertujuan untuk menjadikan sebagai ikon karakter yang berdasarkan sampul depan komik tersebut.

Program Kreatif

Proses Cetak

Komik dicetak menggunakan teknik *letterpress* yang memang sudah dipakai pada era 1950-an. *Letterpress* menggunakan teknik yang disebut cetak tinggi, karena acuan gambarnya lebih menonjol. Ditahun 1990-an, dengan seiring berkembangnya teknologi

pracetak yang menggunakan komputer, maka sistem pewarnaan komik yang sebelumnya dikerjakan dengan sistem pemisahan warna dengan kode formula warna, dialihkan menjadi pewarnaan lewat komputer.

Untuk media promosi (cetak), menggunakan teknik *Digital Printing*. Cetak digital adalah suatu teknik cetak tanpa melalui proses pembuatan acuan cetak, melainkan melalui proses digital. Semua proses percetakan dilakukan dan dikontrol secara digital dan memiliki metode penintaan yang berbeda sesuai teknologi masing-masing.

Pra Produksi

Untuk media cetak yang membutuhkan film seperti brosur, *flyer* menggunakan mesin cetak *Offset*. Untuk kategori *merchandise* seperti pin, brosur, pulpen dan kaos (bordir) mempunyai mesin *press*-nya masing-masing, Untuk kategori poster, spanduk, billboard, kartu nama, kalender, pembatas buku, stiker, banner, *postcard* dan kartu remi bisa memakai teknik *digital printing On Demand* yang artinya sesuai kebutuhan. Adapula yang seperti *custom calendar*, bisa terlebih dahulu dibuat *mock up*-nya.

Produksi

Jumlah media yang akan dicetak, pada dasarnya punya ketentuan tersendiri akan minimal cetak. Untuk brosur cetak *offset*, minimal 1000 eksemplar dan untuk kartu nama minimal 100 *sheets/box*. *Merchandise* seperti pulpen mempunyai minimal 1 lusin atau sekitar 12 buah, pembuatan kaos sablon minimal 1 lusin atau 12 buah.

Pasca Produksi

Proses akhir atau memberikan efek-efek tambahan setelah selesai dicetak. Adapun yang akan diberi efek-efek dalam desain:

- a. Amplop Surat : Efek Emboss
- b. Stiker, *Panel Event*, Pembatas Buku, Map dalam, Bros, dan Agenda : *Cutting Sticker*

Konsep Komunikasi

Komunikasi merupakan proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku. Definisi ini dikembangkan yang menjadikan komunikasi

ialah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertiannya yang mendalam.

Strategi Komunikasi

Media penyampaian informasi yang tepat ialah berpresentasi. Dengan berpresentasi, suatu informasi akan tersampaikan dengan jelas dan akurat. Pertukaran informasi pun dapat terjadi apabila terjadi timbal balik ketika *audience* akan menanyakan beberapa informasi yang mereka butuhkan. Sehingga tanpa disadari, *audience* tersebut akan melengkapi informasi dari si komunikator tersebut.

Desain dan Aplikasi

Logo



Gambar 1
Logo "Three Dreams"

Stationery Kartu Nama



Gambar 2
Kartu Nama (depan)



Gambar 3
Kartu Nama (belakang)

Kertas Surat



Gambar 4
Kertas Surat

Amplop



Gambar 5
Amplop (depan)



Gambar 6
Amplop (belakang)

Map



Gambar 7
Map (depan)



Gambar 8
Map (belakang)



Gambar 12
Halaman Karakter

**Media Publikasi
Layout Presentasi Multimedia**



Gambar 9
Halaman pembuka



Gambar 13
Halaman Turunan Karakter



Gambar 10
Halaman Utama



Gambar 14
Halaman Profil



Gambar 11
Halaman Cerita



Gambar 15
Halaman Kontak

Media Poster, Mini Poster
Poster Event



Gambar 16
Poster Event

Mini Poster



Gambar 17
Mini Poster

Brosur



Gambar 18
Brosur (depan)



Gambar 19
Brosur (belakang)

Flyer



Gambar 20
Flyer

X Banner



Gambar 21
X Banner

Spanduk



Gambar 22
Spanduk

Billboard



Gambar 23
Billboard

Iklan Majalah dan Koran
Iklan Majalah



Gambar 24
Iklan Majalah

Iklan Koran



Gambar 25
Iklan Koran

Merchandise
Pin



Gambar 26
Pin

Kaos Panitia dan Kaos Penggemar



Gambar 27
Kaos Panitia (depan)



Gambar 28
Kaos Panitia (belakang)



Gambar 29
Kaos Penggemar (depan)



Gambar 30
Kaos Penggemar (belakang)

Postcard



Gambar 31
Postcard (depan)



Gambar 32
Postcard (belakang)

Daftar Pustaka

Blaxter, Loraine, Christina Hughes, Malcom Thight.2001. *How To Research: Seluk Beluk Melakukan Riset*, Edisi kedua. Jakarta. Penerbit PT Indeks Kel. Gramedia.

Swara, Griand Giwanda Puspa.2004. *Panduan Praktis Fotografi Digital*. Anggota IKAPI 2004.

Hendratman, Hendi. 2006. *Tips n Trix Computer Graphics Design!*. Bandung: Informatika.

- Jefkins, Frank. 1994. *Periklanan*, Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Kusmiati, Artini. 2004. *Dimensi Estetika Pada Karya Arsitektur dan Desain*. Jakarta: Djambatan
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Edisi Kedua. Yogyakarta: ANDI.
- Morissan. 2007. *Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Tangerang: Ramdina Prakarsa.
- Safanayong, Yongki. 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: ARTE INTERMEDIA.
- Setiyono, Budi. 2005. *Reka Reklame: Sejarah Periklanan Indonesia 1744-1984*. Jakarta: Galangpress.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua. Yogyakarta: ANDI.
- Maki, Tatsu. 2009. *Manga Secrets*, Cetakan Pertama. Jakarta: TriExs media Inc.
- Maharsi, Indiria. 2011. *KOMIK Dunia Kreatif Tanpa Batas*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Kata Buku.
- Schari, Agus. 2007. *Budaya Visual Indonesia*. Jakarta: Penerbit Erlangga.