

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL BERBASIS MULTIMEDIA PADA LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK RADIO REPUBLIK INDONESIA PRO2 SEMARANG

Novita Putri Rachmadia, Edy Mulyanto

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer

Universitas Dian Nuswantoro

Jl. Nakula 1 No. 5-11 Semarang 50131

Telp : (024) 3517361, Fax : (024) 3520165

Email: vitatooo@gmail.com, edymul@gmail.com

ABSTRAK

Perencanaan yang dilakukan adalah merancang komik yang efektif dan informatif mengenai DKV sehingga target audiens dapat memahami dan mengerti DKV. Perkembangan DKV di Indonesia mengalami peningkatan cukup pesat, namun banyak yang belum mengetahui dan memahami apa itu DKV. Sehingga menimbulkan opini-opini negatif ataupun positif yang beredar di masyarakat. Komik ini akan menunjukkan secara umum mengenai DKV, opini dan fakta yang sebenarnya mengenai DKV, bidang-bidang DKV, karir untuk ke depannya yang meliputi banyak jenis pekerjaan karena merupakan industri kreatif yang tak pernah mati. Melalui komik. Penulis mencoba untuk memperkenalkan DKV sekaligus mengenalkan hasil kreatifitas DKV yaitu komik kepada target audiens, sehingga kalangan yang berpotensi untuk masuk DKV dapat memahami passionnya di DKV. Media Komik dipilih karena sifatnya yang lebih cenderung visual dan minim teks, sehingga diharapkan pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik.

Keyword : Komik, DKV, Perancangan, Opini DKV, Karir

ABSTRACT

This media campaign is designed in order to design an effective and informative comic about DKV so that the target audience can understand and appreciate DKV. Development of DKV in Indonesia have increased rapidly, but many people do not know and understand what is DKV. Opinion raises a positive or negative circulating in the community. This comic shows the generality of the DKV, opinions and actual facts about the DKV, DKV fields, careers for the future that includes many types of jobs because it is a creative industry that never dies. Through comics. The author tries to introduce creativity of DKV as well as introducing the results of the comic to the target audience, so that people who have the potential to understand what their passion at DKV. Comic as a media is chosen because it is more visual and minimal text, so expect the message to be delivered well received.

Keywords: *Comic, Visual Communication Design, Opinion, Career*

1. Latar Belakang

Desain grafis merupakan sebuah profesi yang banyak diminati oleh para anak muda jaman sekarang. Seiring berjalannya waktu di Indonesia desain grafis semakin dibutuhkan, hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya jurusan desain grafis di perguruan tinggi Indonesia. Dalam perkembangannya desain grafis tidak hanya berkuat pada teknik cetak mencetak, namun melalui berbagai media seperti animasi 3D, audio visual, semua yang lebih luas yang disebut sebagai Desain Komunikasi Visual atau DKV.

Jurusan Pendidikan DKV di Indonesia diawali dengan Jurusan Reklame, Dekorasi dan Ilustrasi Grafik (REDIG) pada 15 Januari 1950 dengan berdirinya Akademi Seni Rupa Indonesia (ASRI) Yogyakarta. Pada tahun 1969 bersamaan dengan berubahnya ASRI menjadi Sekolah Tinggi Seni Rupa Indonesia (STSRI) "ASRI" Jurusan REDIG dipecah menjadi Jurusan Seni Reklame, Jurusan Seni Dekorasi dan Jurusan Seni Grafis. Pada tahun 1972 STSRI "ASRI" menyelenggarakan ujian S-1 yang pertama kali untuk para BA Seni Reklame. Nama Jurusan Seni Reklame dipakai sampai tahun 1982. Pada tahun 1983

Jurusan Seni Reklame berubah menjadi Jurusan Disain Komunikasi. Pada tahun 1984 bersamaan dengan perubahan STSRI "ASRI" menjadi Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta melalui fusi dengan Akademi Musik Indonesia (AMI) dan Akademi Seni Tari Indonesia (ASTI), Jurusan Disain Komunikasi berubah menjadi Program Studi Disain Komunikasi Visual hingga saat ini. 1990 ditandai dengan berdiri DKV di STISI Bandung dan kemudian diikuti oleh UPH pada tahun 1994. Hingga sekarang sekitar 70 pendidikan tinggi DKV telah dan segera berdiri di Medan, Palembang, Jakarta, Bandung, Cirebon, Semarang, Yogyakarta, Salatiga, Solo, Malang, Surabaya, Bali, Makassar dan menyusul di beberapa kota lainnya. Saat ini beberapa universitas negeri eks IKIP bahkan eks IAIN telah dan berencana membuka jurusan/program studi DKV terutama yang mempunyai jurusan seni rupa.

Pertumbuhan pendidikan DKV tersebut tidak lepas dari perkembangan teknologi dan media informasi maupun gaya hidup. Hampir semua sektor seperti konsumsi, hiburan, media, infrastruktur, properti, keuangan, pendidikan dan sebagainya membutuhkan sentuhan desainer komunikasi

visual. Fenomena ini yang membuka peluang tumbuhnya profesi-profesi baru terkait dengan DKV yang pada akhirnya meningkatkan permintaan akan jasa pendidikan DKV. Jika dahulu seseorang mempunyai cita-cita bergengsi dengan menjadi dokter, insinyur, dan pilot namun sekarang di era ekonomi kreatif profesi-profesi di bidang kreatif mulai menjadi pilihan utama. Menjadi musisi, penulis, DJ, film *maker*, *animator* dan desainer komunikasi visual menjadi salah satu pilihan profesi favorit saat ini di samping banyak profesi di bidang kreatif lainnya. Dalam perkembangannya DKV di Indonesia, Jawa Tengah mempunyai beberapa perguruan tinggi swasta yang telah mengembangkan program studi DKV sebagai mata kuliahnya. Perguruan tinggi itu adalah Universitas Dian Nuswantoro, Universitas Katolik Soegijapranata, dan Universitas Negeri Semarang. Fenomena yang dilihat saat ini, DKV sebagai ilmu baru bagi pendidikan Indonesia saat ini banyak yang belum cukup mengetahui. Berdasarkan data penerimaan mahasiswa baru setiap tahunnya pada ketiga universitastersebut, perkembangannya tidak terlalu banyak.

Tabel 1.1 Peminat Jurusan DKV di Perguruan Tinggi Jawa Tengah
Sumber : data dikti

No	Semester	Peminat DKV		
		Udinus	Unika	Unnes
1.	Genap 2012	880	355	366
2.	Ganjil 2012	976	366	375
3.	Genap 2011	790	285	329
4.	Ganjil 2011	871	295	363
5.	Genap 2010	667	244	331
6.	Ganjil 2010	729	269	343
7.	Genap 2009	501	126	282
8.	Ganjil 2009	534	141	294

Hal ini bisa terjadi karena terdapat opini-opini atau mitos-mitos mengenai DKV yang tersebar di masyarakat. Seperti bahwa DKV lulusnya lama, DKV bagi yang suka menggambar, DKV hanya bermodalkan alat-alat canggih, DKV santai, dan sebagainya. Para calon mahasiswa yang berkeinginan masuk jurusan DKV membutuhkan suatu bentuk informasi dan pengetahuan yang dapat memberi gambaran secara umum bagaimana kehidupan mahasiswa Desain Komunikasi Visual. Dari cara awal masuk DKV, kemampuan yang harus dimiliki, pembelajaran-pembelajaran selama menjadi mahasiswa DKV, prospek kerja DKV setelah lulus, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan

kehidupan sehari-hari mahasiswa DKV. Hal ini bisa dilakukan dengan pendekatan-pendekatan yang berkaitan dengan DKV.

Komik merupakan cerita bergambar yang mengkomunikasikan informasi atau pesan melalui teks dan ilustrasi. Berbicara mengenai teks dan ilustrasi berarti berbicara mengenai satu media desain komunikasi visual. Claude Bayle (1964) mengatakan bahwa komik adalah seni ke-9 dalam susunan yang dikemukakan yaitu, *Architecture, Music, Painting, Sculpture, Poetry, Dance, Cinema, Television, Comics*. Karena itu komik harus memiliki nilai-nilai seni agar disukai oleh pembacanya. Komik dipercaya telah ada dan diakui sebagai seni sejak tahun 1960 di Perancis. Sampai saat ini terdapat banyak gaya komik di dunia, seperti Marvel dan DC Comic di Amerika dengan gaya realistik menggunakan garis-garis tegas, atau yang populer di Indonesia gaya mangaka Jepang yang menampilkan gaya gambar berkarakter mata lebar.

Dunia komik di Indonesia dapat dikatakan masih dalam proses jatuh bangun. Tahun 1990 komik “Candy-candy” masuk ke Indonesia dengan penerbit PT. Elex Media

Komputindo, yang membawa efek besar terhadap perkembangan komik di Indonesia yang beraliran manga. Tidak dapat dihindari bahwa aliran manga-lah yang mengisi sebagian besar dunia perkomikan di Indonesia. Disini penulis tidak membahas mengenai penerbit, popularitas manga atau bagaimana komik-komik indie dapat muncul ke permukaan, tetapi hanya sedikit membahas bagaimana menggunakan komik sebagai media komunikasi visual yang menjelaskan mengenai kehidupan pendidikan Indonesia. Penulis ingin menuangkan informasi-informasi mengenai desain grafis dan penulis berharap ini bisa menjadi salah satu media yang menginformasikan jurusan Desain Komunikasi Visual bagi orang awam.

Pengetahuan mengenai Desain Komunikasi Visual melalui komik ini pernah diterbitkan dalam sebuah buku komik DKV4 karya Faza Meonk (2012) penerbit Bukune, dengan sangat singkat dan minim informasi, lebih fokus pada sisi humornya daripada edukatif, sehingga inti pesan yang disampaikan dari DKV yang sarat akan pengetahuan baru ini terlewatkan dan terlupakan begitu saja oleh

pembacanya. Maka dari itu diperlukan sebuah media kreatif yang mendidik dan menarik bagi para pembacanya, terutama bagi calon-calon mahasiswa yang mencari perguruan tinggi agar mereka mempunyai gambaran secara umum mengenai DKV dan dapat memperkenalkan ilmu baru yang saat ini sedang berkembang di Indonesia dengan visualisasi yang lebih baik.

2. Tinjauan Teori

unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya, bidang dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu bidang geometri atau beraturan dan bidang non geometri atau tidak beraturan.

1.5.1 Komik

Kata komik sebenarnya berasal dari bahasa Inggris "comic" yang berarti segala sesuatu yang lucu serta bersifat menghibur. Komik menurut Shadely (1990:54) adalah bentuk rangkaian gambar-gambar yang masing-masing dalam kotak keseluruhannya merupakan runtutan suatu cerita. Scott McCloud, penulis buku komik fenomenal "Understanding Comic" mendefinisikan komik adalah gambar-gambar dan lambang-lambang lain yang tersusun dalam urutan tertentu, bertujuan untuk memberikan informasi dan atau mencapai

tanggapan estetis dari pembaca. Menurut Moesdono (2001:9) komik bukanlah cergam (cerita bergambar) seperti yang dikenal selama ini. Dalam cergam, gambar berperan sebagai ilustrasi, pelengkap tulisan, sehingga tanpa hadirnya gambar pun cerita masih dapat dinikmati pembacanya. Lain dengan komik, di dalam komik, gambar lebih penting daripada teks. Yang terjadi adalah sebaliknya, teks/tulisan berperan sebagai pelengkap gambar. Misalnya memberi dialog, narasi, dan sebagainya. Jadi lebih tepatnya komik adalah gambar bercerita. Sehingga sebuah komik bisa saja tanpa kata-kata orang sudah dapat mengetahui dan menikmati ceritanya.

1.5.1.1 Sejarah

Definisi komik hingga kini masih menyisakan tanda tanya sama dengan pertanyaan kapan sebenarnya komik pertama dunia muncul. Menurut Marcel Bonnef (1998), peneliti sejarah dan perkembangan komik Indonesia apabila dilihat melalui sejarah, di Perancis Selatan yaitu di Goa Lascaux terdapat gambar hewan-hewan yang diduga sebagai media komunikasi pada 17.000 tahun yang lalu. Itu artinya sejarah membuktikan bahwa manusia telah mengenal komunikasi nonverbal melalui visual.

Di Indonesia, cikal bakal komik banyak dipengaruhi oleh agama Budha, Hindu, dan Islam. Pada candi Borobudur dan Prambanan terdapat relief yang menceritakan kehidupan spiritual serta kebudayaan masyarakat Indonesia pada abad pertengahan. Penampakan gambar pada candi-candi tadi juga bisa dijadikan sebagai referensi timbulnya komik di Indonesia. (Marcell Bonnef, *Komik Indonesia*, KPG 1998, h. 16)

1.5.1.2 Perkembangan Komik di Indonesia

Ketika masih dikenal sebagai Hindia Belanda, komik diketahui pertama kali muncul pada tahun 1930-an di media-media cetak. Ada dua jenis komik yang menonjol pada masa itu, yaitu komik Barat dan Timur. Komik barat dengan tokoh-tokoh utamanya adalah superhero dari Amerika atau Eropa. Adapun komik Timur yang berasal dari Asia terutama Cina pada masa itu. Dari tahun 1930-an sampai 1980-an Industri Komik di Indonesia mengalami pasang surut dan pergantian masa antara komik Barat, Timur, Belanda.

Menurut Marcel Bonnef bahwa pertumbuhan Komik Indonesia berada pada awal perang dunia pertama, yaitu pada saat dipublikasikannya cerita bergambar dengan

gayagambar realis di *Harian Ratoe Timoer*, Solo, pada tahun 1939, karya Nasroen A.S. yang berjudul *Mentjari Poetri Hijaoe*. Kemudian pada periode pendudukan Jepang (1942), kelahiran komik-komik Indonesia dilanjutkan oleh komikus-komikus lain seperti: B. Margono (Roro Mendut), dan dipublikasikan di *harian Sinar Matahari* Jogjakarta, kemudian fase berikutnya dilanjutkan pada era setelah kemerdekaan. Tanggal 19 Desember 1948, *Harian Kedaulatan Rakyat*, Jogjakarta memuat komik *Kisah Kependudukan Jogja*, karya Abdulsalam, kemudian karya Abdulsalam ini diterbitkan kembali menjadi sebuah buku pada tahun 1952, ini berarti menjadi sebuah temuan baru pembukuan sebuah komik, sekaligus mengoreksi tulisan Marcel Bonnef yang mengatakan bahwa komik Indonesia yang pertama dibukukan adalah *Sri Asih*, karya R.A. Kosasih yang beredar pada sekitar tahun 1953 atau 1954.

Pada tahun 1990, sebuah genre baru komik asal Jepang berkembang pesat dalam industri massal dunia tidak terkecuali Indonesia. Genre komik itu adalah komik manga, dan kemudian muncul genre baru dari negara lain di Asia yaitu Cina dengan *manhua* dan Korea dengan *manhwa*.

1.5.1.3 Jenis-jenis

Komik Berdasarkan Pasar

Jenis-jenis komik yang saat ini beredar di pasaran menurut situs jagoancomic.com adalah:

a. **Komik Karikatur.** Komik karikatur biasanya hanya berupa satu tampilan saja, dimana didalamnya bsia terdapat beberapa gambar yang dipadu dengan tulisan-tulisan. Biasanya komik tipe kartun/karikatur ini berjenis humor (banyol) dan editorial (kritikan) atau politik (sindiran). Contoh: Bisa dilihat pada surat kabar maupun majalah dimana suka menampilkan gambar kartun/karikatur dari sosok tokoh tertentu yang maknanya sebagai kritikan dan sindiran atau menghibur.

Gambar 1.1 Contoh Komik Karikatur pada Koran, Panji Koming

Sumber : _____ :

Dokumentasi Novita Putri

b. **Komik Strip.** Adalah sebuah gambar atau rangkaian gambar yang berisi cerita. Komik strip ditulis dan digambar oleh seorang kartunis, dan diterbitkan secara teratur (biasanya harian atau mingguan) di surat kabar atau internet. Biasanya terdiri dari 3-6 panel. Penyajian isi cerita berupa banyol/humor atau cerita serius dan menarik untuk disimak setiap periode. Contoh: Panji Koming di

surat kabar Kompas, komik Beny and Mice, Si Juki, dari luar negeri ada Snoopy, dan lain sebagainya.

Gambar 1.2 Contoh Komik Strip Benny and Mice

Sumber : Dokumentasi Novita Putri

c. **Buku Komik.** Rangkaian gambar-gambar, tulisan dan cerita dikemas dalam bentuk sebuah buku (terdapat sampul dan isi). Buku komik sering disebut komik cerita pendek, berisikan 32-48 halaman, berisikan cerita, iklan, dan lain-lain. Buku komik dapat dibagi menjadi beberapa bagian lagi, yaitu:

1) **Komik kertas tipis.** Komik ini berukuran seperti buku biasa, tidak terlalu lebar dan besar. Walau berkesan tipis namun dikemas dengan menggunakan kualitas gambar yang baik sehingga penyajian buku terlihat menarik. Contoh: Gundala, Si Buta Dari Gua Hantu, Lamaut, Kapten Bandung, Caroq, Gina.

Gambar 1.3 Contoh Komik Kertas Tipis Komik "Si Buta dari Goa Hantu"

Sumber : _____ :

Dokumentasi Novita Putri

2) **Komik Majalah.** Berukuran seperti majalah (ukuran besar) biasanya menggunakan tipe kertas yang tebal dan keras untuk sampulnya. Dengan ukuran yang besar bias menampung

gambar dan isi cerita.
Contoh: komik Tintin,
Asterix dan Obelix.

Gambar 1.4 Contoh Komik
“Luky Luke”

Sumber :
Dokumentasi Novita Putri
3) Komik novel
grafis. Biasanya isi ceritanya
lebih panjang dan komplikasi
serta membutuhkan tingkat
berpikir yang lebih dewasa
untuk pembacanya. Contoh:
komik Princess Hours, komik
Will Eisner dan lain
sebagainya.

Gambar 1.5 Contoh Komik
Novel Grafis

Sumber :
Dokumentasi Novita Putri
d. Komik Tahunan. Bila
pembuat komik sudah dalam
skuppenerbit yang serius, si
penerbit akan secara teratur
dan berkala (setiap bulan atau
setahun sekali) menerbitkan
buku-buku komik baik serial
atau putus. Contoh: komik
Superman, komik Batman
limited edition, dan
sebagainya.

Gambar 1.6 Contoh Komik
Tahunan pada komik Marvel

Sumber : Dokumentasi
Novita Putri
e. Komik online. Selain
media cetak seperti surat
kabar, majalah, tabloid dan
buletin, media internet juga
dapat dijadikan sarana dalam
mempublikasikan komik-
komik. Dengan menyediakan
situs web maka para

pengunjung/pembaca dapat
meyimak komik. Dengan
media internet jangkuan
pembacanya bisa lebih luas
daripada media cetak.
Contoh: komika.com,
ngomik.com dan komik ini
dengan mudah diakses
pengguna smartphone melalui
google play dan itunes.

Gambar 1.7 Contoh tampilan
Komik Online pada situs
mangahere.com

Sumber :
<http://mangahere.com>
f. Komik Instruksi.
Tidak sedikit sebuah panduan
atau instruksi sesuatu
dikemas dalam format komik,
bisa dalam bentuk buku
komik, poster komik, atau
tampilan lainnya. Contoh:
komik tata cara beribadah,
cara menggunakan hp, dan
sebagainya.

Gambar 1.8 Contoh Komik
Instruksi pada penggunaan
kabel Handphone

Sumber :
Dokumentasi Novita Putri

1.5.1.4 Jenis-jenis Komik
Menurut Aliran/Gaya
Gambar

Jenis-jenis
komik berdasarkan gaya
menggambar komik:

a. Komik Jepang
(Manga)
Manga merupakan komik
yang dibuat di Jepang, kata
tersebut digunakan khusus
untuk membicarakan tentang
komik Jepang, sesuai dengan

gaya dan karakter yang dikembangkan di Jepang yaitu gambaran perempuan cantik dengan mata besar dan laki-laki dengan wajah maskulin.

Gambar 1.9 Contoh Manga atau komik Jepang dengan karakter perempuan cantik bermata lebar dan laki-laki maskulin

Sumber: Dokumentasi Novita Putri

b. Komik Amerika

Gaya komik Amerika adalah dengan penggambaran karakter dibuat realistis, dengan garis gambar yang lebih tajam. Tidak seperti komik Jepang yang berwarna hitam putih, komik Amerika hampir semua judul dibuat full colour. Genre komik Jepang juga lebih luas dari komik Amerika, yang lebih dari 80% nya adalah komik superhero.

Gambar 1.10 Contoh komik Amerika yang didominasi genre Superhero

Sumber: Dokumentasi Novita Putri

c. Komik Hongkong (Manhua)

Manhua sama dengan manga, yang membedakan hanya negara pembuat komik yaitu dari Hongkong. Selain karakter gambar yang hampir sama dengan Manga, Manhua lebih mengutamakan karakter yang gambarnya semirip mungkin dengan aslinya.

Gambar 1.11 Contoh Manhua atau komik Mandarin yang didominasi oleh genre pendekar atau silat

Sumber: Dokumentasi Novita Putri

d. Komik Korea (Manhwa)

Manhwa juga sama dengan manga, hanya negara pembuat komiknya adalah Korea. Selain karakter gambar yang hampir sama dengan Manga, Manhwa mengutamakan postur dan wajah yang proporsional. Manga dan Manhwa juga mempunyai perbedaan cara membacanya. Manga dibaca dari kanan ke kiri, sedangkan Manhwa juga Manhua dibaca dari kiri ke kanan, seperti membaca textbook/buku tulis/buku pelajaran.

Gambar 1.12 Contoh Manhwa atau komik Korea yang mengutamakan postur dan wajah yang proporsional

Sumber: Dokumentasi Novita Putri

e. Komik Eropa (Bande De Saire)

Komik Eropa tidak berbeda jauh dengan komik Amerika, yang membedakan dari segi cerita komik Eropa didominasi genre komedi dan anak-anak. Tidak seperti komik Amerika yang superhero.

Gambar 1.13 Contoh komik Eropa anak-anak pada komik "Casper"

Sumber:
Dokumentasi Novita Putri

1.5.1.5. Elemen-elemen Grafis Komik

Berikut merupakan beberapa elemen-elemen yang terdapat pada komik:

Tabel 1.2: Elemen-elemen komik

Sumber : “14 Jurus membuat komik” Toni Masdiono

No.	Elemen	Komik
	Contoh	

a. Outline :

Garis utama yang membentuk suatu objek. Tebal tipisnya garis akan kedinamisan suatu objek.

Gambar 1.14 Contoh Outline, garis yang membentuk objek padaManhwa “Twinkle” Kim Dae Hee

Sumber: Dokumentasi Novita Putri

b. Panel tertutup :
Kotak tempat gambar diletakkan dengan garis pembatas panel.

Gambar 1.15 Contoh Panel tertutupKomik Manhwa “Twinkle” Kim Dae Hee

Sumber: Dokumentasi Novita Putri

c. Panel terbuka :
Panel tanpa garis batas yang mengelilinginya.

Gambar 1.16 Contoh Panel terbukaKomik Manhwa “Twinkle” Kim Dae Hee

Sumber: Dokumentasi Novita Putri

d. Alur baca :
Karena buku dalam bahasa Indonesia dibaca dari

kiri ke kanan, maka arah baca akan mengikuti huruf “Z”

e. Balon kata/dialog:
Tempat meletakkan dialog, umumnya berbentuk bulat atau lonjong, mengikuti emosi dari tokoh.

Gambar 1.17 Contoh balon kata Komik Manhwa “Twinkle” Kim Dae Hee

Sumber: Dokumentasi Novita Putri

f. Gang :
Jarak antara panel satu dengan panel lainnya.

Gambar 1.18 Contoh Gang, Komik Manhwa “Twinkle” Kim Dae Hee

Sumber: Dokumentasi Novita Putri

g. Foreground :
Gambar yang dilihat mata terlebih dahulu, merupakan objek utama.

Gambar 1.19 Contoh Foreground atau gambar utama

Sumber: Dokumentasi Novita Putri

h. Background :
Gambar yang terletak dibelakang foreground.

Gambar 2.20 Contoh Background

Sumber: Dokumentasi Novita Putri

1.5.1.6. Teknik Menggambar Digital dan Manual

Digitalisasi adalah perubahan format dari bentuk non digital (buku, film, audio) ke digital. Teknologi dipandang sebagai sesuatu yang mendukung hdiup manusia. Hampir semua aspek kehidupan manusia dibantu dan

dipermudah dengan bantuan teknologi. Adanya era digital dapat memberi manfaat seperti lebih praktisnya proses penyampaian informasi dan penyimpanan data. Semua data dapat diakses melalui berbagai cara, komputer ataupun internet yang jangkauannya luas. Demikian juga dengan komik, untuk mempermudah jangkauan pembaca, maka digitalisasi sangat diperlukan, khususnya dalam dunia maya atau internet.

Digital Art adalah proses penuangan ekspresi seni menggunakan media digital. Sama seperti seniman-seniman pada umumnya, ketika mendapat konsep karya, seorang seniman digital akan menyalakan komputer dan menjalankan program-program grafis. Mulai dari pengaturan warna, komposisi, hingga menjadi suatu karya seni semua dilakukan menggunakan komputer.

Gambar 1.21
Contoh Digital Art
menggunakan komputer

Sumber: Novita Putri

Sedangkan Manual Art merupakan proses penuangan ekspresi seni dengan menggunakan media nyata dan mengandalkan keaslian goresan tangan. Manual art dapat juga disebut Fine Art.

Gambar 1.22 Contoh Manual Art mengandalkan goresan tangan

Sumber: Novita Putri

Digital Art dan Manual Art tidak seharusnya dibedakan, karena merupakan dua dunia yang berbeda namun saling melengkapi untuk mendapatkan suatu karya yang bernilai.

1.5.1.7 Penggunaan Tool Digital Art

Penggunaan Adobe Photoshop saat ini cukup luas dalam bidang desain grafis. Program ini merupakan salah satu program yang dilengkapi fasilitas memadai untuk menghasilkan berbagai karya grafis. Dengan berkembangnya perkomikan di Indonesia, Adobe Photoshop menjadi salah satu alternatif sebagai alat untuk mengedit sebuah komik. Pengeditan komik melalui Adobe Photoshop bukan berarti seluruh proses dilakukan dengan komputer. Manual tetap dibutuhkan sebagai pondasi untuk menciptakan komik. Dengan kata lain, cara manual dan digital dengan Adobe Photoshop saling melengkapi.

Gambar 1.23 Tampilan Adobe Photoshop

Sumber: Dokumentasi Novita Putri

Adobe Photoshop CS6 merupakan versi terbaru program Adobe Photoshop

yang dikeluarkan Adobe System Incorporated yang merupakan penyempurnaan versi sebelumnya. Software ini menawarkan zoom halus dan memungkinkan pengguna komik untuk mengedit gambar pada pembesaran tinggi dengan mudah. Panel baru rotasi memudahkan memutar lembar kerja dengan berbagai sudut.

Selain penggunaan Photoshop, penulis dalam membuat komik terbantu dengan software Manga Studio dan Paint Tool Sai. Dimana kedua software tersebut cocok untuk membuat komik. Dari balon kata, efek suara, panel, gradasi (tone), dan tekstur. Saat ini Manga studio terbaru adalah seri Manga Studio 5.0 dan Pain tool Sai adalah Sai 2.0.

1.5.1.8. Teknik Pewarnaan (Coloring)

Teknik pewarnaan untuk membuat komik rata-rata hampir sama. Dimulai dari menscan hasil gambar sampai menggambar di komputer, semua dilalui dengan beberapa tahap. Berikut pewarnaan menurut dosen penulis.

Tabel 1.3. : proses pewarnaan menggunakan komputer (Coloring digital)

Sumber : Novita Putri

No	Elemen	Komik
	Contoh	

- a. Penintaan (Inking)
: Tahap sketsa lineart, dapat berupa goresan

Gambar 1.24 Sketsa gambar
Sumber : file karya Novita Putri

- b. Pemindaian (Scanning): Proses mengubah lineart menjadi data dian.

Gambar 1.25 Hasil scan gambar

Sumber : file karya Novita Putri

- c. Pembersihan (Cleaning):

Tahap membersihkan dan memperbaiki line art hasil scan.

Gambar 1.26 pembersihan hasil scan

Sumber: file karya Novita Putri

- d. Pewarnaan (Coloring)
:

Proses mewarnai dengan software grafis.

Gambar 1.27 Hasil coloring digital

Sumber: file karya Novita Putri

1.5.2. Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual merupakan seni menyampaikan pesan (arts of communication) dengan menggunakan bahasa rupa (visual language) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target

audience sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Menurut Adi kusrianto (2007) Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan untuk mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan cara mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf serta komposisi warna serta layout (tata letak atau perwajahan).

Dengan demikian gagasan akan dapat diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan.

Jadi media desain dapat dipakai sebagai alat atau sarana informasi yang tidak terlepas dari aspek-aspek Desain Komunikasi Visual seperti ilustrasi, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya yang disusun berdasarkan kaidah bahasa visual yang khas berdasar ilmu tata rupa.

1.5.2.1 Perkembangan Desain Komunikasi Visual di Indonesia

DKV sebagai ilmu yang sedang berkembang di Indonesia mempunyai perjalanan dari waktu ke waktu. Di Indonesia, Desain grafis dan cabang desain lainnya hadir berkat digalakkannya kolonialisasi.

Pada masa pendudukan Belanda, pemerintahannya pernah menunjuk beberapa seniman untuk melakukan studi landscape di Indonesia untuk merekam eksotisme negara ini yang kemudian dituangkan dalam karya lukisan yang berkesan romantis dan beberapa teknik cetak seperti wood engraving dan lithography. Karena memang pada masa ini seni rupa Barat sedang merayakan romantisme yang kajian visualnya seringkali ditujukan pada landscape dan peristiwa heroik, yang dikenal dengan istilah *mooi indie*, atau *hindia* yang cantik. Berangkat darinyalah desain grafis mulai diperkenalkan secara tidak langsung kepada rakyat Indonesia. penguasaan teknik cetak pun bukan dari akademi, namun sebatas dari obrolan dan interaksi dengan orang asing. Pada tahun 1977, Gert Dumbar, seorang desainer grafis Belanda memperkenalkan istilah semiotika dan komunikasi visual di FSRD ITB. Menurutnya, desain grafis tidak hanya menangani desain untuk percetakan tetapi juga *moving image*, *display* dan pameran. Sejak tahun 1979, istilah desain komunikasi visual mulai dipakai menggantikan istilah desain grafis. Akhir 1970 dan seterusnya, tumbuh perusahaan-perusahaan desain grafis yang

sepenuhnya dipimpin oleh desainer grafis. Berbeda dengan biro iklan, perusahaan-perusahaan ini mengkhususkan diri pada desain-desain non-iklan, beberapa di antaranya adalah Vision (Karnadi Mardio), Grapik Grapos Indonesia (Wagiono Sunarto, Djodjo Gozali, S Prinka dan Priyanto Sunarto), dan GUA Graphic (Gauri Nasution).

Periode awal 1980 mencatat perkembangan jumlah perusahaan desain grafis yang cukup signifikan di Jakarta, antara lain: Gugus Grafis (FX Harsono, Gendut Riyanto), Polygon (Ade Rastiardi, Agoes Joesoef), Adwitya Alembana (Iwan Ramelan, Djodjo Gozali), dan di Bandung: Zee Studio (Iman Sujudi, Donny Rachmansjah), dll. Pada masa ini, studio mana pun 'dituntut' bisa mengerjakan pekerjaan apa pun.

Ilustrasi mulai menggunakan teknik air brush, dengan gaya hyper-realism dan Pop Art menjadi trend saat itu. Air brush gun, pensil, kuas, cutter, Cow Gum, Spraymount dan huruf gosok Letraset/Mecanorma adalah alat-alat yang lazim bertengger di meja kerja desainer saat itu. Eksplorasi media seni grafis kian berkembang didukung oleh laju perkembangan teknologi yang kian pesat juga. Teknologi-teknologi grafis mutakhir seperti c-print,

digital print, dll mulai dipertanyakan konvensinya. Selain itu, perkembangan seni grafis Indonesia juga tampak pada dialog Jogja-Bandung seperti pada seni lukis, seni grafis pun mulai menampakkan kecenderungan karya yang berbeda antar seniman Jogja dan Bandung.

Beralih pada Seni grafis kontemporer Indonesia yaitu cabang seni yang dinilai amat kaya, baik secara visual maupun ide yang diungkapkan senimannya. proses berkarya grafis. Perkembangan seni grafis kontemporer Indonesia berkembang dengan eksplorasi teknis diaplikasikan pada media yang dianggap kurang lazim dalam penyajian karya grafis. Dari kertas, kanvas, kayu, bahkan akrilik. Perayaan teknologi pun memberikan banyak opsi yang sangat banyak bagi seniman grafis untuk berkarya. Bahkan lebih jauh lagi, pereneungan kontemplatif seniman kemudian melahirkan penyajian karya yang menggunakan teknik cetak secara filosofis.

Dapat disimpulkan dari sedikit uraian diatas bahwa seni grafis Indonesia bukanlah cabang seni yang murahan, pinggir, dan kelas dua, namun dapat dipandang sebagai cabang seni yang melahirkan seniman yang memiliki

kekhasan baik dalam pemikiran maupun karyaanya. Mampu menunjukkan eksistensinya dalam memperkaya seni rupa Indonesia.

1.5.2.2 Mitos-mitos DKV di Masyarakat Luas

Dalam perancangan ini, penulis harus mengetahui latar belakang dari khalayak sasaran terlebih dahulu, pengetahuan masyarakat mengenai DKV, dan sejauh mana pendapat-pendapat itu beredar di masyarakat. Karena itu penulis menemukan beberapa mitos-mitos yang masyarakat awam ketahui mengenai DKV. Berikut berbagai mitos DKV yang penulis rangkum dari data angket dan berbagai sumber serta situs DGI Indonesia :

a. Pekerjaan hanya menggambar
Mitos ini tidak sepenuhnya salah. Hampir semua mahasiswa DKV pasti menggambar bahkan tes agar lolos ke jurusan DKV menjumpai sesi tes menggambar. Tapi hal ini sangatlah wajar sebagaimana namanya jurusan Desain Komunikasi Visual. Namun kemampuan menggambar ini tidak dipandang sangat penting apalagi untuk mencapai tingkat yang profesional karena yang terpenting di dalam dunia Desain Komunikasi Visual adalah kemampuan

merancang konsep dari sebuah perancangan. Dan menggambar hanyalah sebagian kecil dari proses kreatif.

b. Mudah

Karena hanya menggambar tentu mudah, semua orang dapat melakukannya. Ternyata selain menggambar banyak hal lain yang harus di pikirkan seorang desainer, selain harus indah secara visual, harus sesuai dengan target tujuan, unik, mudah di ingat, menarik dengan konsep yang kuat.

c. Santai

Karena mudah, maka sekolah pasti santai. Hanya menyalurkan hobi menggambar dan tugas selesai. Yang belum banyak diketahuikhalayak adalah dalam 1 minggu terdapat 4-5 tugas yang berbeda, mulai dari menggambar manual hinggamock-up print yang menggunakan komputer, dan jika belum cukup, waktu mengumpulkan tugas-tugas itu berdekatan.

d. DKV itu komputer (harus menggunakan komputer)

Komputer memang digunakan dalam proses mendesain, namun tidak seluruhnya, dan bukan hal yang paling utama. Merancang solusi untuk suatu masalah adalah yang paling utama dalam desain grafis, ini dilakukan dengan riset/wawancara, membuat catatan. Sama sekali belum

menggambar, apalagi menggunakan komputer.

e. Untuk masuk DKV, yang paling penting punya bakat seni.

Bakat seni memang diperlukan dalam mendesain, tapi tidak seluruhnya. Kerajinan dalam berlatih, keberanian mengeksplorasi hal-hal baru, kreativitas, kemampuan logika, analisa, komunikasi, kepekaan, dan masih banyak lagi kemampuan yang lebih dibutuhkan untuk masuk DKV.

f. Dapat menggunakan software = DKV

Software bukan alat utama dalam DKV. Software hanya alat bantu dalam membuat karya desain grafis. Dapat mengoperasikan software belum tentu dapat mendesain dengan baik. Untuk menghasilkan karya desain yang berhasil, ada tahapan kerja dan prinsip-prinsip yang harus diterapkan. Software tidak mengerti hal itu, software hanya alat. Yang harus dipelajari adalah penggunaannya. DKV tidak menggantungkan dirinya pada software, tapi pada otaknya yang kreatif. Riset, analisa, mencari strategi visual dan komunikasi adalah proses awal mendesain. Hal itu tidak bisa dilakukan oleh Photoshop, Illustrator, CorelDraw, atau software lainnya, hanya otak yang dapat melakukannya.

g. Pembelajaran Desain berhenti setelah lulus.

Banyak orang berpikir bahwa selama orang tersebut memiliki gelar edukasi desain yang tinggi dia memiliki pemikiran desain yang baik, dia tidak lagi perlu belajar dan mendengarkan orang lain. Mereka hanya perlu mengaplikasikan apa yang telah mereka pelajari. Hal ini tidaklah benar. Pada kenyataannya, bahkan setelah seseorang lulus, harus belajar, menghadiri seminar dan membaca buku karena dunia desain terus berubah dengan cepat dan ia harus selalu mengikuti perkembangan yang ada.

h. DKV membuat iklan. Membuat iklan memang salah satu pekerjaan yang cukup banyak ditekuni oleh DKV, tapi tidak hanya itu satu-satunya. Branding, editorial & penerbitan, desain kemasan /packaging, web & development, adalah di antara sekian banyak yang juga ditekuni DKV.

1.5.2.3 Fungsi Pendidikan Desain Komunikasi Visual
Maksud dan tujuan umum mempelajari Desain Komunikasi Visual menurut Adi Kusriyanto (2007):

a. Berperan serta mempersiapkan sumber daya manusia, khususnya para junior programmer, di abad teknologi komunikasi secara efisien agar dapat meningkatkan citra instansi.

b. Menerapkan teknologi informasi sebagai hal penting di segala bidang agar meningkatkan kualitas masyarakat informasi dalam era globalisasi.

c. Mengembangkan kecepatan perkembangan teknologi informasi, serta dapat memenuhi program-program pemerintah Indonesia saat ini ataupun di masa depan.

1.5.2.4 Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual

Elemen-elemen Desain komunikasi Visual diantaranya adalah ilustrasi, tipografi, teks dan warna.

a. Ilustrasi
Ilustrasi berasal dari bahasa latin yaitu *illustrare* yang berarti menerangkan atau memperlihatkan sesuatu. Ilustrasi dapat berupa gambar, simbol, relief, musik yang tujuannya untuk mengkomunikasikan atau menjelaskan sesuatu (Santosa, 2002). Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual (Kusrianto, 2007).

Fungsi ilustrasi adalah untuk menarik perhatian publik guna mendorong dan mengembangkan gagasan dalam bentuk cerita realistik dapat menumbuhkan suasana emosional karena ilustrasi lebih mudah dipersepsi atau

diserap daripada tulisan (Artini Kusmiati, 1999)

b. Tipografi

Tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Huruf terdiri dari bagian-bagian yang secara ilmiah memiliki nama. Masing-masing bagian tersebut memiliki fungsi spesifik dalam ilmu tipografi. Oleh karena itu, para ahli mengelompokkan jenis-jenis desain huruf sesuai ciri masing-masing.

Ada 4 kelompok huruf sesuai dengan cirinya:

1) Serif

Kelompok ini ditandai dengan bentuk serif yang tebal, bahkan sangat tebal. Masa kemunculan jenis huruf ini bervariasi dan ikut menandai kemunculan huruf-huruf yang berfungsi lebih tepat sebagai penarik perhatian, yaitu sebagai Header. Contoh huruf jenis kelompok ini: Arno Pro, SMTText, Colonna MT, Fang Song dll. Bentuk font ini lebih berkesan berat dan horisontal, mirip gaya seni dan arsitektur mesin kuno. Huruf ini terdapat garis tipis pada ujung kaki atau lengan huruf.

2) Sans serif

Sans serif adalah huruf tanpa serif (kait di ujung). Pertama kali jenis huruf tersebut diciptakan oleh William Caslon IV. Pada awal kemunculan, font jenis itu disebut Grotesque karena

pada zaman itu bentuk huruf ini dirasa aneh dan unik. Contoh huruf jenis ini: Franklin Gothic, Akzident Grotesk, Helvetica, Berlin Snas FBdll. Bentuk font ini mulai menghapus dekorasi dan hiasan berlebihan pada desain.

3) Display atau Dekoratif

Display mulai muncul pertama kali sekitar abad 19 dan semakin banyak karena teknologi pembuatan huruf semakin murah. Jenis huruf display dibutuhkan untuk menarik perhatian pembaca. Display type dibuat dalam ukuran besar dan diberi ornamen indah karena yang diprioritaskan adalah keindahannya. Contoh: Action Jackson, Amatic, Badaboom, Applejuicedn dll. Dalam perancangan ini, tipografi yang baik akan digunakan untuk merancang isi dialog komik yang mengarah pada keterbacaan dan kemenarikan, dan desain huruf tertentu yang dapat menciptakan gaya (style) dan karakter. Beberapa huruf mengesankan latar suasana dalam cerita komik seperti kelembutan, ringan, berat, kuat, dan sifat-sifat lain yang sesuai dengan isi komik.

c. Warna

Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh

kepekaan

penglihatan, sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, mood atau semangat, dll. Secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan reasons secara psikologis. Molly E. Holzchlag, seorang pakar tentang warna, dalam tulisannya "Creating Color Scheme" membuat daftar mengenai kemampuan masing-masing warna ketika memberikan respons secara psikologis kepada pemirsanya sebagai berikut

Untuk perancangan ini, warna merupakan elemen penting yang dapat mempengaruhi komik. Dalam perancangan ini penulis akan menggunakan warna-warna primer sebagai dasar dan penggabungan warna-warna lain untuk latar setting atau background.

d. Unsur Visual

Dalam sebuah karya cerita bergambar, tentunya menggunakan ilustrasi sebagai sarana visualnya. Dan dalam sebuah ilustrasi cerita bergambar, menggunakan unsur-unsur visual yang sangat berperan penting. Unsur-unsur visual menurut Adi Kristanto (2007:30-32) yaitu:

1) Titik

Adalah salah satu unsur visual yang wujudnya relatif

kecil, dimana dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok, dengan variasi jumlah, susunan dan kepadatan tertentu.

2) Garis

Garis merupakan unsur visual yang banyak berpengaruh pada pembentukan suatu objek, sehingga garis selain dikenal sebagai goresan atau coretan, juga menjadi batas limit suatu bidang atau arna. Garis dapat tampil dalam bentuk lurus, lengkung, gelombang, zigzag, dan lainnya.

3) Bidang

Dianggap sebagai unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya, bidang bisa dikelompokkan menjadi dua, yaitu geometri/beraturan dan bidang non-geometri alias tidak beraturan. Bidang geometri adalah bidang yang mudah diukur luasannya, sedangkan bidang non-geometri merupakan bidang yang sukar diukur luasannya. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan suatu garis atau lebih.

4) Ruang

Dapat dihadirkan dengan adanya bidang. Pembagian bidang atau jarak antar objek berunsur titik, garis dan

bidang, warna. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi menjadi dua, yaitu ruang nyata dan semu. Keberadaan ruang sebagai salah satu unsur visual sebenarnya tidak dapat diraba tetapi dapat dimengerti.

5) Tekstur

Adalah nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik, tekstur dibagi menjadi tekstur kasar dan tekstur halus, dengan kesan pantul mengkilat dan kusam. Ditinjau dari efek tampilannya, tekstur dibedakan menjadi tekstur kasar dan tekstur semu. Disebut tekstur nyata bila ada kesamaan antara hasil raba dan penglihatan. Misalnya bila dilihat tampak kasar dan ketika diraba terasa kasar. Sementara pada tekstur semu terdapat perbedaan antara hasil penglihatan dan perabaan. Misalnya, bila dilihat tampak kasar, tetapi ketika diraba sebaliknya, terasa halus.

Pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa suatu bentuk visual memiliki unsur titik, garis, bidang, ruang, warna dan tekstur. Masing-masing unsur saling melengkapi dan berfungsi sesuai dengan perannya dalam membentuk satu keseluruhan bentuk atau image. Sehingga image dan bentuk dari suatu objek dapat diterima oleh panca indera,

akhirnya panca indera mampu mengidentifikasi objek tersebut. Hasilnya pesan atau informasi pada objek tersampaikan.

e. Prinsip Desain

Dalam sebuah karya desain, apapun bentuk dan medianya setidaknya menggunakan prinsip-prinsip desain dalam proses pembuatannya supaya tercipta sebuah desain yang berkualitas. Seperti yang ditulis Budi Dwi Harto, “Setiap unsur-unsur visual harus dikenali secara cermat sehingga dapat berperan optimal saat satu sama lain dipadukan/dirancang. Tidak ada metode perancangan yang dapat mengembangkan metodenya masing-masing sesuai pola kebiasaan, alat yang digunakan, lingkungan tempat kerja dan sebagainya. Sekalipun begitu, terdapat beberapa prinsip perancangan yang dijadikan pedoman untuk menghasilkan mutu perancangan yang baik”. (Budi Dwi Harto, 2005). Prinsip-prinsip desain menurut Dwi Budi Harto antara lain:

1) Kesatuan (Unity)

Sebuah media visual terdiri dari elemen-elemen seperti headline, body text, ilustrasi, warna, garis, dan lain-lain. Semua elemen ini harus dirancang sedemikian rupa sehingga memberikan keseluruhan efek yang menyatu dan terpadu.

2) Keberagaman (Variety)

Dalam sebuah rancangan media visual, keragaman atau variasi sangat dibutuhkan untuk menghindari kesan monoton.

3) Kontras (Contrast)

Kontras disini adalah upaya untuk membuat penonjolan sebuah unsur (atau kelompok unsur) melalui berbagai cara : kontras nada, kontras ukuran, kontras bentuk. Putuskan unsur-unsur mana yang akan ditonjolkan. Bila anda memberikan seluruh unsur penonjolan yang sama, media anda akan berakhir tanpa penonjolan sama sekali.

4) Keselarasan (Harmony)

Seluruh tata letak harus saling bekerjasama dan tidak saling bertentangan satu sama lain. Bentuk huruf, bentuk nada dan tekstur harus tertata secara harmonis sehingga secara keseluruhan enak dipandang.

5) Kesepadanan/Sebanding (Proportion)

Semua unsur harus sepadan. Tinggi dan lebar huruf, font huruf dengan lebar naskah, gambar dengan naskah dan lain-lain.

6) Irama (Rhythm)

Setiap unsur disusun agar dapat membantu mata bergerak dalam satu gerakan yang terstruktur. Tempatkan secara terencana sehingga mata mulai bergerak dari tempat yang kita inginkan hingga keseluruhan bagian.

2.1. Konsep Media

2.1.1 Jenis Komik

Jenis komik adalah komik grafis yang terdiri dari 3 bagian, masing-masing terdiri ± 10 halaman. Berdasarkan alur kronologis, dari satu peristiwa ke peristiwa selanjutnya, sehingga mudah diingat pembaca. Sasaran media adalah anak-anak SMA usia 15-17 tahun yang sedang mencari jati diri, mengejar passion dan masa depannya. Menggunakan pendekatan emosional, yang menceritakan kegalauan remaja saat ini dan hal-hal yang terjadi di sekitarnya.

a. Media utama:

1) Buku komik

Buku komik menjadi media utama sebagaimana komik sudah dijelaskan sebelumnya adalah hasil kreatifitas DKV. Pemilihan komik sebagai media utama dapat menyampaikan informasi dan pesan dengan lebih efisien. Pembaca dapat memahami teks dan gambar dalam satu waktu. Komik nantinya akan di promosikan dalam sosial media dan media-media promosi lainnya. Buku komik berukuran 14,5cm x 21cm berisikan ± 40 halaman.

b. Media Pendukung:

1) Poster

Poster dibuat untuk mendukung promosi komik. Berukuran A3. Poster menggunakan ilustrasi yang ada dalam komik ditambah dengan judul komik. Penempatan poster bersifat permanen disuatu tempat

dapat dibaca oleh audiens secara berulang sehingga audiens diharapkan dapat mengerti dengan isi poster. Poster nantinya akan ditempel di Toko Buku dan Sekolah (SMA).

2) X-banner

X-banner digunakan sebagai media promosi komik dengan bentuk menarik dan lebih besar dibandingkan media lain sehingga memudahkan pembaca untuk membacanya. Ilustrasi diambil dari tokoh-tokoh komik dengan warna siluet dengan latar belakang balon kata-balon kata yang mempertanyakan DKV, dan judul besar "Cari Tahu DKV".

3) Sticker

Sticker berukuran sekitar 8cmx6 cm, dibuat berbagai versi desain dengan ilustrasi mengenai DKV yang menarik. Stiker digunakan sebagai salah satu media promosi karena target utama perancangan ini adalah anak SMA yang menyukai stiker dengan desain yang unik. Sticker akan dibagikan saat perilisan komik secara gratis.

4) Notes

Buku catatan berukuran A5 (21cm x 14,8cm) berbentuk mungil dengan cover depan tokoh utama yang sedang mencari ide, dan di dalamnya terdapat quote DKV. Notes dipilih sebagai media promosi komik ini karena

ingin memperlihatkan bahwa anak DKV yang mempunyai banyak ide dan kreatifitas dapat menulis di dalam notesnya. Notes akan dijual saat perilisan komik dan selanjutnya dijual terpisah dengan komik di toko buku dan sekolah.

5) Pembatas Buku

Pembatas buku ditempatkan sebagai bonus saat membeli buku. Berukuran 12cm x 6cm yang terdapat ilustrasi seperti cover buku dan quote DKV. Pembatas buku dipilih karena dalam membaca komik pasti pembaca membutuhkan pembatas buku jika halaman yang dibaca belum selesai.

6) Kaos

Kaos akan dijual saat perilisan komik,berbahan spandek dengan 2 versi desain yang membedakan warna solid. Kaos bergambar potongan-potongan komik yang dijadikan satu. Kaosmenjadi salah satu merchandise karena pembaca dapat mengenakannya kapan saja.

7) Tas Kanvas

Tas kanvas berukuran $\pm 20 \times 30$ cm dibuat 1 versi desain. Peletakkan gambar berada ditengah-tengah tas bagian depan. Tote bag dapat digunakan untuk membawa barang atau tas saat pembaca beraktifitas seperti sekolah dan kuliah.Tote bagakan dijual saat perilisan komik dan selanjutnya dijual terpisah dengan komik di toko buku.

8) Pin

Desain pin berisi teks tentang DKV dan ilustrasi komik. Ukuran pin diameter 5 cm dan berjumlah 2 versi desain. Pin dipilih karena melihat target utama anak sekolah yang menyukai koleksi pin yang ditempelkan di berbagai tempat, pin menjadi media promosi yang tepat untuk komik dengan desain menarik dan unik. Pin dijual saat perilisan komik dan selanjutnya dijual terpisah dengan komik di toko buku.

9) Mug

Mug berisi ilustrasi potongan-potongan komik yang dijadikan satu. Mug dipilih karena mengingat pelajar yang suka begadang atau mengerjakan tugas ditemani oleh minuman, mug dapat menjadi media promosi komik dengan ilustrasi komik dan quote mengenai DKV.Mug dijual saat perilisan komik dan selanjutnya dijual terpisah dengan komik di toko buku.

10)Buku gambar (Sketchbook)

Sketchbook dipilih sebagai media promosi komik karena berhubungan dengan dunia DKV yang gambar menggambar, pembaca dapat menggunakan sketchbooknya dengan ilustrasi komik pada halaman depan.Sketchboakan dijual saat perilisan komik dan selanjutnya dijual terpisah dengan komik di toko buku dan sekolah.

11) Wallpaper Laptop

Dipilih karena target audiens pelajar sering menggunakan laptop, apalagi berkaitan dengan alat pendukung DKV, sebagai media promosi wallsticker diberi ilustrasi komik akan sering dilihat pembaca. Wallsticker dijual limited edition saat perilisan komik.

12) Jam Dinding

Sebagai media promosi, jam dinding bertuliskan “deadline” menunjuk bahwa jam sering dilihat sebagai tanda waktu tugas-tugas dan deadline pelajar, sehingga sering dilihat oleh pembaca. Jam dinding dijual limited editionsaat perilisan komik.

13) Social Media

Social media sebagai media promos yang penting di jaman serba internet saat ini. Dengan Facebook dan twitter, menarik target audiens terhadap komik.Social Media akan beroperasi setiap hari.

3.3.2 Jadwal Perilisan Komik
Program media ini berlangsung untuk jangka panjang selama 6 bulan, dimulai saat perilisan komik “Cari Tahu DKV” pada awal bulan Desember, bertepatan ketika anak usia SMA menuju semester genap yang sudah mulai sibukmencari kuliah dan sedang libur sekolah. Komik akan dijual di toko-toko buku besar di Jawa Tengah pada awal

perilisannya, setelah 3 bulan akan diterbitkan di toko buku besar seluruh Indonesia dengan catatan penjualan sesuai target yang ditentukan oleh tim marketing penerbit Erlangga.

2.1.2 Program Media

Wilayah jangkauan komik “Cari Tahu DKV” adalah Semarang, Jawa Tengah, dan Indonesia. Program media ini berlangsung dari akhir 2014 hingga pertengahan tahun 2015. Media pendukung untuk komik “Cari Tahu DKV”:

2.2. Konsep Kreatif

2.2.1 Judul Rancangan Komik “Cari Tahu DKV”

Arti dari judul “Cari Tahu DKV” ini karena inti dari pesan komik ini adalah memberi mengajak pembacanya untuk mencari tahu tentang DKV sebagai ilmu baru untuk mengejar passion dan menggali minat dan bakat tersembunyi seseorang yang apabila di cari tahu lebih dalam mereka akan menemukannya di DKV.

Saat pencarian minat bakat dan potensiya itu, komik “Cari Tahu DKV” berusaha menjawab dengan menghasilkan jawaban apa yang harus saya lakukan, apa yang harus dilakukan selanjutnya. Sehingga kebingungan-kebingungan dan pemahaman yang salah bisa terselesaikan.

2.2.2 Sinopsis

Komik “Cari Tahu DKV”

Mencertiakan tentang seroang tokoh yang berbagi pengalamannya selama menjadi mahasiswa DKV.

Bersama tema-teman sepejuangannya, mereka membagi banyak pengalaman, suka duka, tips-tips untuk bertahan di DKV, dan yang pasti jenjang karir atau masa depan DKV itu sendiri.

Cerita dimulai dengan seorang tokoh utama perempuan yang pulang dari Jepang karena lomba animasi dengan timnya. Dengan hal-hal yang disukai seperti kartun, komik, game, tokoh mengajak audiens untuk mengenal lebih jauh tentang DKV.

Meskipun dalam perkembangannya sebagai ilmu baru banyak opini-opini di masyarakat, toko utaam memberikan penjelasan berdasarkan fakta sebenarnya. Kemudian cerita berlanjut dengan pengalaman-pengalaman selama magang saat kuliah di DKV, hal-hal yang perlu disiapkan saat terjun di lapangan, bidang-bidang yang bisa dipilih sesuai dengan minat dan bakat, dan akhirnya cara-cara untuk bertahan di DKV dan lulus dengan terget yang menjanjikan sebagai lulusan DKV.

2.2.3 Setting Cerita

Setting cerita yang diambil dalam komik ini sebagian besar berada

di ruang kamar dan ruang kerja. Pada beberapa bagian cerita karena bersifat informatif, mengambil setting di hutan, taman, pantai, studio, dan tempat-tempat lain yang mendukung cerita. Property yang digunakan adalah alat-alat DKV seperti kamera, graphic tablet, alat tulis, komputer, laptop, dan lain-lain.

1) Kamar

Kamar disini sebagai ruang kerja/belajar sebagai mahasiswa DKV. Bagaimana saat mengerjakan tugas dan bersantai saat di kamar.

2) Taman

Tempat untuk mencari inspirasi dan mahasiswa-mahasiswa DKV berkumpul. Suasana sejuk dengan tempat duduk-tempat duduk yang nyaman untuk istirahat atau bersantai.

3) Ruang Kelas

Ruangan kelas-kelas saat kuliah. DI tampilkan singkat saat mahasiswa DKV memperoleh pelajaran dari dosennya.

4) Studio dan kantor

Bagian pejelasan mengenai ruang lingkup kerja DKV nantinya. Yaitu menjelaskan ruangan studio dan kantornya nanti.

5) Hutan

Menjelaskan tempat-tepat untuk dijadikan objek saat fotografi. Seperti mencari objek gajah, pemandangan belantara, dan sebagainya.

6) Supermarket.

Bagain untuk menjelaskan desain kemasan yang beredar di pasaran yang sudah terlalu monoton.

2.2.4 Peran Tokoh

1) Tokoh Utama:

a) Dian

Gender : Perempuan

Umur : 20 tahun.

Sifat :

Moody, pekerja keras, tanggung jawab.

Seorang mahasiswa tengah semester Dian yang suka menggambar. Masuk DKV karena ingin menyalurkan hobinya menggambar. Mempunyai mimpi besar dengan passionnya.

2) Tokoh Pembantu:

a) Wira

Gender : laki-laki

Umur : 20 tahun

Sifat :

berani, petualang, semangat tinggi

Seorang mahasiswa tengah semester, teman Dian yang

bergelut di bidang fotografi. Mempunyai jiwa petualang untuk mencari objek-objek fotografi yang tidak biasa.

b) Sandi

b) Sandi

Gender : laki-laki

Umur : 20 tahun

Sifat : rajin,

kemauan keras

Salah satu teman Dian yang

bergelut di bidang ilustrasi, selain ilustrator, Sandi juga komikus,

membuat komik individu ataupun tim.

c) Pak Danang, dosen muda

Gender : laki-laki

Umur : 27 tahun

Sifat :

bersemangat dalam mengajarkan, terlalu cepat

Dosen yang memberi pengetahuan terbaru pada mahasiswa-mahasiswinya. Sebagai anak muda memberikan pelajaran dengan cepat dan bersemangat yang terkadang membuat mahasiswanya sulit menyesuaikan diri.

d) Pak Ali, dosen sebaya

Gender : laki-laki

Umur : 45 tahun

Sifat :

tanggung jawab, realistis

Pak Ali sebagai dosen yang sudah berpengalaman mengajar sebagai dosen animasi manual yang memberikan pengajaran secara pelan tapi pasti, tidak memberi harapan palsu, sesuai kenyataan DKV sesungguhnya.

3.2.2.5 Naskah alur Cerita

Alur cerita terdiri dari 3 bagian, setiap bagian terdapat 8-10 halaman.

Pada naskah ini setiap halaman berisi cerita dan dialog yang menjadi ide utama untuk perancangan komik selanjutnya. Alur yang digunakan adalah alur maju, mundur, maju. Dimana

menceritakan kesuksesan Dian saat ini kemudian flashback ke masa-masa Dian dan teman-temannya saat menjadi mahasiswa DKV, mengerjakan tugas, mengejar deadline, magang, dan lain sebagainya. Kemudian alur maju lagi memperlihatkan kesuksesan mereka saat ini.

3. Desain dan Pengembangan

3.1. Tokoh

3.1.1 Tokoh Utama

a. Dian



Gambar 4.1 Tokoh utama, Dian

Sumber: Novita Putri

Gender : Perempuan

Umur : 20 tahun.
Sifat : *Moody*, rasa penasaran tinggi, tanggung jawab.
Seorang mahasiswa tengah semester Dian yang suka menggambar. Masuk DKV karena

ingin menyalurkan hobinya menggambar. Mempunyai mimpi besar dengan *passionnya*.

3.1.3 Tokoh Pembantu Utama

a. Wira



Gambar 4.2 Wira si fotografer

Sumber: Novita Putri

Gender : laki-laki

Umur : 20 tahun

Sifat : berani,

petualang, semangat tinggi

Seorang mahasiswa tengah

semester, teman Dian yang

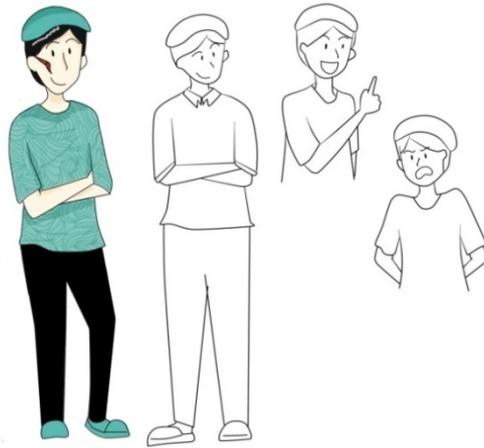
bergelut di bidang fotografi.

Mempunyai jiwa petualang untuk

mencari objek-objek fotografi

yang tidak biasa.

b. Sandi



Gambar 4.3 Sandi si komikus, ilustrator

Sumber: Novita Putri

Gender : laki-laki
Umur : 20 tahun
Sifat : rajin,

kemauan keras

Salah satu teman Dian yang bergelut di bidang ilustrasi, selain ilustrator, Sandi juga komikus, membuat komik individu ataupun tim.

3.1.2 Tokoh Pembantu

a. Pak Danang, dosen muda



Gambar 4.4 Pak Danang, dosen muda

Sumber: Karya Novita Putri

Gender : laki-laki
Umur : 27 tahun
Sifat : bersemangat dalam mengajarkan, terlalu cepat. Dosen yang memberi pengetahuan terbaru pada mahasiswa-mahasiswinya. Sebagai anak muda memberikan pelajaran dengan cepat dan bersemangat yang terkadang membuat mahasiswanya sulit menyesuaikan diri.

b. Pak Ali, dosen senior



Gambar 4.4 Pak Ali, dosen senior

Sumber: Karya Novita Putri

Gender : laki-laki
Umur : 45 tahun
Sifat : tanggung jawab, realistis

Pak Ali sebagai dosen yang sudah berpengalaman mengajar sebagai dosen animasi manual yang memberikan pengajaran secara

pelan tapi pasti, tidak memberi harapan palsu, sesuai kenyataan DKV sesungguhnya.

3.2 Studi Visual Tipografi

3.2.1 Tipografi Judul

Font yang digunakan untuk judul “Cari Tahu DKV!” adalah Badaboom BB.

Contoh:

CARI TAHU DKV

Font ini adalah salahsatu jenis font yang biasa digunakan oleh komik Amerika seperti Marvel dan DC. Jenis font Sans Serif untuk menggambarkan kesan simpel, mudah terbaca dan jelas.

3.2.2 Tipografi Dialog

Pada teks dialog antar tokoh menggunakan font Anime Ace.

Contoh:

...OH BEGITU... GIMANA TL

Font ini menampilkan dialog ringan kepada pembaca. Jenis font Sans Serif dan *uppercase* (huruf besar semua) agar dialog mudah terbaca dan jelas. Sedangkan font untuk efek teriak atau efek suara menggunakan font Komika Title Wide. Memberikan kesan efek mengagetkan dan memperjelas suasana yang diinginkan.

Contoh:

**DHEG!
HAHAHA
SRET SRET**

3.2.3 Tipografi Narasi

Pada teks narasi, teks sama dengan teks pada dialog, menggunakan font Anime Ace. Menggunakan teks yang sama agar tidak terjadi teks terlalu ramai yang mengganggu keterbacaan.

Contoh:

SEPULANG DARI KAMPUS...

4.4 Desain Buku Komik

4.4.1 Studi Visual Desain

Cover

Desain *cover* yang akan dirancang adalah dengan menampilkan ilustrasi karakter utama yaitu Satrio. Ada beberapa hal yang sangat penting dan menentukan agar orang tertarik untuk membuka dan ingin membaca buku, diantaranya:

1. Copy / sinopsis/ naskah judul
2. Desain / visual yang menarik
3. Nama pengarang
4. Ukuran

Ukuran yang digunakan 14,5 cm x 21 cm. Bahan cover *Art paper*. Dengan desain Cover depan:

Menampilkan tokoh utama yang menggunakan teropong, menjelaskan bahwa dia sedang ingin mencari tau. Dengan

balon kata dan kalimat “Cari Tahu DKV” menjelaskan tokoh utama yang ingin mencari tahu tentang DKV. Background memperlihatkan situasi kamar dan ruang belajar tokoh utama dimana ingin menjelaskan bahwa sebagian besar waktu yang tokoh utama habiskan adalah di kamar. Dengan background warna soft agar fokus utama terletak pada tokoh utama dan judul balon katanya.



Gambar 4.14 Desain Cover Depan
Komik

Sumber: Karya Novita Putri

Dengan desain cover belakang:
Cover belakang memperlihatkan beberapa *screenshot* kegiatan mahasiswa DKV, dari jalan-

jalan mencari objek fotografi, menggambar situasi di sekitarnya, belajar memotret di studio, kegiatan saat magang, menggambar komik, dan lain sebagainya. Di tengah halaman terdapat sinopsis singkat isi komik dan di ujung halaman terdapat tokoh utama yang menggunakan kaca pembesar, memperlihatkan rasa ingin tahunya mengenai DKV, terlihat dari balon kata judul “Cari Tahu DKV”.

Background warna kuning solid agar terlihat kontras dengan tulisan sinopsis komik.



Gambar 4.15 Desain Cover Belakang

Sumber: Karya Novita Putri

4.4.2 Pembagian Halaman Komik

“Cari Tahu DKV” terdiri dari 3 bagian, setiap

bagian terdiri dari 5-8 halaman yang memiliki masalah tersendiri dan berkelanjutan.

1) Bagian I : Apa yang dicari di DKV, DKV sebagai ajang kreatifitas.

Memberikan gambaran kepada pembaca tentang apa yang mereka minati. Apakah suka komik? Kartun/animasi? Suka game? Ingin membuat komik, game, kartun sendiri? Ingin jalan-jalan gratis ke luar negeri karena animasi? Semua itu bisa didapatkan di DKV. Di DKV lah mereka dapat menciptakan hal-hal imajinatif mereka dengan kreatifitas tanpa batas. DKV sebagai lahan untuk mereka berjiwa kreatifitas tinggi dan ingin mewujudkannya agar berguna bagi orang banyak.

2) Bagian II Informasi yang salah mengenai DKV.

Sebagai ilmu baru, opini mengenai DKV di masyarakat awam sangat bermacam-macam, positif maupun negatif. Terlalu banyak mitos yang berkembang seperti DKV tukang gambar, DKV santai, masa depan suram, dan lain sebagainya. Di bagian ini emnjelaskan kehdiupan DKV sebenarnya.

3)Bagian III : Solusi

Dengan memahami seluk beluk DKV sebelumnya, masa depan yang akan didapatkan di DKV dijabarkan pada bagian ini. Profesi apa yang sesuai dengan *passion* mereka, seperti *illustrator, web designer, copy writer, entrepreneur*, komikus, animator dan lain sebagainya. Kemudian di lahan amnakah mereka berkembang, dari in house, studio, atau freelance.

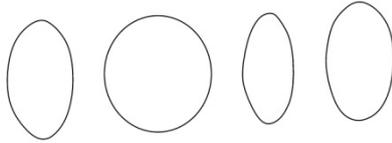
4.4.3 Studi Panel

Panel adalah bingkai-bingkai yang membatasi suatu gambar komik berdasarkan urutan tertentu. Panel yang digunakan adalah panel acak yang berjumlah minimal 1 panel setiap lembar dan ada hingga 6 panel pada satu lembar. Bentuk panel bervariasi, menggunakan persegi panjang seperti layaknya komik, dan ada yang persegi panjang asimetris yang menyesuaikan gambar dan teksnya.

4.4.4 Studi Balon Kata

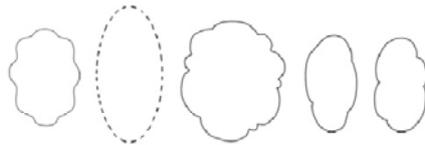
Pada komik, dialog atau percakapan ditampilkan melalui balon-balon kata. Dalam penyajiannya, balon kata mempunyai pengertian

sendiri-sendiri sesuai dengan suasana dan keadaan. Saat adegan normal menggunakan balon kata bulat atau lingkaran, saat melakukan dialog dalam hati, menggunakan balon kata lingkaran dengan bulatan-



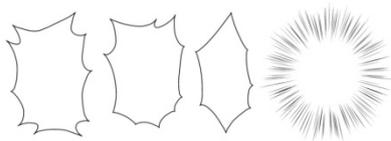
Gambar 4.16 Balon kata dalam percakapan biasa/normal

Sumber: Manga Studio 7.0



Gambar 4.17 Balon kata dalam percakapan dalam hati

Sumber: Manga Studio 7.0



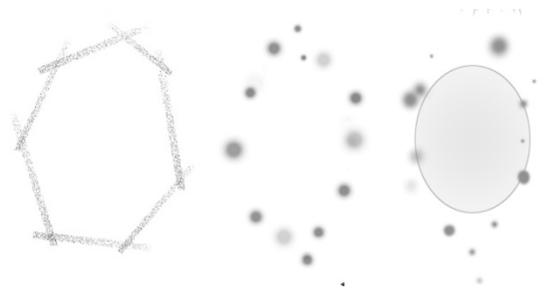
Gambar 4.18 Balon kata dalam percakapan marah dan terkejut

4.4.5. Studi Warna

Komik menggunakan *full* warna, namun tidak menutup kemungkinan penggunaan warna hitam dan putih untuk menjelaskan suasana cerita tertentu.

bulatan samar, saat marah-marah menggunakan balon kata yang berujung lancip di sekitarnya, dan saat ada efek suara pada komik menggunakan balon kata tertentu.

Sumber: Manga Studio 7.0



Gambar 4.19 Balon kata dalam percakapan sedih dan melankolis

Sumber: Manga Studio 7.0

4.4.5.1. Hasil Hitam Putih Gradasi

Untuk pewarnaan hitam putih, komik tidak hanya gambar polos namun diberi *tone* atau warna gradasi dan *pattern* atau tekstur untuk mengisi gambar kosong.

Sehingga komik tidak datar dan dapat terlihat lebih hidup.



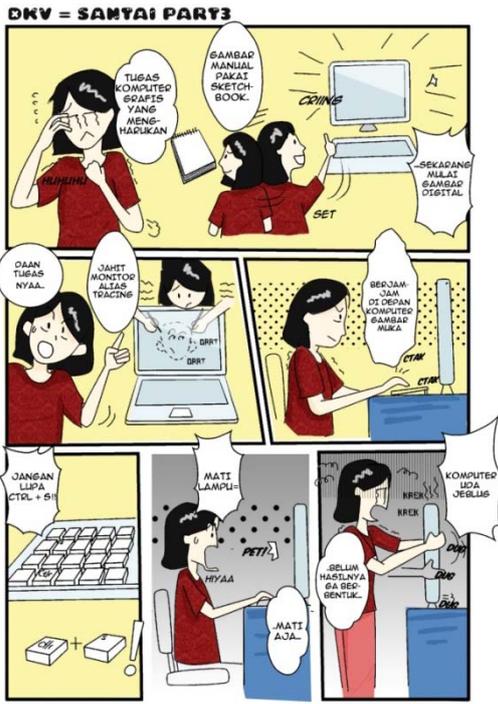
Gambar 4.20 Beberapa contoh halaman komik hitam putih

Sumber: Novita Putri

4.4.5.2 Hasil Full Color

Studi warna untuk komik *full color* menggunakan latar belakang warna-warna pastel yang tidak mencolok mata, agar tidak mengganggu komposisi gambar dan teks yang terlalu ramai, sehingga pembaca fokus pada cerita. Sedangkan untuk pakaian, menggunakan tekstur warna yang menyesuaikan dengan karakternya. Seperti tokoh anak kuliah, menggunakan corak tekstur yang remaja, atau dosen-dosen mengenakan pakaian yang bercorak dewasa.





Gambar 4.21 Beberapa contoh halaman komik berwarna

Sumber: Novita Putri

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Perancangan *Brand Extension* MiuLan Hijab ini menghasilkan beberapa kesimpulan :

- Perancangan ini dapat menarik pelanggan MiuLan untuk melakukan pembelian produk jilbab anak-anak yang diproduksi oleh MiuLan.
- Penggunaan visualisasi kedekatan ibu dan anak dapat memperkuat keinginan pelanggan untuk membeli produk jilbab anak-anak MiuLan.
- Penyebaran dan penggunaan media yang sesuai dan efisien dapat menjangkau pelanggan MiuLan sehingga tujuan perancangan ini tercapai.

4.2. Saran

Berikut adalah saran yang dapat membangun bagi MiuLan Hijab untuk kedepannya :

- MiuLan agar lebih memperkuat jaringan distributor dan agen untuk menjangkau pelanggan *offline* yang tidak terjangkau melalui media *online*.
- Sebelum melakukan perancangan disarankan untuk melakukan *survey* terhadap pelanggan untuk mengetahui besaran minat pelanggan akan suatu produk, hal ini untuk memaksimalkan perancangan yang akan dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin. 1985. *Semantik Pengantar Studi Tentang Makna*. Algasindo. Bandung.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. BPFE. Yogyakarta.
- Heinich, R. 1996. *Instructional Media and Technology for Learning*. Englewood Cliffts. 4th ed. Prentice-Hall, Inc., A Simon & Schuster Company New Jersey.
- Jekins, Frank. 1997. *Periklanan*. Erlangga. Jakarta.
- Kertajaya, Hermawan. 2004. *Hermawan Kertajaya on Positioning*. Mizan Media Utama. Bandung.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip, dan G. Amstronng. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Penerbit Andi. Bandung.
- Nugroho, Eko. 2008. *Pengenalan Teori Warna*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Pateda, Mansoer. 2001. *Semantik Leksikal*. Edisi II. Rineka Cipta. Jakarta.
- Prasetya, Heru. 2010. *"Pakaian, Gaya, dan Identitas Perempuan Islam". Identitas Perempuan Indonesia: Status, Pergeseran Relasi Gender, dan Perjuangan Ekonomi Politik*. Desantara Foundation. Depok.
- Pride, William M.Ferrell, O.C. 1995. *Marketing*. 9th edition. Houghton Mifflin. Boston.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brand*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Romli, Asep Symsul M. 2012. *Jurnalistik Online; Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Nuansa Cendikia. Bandung
- Rustan, Suriyanto. 2008. *Layout, Dasar dan Penerapannya*. Gramedia. Jakarta.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Gramedia. Jakarta.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. 1987. *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke tiga. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Tarigan, Henry Guntur. 1986. *Pengajaran Pragmatik*. Angkasa. Bandung.