

## BAB IV

### STRATEGI KREATIF

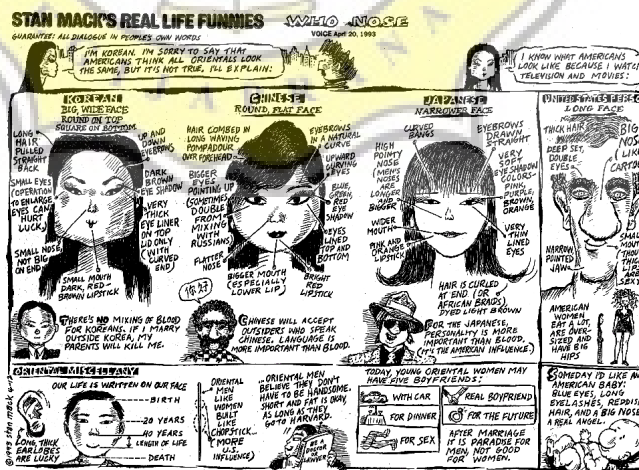
#### IV.1. Konsep Visual

Perancangan komik digital edukasi “Knowing Yo” ini ditujukan untuk memberikan pemahaman akan tradisi pernikahan Tionghoa dengan melakukan pendekatan kepada pembaca dengan usia dewasa muda dengan segmentasi A-B, sehingga komik ini dibuat dengan konsep visual yang sekiranya menarik untuk dibaca, *friendly*, namun tetap mengungkapkan pakem dengan serius.

##### IV.1.1 Karakter

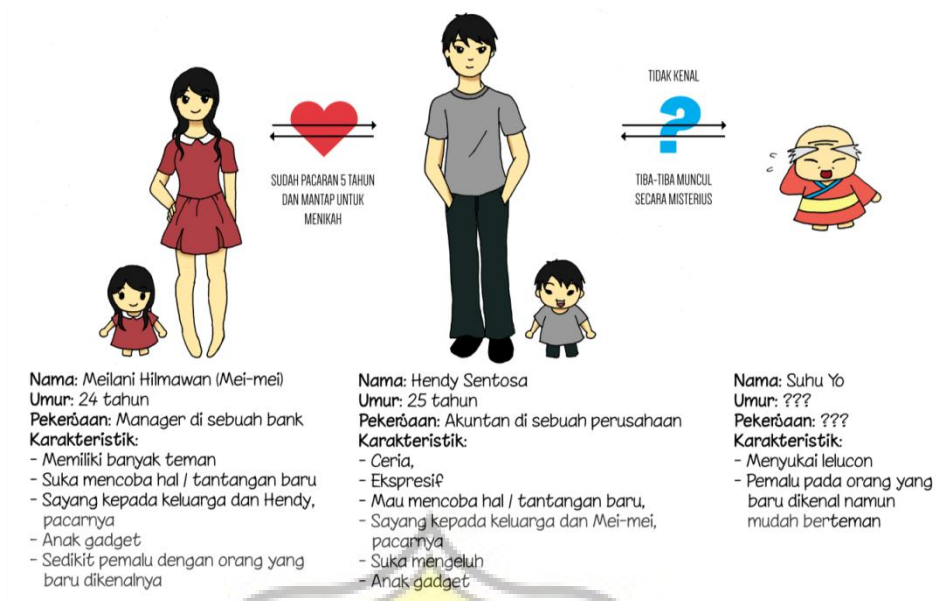
Pada komik edukasi “Knowing Yo” seri *Understanding Tionghoa's Wedding Custom* ini, memiliki 2 tokoh utama. Kedua tokoh utama itu adalah Suhu Yo dan Hendy. Sedangkan juga tokoh pembantu adalah Mei-mei, yang adalah pacar dari Hendy. Selain itu, komik ini memiliki 5 tokoh figuran yakni anggota keluarga Mei-mei dan Hendy.

Semua karakter digambarkan dengan gaya manga (Jepang) dengan alasan komik gaya manga (Jepang) hampir menjadi patokan penggambaran mengenai karakter Asia. Selain itu, karakter juga menggunakan referensi dan pendekatan fisik yang dijabarkan oleh Stan Mack dalam ilustrasinya yang ditampilkan di harian *The Village Voice* mengenai orang Chinese<sup>16</sup>, yakni memiliki wajah bulat, ujung mata yang cenderung melengkung mengarah ke atas, dan alis yang melengkung natural.

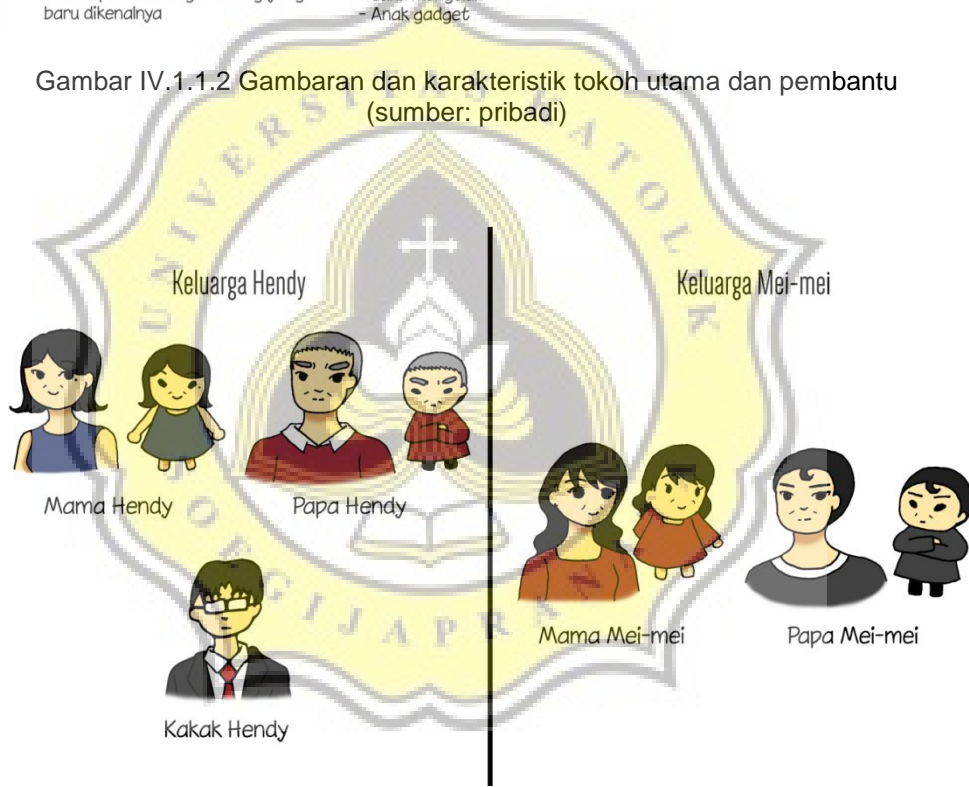


Gambar IV.1.1.1 Karakteristik wajah Asia Timur menurut Stan Mack (sumber: reddit.com)

<sup>16</sup>Mack, S (1993). *The Village Voice: Stan Mack's Real Life Funnies, Who Nose*. New York: Black Walnut Holdings LLC



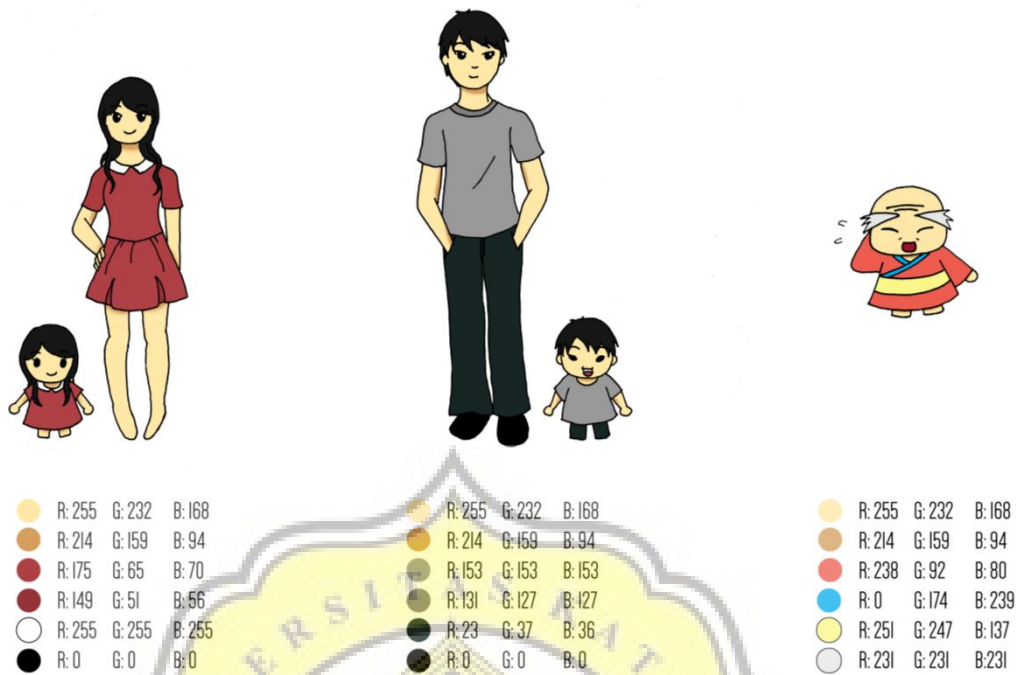
Gambar IV.1.1.2 Gambaran dan karakteristik tokoh utama dan pembantu (sumber: pribadi)



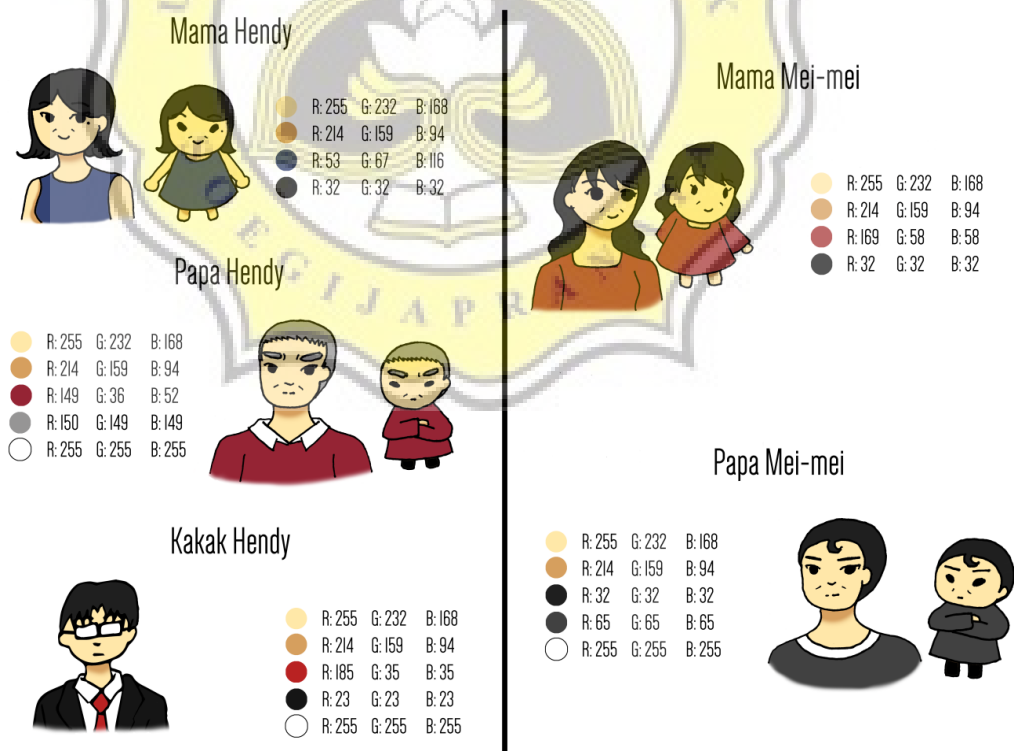
Gambar IV.1.1.3 Gambaran tokoh figuran (sumber: pribadi)

#### IV.1.2 Warna

Pada komik edukasi “Knowing Yo” seri *Understanding Tionghoa’s Wedding Custom* ini, palet warna yang digunakan adalah warna-warna yang masuk kedalam sifat warna menurut *fengshui*. Orang Tionghoa identik dengan warna yang membumi seperti merah, kuning, hitam, putih, biru, dan hijau. Karenanya warna-warna ini sangatlah dominan di dalam pewarnaan komik edukasi ini.



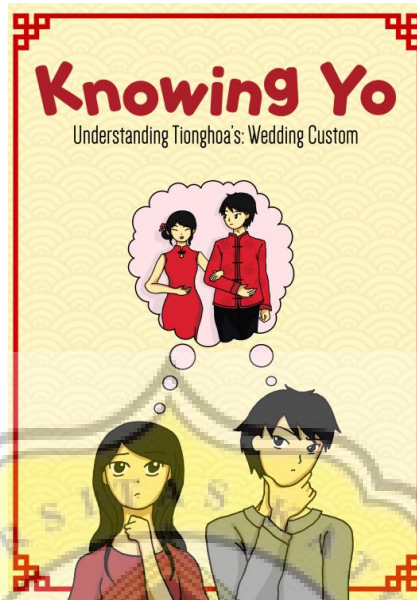
Gambar IV.1.2.1 Pewarnaan tokoh utama dan pembantu (sumber: pribadi)



Gambar IV.1.2.2 Pewarnaan tokoh figuran (sumber: pribadi)

### IV.1.3 Cover

Komik edukasi “Knowing Yo” seri *Understanding Tionghoa’s: Wedding Custom* ini memiliki 1 cover utama dan 5 cover chapter.



Gambar IV.1.3.1 Desain cover utama (sumber: pribadi)



Gambar IV.1.3.2 Desain cover chapter (sumber: pribadi)

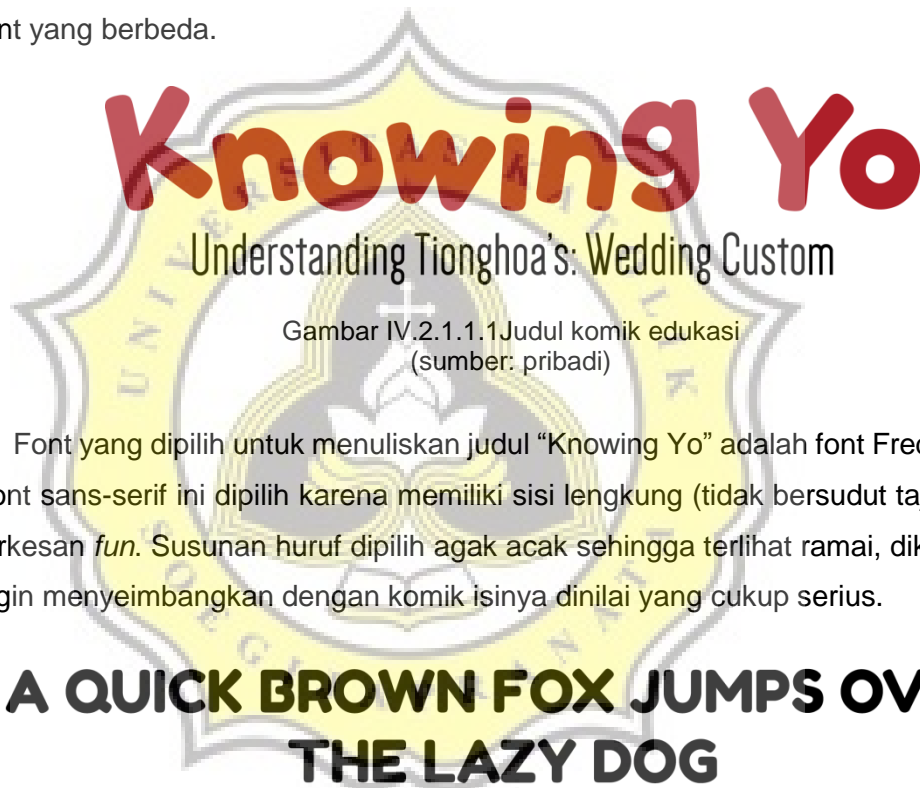
## IV.2. Konsep Verbal

### IV.2.1 Bahasa dan Tipografi

Penggunaan bahasa dalam pembuatan e-comic Knowing Yo memperhatikan target pembacanya. Karena target utama komik ini adalah dewasa muda usia 18-30 tahun, maka bahasa yang digunakan adalah bahasa sehari-hari, namun tetap dalam norma kesopanan. Sedangkan tipografi yang digunakan pada komik edukasi “Knowing Yo” seri *Understanding Tionghoa’s: Wedding Custom* ini dibagi dalam beberapa jenis.

#### IV.2.1.1 Tipografi Judul

Judul komik edukasi “Knowing Yo” seri *Understanding Tionghoa’s Wedding Custom* ini terdiri dari judul dan sub judul. Karenanya judul komik ini memiliki 2 jenis font yang berbeda.



Gambar IV.2.1.1.1 Judul komik edukasi  
(sumber: pribadi)

Font yang dipilih untuk menuliskan judul “Knowing Yo” adalah font Fredoka One. Font sans-serif ini dipilih karena memiliki sisi lengkung (tidak bersudut tajam) yang terkesan *fun*. Susunan huruf dipilih agak acak sehingga terlihat ramai, dikarenakan ingin menyeimbangkan dengan komik isinya dinilai yang cukup serius.

**A QUICK BROWN FOX JUMPS OVER  
THE LAZY DOG**  
**a quick brown fox jumps over the  
lazy dog**

Gambar IV.2.1.1.2 Tipografi font Fredoka  
(sumber: pribadi)

Sedangkan dalam penulisan sub judul “*Understanding Tionghoa’s: Wedding Custom*”, digunakan font Dense. Font sans-serif ini dipilih karena menonjolkan modernitas, elegan, dan geometris. Ke modern-an dan kesan dewasa dari font ini

juga menyeimbangkan dengan judul yang didesain *fundan* ramai. Font ini juga digunakan untuk menulis judul chapter.

A QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG  
a quick brown fox jumps over the lazy dog

Gambar IV.2.1.1.3 Tipografi font Dense  
(sumber: pribadi)

#### IV.2.1.2 Tipografi isi komik

Dalam penulisan balon kata pada komik edukasi “Knowing Yo” seri *Understanding Tionghoa’s: Wedding Custom* ini, digunakan font Chinacat. Font ini adalah salah satu font standart yang cukup sering digunakan untuk mengisi balon kata di komik-komik digital. Font ini mudah keterbacaannya, dan menampilkan unsur *fun*.

A QUICK BROWN FOX JUMPS OVER  
THE LAZY DOG  
a quick brown fox jumps over  
the lazy dog

Gambar IV.2.1.1.4 Tipografi font Chinacat  
(sumber: pribadi)

Selain itu, untuk mendukung dalam pengisian balon kata lainnya yang disampaikan secara terkejut, digunakan font Yikes! yang memiliki kesan *bold* sehingga memunculkan penekanan. Sedangkan untuk memunculkan kekhawatiran, digunakan font *I am the crayon maste* ryang terlihat bergetar.

**A QUICK BROWN FOX JUMPS OVER  
THE LAZY DOG**  
a quick brown fox jumps over  
the lazy dog

A QUICK BROWN FOX JUMPS OVER  
THE LAZY DOG  
a quick brown fox jumps over  
the lazy dog

Gambar IV.2.1.1.5 Tipografi font Yikes! (kiri) dan *I am the crayon master* (kanan)  
(sumber: pribadi)

#### IV.2.2 Judul komik

Judul yang terpilih untuk digunakan pada komik edukasi mengenai pernikahan Tionghoa ini adalah “Knowing Yo” seri *Understanding Tionghoa’s: Wedding Custom*.

Judul “Knowing Yo” diambil dari nama tokoh utama dalam seri komik ini, yakni Suhu Yo. Yo sendiri merupakan penulisan lain (sebutan Hokkien) dari salah satu marga Tionghoa yaitu ‘Yang’. Salah satu pengguna marga Yang adalah Yang Zhen (杨震) yang merupakan gubernur pada Dinasti Han Timur dan dikenal memiliki kebijakan seperti Konfusius<sup>17</sup>. Suhu Yo sendiri didesain berdasarkan tampilan Yang Zhen.



Gambar IV.2.2.1 Yang Zhen 杨震 (kiri) dan Suhu Yo(kanan)  
(sumber: pribadi)

Nama Yo dipilih (dibandingkan dengan Yang), karena Yo dalam bahasa Indonesia memiliki arti ‘Yuk’ atau ajakan. Sehingga Knowing Yo berarti ‘Yo yang tahu segalanya’, namun juga dapat berarti ‘Mencari tahu,yuk’

### IV.3. Visualisasi Desain

#### IV.3.1 Media Promosi

Dalam pemasarannya, komik edukasi “Knowing Yo” seri *Understanding Tionghoa’s: Wedding Custom* akan menggunakan pemasaran secara online, karena dapat menjangkau target lebih luas, dan sesuai dengan target. Walau begitu, juga tetap memanfaatkan cara lama berupa menampilkan iklan di tempat-tempat ibadah.

##### IV.3.1.1 Facebook dan Instagram

Facebook dan Instagram adalah media sosial yang masih banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Dari media sosial ini kita bisa tahu kesukaan pribadi penggunanya, mempromosikan sesuatu, hingga topik terbaru saat ini berdasarkan tombol *like*, *follow*, *share*, dan *hashtag*. Dengan memanfaatkan kemampuan

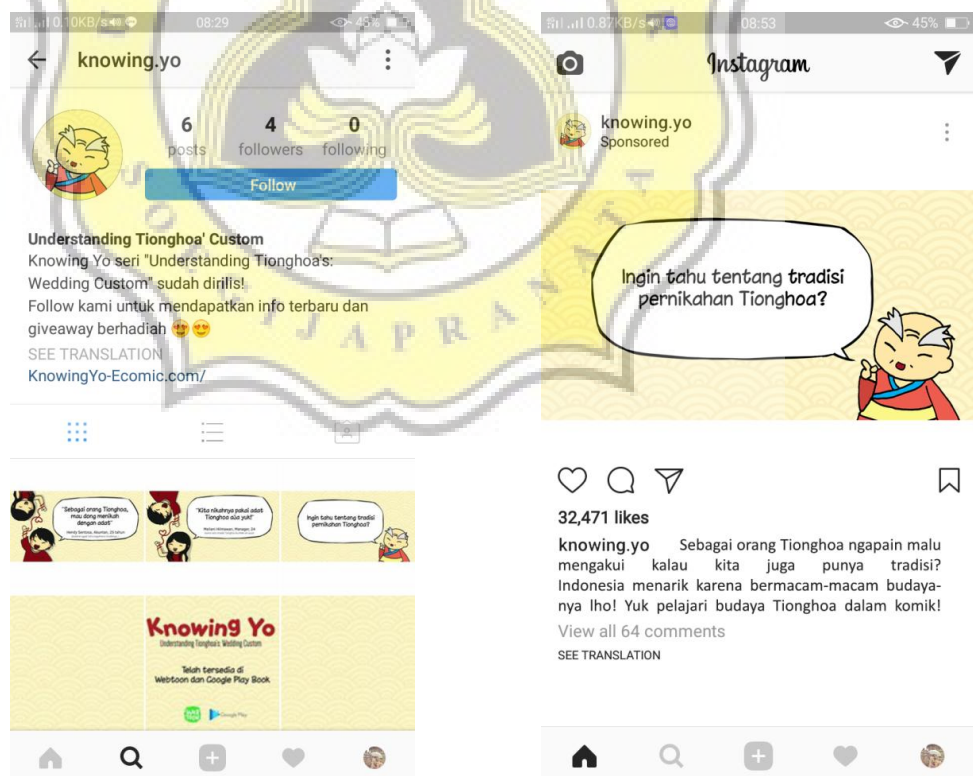
<sup>17</sup><http://www.baike.com/wiki/杨震拒礼>

tersebut, facebook ads dan instagram ads dapat menjangkau pengguna yang sesuai dengan segmentasi yang dituju sehingga lebih tepat sasaran dan meringankan biaya pemasarannya.

Bentuk iklan pada kedua media ini adalah gambar ukuran 1150 x628px.



Gambar IV.3.1.1.1 Promosi yang tampil di Facebook ads jika pengguna adalah Laki-laki (kiri) dan Perempuan (kanan) (sumber: pribadi)



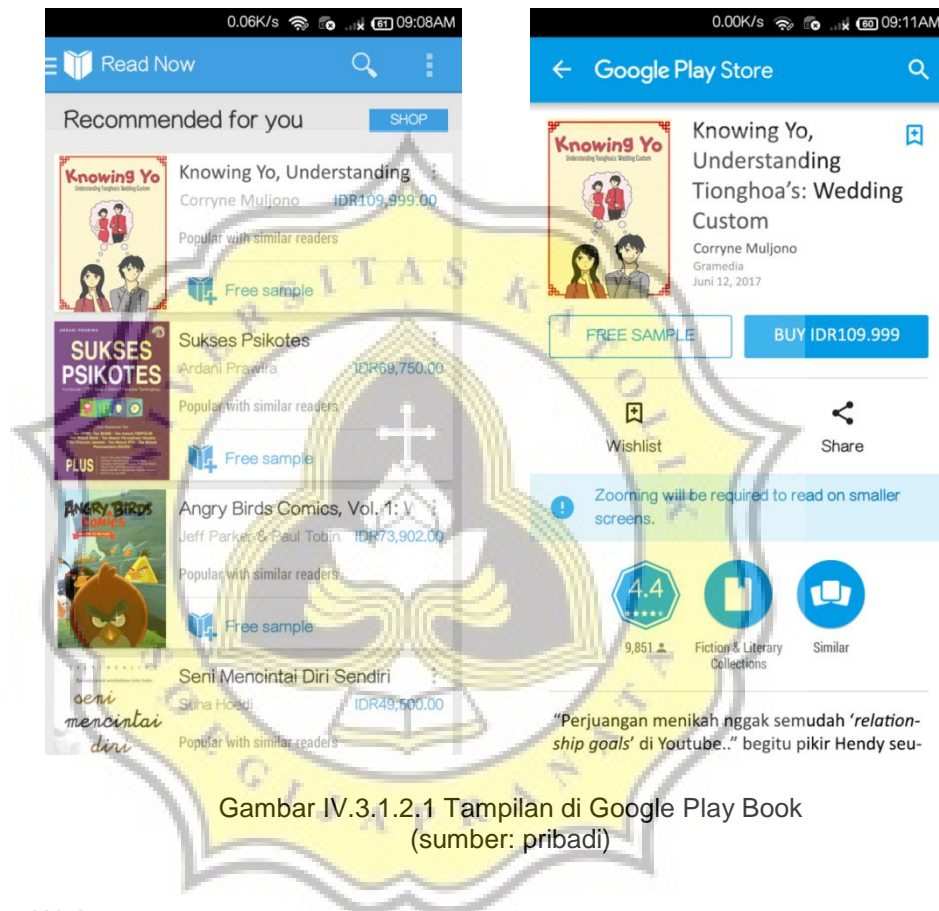
Gambar IV.3.1.1.2 Tampilan akun instagram (kiri) dan Instagram Ads (kanan) (sumber: pribadi)



#### IV.3.1.2 Google Play Book

Google Play Book adalah media yang disediakan oleh Google untuk membaca buku e-book secara gratis maupun berbayar. Aplikasi ini selalu ada di setiap smartphone Android karena merupakan program bawaan.

Di Google Play Book ini, masyarakat dapat membaca secara gratis chapter 1 dan 2 dari *Knowing Yo, Understanding Tionghoa's Wedding Custom* ini. Namun jika ingin membaca kelanjutannya, masyarakat diharuskan membeli.



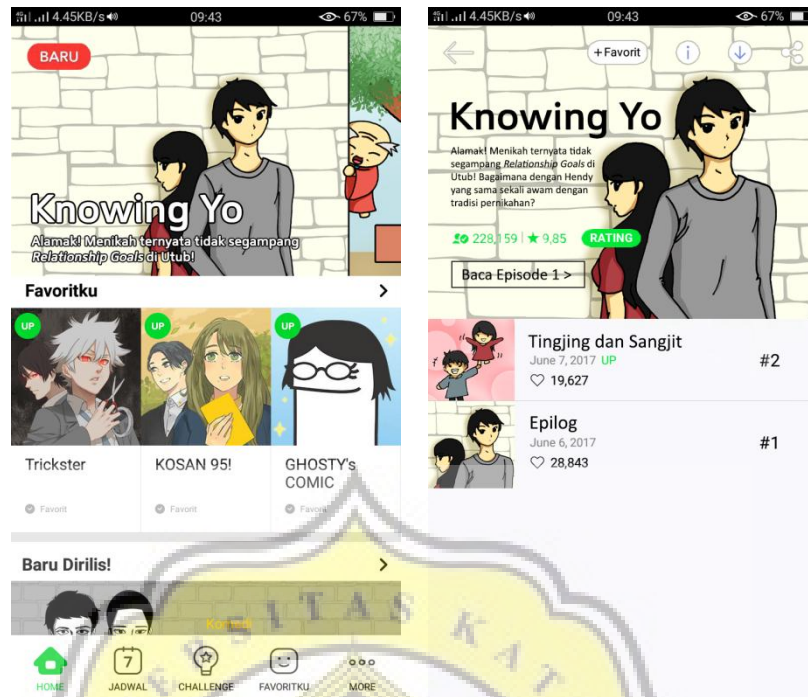
Gambar IV.3.1.2.1 Tampilan di Google Play Book  
(sumber: pribadi)

#### IV.3.1.3 Webtoon

Webtoon adalah media membaca komik digital webtoon yang disediakan oleh LINE Corporation untuk membaca webtoon digital secara gratis. Aplikasi ini sendiri telah diunduh sebanyak lebih dari 1,5 juta kali di Indonesia<sup>18</sup>.

Di Line Webtoon ini, masyarakat dapat membaca secara gratis chapter 1 dan 2 dari *Knowing Yo, Understanding Tionghoa's Wedding Custom* ini. Namun jika ingin membaca kelanjutannya, masyarakat diharuskan membeli di Google Play Book.

<sup>18</sup>Iskandar (2015). Komik Mobile Line Webtoon Diunduh Lebih dari 1,5 juta Kali. Jakarta: Liputan6.com, diakses via <http://tekno.liputan6.com/read/2267524/komik-mobile-line-webtoon-diunduh-lebih-dari-15-juta-kali>



Gambar IV.3.1.3.1 Tampilan di Line Webtoon (sumber: pribadi)

#### IV.3.1.4 Merchandise

Merchandise disini adalah hadiah yang diberikan pada saat event di media sosial. Tujuannya untuk memotivasi masyarakat untuk membaca komik *Knowing Yo*. Merchandise disini berupa gantungan kunci dan mug.



desain mug



gantungan 1 dan 2 (depan)

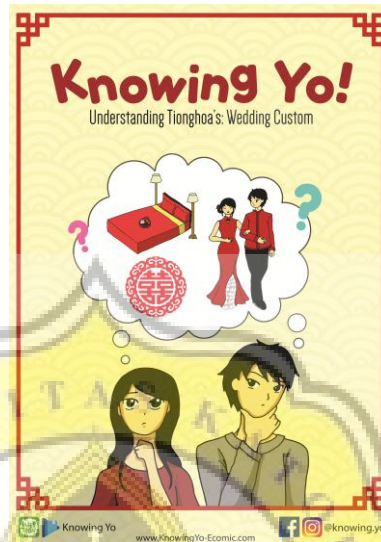


gantungan 1 dan 2 (belakang)

Gambar IV.3.1.4.1 Desain Merchandise (sumber: pribadi)

#### IV.3.1.5 Poster

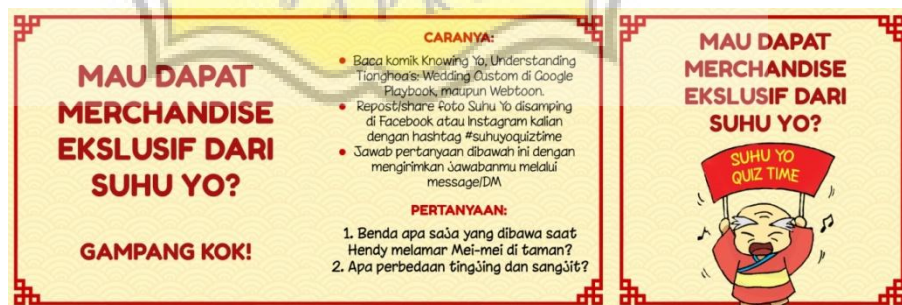
Poster disini adalah salah satu media yang berfungsi untuk menarik minat dan memberitahukan adanya mengenai komik Knowing Yo ini di internet. Poster ini akan ditempelkan di tempat ibadah, komunitas Tionghoa yang sekiranya mengijinkan, atau dimasukkan dalam bentuk iklan di buletin komunitas agama/ Tionghoa.



Gambar IV.3.1.5.1 Desain Poster dan/atau iklan (sumber: pribadi)

#### IV.3.1.6 Giveaway

Giveaway disini adalah kuis berhadiah yang diadakan di media sosial Facebook dan Instagram. Postingan ini bertujuan menarik minat pembaca, agar membaca komiknya, untuk menjawab pertanyaan berhadiah merchandise (berupa mug, gantungan kunci, dan voucher diskon 25-100% untuk pembelian komik e-book).



Gambar IV.3.1.6.1 Desain Poster dan/atau iklan (sumber: pribadi)

#### IV.3.2 Hasil Akhir Komik

Hasil akhir komik *Knowing Yo: Understanding Tionghoa's Wedding Custom* dapat dilihat di halaman lampiran yang terletak di akhir laporan ini. Untuk hasil komik dengan ukuran yang sebenarnya, dapat *men-search* “*Knowing Yo Understanding Tionghoa's Wedding Custom*” di Google, atau dapat langsung mengunjungi <http://fliphtml5.com/xzcu/zfke>

