
PERANCANGAN KOMIK DIGITAL MAK IRITS PADA MEDIA SOSIAL ONLINE (INSTAGRAM)

TSANIA MUSTIKA SHOLIH¹, DZUHA HENING YANUARSARI²

Program Studi Desain Komunikasi Visual-S1-S-1, Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang

email : 114201602280@mhs.dinus.ac.id¹ dan dzuha.yanuarsari@dsn.dinus.ac.id²

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 27 Juli 2020

Disetujui : 15 Agustus 2020

Kata Kunci :

Komik, Komik Digital, Komik
Komedi, Media Sosial,
Perancangan

ABSTRAK

Komik digital Mak Irits merupakan komik digital yang di manage oleh Papillon Studio, yang mengalami perubahan platform dari blog menjadi komik digital berbasis web kemudian beralih ke media sosial online instagram. Akibat perubahan platform tersebut maka dibutuhkan perancangan ulang media komik digital Mak Irits yang sesuai dengan format crop persegi media sosial instagram. Pada perancangan ini digunakan metode pengumpulan data kualitatif, dengan metode analisis target audience dan metode analisis 5W + 1H, serta menggunakan 3 langkah proses perancangan yakni pra perancangan, perancangan, dan post perancangan. Berdasarkan dari proses analisis dan perancangan dapat dihasilkan media utama dan media pendukung komik digital Mak Irits. Format komik digital berbasis *webcomic platform* berbeda dengan format komik digital yang dipublikasikan pada media sosial instagram.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : July 20, 2020

Accepted : Agustus 15, 2020

Keywords:

Comics, Digital Comics, Comedy
Comics, Social Media, Design

ABSTRACT

Digital comic Mak Irits is a digital comic managed by Papillon Studio, that had been transforming its platform from blog to be web-based digital comic then switch to online social media Instagram. Due to the change platform, it needed redesign media digital comic Mak Irits according to the square crop Instagram style. On designing is used qualitative data collection method with target audience analysis method and 5W+1H, and use 3 the design process is pre-design, design, and post design. Based on the analysis and redesign can be produced by mainstream media and media supporting digital comic Mak Irits. Based on digital comic format in webcomic platform different from a digital comic published at social media Instagram.

1. PENDAHULUAN

Komik merupakan media penyaluran ide kreatif yang berupa kombinasi gambar dan teks yang memberikan suatu informasi maupun cerita dengan dengan berbagai macam genre. Dalam proses pembuatan komik, dimulai dengan mendiskusikan ide, membuat rangka, membuat sketsa dan seterusnya. Menurut Will Eisner dalam buku *Graphic Storytelling* komik merupakan sebagai tatanan gambar dan balon kata yang berurutan dalam sebuah buku komik. Dalam buku *Comics and Sequential Art*, Eisner mendefinisikan teknis dan struktur komik sebagai *sequential art*, “ susunan gambar dan kata kata untuk menceritakan sesuatu atau mendramatisir suatu ide ”.

Menurut Arswendo Atmowiloto (1986) komik merupakan cerita gambar atau disingkat menjadi *cergam* yang dicetuskan oleh seorang komikus medan bernama Zam Nuldyn sekitar tahun 1970. Sementara itu Seno Gumira Ajidarma (2002), jurnalis dan pengamat komik, dimana mengemukakan bahwa komikus Teguh Santosa dalam komik *Mat Romeo* (1971) pernah mengiklankan karya mereka dengan kata-kata “ disajikan setjara filmis dan kolosal “ yang sangat relevan dengan novel bergambar. Sedangkan menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) komik diartikan sebagai cerita bergambar yang sifatnya mudah dicerna dan lucu (biasanya terdapat dimajalah surat kabar atau dibuat berbentuk buku). Secara umum komik dapat diartikan sebagai salah satu media yang berfungsi untuk menyampaikan cerita melalui ilustrasi gambar untuk pendeskripsian cerita.

Dalam perkembangan komik di Indonesia dimulai dari jaman penjajahan kolonial. Pada tahun 1970-1980, karakter superhero indonesia banyak bermunculan yang menjadi panutan anak-anak pada masanya, misalnya Gundala Putra Petir, komik Gundala Putra Petir merupakan salah satu tokoh superhero indonesia yang di sukai anak-anak pada masa tersebut. Pada masa ini pula perekonomian komik di Indonesia mengalami kejayaan dengan bermunculannya nama-nama komikus yang terkenal pada saat itu. Sekitar pada tahun 1990-2000 komik Jepang mulai memasuki pasar komik Indonesia hal menyebabkan pasar komik Indonesia beralih ke komik Jepang. Sehingga tidak di pungkiri dimana para remaja putri maupun putra pada tahun 90-an mengenal komik Jepang seperti *Candy-Candy*, *Dragon Ball*, maupun *Kung Fu Boy*. Dimana komik-komik tersebut menjadi perbincangan dikalangan remaja pada saat itu.

Menuju tahun 2000, berbagai komunitas dan studio komik baru bermunculan mereka banyak yang mengangkat isu kebangkitan komik Indonesia. Sebagai salah satu media yang populer karena memiliki banyak peminatnya, komik dianggap penting untuk menjadi salah satu kebudayaan kiwari (majalah yang terbit sebulan sekali yang menggunakan bahasa sunda). Salah satu penggagas isu kebangkitan komik Indonesia ialah Komik Karpas Biru dengan membuat komik mereka berkonsep seperti majalah dimana didalam berisikan kompilasi karya-karya komik mereka dengan memasukkan unsur budaya Indonesia kedalam komik mereka salah satu nya tokoh Su'od yang menggambarkan gaya hidup Jakarta yang begitu keras pasca krisis moneter 1998.

Pada tahun 2010 dikatakan sebagai era bangkitnya komik Indonesia dimana dengan kemudahan akses internet berkembangnya pengguna media sosial. Komik – komik Indonesia mulai mengisi ruang di dunia maya. Grey dan Jingga kemudian Si Juki merupakan contoh sukses judul komik yang muncul melalui media sosial. Pernerbitannya secara berkala sebagai komik strip, komik-komik tersebut kemudian banyak menggaet atau menarik banyak penggemar dengan tombol *like*, *share*, dan *retweet*. Ngomik.com melihat peluang tersebut untuk menarik perhatian publik pada komik Indonesia melalui konsep situs komik online tersebut. Mereka memberi peluang bagi komikus baru yang tidak memiliki modal untuk mencetak komiknya, namun ingin membentuk lingkaran pembaca dan *fanbase* bagi karya-karya mereka. Dengan konsep gabungan konten gratis dan premium, situs ini dapat mempertahankan pembaca sekaligus memberi dukungan untuk komikus dalam berkarya. Karya seperti Erlin Susanto adalah contoh judul yang sukses mendapatkan pembaca lewat situs ini

Ketika pergerakan teknologi semakin maju, media komik pun mulai berkembang dan masuk ke media digital. Banyak karya-karya komikus yang di publikasikan pada media digital, serta banyak pula platform komik digital misal pada komik berbasis web seperti *webtoon*, *ciayo*, *manga toon*, dan sebagainya. Selain pada media berbasis web, kini banyak komik digital yang masuk atau di publikasikan pada media sosial online seperti Instagram. Dengan berkembangnya teknologi

berkembang juga ide kreatif para komikus, salah satu tema yang sering di jumpai pada komik digital adalah tema *slice of life* yaitu tema yang menceritakan tentang sekeping atau sedikit dari kehidupan baik yang terjadi pada author maupun dalam masyarakat misalnya kegiatan atau rutinitas dari seorang ibu rumah tangga seperti tokoh komik dalam komik digital Mak Irits.

Komik digital Mak Irits merupakan komik yang di manage oleh Papillon Studio yang berlokasi di Kota Semarang, Jawa Tengah. Pada awalnya komik digital Mak Irits menggunakan media blog yang kemudian beralih ke platform komik digital berbasis web yakni *webcomic webtoon challenge*, ketika masih rilis pada *webtoon challenge* komik digital Mak Irits pernah mendapatkan tawaran untuk menjadi komik resmi di webtoon (dengan jadwal update setiap minggu) namun dikarenakan tokoh komik digital Mak Irits adalah seorang ibu rumah tangga yang gemar menghemat pengeluaran sehingga pihak webtoon meminta agar tim kreatif komik digital Mak Irits merubah tokoh utama, sedangkan dari tim kreatif komik digital Mak Irits tidak menemukan tokoh yang cocok (dilihat dari sudut pandang pengubahan usia dan status) karena di komik resmi webtoon terdapat komik Si Juki di mana tokohnya adalah seorang mahasiswa yang kos di Jakarta, sehingga tim creator komik digital Mak Irits dipublikasikan pada media sosial instagram.

Oleh karena itu dibutuhkan perancangan ulang pada komik digital Mak Irits yang pada awalnya berformat *webcomic* menjadi format crop persegi media sosial instagram. Pada perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data kualitatif, sedangkan untuk metode analisis menggunakan metode analisis target audience dan metode analisis 5W + 1H, serta menggunakan tiga metode proses perancangan yakni pra perancangan, perancangan, post perancangan. Berdasarkan proses analisis dan perancangan dapat dihasilkan perancangan media utama dan media pendukung komik digital Mak Irits. Format komik digital berbasis *webcomic platform* berbeda dengan format komik digital yang dipublikasikan pada media sosial instagram. Diharapkan perancangan ini dapat meningkatkan minat audience terhadap komik digital Mak Irits dan dapat bermanfaat untuk audience melalui tips dan trik untuk menghemat pengeluaran dan sebagai sarana hiburan untuk audience.

2. METODE

Dalam merancang komik digital Mak Irits penulis menggunakan metode kualitatif, yakni wawancara, observasi, dan studi pustaka. Metode kualitatif yang digunakan penulis bertujuan untuk menggali informasi mengenai Mak Irits milik Papillon Studio. Sehingga penulis dapat menyampaikan cerita tersebut kedalam komik digital. Dalam proses mengumpulkan data melalui wawancara dengan penulis naskah cerita dari komik digital Mak Irits yakni Rahmi Aziza baik secara langsung maupun tidak langsung. Observasi dilakukan dengan cara mengamati serta mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan pembuatan komik digital Mak Irits, sedangkan untuk studi pustaka dengan cara mencari data atau informasi yang bersangkutan dengan proses perancangan komik. Studi pustaka berupa teori-teori yang mendukung proses pembuatan komik Mak Irits, baik melalui buku, jurnal, maupun situs website. Metode analisis yang digunakan dalam proses perancangan adalah metode analisis target audience dan metode analisis data 5W + 1H.

2.1 Metode Analisis Target Audience

1. Geografis
 - Wilayah : wilayah yang menjadi sasaran primer dari komik Mak Irits adalah Kota Semarang, sedangkan untuk sasaran wilayah sekunder adalah Indonesia.
 - Ukuran : ukuran sasaran primer dari komik Mak Irits adalah masyarakat Kota Semarang, sedangkan ukuran sasaran sekundanya adalah masyarakat Indonesia.
 - Kepadatan : sasaran kepadatan komik Mak Irits mulai dari perkotaan hingga pedesaan maupun pinggir kota.
 - Iklim : sasaran iklim komik Mak Irits adalah semua iklim

2. Demografis
 - Usia : sasaran usia primer komik Mak Irits adalah usia 18 tahun keatas sedangkan untuk sasaran sekunder adalah semua umur.
 - Gender : sasaran gender komik Mak Irits *unisex* atau semua gender (laki-laki dan perempuan)
 - Penghasilan : sasaran penghasilan masyarakat dari komik Mak Irits adalah menengah ke atas.
 - Pendidikan : sasaran pendidikan komik Mak Irits adalah semua kalangan pendidikan.
 - Pekerjaan : sasaran pekerjaan komik Mak Irits adalah semua jenis pekerjaan.
 - Kewarganegaraan : sasaran kewarganegaraan komik Mak Irits adalah kewarganegaraan Indonesia.

3. Psikografis
 - Kelas sosial : kelas sosial yang menjadi sasaran komik Mak Irits adalah kelas sosial menengah ke atas.
 - Gaya hidup : gaya hidup yang menjadi sasaran komik Mak Irits adalah suka baca komik terutama LINE Webtoon, suka baca komik komedi, suka baca komik Mak Irits.
 - Kepribadian : kepribadian yang menjadi sasaran dari komik Mak Irits adalah kepribadian umum atau semua kepribadian.

2.2 Metode Analisis 5W + 1H

Dalam proses menganalisis penulis menggunakan metode analisis 5W + 1H. dimana metode analisis ini berbasis pertanyaan yang dapat merangkum dan memfokuskan serta memperjelas data-data yang dibutuhkan dalam merancang komik digital Mak Irits. Berdasarkan hasil dari metode analisis ini yang diperoleh untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut *What, Why, Who, Where, When, dan How*.

i. *What* (Apa)

Permasalahan yang terdapat dalam perancangan penulis adalah belum ditemukannya media yang cocok untuk mempublikasikan komik digital Mak Irits sehingga dari tim creator memutuskan komik digital Mak Irits dipublikasikan melalui media sosial instagram.

ii. *Who* (Siapa)

Untuk target audience dari komik digital Mak Irits adalah kalangan ibu rumah tangga dan remaja usia 18 tahun keatas, namun dikarenakan tayang pada platform *webcomic webtoon challenge* jarang sekali ibu rumah tangga dan remaja usia 18 tahun keatas yang membaca atau mengakses platform *webcomic webtoon challenge* tersebut sehingga terjadi melesetnya target audience yang semula dari ibu rumah tangga dan remaja usia 18 tahun keatas menjadi dominan ke remaja.

iii. *Why* (Mengapa)

Komik digital Mak Irits ketika masih rilis atau tayang pada *webtoon challenge* pernah mendapatkan tawaran untuk menjadi komik resmi di *platform webcomic webtoon* namun dengan syarat untuk merubah tokoh utamanya selain ibu rumah tangga, sedangkan dari tim kreatif komik digital Mak Irits tidak menemukan tokoh yang cocok (dilihat dari sudut pandang perubahan usia dan status) karena di komik tetap *webtoon* terdapat komik Si Juki

dimana tokohnya adalah seorang mahasiswa yang kos di Jakarta. Dikarenakan pembengkakan dana dan tidak adanya *income* dari *webtoon challenge* sehingga tim Papillon Studio memutuskan untuk berpindah ke media sosial online Instagram. Akibatnya dari Papillon Studio tidak ada pemasukan dari *webtoon challenge* selama pembuatan komik digital Mak Irits.

Komik digital pada *webcomic* mempunyai format yang berbeda dengan media sosial instagram. Dimana format penyusunan komik pada *webcomic* tersusun secara memanjang kebawah yang menyesuaikan dengan ukuran layar *smartphone* dengan ukuran standar 700 px X 1000 px. Sedangkan layout untuk media sosial instagram berbentuk pesergi dengan ukuran 640 px X 640 px. Dengan menformat ulang layout komik Mak Irits.

iv. *When* (Kapan)

Untuk publikasi komik digital Mak Irits dilakukan setiap dua hari sekali dalam setiap minggunya. Dengan topik dan cerita yang berbeda-beda pada setiap satu kali dipublikasikan.

v. *Where* (Dimana)

Hasil dari perancangan komik digital Mak Irits akan dipublikasikan pada media sosial online instagram yang bersifat akun official dari komik digital Mak Irits dengan sistem managerial dari Papillon Studio.

vi. *How* (Bagaimana)

Berdasarkan permasalahan tersebut tim Papillon Studio memutuskan untuk mengganti media publikasi komik digital Mak Irits dari *webcomic* ke media sosial online instagram sehingga membutuhkan penyuntingan format komik digital Mak Irits dan mengatur ulang untuk target audiencenya menjadi semua kalangan usia. Melalui media sosial online Instagram masih bisa mendapatkan *income* atau pemasukan dana yakni dengan cara melakukan *paid promote* atau mengiklankan produk dari suatu produsen. Dikarenakan format yang berbeda antara format pada *webcomic* dan media sosial instagram, maka perlu dilakukan perancangan ulang yang berawal dari format *webcomic* menjadi format media sosial online Instagram.

2.3 Kesimpulan Analisis

Berdasarkan analisa data perancangan sebelumnya, maka komik digital Mak Irits perlu pergantian format layout *webcomic* kedalam format layout instagram. Penyuntingan diperlukan karena media penyampaian komik digital yang digunakan berbeda, yakni dari komik digital *webcomic* kedalam komik digital media sosial instagram. Unsur-unsur yang terdapat dalam komik digital seperti panel, dan balon kata perlu diubah kembali sesuai dengan format media sosial instagram yang berbentuk pesergi.

2.4 Metode Perancangan

Pada proses perancangan komik digital Mak Irits menggunakan tiga metode yakni pra produksi, produksi dan post produksi. Pada proses pra produksi seperti alur cerita dan penokohan telah diproduksi oleh Papillon Studio dan author mengingat komik digital Mak Irits sudah pernah rilis pada *platform webcomic*. Untuk proses produksi penulis bertugas pada *lineart*, *flater* sedangkan untuk proses layout, sketsa dan pengecekan terakhir di lakukan oleh Papillon Studio. Dalam proses produksi penulis dibantu dari staf dari Papillon Studio yakni Dika Budi N. Kemudian untuk post produksi dilakukan oleh Papillon Studio dan author.

i. Pengumpulan Data

Data diperoleh melalui Papillon Studio stuff dan wawancara dengan author baik secara langsung maupun melalui whatsapp. Kemudian keseluruhan cerita dan gambar merupakan milik dari Papillon Studio mengingat tugas penulis hanya sebatas pada *lineart* dan *flater*.

ii. Proses Desain

Setelah pengumpulan ide dan cerita tahapan selanjutnya pembuatan komik digital Mak Irits. Dimulai dari membuat layout yang kemudian dilanjutkan dengan membuat sketsa. Ketika sketsa dirasa sudah sesuai dengan cerita kemudian dilanjutkan dengan proses *lineart* dan memberi warna dasar.

iii. Evaluasi Proses Desain

Tahapan selanjutnya adalah tahap evaluasi yakni pengecekan ulang pada hasil *lineart* dan pewarnaan dasar. Ketika tidak ada kesalahan atau miss, komik akan dilanjutkan ke proses finishing seperti penambahan dialog, balon kata, dan sebagainya.

iv. Penerapan

Proses penerapan adalah proses akhir dari perancangan komik digital Mak Irits. Komik yang sudah sesuai dengan baik cerita dan ilustrasi kemudian akan rilis dan di upload pada media sosial online Instagram.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari analisis target audience dan analisis 5W + 1H maka dibutuhkan perancangan ulang komik digital Mak Irits yang sesuai dengan format crop persegi pada media sosial online Instagram.

3.1 Konsep Kreatif

1. Tujuan Kreatif

Perancangan komik digital ini bertujuan untuk membangun serta menambah loyalitas pembaca dan mengganti format komik digital Mak Irits yang pada awalnya berbentuk *webcomic* menjadi format crop persegi instagram.

2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang berfokus pada format layout berupa komik strip yang berbentuk persegi. Cerita yang diangkat dalam komik digital Mak Irits merupakan genre *slice of life* dimana author mengambil cerita dari kehidupan sehari-hari serta mengikuti atau *update* berita yang sedang terjadi yang dikemas dengan bahasa yang sederhana dan lucu. Kemudian akan ditambahkan media pendukung lainnya yang berupa merchandise dari komik digital Mak Irits.

3.2 Konsep Visual

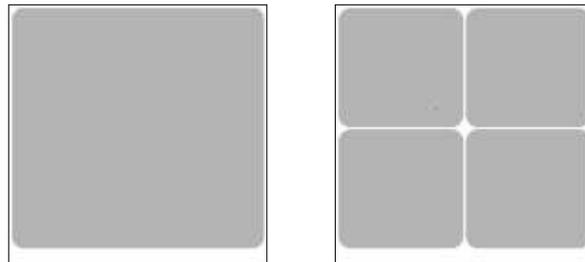
Konsep visual dibedakan menjadi dua bagian, yakni media utama dan media pendukung. Media utama dari perancangan ini adalah media sosial online Instagram, sedangkan untuk media pendukung berupa kostum untuk tim Papillon Studio ketika membuka stand pameran pada suatu *event* dan merchandise yang dapat di beli oleh audience. Sebelum melakukan perancangan pada media utama dan media pendukung, terlebih dahulu menganalisa dan mengobservasi pada komik digital yang di publikasikan pada media sosial online Instagram contohnya komik Bonju And Friends, komik Sibelang dan Kawan Kawan. Dimulai dengan

menganalisa format layout, kemudian dilajut dengan menganalisa tipografi baik tipografi yang digunakan sebagai dialog maupun judul, kemudian dilanjutkan dengan menganalisa penggunaan balon kata.

Setelah menganalisa format layout, penggunaan tipografi, dan balon kata dilanjutkan dengan proses merancang komik digital Mak Irits sesuai dengan format crop pesergi pada media sosial online Instagram.

a. Desain layout

Layout komik digital Mak Irits menggunakan resolusi 300 X 300 pixel dimana resolusi tersebut sesuai dengan resolusi dari media sosial instagram. Kemudian, layout komik digital Mak Irits mempunyai parit atau space kosong yang digunakan untuk memisahkan antar panel dari komik digital Mak Irits.



Gambar 1. Format Layout Komik Digital Mak Irits
[Sumber : Papillon Studio stuff]

b. Sketsa

Merupakan karya gambar yang belum berakhir yang biasanya berupa gambar begaris tipis dan kasar.



Gambar 2. Proses Sketsa Komik Digital Mak Irits
[Sumber Papillon Studio stuff]

c. Lineart sketsa

Sketsa yang sudah jadi kemudian memasuki proses penebalan sehingga garis yang semula masih kasar menjadi rapi.



Gambar 3. Proses Lineart Sketsa Komik Digital Mak Irits
[Sumber Papillon Studio stuff]

d. Warna dasar

Setelah proses lineart sketsa, gambar memasuki proses warna dasar sesuai dengan konsep warna komik digital Mak Irits



Gambar 4. Proses Warna Dasar Komik Digital Mak Irits
[Sumber Papillon Studio stuff]

e. Finishing

Pada proses ini gambar yang sudah di warna akan dicek kembali dan dilakukan proses finishing, jika sudah melalui proses finishing gambar siap di update atau upload pada media sosial instagram.



Gambar 5. Proses Finishing Komik Digital Mak Irits
[Sumber Papillon Studio stuff]

1. Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan komik digital Mak Irits adalah media sosial online instagram yang berukuran 300 x 300 px dengan 5 panel dimana 4 panel menjadi 1 dan 1 panel terpisah berukuran full 300 x 300 pixel. Komik akan di publikasikan setiap 2 hari sekali dengan cerita yang berbeda-beda dalam sekali upload.

1) Episode menu pilihan

Belatar di sebuah restoran keluarga Mak Irits memesan sebuah hidangan makan. Pak Udin memesan nasi goreng ayam mentega dan Nana memesan mie ayam jamur sedangkan Mak Irits tidak memesan makanan dengan alasan jikalau Nana tidak bisa menghabiskan menu makanan yang ia pesan.



Gambar 6. Episode Menu Pilihan
[Sumber Papillon Stuff (2020)]

- 2) Episode tebak-tebakan lagu
Mak Tajir mengajak Mak Irits bermain tebak lagu dan jika Mak Irits bisa menjawabnya akan mendapatkan hadiah dari Mak Tajir.



Gambar 7. Episode Tebak-Tebakan Lagu
[Sumber Papillon Stuff (2020)]

- 3) Episode Iuran BPJS
Mak Irits, Jeng Sophia, dan Jeng Anita sedang berkumpul dan Mak Irits Nampak murung di karenakan iuran BPJS.



Gambar 8. Episode Iuran BPJS
[Sumber Papillon Stuff (2020)]

- 4) Episode Kabinet
Ketika Mak Irits dan Pak Udin bersantai di ruang tv kemudian membahas tentang “kabinet”.



Gambar 9. Episode Kabinet
[Sumber Papillon Stuff (2020)]

- 5) Episode Hujan VS Panas
Peralihan musim kemarau ke musim penghujan tiba, cuaca tidak menentu sering dating.



Gambar 10. Episode Hujan VS Panas
[Sumber Papillon Stuff (2020)]

2. Media Pendukung

Beberapa media pendukung yang akan digunakan sebagai promosi komik digital Mak Irits seperti : tumbler, t-shirt, pin dan ganci, stiker, dan topi.

- 1) Tumbler (tempat minum)
Tumbler merupakan salah satu media promosi dari komik digital Mak Irits yang dijual sebagai merchandise pada saat pameran maupun dijual secara online. Dengan design tokoh utama Mak Irits ataupun logo dari komik digital Mak Irits.

i. Tumbler 1

Dengan nuansa warna pink desain tumbler yang menggunakan tokoh Mak Irits sebagai *point of view* dengan pose membentuk lambing love dengan tangannya yang diiringi ekspresi bahagia.



Gambar 11. Desain Mock Up Tumbler 1
[Sumber Dokumentasi Pribadi]

ii. Tumbler 2

Berwarna biru dengan *double* gradasi di bagian atas dan bawah yang seakan membentuk ikat pinggang yang memperlihatkan Pak Udin melihat jam tangannya.



Gambar 12. Desain Mock Up Tumbler 2
[Sumber Dokumentasi Pribadi]

iii. Tumbler 3

Pada tumbler 3 berkonsep Nana menggumam tentang kerinduannya ingin masuk sekolah lagi sembari mengelus Kimi kucing peliharaannya.



Gambar 13. Desain Mock Up Tumbler 3
[Sumber Dokumentasi Pribadi]

iv. Tumbler 4

Meskipun lebaran dirumah aja namun tidak mengurangi semangat umat muslim untuk merayakan hari fitri dengan suka cita dan rasa syukur. Dengan nuansa hijau seperti ketupat di hari raya, konsep tumbler satu ini terlihat *fresh* ketika dipandang.



Gambar 14. Desain Mock Up Tumbler 4
[Sumber Dokumentasi Pribadi]

2) T-Shirt

T-shirt digunakan untuk membantu mempromosikan komik digital Mak Irits yang dikenakan staff Papillon pada saat mengikuti pameran event yang bertujuan dapat menarik perhatian target audience. Selain itu target audience dapat juga membeli t-shirt Mak Irits yang diterbitkan secara terbatas.

i. T-Shirt 1

Penggunaan logo Papillon Studio pada bagian depan kaos sedangkan pada bagian terdapat tipografi Papillon Crew, yang membuat kaos tampak lebih simple dan *to the point*.



Gambar 15. Desain Mock Up T-Shirt
[Sumber Dokumentasi Pribadi]

ii. T-Shirt 2

Dengan menggabungkan warna rambut dari Pak Udin, Mak Irits, Nana dan warna bulu Kimi serta mata dari Mak Irits yang ber background pink.



Gambar 16. Desain Mock Up T-Shirt
[Sumber Dokumentasi Pribadi]

3) Pin dan Ganci (Gantungan Kunci)

Digunakan sebagai media pendukung promosi yang dapat diperoleh target audience secara paket merchandise serial khusus maupun secara terpisah.

i. Pin

Dengan nuansa biru dan desain yang sederhana pin merchandise komik digital Mak Irits lebih terpusat pada ilustrasi tokoh komik yang menjadi *point of view*.



Gambar 17. Desain Mock Up Pin
[Sumber Dokumentasi Pribadi]

ii. Gantungan kunci

Sama seperti konsep dari pin, gantungan kunci yang menjadi tokoh Mak Irits menjadi *point of view* dengan background berwarna biru langit.



Gambar 18. Desain Mock Up Gantungan Kunci
[Sumber Dokumentasi Pribadi]

4) Stiker

Media pendukung promosi lainnya yang didapatkan dalam serial khusus ketika target audience membeli merchandise yang tersedia misal t-shirt, topi, dan sebagainya. Dimana pada desain stiker menggunakan para tokoh Mak Irits maupun logo Mak Irits serta terdapat quote menghemat dari Mak Irits. Menggunakan konsep *cutting* sesuai dengan bentuk desain stiker dari tokoh komik yang berekspresi dengan dialog ringan dan sederhana.



Gambar 19. Visualisasi dan Mock Up Stiker
[Sumber Dokumentasi Pribadi]

5) Topi

Media pendukung promosi yang dapat dikenakan oleh tim Papillon Studio pada saat mengadakan pameran dalam suatu event. Merchandise topi ini dapat pula dibeli oleh target audience dalam serial stater pack atau membeli secara terpisah. Topi hanya memiliki 1 pilihan warna yakni putih dengan desain logo dari komik Mak Irits atau penggambaran dari karakter dan logo komik Mak Irits. Desain sederhana yang lebih menonjolkan nama Papillon Studio maupun logo atau tokoh dari komik digital Mak Irits.



Gambar 20. Visualisasi dan Mock Up Topi
 [Sumber Dokumentasi Pribadi]

3.3 Program Media

Program media akan dilaksanakan selama 6 bulan, dimulai pada bulan Juli sampai Desember 2020. Untuk media utama akan terus dilaksanakan meskipun sudah melewati batas waktu, sedangkan untuk media pendukung akan dipertimbangkan yang bertujuan untuk lebih mengenalkan komik digital Mak Irits pada audience.

Tabel 1. Tabel Program Media
 [Sumber : Tsania Mustika S (2020)]

Media	Juli				Agustus				September				Oktober				November				Desember			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Instagram	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Tumbler			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■
T-Shirt													■	■			■	■			■	■		
Pin dan Ganci			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■
Stiker	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Topi													■	■			■	■			■	■		

a. Instagram

Media instagram akan diupload setiap bulannya dengan setiap 2 hari sekali pada setiap minggunya terhitung dari bulan Juli sampai dengan Desember. Diharapkan dengan adanya kosistensi ini peminat atau audience dari komik digital Mak Irits bertambah dan dapat memberikan loyalitas.

b. Tumbler

Tumbler digunakan sebagai salah satu merchandise yang dapat dibeli dan dikoleksi oleh audience dimana tumbler ini juga bisa menjadi media soft promosi dari komik digital Mak Irits. Tumbler akan dijual setiap 2 minggu terakhir pada setiap bulannya selama 6 bulan menggunakan sistem *pre order* dan dapat juga dibeli pada stand pameran (khusus

2 minggu akhir bulan September dan 2 minggu awal bulan Oktober tumbler dapat dibeli dengan harga promosi).

c. T-Shirt

T-Shirt dapat digunakan staff Papillon Studio pada event pameran sedang berlangsung. Dimulai pada bulan Oktober, karena pada bulan tersebut terdapat event komik. Terdapat juga T-Shirt khusus yang dapat dibeli dalam paket promosi (dalam batas waktu 1 bulan terhitung pada bulan Oktober).

d. Pin dan Ganci

Pin dan Ganci dapat dibeli secara langsung pada saat membuka stand pameran maupun dibeli secara online. Penjualan pin dan ganci dimulai dari bulan Juli sampai dengan bulan Desember. Pada 2 minggu akhir bulan September dan 2 minggu awal bulan Oktober terdapat serial paket yang dapat di beli oleh audience.

e. Stiker

Stiker dapat dibeli secara paket atau kolektif, dimana pada setiap paket berisi beberapa stiker karakter dari komik digital Mak Irits dan tulisan nama akun instagram official Mak Irits. Penjualan stiker pack Mak Irits mulai dari bulan Juli sampai dengan Desember.

f. Topi

Topi dapat dikenakan oleh staff Papillon Studio pada saat membuka stand pameran. Selain itu terdapat topi edisi khusus yang dapat dibeli oleh audience (dikeluarkan pada bulan Oktober sampai dengan bulan Desember pada dua minggu awal di setiap bulannya).

3.4 Ucapan Terimakasih

Secara khusus penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak Papillon Studio, yang telah berkenan mengizinkan penulis untuk mengangkat dan membagi informasi serta pengalaman dalam merancang komik digital Mak Irits.

4. Kesimpulan Dan Saran

4.1 Kesimpulan

Hasil kesimpulan yang diperoleh dari perancangan komik digital Mak Irits pada media sosial Instagram adalah format komik digital berbasis web dengan format komik digital pada media sosial online Instagram sangat berbeda dimana komik berbasis web memiliki sistem baca dengan cara *scroll* dari atas ke bawah sedangkan komik yang dipublikasikan pada media sosial Instagram menggunakan sistem baca dengan cara menggeser slide komik. Serta pemilihan style ilustrasi, tema dan tata bahasa dalam dialog pada komik digital Mak Irits mempengaruhi daya tarik dari komik digital Mak Irits

4.2 Saran

Berdasarkan dari proses perancangan komik digital Mak Irits saran yang ditujukan untuk penulis adalah lebih mendetailkan proses analisis dan menggali inovasi untuk lebih mengembangkan komik digital Mak Irits sehingga dapat menambah daya tarik audience terhadap komik digital Mak Irits

5. Daftar Pustaka

Studio Papillon. "Konten Komik Mak Irits", <https://www.papillonstudios.org/>, diakses pada 14 Januari 2020.

Putra Aidil, 2018. *PERANCANGAN KOMIK EDUKASI "RETAK"*. Skripsi S-1 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.

T. Setiawan Deny, 2019. *Transformasi Komik Digital Sing Mbahu Rekso Ke Komik Cetak*. Skripsi S-1 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro.

Kompas.com, 2012. *Panduan Menulis Jurnal Ilmiah*. <https://edukasi.kompas.com/> diakses pada 18 Juni 2020 pukul 00.28.

Himawan, CA, dkk 2015. *Pengertian Komik, Ciri-ciri Komik, Jenis-jenis Komik*. <http://tugaskuliahchrs.blogspot.com/>, di akses pada 10 Januari 2020 pukul 22.52.

Said, Abdul Azis, 2006. *DASAR DESAIN DWIMATRA*. Makassar : Universitas Negeri Makassar
Aziza, Rahmi, 2015. *Tentang Komik Mak Irits*. <https://www.makirits.com/p/tentang-komik-mak-irits.html>, diakses pada tanggal 11 Januari 2020 pukul 23.20.

Tirtaatmadja, Irawati, Nina Nurviana, 2012. *PEMETAAN KOMIK INDONESIA PERIODE TAHUN 1995-2008*. Wimba, Vol.04 No.1, <http://journals.itb.ac.id/>, diakses pada 24 Juli 2020 pukul 01.06