
PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL UNTUK SOSIALISASI PENYELENGGARAAN PEMILU 2024 KEPADA PEMILIH MUDA DI KOTA SEMARANG

Muhammad Aqsal Affandi¹, Bernardus Andang P. Adiwibawa²

^{1,2}

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro
Email: aqsalaffandi07@gmail.com, andangprast@dsn.dinus.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 16 juni 2023

Disetujui : 31 Juli 2023

Kata Kunci :

Komik Strip, Media

Komunikasi, Pemilu

ABSTRAK

Pemilihan umum (Pemilu) adalah proses memilih seseorang untuk mengisi jabatan politik di Indonesia yang dilaksanakan dengan pemungutan suara secara serentak yang dikoordinasi oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). KPU memiliki tugas yaitu mensosialisasikan penyelenggaraan pemilu kepada masyarakat (Pasal 12 Undang Undang Nomor 7 Tahun 2017). Angka partisipasi masyarakat pada Pemilu Presiden di Kota Semarang selalu meningkat namun dalam pelaksanaan masih terdapat banyak suara tidak sah yang menunjukkan pengetahuan masyarakat mengenai pemilu masih kurang. Oleh karena itu, perancangan ini dibuat dengan tujuan terciptanya media komunikasi visual untuk pemilu 2024 di Kota Semarang. Metode yang digunakan pada perancangan adalah kualitatif. Hasil penelitian ini yaitu media komunikasi berupa komik strip dengan tema *slice of life* yang akan dipublikasikan dimedia sosial Instagram berisi sosialisasi mengenai pemilu.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : June 16, 2023

Accepted : July 31, 2023

Keywords:

Communication Media,

Election, Short Comic

ABSTRACT

The general election (Pemilu) is the electing process of someone to fill a political position in Indonesia which is carried out by voting simultaneously coordinated by the General Elections Commission (KPU). The KPU has the task of socializing the implementation of elections to the public (Article 12 of Law Number 7 of 2017). The number of people participating in Presidential Elections in the city of Semarang always increases however in the implementation, there are still many invalid votes which shows that people's knowledge of the elections is still lacking. Therefore, this design was made to create a visual communication medium for the 2024 election in Semarang City. The design method used is qualitative. The results of this study are the communication media in the form of the slice of life theme comic strips which will be published on Instagram social media containing socialization regarding elections.

1. PENDAHULUAN

Pemilihan umum (Pemilu) adalah proses memilih seseorang untuk mengisi jabatan politik di Indonesia. Menurut Morrisson (2005) pemilu merupakan cara atau sarana untuk mengetahui keinginan rakyat tentang arah dan kebijakan negara. Pemilu mengarah pada pemilihan anggota legislatif dan presiden, dilaksanakan setiap lima tahun sekali, dimana warga negara Indonesia yang sudah mencapai batas umur genap 17 tahun bisa mendapatkan hak pilih dengan mendaftarkan diri menjadi pemilih tetap. Pemilu dilaksanakan dengan adanya pemungutan suara secara serentak, untuk waktu pemungutan suara pemilu ditetapkan oleh keputusan badan yang berurusan langsung sebagai penyelenggara pemilu yaitu Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagaimana diatur dalam Undang-undang (UU) Nomor 7 Tahun 2017.

KPU memiliki beberapa tugas selain menyelenggarakan pemilu, salah satunya disebutkan dalam Pasal 12 Undang Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, tugas KPU yaitu mensosialisasikan penyelenggaraan pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU kepada masyarakat. Paulus Widiyantoro selaku Ketua KPU Provinsi Jawa Tengah mengatakan bahwa sosialisasi tentang Pemilu 2024 merupakan hal yang penting. Mengingat angka kerawanan pemilu Kota Semarang menjadi yang paling tinggi di Jawa Tengah, selain mengabarkan tahapan pemilu, sosialisasi yang dilakukan oleh KPU diharap dapat menangkal hoaks dan penyebaran informasi yang tidak benar mengenai pemilu maupun daftar partai politik, terutama bagi para generasi muda yang mudah mengakses informasi melalui internet dapat memuat berbagai hal termasuk hoaks mengenai pemilu. Kirchgassner, Feld, dan Savioz (1994) menyatakan informasi level tinggi merupakan kondisi penting bagi stabilitas demokrasi, karena bila para pemilih tidak memiliki pemahaman tentang apa yang akan mereka pilih akan terjadi kesenjangan ekspektasi dari warga negara yang akan mengarah pada erosi kepercayaan dalam demokrasi.

Sebagai penyelenggara teknis, KPU telah mengeluarkan aturan teknis yaitu PKPU 3 Tahun 2022 tentang Jadwal dan Tahapan Pemilu 2024. Selaras dengan pesan dari ketua KPU Jawa Tengah, aturan ini perlu disosialisasikan dan dipahami tidak hanya penyelenggara namun juga peserta pemilu terutama pada generasi muda sebagai pemilih pemula yang menjadi segmen masyarakat yang difokuskan KPU untuk ditingkatkan partisipasinya. Mengingat pemahaman yang baik berkorelasi pada partisipasi di dalam penyelenggaraan pemilu, partisipasi pemilih erat kaitannya dengan keberhasilan penyelenggaraan pemilu.

Berdasarkan dari catatan angka partisipasi masyarakat pada pemilu presiden tahun 2009 di Kota Semarang sebesar 78,75% dan naik lagi pada tahun 2014 sejumlah 79,9%, dan 2019 menjadi tahun yang persentase partisipasi masyarakatnya paling tinggi yaitu sejumlah 83,3%. Namun dalam pelaksanaan masih terdapat banyak suara tidak sah yang dikarenakan pemilih kesulitan memberikan *suara* karena banyaknya *surat suara* (*survei LIPI 2019*). Dalam kegiatan Getar Pemilu 2024 (12/7/2023) Henry Cassandra Gultom sebagai ketua KPU Kota Semarang menyebutkan "Jumlah pemilih di DPT lebih 50 persen masih didominasi oleh pemilih muda. Di media sosial masih rawan akan penggunaan isu sara, misinformasi dan penyebarluasan berita bohong, maka peran generasi muda diperlukan untuk memberikan informasi yang benar," ia menjelaskan, peran generasi muda diperlukan untuk memberikan informasi yang benar, mengingat generasi muda memiliki literasi digital yang lebih baik. Dari penjelasan tersebut dapat menjadi acuan pada pemilu tahun 2024 untuk tetap mempertahankan partisipasi masyarakat dan diharap dapat lebih meningkat dibanding periode sebelumnya demi mewujudkan keberhasilan pemilu dalam indikator kesuksesan pelaksanaan pemilu yaitu tingkat partisipasi politik masyarakat meningkat (Tjahjo Kumolo, 2019).

Oleh karena itu, KPU Kota Semarang terus memberikan upaya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, terutama bagi pemilih pemula dengan mengadakan sosialisasi yang bertujuan memberi ilmu juga pengetahuan yang bermanfaat untuk melangsungkan kehidupan nantinya sebagai masyarakat. Sosialisasi dilakukan dengan pendekatan pemilihan ketua osis di sekolah seperti pada Pemilihan osis SMP Sultan Agung 4 Semarang (26/9/2022) dan di SMK Bina Nusantara Semarang (6/9/2022). KPU juga mengadakan seminar bertajuk pendidikan pemilih dan demokrasi yang digelar oleh SMP Al-Irsyad, Semarang (29/8/2022).

Dalam acara Presidential Lecture (24/07/2019), Jokowi mengatakan jika mensosialisasikan kepada anak muda tidak dapat dilakukan melalui cara konvensional sehingga bisa menggunakan media alternatif seperti komik, video di sosial media, dan konten menarik lainnya. Oleh karena itu semakin maju dan semakin modern zaman, begitupun metode sosialisasi diusahakan bisa menyesuaikan dengan generasi terkini. KPU berupaya lebih aktif dalam penanggulangan golput pada pemilu 2024 dengan memastikan semua orang yang sudah punya hak pilih dicatat dalam daftar pemilih pemilu, meliburkan hari pemilu, dan menggunakan berbagai model iklan layanan masyarakat. KPU juga mengupayakan strategi untuk mensosialisasikan pemilu. Cara ini dilakukan dengan harapan dapat meningkatkan kesadaran anak muda Kota Semarang terhadap pentingnya memakai hak pilihnya saat pemilu yang akan diselenggarakan di tahun 2024.

1.1 Rumusan Masalah

Topik pembahasan mengenai bagaimana merancang media komunikasi visual untuk sosialisasi pada penyelenggaraan pemilu tahun 2024 di Kota Semarang?

1.2 Tujuan Perancangan

Tujuan yang dicapai pada perancangan yaitu terciptanya media komunikasi visual untuk pemilu 2024 di Kota Semarang.

1.3 Tinjauan Teori

A. Kepemiluan

Pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017). Satu faktor yang menentukan keberhasilan pemilu adalah partisipasi politik masyarakat.

Herbert Mclosky dalam (Budiarjo, 2008) mengemukakan bahwa partisipasi politik merupakan kegiatan-kegiatan sukarela dari warga masyarakat melalui mana mereka mengambil bagian dalam proses pemilihan penguasa. Dalam politik, partisipasi politik mengandung voting behavior yang biasa diartikan sebagai hubungan antara pemerintah dengan masyarakat pada proses penyusunan, pelaksanaan, dan keputusan politik. Max Weber (dalam Banowo, 2008) menjelaskan rasionalitas nilai yaitu pengambilan keputusan berdasarkan nilai yang memiliki kesamaan dengan pribadi pemilih. Kedua, pemilih yang mengedepankan rasionalitas dengan memikirkan apa yang akan didapatkan. Ketiga, pemilih yang kritis. Pemilih kritis selalu berfokus pada program kerja kedepan yang direncanakan oleh kandidat. Keempat, pemilih skeptis, mereka adalah kelompok masyarakat yang tidak percaya dengan pemilu. Yang terakhir adalah pemilik hak yang dengan sengaja memutuskan untuk tidak menggunakan hak pilih atau disebut golongan putih (golput).

Karena itu, sosialisasi mengenai proses dan tahapan pemilu menjadi penting untuk meningkatkan partisipasi politik. Sosialisasi yaitu proses mempelajari norma, nilai, peran, dan semua persyaratan lain yang diperlukan bertujuan berpartisipasi yang efektif dalam kehidupan sosial (Maclever, 2013). Sosialisasi dalam dibagi menjadi dua, yaitu individu dan masyarakat.

B. Media Komunikasi Visual

Menurut Lusyani Sunarya, dkk (2018) media merupakan saluran penyimpanan pesan komersial kepada khalayak sasaran atau salah satu komunikasi periklanan melalui saluran media tertentu, yaitu televisi, surat kabar, radio, dan internet. Dengan demikian, media komunikasi visual adalah semua bentuk pesan yang menstimulasi indra penglihatan yang dipahami oleh seorang yang menyaksikannya (Sukarno, 2020).

Salah satu media komunikasi visual adalah komik. Komik menurut KBBI adalah gambar yang umumnya mudah dicerna dan lucu. Namun komik berbeda dengan komik strip. Menurut Hornby (1984) komik strip adalah gambar berjumlah empat atau lebih yang dibuat terpisah-pisah gambar, bersifat lucu atau humor yang dicetak pada majalah atau koran. Dalam mempublikasi komik strip, bacaan bergambar yang telah dibuat akan disusun sesuai urutannya dan diatur dalam panel yang saling terkait untuk menampilkan humor singkat berbentuk serial, dengan teks dalam balon dan keterangan.

Menurut Arulan (2013), berdasarkan media yang digunakan dalam menampilkan atau menerbitkan, komik dibagi menjadi beberapa jenis yaitu komik strip, buku komik, graphic novel, webcomic, komik instruksional. Elemen visual komik adalah elemen yang tertangkap secara visual dalam komik yaitu gambar, phonogram (suara yang dituliskan), balon kata, dan panel (Nurlatifah, 2020).

2. METODE

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang perancangan media komunikasi visual diatas, metode yang digunakan dalam penelitian yaitu metode kualitatif. Metode ini untuk memastikan kualitas dari proses penelitian, sebab peneliti akan menginterpretasi data yang telah dikumpulkan secara deskriptif dan dengan menggunakan analisis 5W+1H. Data yang akan diolah didapatkan dari hasil wawancara dan beberapa sumber pustaka yang sudah dipastikan datanya tervalidasi.

2.1 Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan narasumber yaitu Ibu Novi Maria Ulfa sebagai Komisioner KPU Kota Semarang Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat, dan Sumber Daya Manusia guna mendapat data-data yang detail mengenai kebutuhan masyarakat dan berbagai upaya sosialisasi yang dilakukan oleh KPU menjelang pemilu 2024.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka digunakan dalam pengumpulan data karena bertujuan untuk menemukan informasi yang relevan dan rinci berdasarkan fakta yang sudah terjadi sebelumnya, studi pustaka juga dapat menjadi referensi yang terpercaya. Penulis juga mendapat banyak topik yang bisa ditemukan dengan membaca buku, artikel, dan jurnal. Data dari studi pustaka juga berasal dari internet, terutama dari website KPU Kota Semarang.

2.2 Metode Analisis

Analisis dilakukan dengan menggunakan metode 5W+1H dan analisis kebutuhan. Metode 5W+1H yaitu What, Why, Who, Where, When and How (Rudyard Kipling). Metode ini berupa pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mencari inti pokok dari sekumpulan data, metode ini dipilih karena rumus 5W+1H berisi inti-inti data sebagai penyusunan ide

perancangan. Sedangkan analisis kebutuhan merupakan proses menemukan, memperbaiki, memodelkan dan menspesifikasikan hal-hal untuk menentukan kebutuhan dalam perancangan. Hutchinson dan Waters (1987, dalam Nation & Macalister, 2010) membagi kebutuhan menjadi dua yaitu kebutuhan sasaran (*target needs*) dan kebutuhan pembelajaran (*learning needs*).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis 5W dan 1H

Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan strategi yang tepat dalam perancangan media guna pemecahan masalah dalam penelitian ini. Berikut analisis menggunakan 5W+1H; *Pertama* dari aspek apa permasalahan yang terjadi. Dari data yang diperoleh, diketahui bahwa angka partisipasi pemilih dalam pemilu di Kota Semarang sudah cukup tinggi, namun kualitas pengetahuan pemilih masih rendah. *Kedua*, masalah tersebut terjadi karena Kurangnya sosialisasi untuk meningkatkan pengetahuan dalam memilih, seperti tata cara mencoblos yang benar. Karena KPU sampai saat ini hanya melakukan sosialisasi tentang partai politik dan tahapan pemilu.

Ketiga, aspek siapa yang bertanggung jawab. Diketahui bahwa masalah tersebut menjadi tanggung jawab KPU sebagai lembaga publik yang menjadi jembatan informasi dan pengetahuan mengenai pemilu kepada masyarakat. *Keempat* dan *kelima* masalah tersebut terjadi pada periode menjelang pemilu legislatif dan presiden tahun 2024 di wilayah Kota Semarang.

Keenam, pada aspek bagaimana masalah itu diselesaikan, cara yang dianggap tepat untuk memberikan pengetahuan dan informasi mengenai pemilu 2024 kepada masyarakat adalah dengan membuat sebuah media komunikasi yang menarik dan komunikatif. Media tersebut kemudian dapat dipublikasikan melalui sosial media sehingga dapat menjangkau seluruh masyarakat terutama bagi pemilih pemula.

B. Analisis kebutuhan

Kebutuhan sasaran (*target needs*)

1. Keperluan (*Necessity*) : Dalam mensosialisasikan penyelenggaraan pemilu diperlukan media yang komunikatif, ringan, memiliki nilai reliable dengan target audiens dan tentunya isi media perlu mudah dipahami sehingga kesadaran pengetahuan dan partisipasi pemilih muda dapat meningkat.
2. Kekurangan (*Lacks*) : Audiens tidak suka dengan konten atau media yang terlalu berbobot atau sulit dipahami.
3. Keinginan (*Wants*) : Audiens anak muda suka dengan hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari, lelucon, dan media yang terkini seperti konten komik yang bisa di slide.

Berdasarkan analisis data yang telah dihimpun menggunakan metode 5W+1H pada tabel 3.1 dan juga analisis kebutuhan dapat diambil kesimpulan bahwa strategi yang dipilih yaitu membuat media komunikasi visual untuk sosialisasi dan sebagai wadah informasi mengenai pemilu guna meningkatkan pengetahuan dan partisipasi masyarakat sehingga media yang dihasilkan dapat dirasa komunikatif, informatif, dan reliable dengan target audiens, terutama para pemilih berusia 17-27 Tahun.

Penulis menyimpulkan jika pemecahan masalah dalam penelitian akan menggunakan media utama komik strip yang dapat meningkatkan minat baca, meghibur, dan juga menarik memiliki genre *slice of life* dan berisi karakter yang *relate* dengan masyarakat terutama pemuda. Nantinya media dapat disebarluaskan melalui media sosial maupun media offline dengan dicetak menjadi merchandise untuk menarik perhatian masyarakat.

Strategi tersebut dipilih karena audiens memerlukan informasi dan edukasi secara ringan, juga ditemukan setiap harinya sehingga dapat tertanam dibenak para audiens dan meningkatkan kesadaran untuk menggunakan hak pilih dalam pemilu.

3.1 Konsep Media

a. Media Utama

Media utama yang digunakan yaitu komik digital yang akan disebarluaskan menggunakan Instagram. Media ini dipilih karena semua orang dapat gratis mengakses sosial media ini, fokus utama dari Instagram merupakan foto sehingga cocok diisi dengan konten komik strip, selain itu ada fitur Instagram ads. Saat memposting juga akan ditambahkan hastag #temanpemilih untuk lebih menjangkau cakupan yang ditargetkan.

b. Media Pendukung

Media pendukung untuk mensosialisasikan pemilu 2024 yaitu menggunakan Instagramads, Insta story, dan merchandise seperti stiker, totebag, dan t-shirt. Instagram story dan ads dipilih karena merupakan satu platform yang sama dengan Instagram sebagai media utama. Untuk merchandise, selain karena awet dan easy to use, media tersebut berfungsi untuk menarik berbagai kalangan dan juga menunjukkan apresiasi juga personal touch yaitu menunjukkan kedekatan perusahaan dengan audiens. Lalu dengan media infografis berupa X- Banner.

3.2 Konsep Visual

a. Tipografi

Jenis font yang dipilih ialah font Comic Sans. Font ini digunakan karena memiliki kelebihan yaitu sederhana dan dapat menggambarkan hal-hal yang menyenangkan serta memiliki karakter yang ceria. Sedangkan kelemahannya sendiri yaitu font ini terlalu *overused* karena banyak yang menggunakannya dalam konten atau tujuan yang tidak sesuai, sedangkan untuk tujuan kali ini digunakan dalam komik strip yang memerlukan penggambaran tipografi yang ceria.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
!@#\$%^&*()_+ -= []{};:' "\/.,

Gambar 1. Font Comic Sans
[Sumber : allfont.net]

b. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan komik strip berasal dari *moodboard* karakter yang berisi relawan demokrasi, siswa-siswi SMA dan dari logo klien yaitu KPU.



Gambar 2. Moodboard
[Sumber : Google]

c. Ilustrasi

Dalam perancangan komik strip ini, ilustrasi gambar mendapat referensi dari komik kamvret berupa *anime style* dengan lebih sederhana dan menunjukkan kesan gambar lucu namun tetap mengikuti trend saat ini. Alasan penulis memilih *anime style* dalam perancangan komik strip ini karena karakter dapat digambarkan seperti kehidupan nyata selain itu, saat ini *anime style* cukup menguasai pasar di Indonesia



Gambar 1. Referensi Karakter Gaya Ilustrasi
[Sumber : Instagram @komikkamvret]

d. Naskah Cerita

Dalam komik strip ini akan diceritakan ada siswa yaitu Juda yang menyadari umurnya sudah menginjak 17 Tahun, dimana ia akan memiliki hak pilih namun ia belum mengetahui kapan tanggal pemilu dan bagaimana cara mengetahui tahapan yang harus dilakukan untuk menjadi pemilih dalam pemilu 2024. Ia juga tidak paham bagaimana caranya mencoblos dengan benar. Lalu, seorang teman yaitu Lusi yang menjadi teman sebangku Juda mereka berdiskusi mengenai pemilu. Komik ini juga akan memperkenalkan komunitas bentukan KPU yaitu relawan demokrasi disingkat "RELASI", mereka biasa memberi bantuan untuk mengedukasi dan mensosialisasikan pemilu kepada basis yang sudah di targetkan, contohnya segmen pemilih pemula dan pemilih muda.

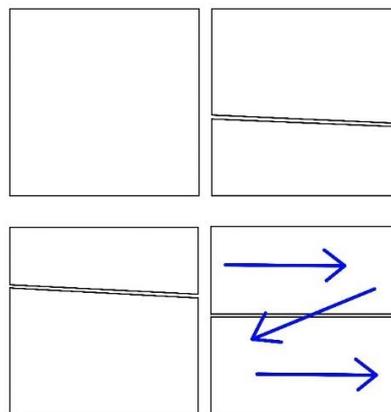
e. Karakter

Tokoh utama dalam komik ini adalah Juda dan Lusi, nama karakter diambil dari asas pelaksanaan pemilu yaitu Juda dari Jujur dan Adil, lalu Lusi dari Langsung, Umum, Bebas, dan Rahasia. Karakter digambarkan sebagai siswa dan siswi SMA dimana rentang usia siswa SMA sudah menjadi pemilih pemula. Karakter tokoh siswa juga dianggap *reliable* untuk menunjukkan bagaimana mereka merupakan generasi yang sangat dekat dengan media sosial saat ini. Karakter bernama "Juda" memiliki watak sebagai remaja yang sering cuek dengan

lingkungan sekitar, mudah percaya, labil, dan humoris. Sedangkan “Lusi” merupakan seorang siswi yang bijaksana, aktif dan bersemangat, ia juga kritis terhadap pengetahuan baru yang ia dapatkan. Sedangkan tokoh pendukung dalam komik ini adalah “Kak Desi” yaitu dari kata demokrasi sebagai karakter relawan demokrasi bentukan KPU yang akan memberikan sosialisasi dan pengetahuan kepada dua karakter utama mengenai pemilu. Ia memiliki watak penyabar, murah hati, ceria, dan rasional.

f. Layout Panel

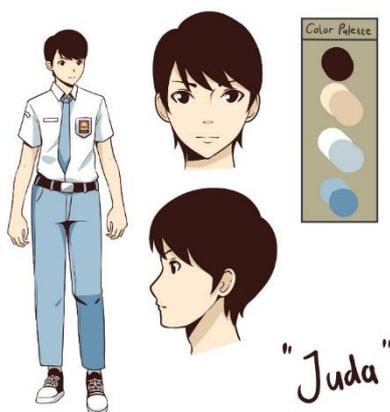
Layout panel yang digunakan sekitar 1-2 panel dalam satu halaman. Cara membacanya seperti cara membaca di Indonesia yaitu dari kiri ke kanan. Jarak untuk garis tepi panel adalah 0.5 cm dengan kanvas 1:1 berukuran 2350px.



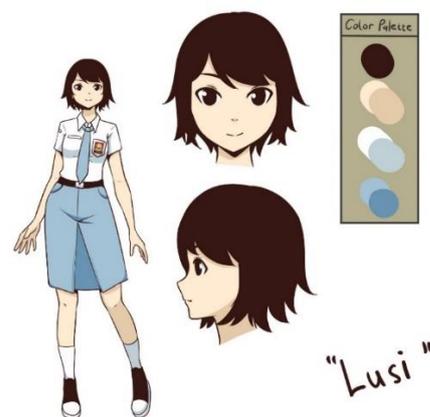
Gambar 4. Layout panel
[Sumber : Muh. Aqsal Affandi]

3.3 Visualisasi

a. Karakter



Gambar 5. Karakter Juda
[Sumber : Muh. Aqsal Affandi]



Gambar 6. Karakter Lusi
[Sumber : Muh. Aqsal Affandi]



Gambar 7. Karakter Kak Mutia
[Sumber : Muh. Aqsal Affandi]

b. Storyboard

Pada tahap story board, penulis membuat sketsa yaitu gambaran kasar atau pra perancangan desain komik, sketsa digunakan untuk mempermudah proses pembuatan line art pada tahapan selanjutnya.



Gambar 8. Sketsa halaman 1 sampai 4
[Sumber : Muh. Aqsal Affandi]

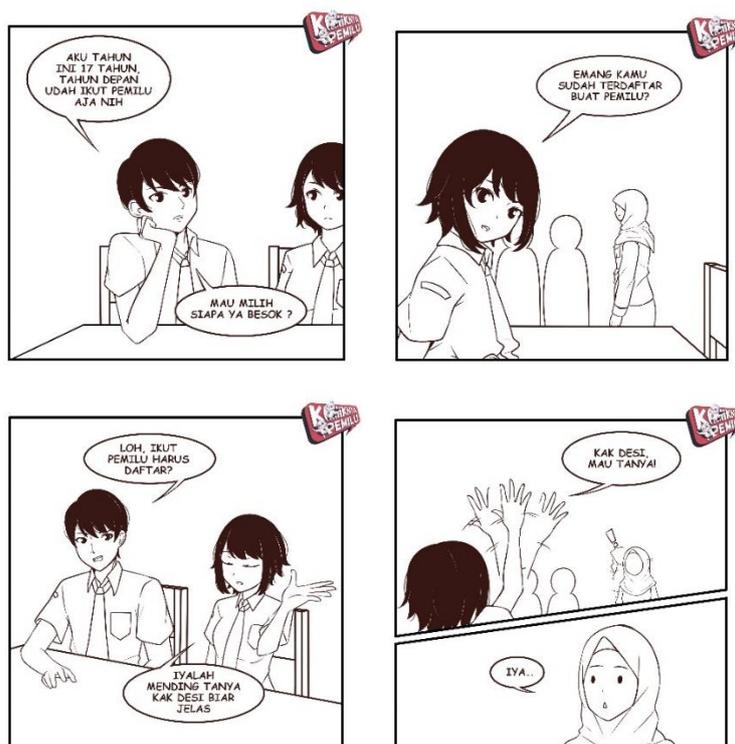


Gambar 9. Sketsa halaman 5 sampai 8
[Sumber : Muh. Aqsal Affandi]



Gambar 10. Sketsa halaman 9
[Sumber : Muh. Aqsal Affandi]

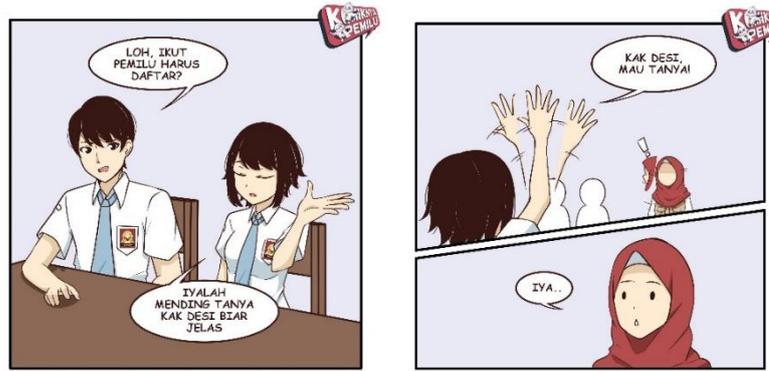
c. Line art



Gambar 11. Line art
[Sumber : Muh. Aqsal Affandi]

d. Coloring

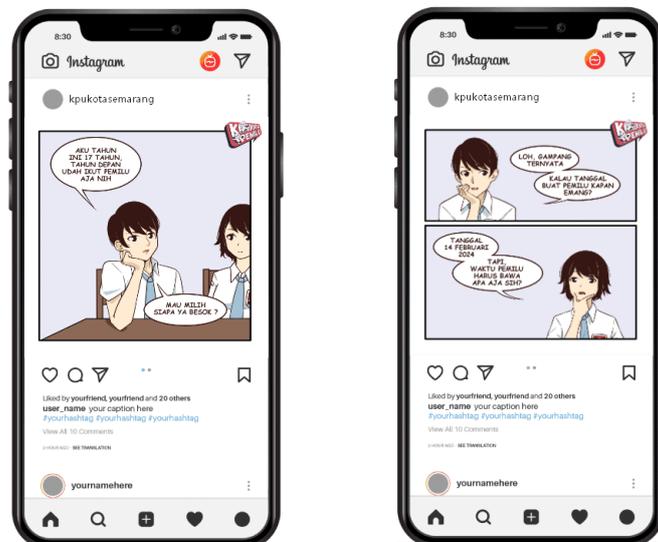




Gambar 12. Coloring
[Sumber : Muh. Aqsal Affandi]

3.4 Final Desain

a. Feed Instagram dan Instastory



Gambar 13. Feeds Instagram
[Sumber : Muh. Aqsal Affandi]



Gambar 14. Story Ads
[Sumber : Muh. Aqsal Affandi]

b. X-Banner Infografis



Gambar 15. Mock Up X-Banner Infografis
[Sumber : Muh. Aqsal Affandi]

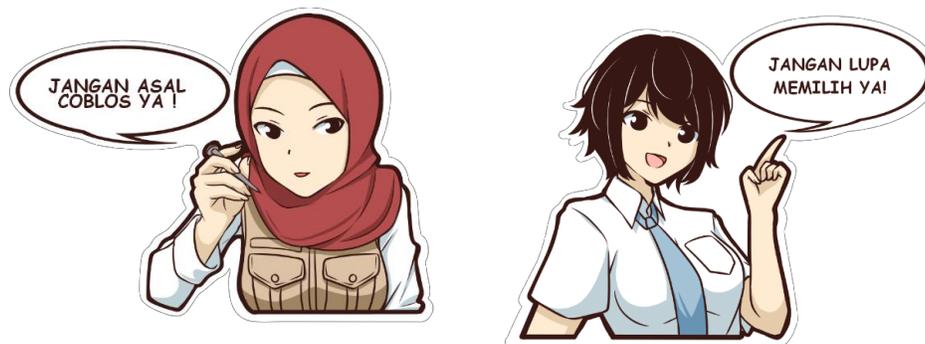
c. Merchandise



Gambar 16. Merchandise Tote bag
[Sumber : Muh. Aqsal Affandi]



Gambar 17. Merchandise T-Shirt
[Sumber : Muh. Aqsal Affandi]



Gambar 18. *Merchandise Stiker*
Sumber : Muh. Aqsal Affandi

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Perancangan yang berjudul Perancangan Media Komunikasi Visual Untuk Sosialisasi Penyelenggaraan Pemilu 2024 Di Wilayah Kota Semarang adalah KPU Kota Semarang sebagai Lembaga penyelenggaraan pemilu yang mempunyai salah satu tugas yaitu mensosialisasikan tahapan pemilu dan yang berkaitan tugas serta wewenang KPU, namun dalam mensosialisasikan KPU hanya berfokus untuk menginformasikan mengenai tahapan dan partai politik secara formal sehingga kurang informatif dan tidak terlalu menarik untuk segmen pemilih muda dan pemilih pemula.

Untuk mengatasi hal tersebut dibuatlah media komunikasi visual berupa komik strip yang akan dipublikasikan melalui sosial media Instagram. Adanya media ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan dengan lebih modern serta dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai bagaimana tahapan lain pemilu juga apa yang harus dilakukan untuk bisa menggunakan hak pilih dengan baik.

4.2. Saran

Dalam perancangan media yang dilakukan oleh penulis, saran yang perlu diperhatikan untuk KPU Kota Semarang agar dapat memanfaatkan dengan baik Komik Strip KPU (Komiknya Pemilu) sehingga masyarakat bisa lebih tersosialisasi dengan pengetahuan pemilu yang lebih detail dan nantinya dapat menggunakan hak pilih dengan baik dengan adanya pengetahuan mengenai pemilu.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Dimas Krisna. 2022. Sosialisasi Tindakan Preventif Menghadapi Penularan Covid-19 Bagi Pelajar Sma Menggunakan Media Komik Web Toon. SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi) 5, pp 246-253.
<https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/651>
- Arsad, Azyar. 2017. *Media Pembelajaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Barthes, Roland. 1968. *Elements of Semiology*. New York : Hill and Wang.
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Godham Eko Putro & Toto Haryadi. 2018. Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia) 3(2):94-111.
- Jinks, T. (2019). The 5W1H Method. In: Psychological Perspectives on Reality, Consciousness and Paranormal Experience. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/9783-030-28902-7_4
- Kipphan, Helmut. 2001. *Handbook of Print Media: Technologies and Production Methods*. Inggris : Springer.

- Landa, Robin. 2013. *Graphic Design Solutions*. Cengage Learning.
- Martin Lester, Paul. 2019. *Visual Communication : Image with Messages*. Inggris: Thomson Wardsworth.
- Mataram, Sayid. 2017. *Struktur Visual Komik*. Surakarta : UNS Press.
- McCloud, Scott. 1993. *Understanding Comics: The Invisible Art*. Inggris : Paperback.
- Morissan. 2005. *Hukum tata negara RI era reformasi*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Sahid, Komarudin. 2015. *Memahami Sosiologi Politik*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Weber. 1988. *Perkembangan Hukum Modern dan Rasional: Sosiologi Hukum Max Weber dalam Hukum dan Perkembangan Sosial*, Buku Teks Sosiologi Hukum, Buku I. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.