

**TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KOMIK
BERTEMA PROSES DESAIN KEMASAN**

KARYA DESAIN



Disusun Oleh :

Fithry Dyoniputri

0311356024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2010**

**TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KOMIK
BERTEMA PROSES DESAIN KEMASAN**

KARYA DESAIN



Disusun Oleh :
Fithry Dyoniputri
0311356024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2010**

**TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KOMIK
BERTEMA PROSES DESAIN KEMASAN**

KARYA DESAIN

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	3409/H/S/2010
KLAS	
TERIMA	19-8-2010 TTD.



Disusun Oleh:

Fithry Dyoniputri
0311356024



Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-I dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2010

Tugas Akhir Desain berjudul:

Perancangan Komik Bertema Proses Desain Kemasan diajukan oleh Fithry Dyoniputri, NIM 0311356024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 30 Juli 2010 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

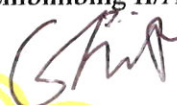
Pembimbing I/Anggota



Drs. Asnar Zacky

NIP 1957087 198503 1 003


Pembimbing II/Anggota



Terra Bajraghosa, S.Sn.

NIP 10810412 200604 1 004

Cognate/Anggota



F.X. Widyatmoko, M. Sn.

NIP : 19750710 200501 1 001

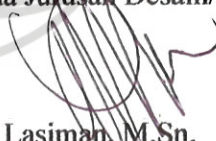
Ketua Program Studi Desain
Komunikasi Visual/Anggota



Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.

Nip : 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain/Anggota

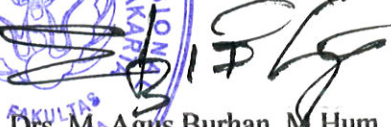


Drs. Lasiman, M.Sn.

Nip : 19570513 198803 1 001



Dekan Fakultas Seni rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Drs. M. Agus Burhan, M.Hum.

Nip : 19600408 198601 1 001



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk:

Ibu dan Ayah

Orang Tua Terhebat Sepanjang Masa

Terimakasih atas doa, kasih sayang, perhatian dan kesabaran
yang hingga kini tak pernah bisa terbalas



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

Tugas Akhir ini dibuat sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 di Jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan sebagai hasil dari Tugas Akhir ini diwujudkan dalam sebuah karya.

Terselesaikannya Tugas Akhir ini berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada :

1. Allah SWT, Tuhan Alam Semesta.
2. Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, bapak Drs. Agus Burhan, M. Hum.
3. Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, bapak Drs. Lasiman, M.Sn.
4. Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta, bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn
5. Pembimbing I, bapak Drs. Asnar Zacky, atas kesabaran dan perhatian dalam membimbing.
6. Pembimbing II, Terra Bajraghosa, S. Sn yang banyak memberikan solusi dan masukan.
7. Ibu Roslyn Wiria, atas banyak informasi mengenai desain kemasan.

8. Bapak F.X Widyatmoko, M.Sn, atas referensi buku dan kritik sarannya.
9. Segenap dosen program studi desain komunikasi visual, atas ilmu yang sangat bermanfaat.
10. Staf dan karyawan Desain Komunikasi Visual.
11. Orang Tua, yang selalu sabar dan tak henti-hentinya berdoa untuk putra putrinya.
12. Adik – adikku, Fia dan Dion, atas doa dan perhatiannya.
13. Om Handy, terima kasih untuk bukunya.
14. Teman “Smuten”ku, Debby dan mas Wawan sekeluarga, terimakasih banyak kesediaannya untuk direpotkan sejenak.
15. Persaudaraan Rumah Dara, Hasti, Dyah, Tya, Angel, dan Sri Kitty.
16. Sahabat-sahabat malaikat, mbak Dhanie dan mas Gema, Salman, Prima, Nara, Adit, Wisnu, Hastin, Rina Kribo, Aida ‘the Triman’ dan Abang, Ajie, Five Haura, mas Teguh, Betardi, mas Elang, mas Reph, Aji dan Reren, terimakasih atas waktu, keringat, dan dukungannya.
17. Otakanan 2003, Agung, Atma, Andi, Angel, Adam, Ari, Dianita, Dyah, Dhimpil, Didit, Emyr, Faris, Hasti, Ipung, Londo, Moko, Puguh, Priyanto, Radian, Singgih, Si Mul, Sompret, Susilo, Sari, Rumi, Tya, Widuri, Yustin dan Yoga.
18. Anak-anak yang menjadi teman seperjuangan TA yang saling mendukung, Adam, Priyanto, Wahyu ‘cimenk’, Radian, Tegar, Singgih, Peni, Natalia, Lia, Puguh, Sompret, Tya, Wilsa, Yustin, Angel, Indra, Herpriyanto.

19. Inspirasiku, SMAP, Restaurant City, semua playlist MP3, Michael Murray Ham, Naoto Fukasawa, Steven Dupuis, John Silva, the Dieline,

20. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih untuk semuanya.

Akhirnya penulis menyadari bahwa Tugas akhir ini masih memiliki kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, Juli 2010

Penulis

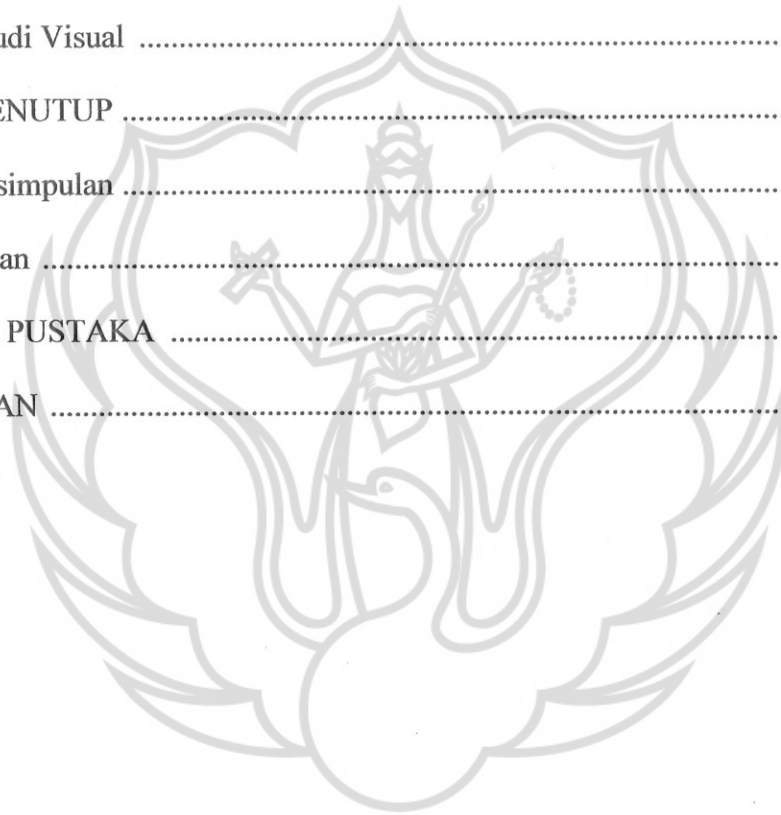


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL	
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Perancangan	6
D. Lingkup Perancangan	7
E. Metode Perancangan	7
F. Manfaat Perancangan	10
G. Sistematika Perancangan	11
H. Skema Perancangan	17
BAB 2 IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	18
A. Identifikasi	18
1. Komik	18

a. Sejarah Komik	22
b. Sejarah Komik Indonesia.....	22
c. Pengertian Komik	28
d. Hakikat Komik	33
e. Unsur Pokok Komik	34
2. Desain Kemasan	40
a. Sejarah Kemasan	40
b. Kemasan di Indonesia	50
c. Pengertian Desain Kemasan	56
d. Fungsi Kemasan	58
e. Proses Desain Kemasan	62
f. Kesimpulan	121
B. Analisis Data	122
1. Komik	122
2. Desain Kemasan	128
BAB 3 KONSEP PERANCANGAN	132
A. Konsep Kreatif	132
1. Tujuan Kreatif	133
2. Strategi Kreatif	133
B. Konsep Komik	143
1. Judul	144
2. Tema Cerita	144
3. Sinopsis	144

4. Setting Cerita	145
5. Konflik Cerita	145
6. Tokoh Utama	145
7. Storyline	146
BAB 4 Visualisasi	182
A . Data Visual	182
B. Studi Visual	216
BAB 5 PENUTUP	331
A. Kesimpulan	331
B. Saran	332
DAFTAR PUSTAKA	xviii
LAMPIRAN	xxiv



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Berbagai macam produk di rak swalayan	2
Gambar 2 : Desain kemasan produk bahan makanan "Jamie Oliver Kit" yang terinspirasi dari mainan rakitan.....	3
Gambar 3 : lukisan di dinding gua	18
Gambar 4 : Salah satu halaman dari "Palestine" sebuah komik jurnalis karya Joe Sacco	20
Gambar 5 : Salah satu komik Manga berjudul "Sailormoon" karya Naoko Takeuchi	21
Gambar 6 : Komik "Put On" karya Kho Wang Gie	22
Gambar 7: Komik Sri Asih	25
Gambar 8 : Komik Mat Romeo karya Teguh Santosa	29
Gambar 9 : Komik strip memperingati 44 tahun Kompas , diisi oleh para karakter yang biasa muncul di Koran Kompas , seperti Benny & Mice, Si Tomat, Panji Koming dan Sukribo	31
Gambar 10 : Majalah Komik Witch dikeluarkan oleh Disney	32
Gambar 11 : Beberapa judul Graphic Novel	32
Gambar 12 : Mesin Cetak Gutenberg	42
Gambar 13 : Kemasan dan label Chivas Regal yang dari pembuatannya hingga saat ini masih menggunakan simbol heraldik	44
Gambar 14 : Mesin kantong kertas buatan Wollé dan kantong kertas yang masih digunakan hingga saat ini	45

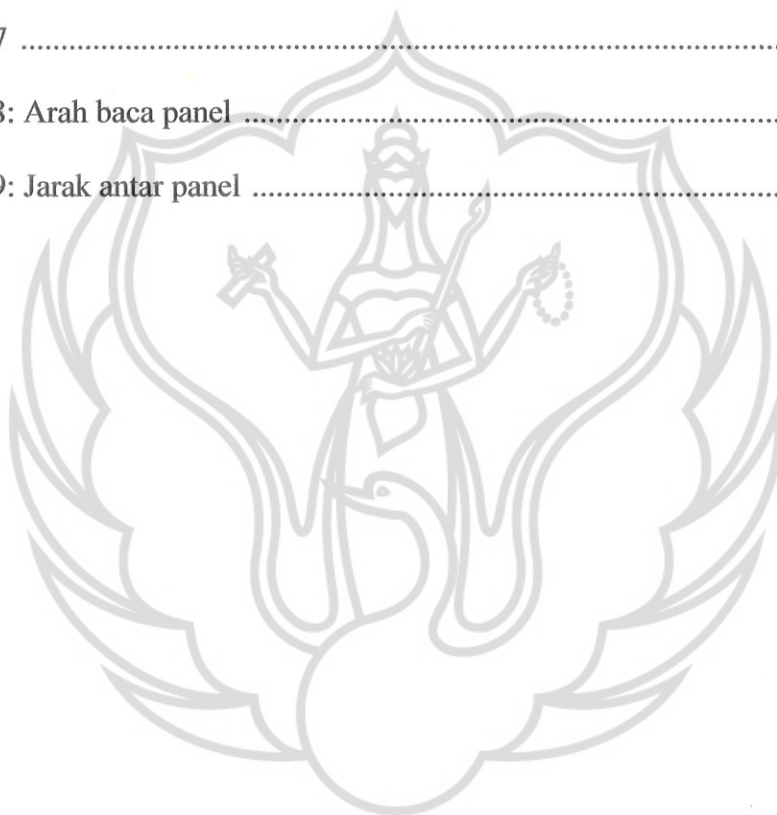
Gambar 15: Keadaan pelayanan di sebuah toko yang menjual bulu di abad 18	47
Gambar 16 : Logo piggly Wiggly dan suasana pelayanan toko di tahun 1916	48
Gambar 17: Keadaan supermarket di tahun 1980	49
Gambar 18: Lingkaran warna	75
Gambar 19: Kemasan Elite Finger chocolate yang berwarna-warni	79
Gambar 20: Kleenex, merek produk tissue menggunakan warna dengan persepsi segar sesuai dengan konsep yang diluncurkan yaitu <i>the perfect slice of summer</i>	80
Gambar 21: Kemasan "Waitrose" menampilkan foto yang mencerminkan isi produk	83
Gambar 22 :Kemasan perkakas pertukangan menggunakan typografi untuk mencerminkan fungsi produknya	84
Gambar 23 :Kemasan "Kettle Bakes" dengan pemilihan tipografi yang unik	86
Gambar 24: Kemasan kaleng minuman yang menggunakan simbol buah untuk menginformasikan rasa	89
Gambar 25:Barcode yang didesain dengan kreatif pada kemasan makanan di Jepang	90
Gambar 26: Kemasan alat rumah tangga "Fixa" menggunakan ilustrasi yang menggambarkan kegunaannya serta memiliki layout yang simple	91

Gambar 27: Kemasan Teh dari Cina menggunakan pendekatan karakter pada produknya	96
Gambar 28 : Berbagai macam violator kemasan	100
Gambar 29 : Proses pembuatan mock up sebuah botol	102
Gambar 30: Salah satu panel dalam sebuah manga yang menggunakan background bunga mawar untuk memperjelas suasana hati si tokoh	142
Gambar 31: Gaya goresan untuk tokoh Pak Ade	142
Gambar 32: Tahap Teknik Pewarnaan Pak Ade	143
Gambar 33: mahasiswa Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta dalam berbagai kesempatan	183
Gambar 34: Mahasiswa DKV Binus pada acara Fresh 'n Brite	184
Gambar 35: para insan periklanan dan praktisi Desain Komunikasi Visual	
Gambar 36: Dave Bowman, creative director Saatchi-Saatchi Australia (kiri) dan Peter Philips, creative director Muray Ham (kanan)	185
Gambar 37: gaya kasual berpakaian anak muda	185
Gambar 38: Beberapa padu padan style pakaian yang kasual	186
Gambar 39: Gaya berpakaian serta jenis pakaian yang digunakan (atas) dan referensi berbagai macam jaket dari majalah Mens-nonno(bawah)	186
Gambar 40	187
Gambar 41	188
Gambar 42	188

Gambar 43: sepatu Converse all stars	189
Gambar 44: Berbagai macam gaya tas Sling Bag	189
Gambar 45 : Tas Punggung	190
Gambar 46: <i>Sling Bag</i>	190
Gambar 47: Motor Matic yang marak digunakan kalangan mahasiswa	191
Gambar 48: Polo Shirt	192
Gambar 49: Gaya berpakaian pria dewasa	193
Gambar 50	193
Gambar 51	194
Gambar 52 : Berbagai model sepatu pria dewasa	195
Gambar 53: rumah bergaya modern	197
Gambar 54	198
Gambar 55	199
Gambar 56	199
Gambar 57: Suasana Studio	200
Gambar 58: suasana tempat kerja atau studio	201
Gambar 59	202
Gambar 60: Superindo, salah satu swalayan yang kerap dikunjungi untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari	202
Gambar 61: rak swalayan dan berbagai produk yang dipajang	203
Gambar 62	204
Gambar 63: Kegiatan berbelanja di Supermarket	204
Gambar 64	205

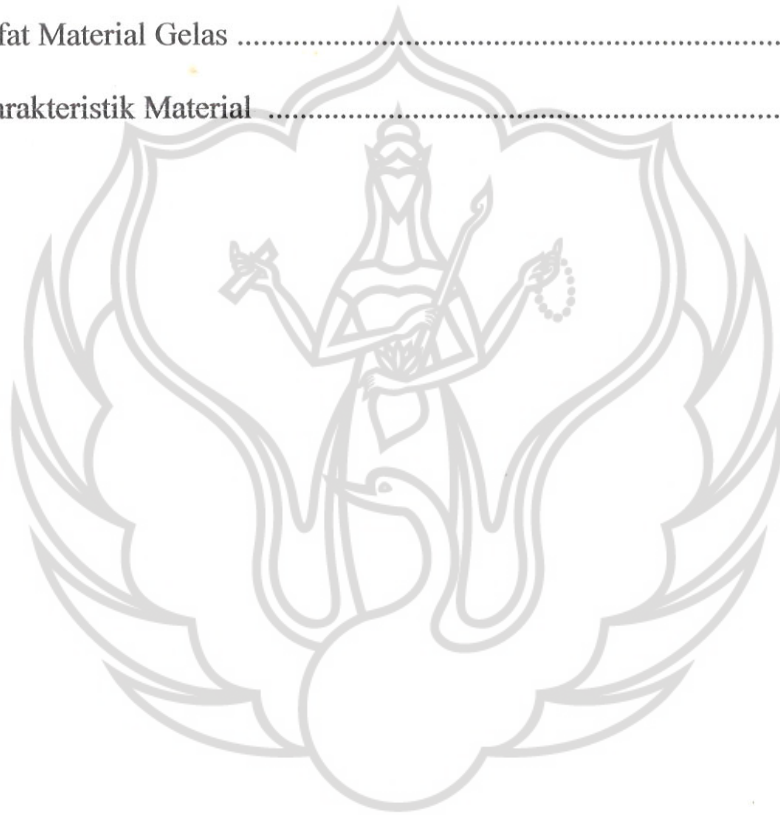
Gambar 65	205
Gambar 66: Suasana toko wig (atas) dan toko kelontong (bawah) pada abad ke-14	206
Gambar 67: Suasana toko sepatu	207
Gambar 68: Gaya berpakaian masyarakat Eropa abad ke-14 hingga ke-15	207
Gambar 69	208
Gambar 70: Suasana kota	208
Gambar 71: Mesin Gutenberg	209
Gambar 73	209
Gambar 72: Toko Piggly Wiggly, toko pertama yang berkonsep swalayan	209
Gambar 74: suasana toko Piggly Wiggly	209
Gambar 75: Berbagai macam kemasan dalam satu lini produk	210
Gambar 76	212
Gambar 77	213
Gambar 78: Visual Merchandising yang disusun dari kemasan sebuah produk helm sepeda	214
Gambar 79: Simbol – simbol dalam kemasan dan artinya	215
Gambar 80: The Right Number karya Scott McCloud	216
Gambar 81: cuplikan halaman komik Rampokan Jawa karya Peter Van Dongen	217
Gambar 82	218

Gambar 83	218
Gambar 84	219
Gambar 85: salah satu halaman komik Incognito kaya sean phillips yang menggunakan warna monochrome dan menggunakan full colour	219
Gambar 86: salah satu halaman Komik berjudul Carnivale.....	220
Gambar 87	221
Gambar 88: Arah baca panel	221
Gambar 89: Jarak antar panel	222



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Teknik dan Bahan Kemasan Jajanan tradisional.....	52
Tabel 2 Ragam Material Kemasan	104
Tabel 3 Sifat Material Kertas	108
Tabel 4 Sifat Material Plastik	112
Tabel 5 Sifat Material Gelas	115
Tabel 6 Karakteristik Material	116



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Setiap hari banyak perusahaan besar maupun kecil memproduksi berbagai produk kebutuhan masyarakat, yang kemudian didistribusikan ke pedagang besar pengumpul (*whole seller distributor*) hingga ke pedagang pengecer (*retailer*) di pasar-pasar tradisional. Ketika berada di retailer, produk-produk yang siap untuk dijual tersebut disusun sedemikian rupa di etalase, sehingga konsumen yang membutuhkan dapat memilih sesuai keinginan.

Proses tersebut membuat produk tidak dapat terlepas dari kemasan yang membungkusnya. Kemasan merupakan wadah atau pembungkus yang melindungi isi yang dibawanya, serta berfungsi membantu kelancaran dan kemudahan dalam pendistribusian hingga sampai ke tangan konsumen.

Setiap hari begitu banyak produk ditawarkan kepada masyarakat. Hal ini menumbuhkan persaingan di antara produk-produk sejenis. Mungkin masyarakat akan sangat kebingungan jika semua produk tersebut memiliki tampilan yang sama. Pada ranah inilah peran desain kemasan dibutuhkan sebagai pembeda, penyambung informasi, dan memperkuat identitas suatu produk.

Semakin ketatnya persaingan, membuat produsen harus memutar otak untuk menarik minat dan perhatian konsumen. Cara yang dapat dilakukan untuk bersaing

dengan produk lain adalah dengan menaikkan kualitas produk. Peningkatan kualitas ini dapat berupa peningkatan jumlah, kualitas bahan, hingga desain kemasan.

Produk-produk yang akan dipasarkan ke konsumen membutuhkan kemasan untuk melindungi isinya. Kemasan adalah bungkus atau pelindung suatu barang.¹ Kemasan mengacu pada objek fisik berupa bungkus. Desain kemasan adalah salah satu faktor yang mampu merebut perhatian konsumen melalui aspek artistik, warna, grafis, bentuk dan desainnya.



Gambar 1 : Berbagai macam produk di rak swalayan (sumber : google.com)

Desain kemasan pada rak swalayan hanya memiliki sedikit waktu untuk menarik minat konsumen. Daya tarik visual yang salah dapat menyebabkan penyampaian informasi yang salah pula. Maka dari itu, desain kemasan harus dirancang secara matang. Perancangan desain kemasan yang mampu menyentuh target konsumennya dan dapat tampil dengan baik di lingkungan retail memerlukan banyak tahapan proses dan riset.

¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga* (Jakarta : Balai Pustaka, 2005)

Jika hasil atau efek yang dihasilkan dari kemasan ingin dicapai secara maksimal, banyak aspek yang harus dipertimbangkan, dikaji dan divisualisasikan dengan matang.

Faktor utama yang harus dilakukan sebelum mendesain kemasan adalah riset. Banyak desainer Indonesia yang tidak melakukan riset dalam merancang kemasannya. Sehingga daya tarik visual yang dirancang menyebabkan salah pencitraan. Produk yang ditargetkan untuk kalangan ekonomi bawah tidak mungkin didesain dengan tampilan mewah, modern dan begitu juga sebaliknya. Salah pencitraan tersebut dapat membuat target konsumen ragu dalam membeli produk karena merasa kesan yang ditampilkan kemasan merupakan barang mahal. Hal ini tentu bersifat fatal karena salah satu fungsi desain kemasan berkaitan dengan penjualan. Maka dari itu, sebelum merancang desain kemasan seorang desainer harus memahami secara mendalam mengenai metode perancangan desain kemasan.



Gambar 2 : Desain kemasan produk bahan makanan "Jamie Oliver Kit" yang terinspirasi dari mainan rakitan. (sumber: thebrandunion.com)

Desain kemasan yang semakin berkembang sayangnya tidak diiringi dengan banyaknya literatur yang dapat dijadikan acuan para desainer komunikasi visual untuk memperdalam pengetahuan tentang kemasan itu sendiri. Pembahasan proses perancangan kemasan mulai dari riset, strategi, brainstorming yang dilakukan, sketsa kasar, visualisasi desain hingga mock up kemasan, masih minim dikupas sebagai pengetahuan untuk para desainer grafis. Bertolak dari pemikiran tersebut, dalam upaya mendukung perkembangan kemasan produk – produk Indonesia menjadi lebih baik serta menambah khazanah pengetahuan ilmu desain komunikasi visual, salah satunya adalah dengan membuat bacaan atau literatur yang mengupas tentang desain kemasan.

Banyak cara yang bisa ditempuh untuk mengemas suatu topik bahasan menjadi sebuah literatur, antara lain dapat dituangkan dalam bentuk buku, artikel, ensiklopedi, komik dan lain-lain. Apapun bentuknya, sebaiknya tetap dengan memperhatikan target pembaca dan bagaimana informasi atau tema tersebut dapat disampaikan secara jelas dan mudah diserap. Literatur yang berbentuk komik mampu menampung teks dan gambar dalam satu kesatuan disertai alur cerita yang dapat membuat pembaca lebih terhibur, sehingga meskipun tema proses perancangan desain kemasan yang disampaikan bersifat serius, namun melalui media komik penyajiannya akan terasa ringan dan mudah dipahami oleh pembaca.

Komik didefinisikan sebagai gambar-gambar serta lambang-lambang lain yang terjukstaposisi dalam turutan tertentu, untuk menyampaikan informasi dan/atau mencapai tanggapan estetis dari pembacanya.² Definisi lainnya mengenai komik adalah seni

² McCloud, *Understanding Comic* (Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia, 2001)

menyusun gambar atau lambang dan kata-kata untuk menarasikan suatu cerita atau mendramatisasi sebuah gagasan.³ Jelas disebutkan secara tidak spesifik bahwa informasi atau cerita atau gagasan yang dimaksud haruslah berupa fiksi.

Komik kerap dikaitkan dengan bacaan anak, dan sempat pula dianggap sebagai bacaan yang merusak. Namun seiring berjalannya waktu, perkembangan komik mampu membuktikan bahwa membaca komik membuat pembaca lebih mengerti dan lebih tahu tentang tema yang diusung. Sedangkan saat ini berbagai komik bertema pengetahuan sebagai media pembelajaran telah banyak beredar dan direspon positif oleh masyarakat.

Beberapa penerbit telah meluncurkan buku-buku bertema bisnis, filosofi, biologi, biografi tokoh dunia dalam bentuk komik. Hal ini merupakan indikasi bahwa melalui komik, masyarakat menjadi lebih mudah menerima ilmu-ilmu yang biasanya dikemas secara berat dan serius. Mengemas tema-tema tersebut ke bentuk komik, memberi peluang bagi masyarakat untuk membaca dan menambah ilmu pengetahuan di sela-sela kesibukan tanpa harus merasa penat. Maka dari itu, penerbit Bentang ingin menerbitkan komik bertema proses desain kemasan yang masih sedikit diangkat menjadi sebuah buku atau komik.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka informasi mengenai proses desain kemasan yang kreatif mulai dari riset, brainstorming strategi dan konsep, sketsa kasar, hingga mock up akan disajikan dalam bentuk komik. Informasi mengenai proses desain kemasan berupa komik ini diharapkan dapat menginspirasi dan membuka wawasan

3isner, 2001, *Comics & Sequential Art*, disitasi dari Scott McCloud, 2001, *Understanding Comic*, Jakarta : akaan Populer Gramedia

desainer grafis dalam merancang kemasan yang lebih baik pada produk–produk lokal di Indonesia.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana menambah literatur bertema proses desain kemasan yang kreatif sebagai media pembelajaran dan pendukung perkembangan kemasan produk–produk Indonesia agar dapat meningkatkan apresiasi terhadap kemasan serta memberikan informasi mengenai desain kemasan ?
2. Bagaimana menyampaikan pemaparan informasi pengetahuan tentang proses desain kemasan yang kreatif ?
3. Bagaimana menumbuhkan apresiasi masyarakat terhadap desain kemasan ?

C. TUJUAN PERANCANGAN

1. Merancang komik bertema proses kreatif desain kemasan sebagai media pembelajaran dan pendukung perkembangan kemasan produk–produk Indonesia agar dapat meningkatkan apresiasi terhadap kemasan serta memberikan informasi mengenai desain kemasan
2. Mengemas desain komik mengenai sejarah kemasan, fungsi kemasan, proses perancangan desain kemasan mulai dari riset, *brainstorming* strategi dan konsep, sketsa kasar, pemilihan elemen visual, hingga *mock up*, melalui tampilan visual dan alur yang menarik, informatif dan komunikatif

3. Menambah khazanah ilmu desain komunikasi visual mengenai desain kemasan melalui media komik , yang bersifat ringan, menghibur serta bercerita gambar sehingga masyarakat tertarik untuk membaca dan dari membaca, menjadi lebih tahu mengenai desain kemasan

D. LINGKUP PERANCANGAN

Penulis membatasi masalah pada visualisasi perancangan komik bertema proses kreatif desain kemasan. Tema pada perancangan komik ini membatasi lingkup bahasan informasi pada sejarah singkat kemasan, fungsi kemasan, dan proses desain kemasan mulai dari riset, strategi dan konsep, sketsa kasar, elemen visual, dan *mock up*.

E. METODE PERANCANGAN

I. Metode Pengumpulan Data

- a. Data verbal atau kepustakaan diperoleh dari buku, jurnal, majalah, dan internet.
- b. Data visual diperoleh dari buku, dokumentasi dan internet.

2. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan 5W+1H, sebagai berikut :

a. What (apa)

Produk yang dibuat adalah komik bertema proses desain kemasan yang kreatif. Komik ini akan membahas sejarah kemasan, fungsi kemasan, definisi desain kemasan, riset, strategi konsep, *rough layout*, eksekusi desain hingga *mock up*.

b. Where (dimana)

Penyebaran komik ini mencakup Indonesia pada umumnya dan di kota-kota besar pada khususnya, terutama kota dimana terdapat universitas yang memiliki jurusan desain komunikasi visual.

c. When (kapan)

Komik akan direalisasikan pada pertengahan bulan juni 2010 sehingga dapat digunakan pada awal perkuliahan.

d. Who (siapa)

Target audience komik ini antara lain :

1. Para mahasiswa desain komunikasi visual program S1 pada semester awal baik perempuan maupun laki - laki yang membutuhkan informasi

mengenai proses perancangan desain kemasan kreatif serta dikemas dalam bentuk yang ringan dan menghibur.

2. Para calon mahasiswa S1 yang tertarik untuk melanjutkan studinya di bidang Desain Komunikasi Visual.
3. Para produsen yang ingin mengetahui proses dibalik perancangan desain kemasan.
4. Orang-orang yang tertarik dengan desain kemasan serta menginginkan hal tersebut dikemas secara menarik dan menghibur namun tetap informatif.

Kelas ekonomi target sasaran adalah kelas menengah ke atas. Penyebaran akan dilakukan di kota-kota besar terlebih kota yang memiliki universitas dengan jurusan desain komunikasi visual berada sehingga target *audience* utama mudah mendapatkan komik tersebut.

e. Why (kenapa)

Industri produk di Indonesia akan terus berkembang, tentu saja seiring dengan perkembangan industri tersebut kebutuhan akan desain kemasan akan terus bertambah. Perkembangan ini kurang didukung oleh literatur yang membahas desain kemasan. Literatur mengenai desain kemasan di Indonesia masih sedikit dan jika sudah ada pun literatur tersebut merupakan buku import berbahasa inggris. Maka dari itu, komik ini diharapkan mampu menambah khasanah informasi mengenai desain kemasan.

f. How (bagaimana)

Informasi mengenai proses desain kemasan akan dirancang dalam bentuk komik . Alur cerita dan gambar akan dibuat semenarik mungkin dan sejelas mungkin dalam memaparkan materi-materinya.

F. MANFAAT PERANCANGAN

1. Manfaat untuk Mahasiswa Desain Komunikasi Visual :

Mahasiswa dapat memanfaatkan komik ini sebagai salah satu sumber informasi dan referensi kepustakaan tentang proses desain kemasan yang kreatif.

2. Manfaat untuk Lembaga Pendidikan :

Lembaga dapat memanfaatkan komik ini sebagai bahan informasi mengenai proses desain kemasan yang kreatif untuk disampaikan kepada mahasiswa.

3. Manfaat untuk Desainer Grafis

Desainer grafis dapat memanfaatkan komik ini sebagai inspirasi dalam merancang desain kemasan yang kreatif .

4. Manfaat untuk orang-orang yang tertarik dengan kemasan

Orang-orang yang memiliki minat terhadap kemasan dapat memanfaatkan komik ini sebagai salah satu koleksi pustaka mengenai desain kemasan.

G. SISTEMATIKA PERANCANGAN

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

B. Rumusan Masalah

C. Tujuan Perancangan

D. Lingkup Perancangan

E. Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data

2. Metode Analisa Data

F. Manfaat Perancangan

1. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual

2. Bagi Lembaga Pendidikan

3. Bagi Praktisi

4. Bagi Orang-Orang yang Tertarik dengan Desain Kemasan

G. Sistematika Perancangan

H. Skema Perancangan

2. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

A. Identifikasi

1. Komik

a. Sejarah Komik

b. Sejarah Komik Indonesia

- c. Pengertian Komik
- d. Hakikat Komik
- e. Unsur Pokok Komik

- 1) Tema
- 2) Gaya Cerita
- 3) Setting Cerita
- 4) Alur Cerita
- 5) Karakter Tokoh

2. Desain Kemasan

- a. Sejarah Kemasan
- b. Kemasan di Indonesia
- c. Pengertian Desain Kemasan
- d. Fungsi Kemasan
- e. Proses Desain Kemasan

- 1) Riset
- 2) Strategi dan Konsep Desain
- 3) *Rough Layout*
- 4) Elemen Visual
- 5) *Mock Up*
- 6) Evaluasi

f. Kesimpulan

3. Klien

- c. Pengertian Komik
- d. Hakikat Komik
- e. Unsur Pokok Komik

- 1) Tema
- 2) Gaya Cerita
- 3) Setting Cerita
- 4) Alur Cerita
- 5) Karakter Tokoh

2. Desain Kemasan

- a. Sejarah Kemasan
- b. Kemasan di Indonesia
- c. Pengertian Desain Kemasan
- d. Fungsi Kemasan
- e. Proses Desain Kemasan

- 1) Riset
- 2) Strategi dan Konsep Desain
- 3) *Rough Layout*
- 4) Elemen Visual
- 5) *Mock Up*
- 6) Evaluasi

f. Kesimpulan

3. Klien

B. Analisis Data

1. Komik

- a. What (apa)
- b. When (kapan)
- c. Where (dimana)
- d. Who (siapa)
- e. Why (Mengapa)
- f. How (Bagaimana)

2. Desain Kemasan

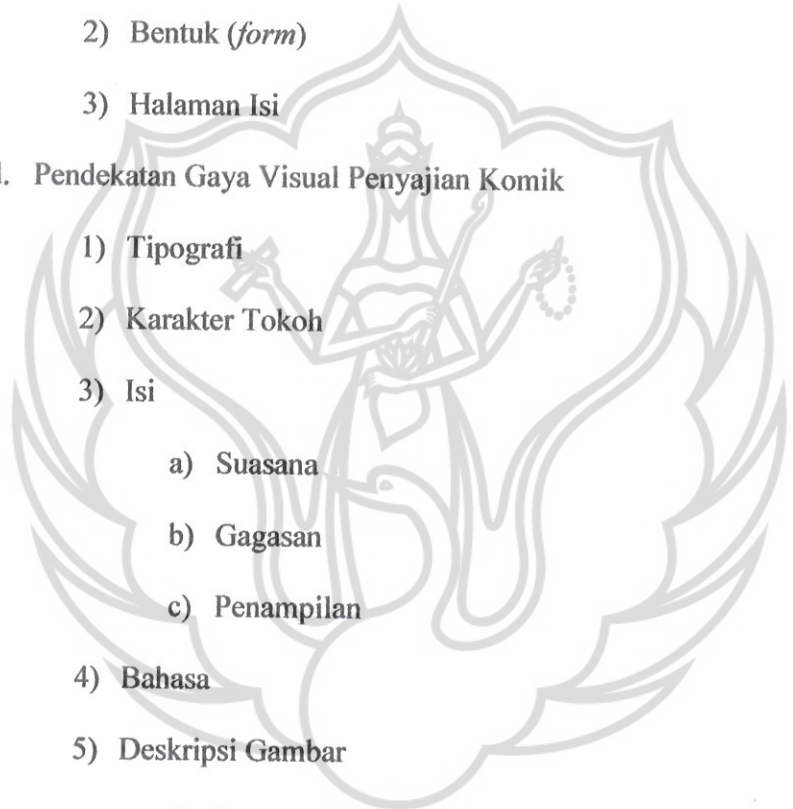
- a. What (apa)
- b. When (kapan)
- c. Where (dimana)
- d. Who (siapa)
- e. Why (Mengapa)
- f. How (Bagaimana)

3. Konsep Perancangan

A. Konsep Kreatif

1. Tujuan Kreatif
2. Strategi Kreatif

a. Target Audience

- 1) Primer
 - 2) Sekunder
 - 3) Demografis
- b. Isi Pesan
- c. Format, Bentuk dan ukuran komik
- 1) Wujud (*appereance*)
 - 2) Bentuk (*form*)
 - 3) Halaman Isi
- d. Pendekatan Gaya Visual Penyajian Komik
- 1) Tipografi
 - 2) Karakter Tokoh
 - 3) Isi
 - a) Suasana
 - b) Gagasan
 - c) Penampilan
 - 4) Bahasa
 - 5) Deskripsi Gambar
 - a) Layout
 - b) Gaya Gambar
 - c) Gaya Goresan
 - d) Tehnik Pewarnaan
- 

B. Konsep Komik

1. Judul
2. Tema Cerita
3. Sinopsis
4. Setting Cerita
5. Konflik Cerita
6. Tokoh Utama
 - a. Karakter Tokoh Utama
 - b. Karakter Tokoh Pendukung
7. Storyline

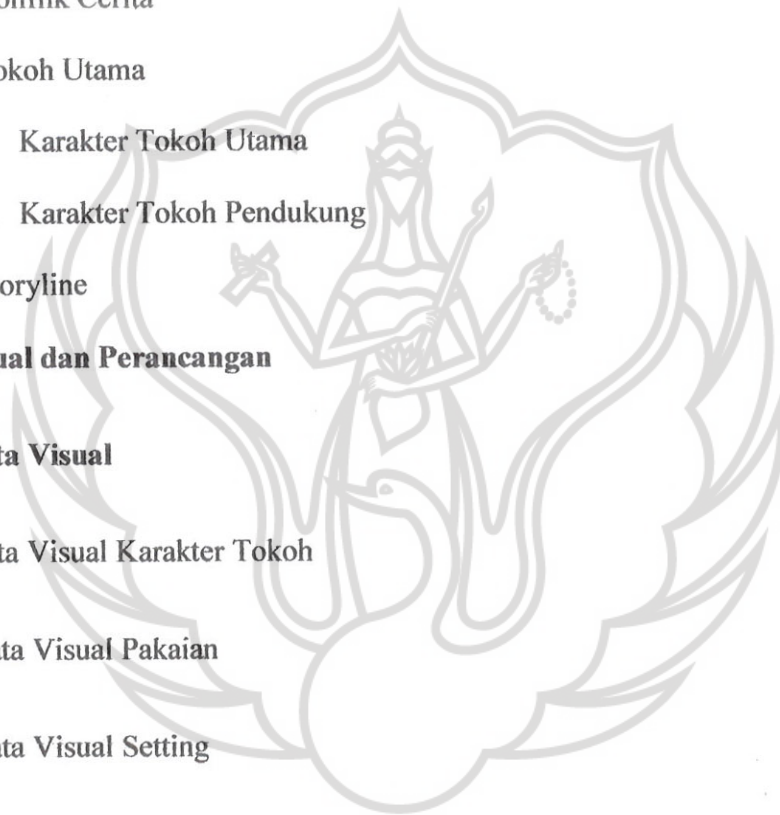
4. Stdi Visual dan Perancangan

A. Data Visual

1. Data Visual Karakter Tokoh
2. Data Visual Pakaian
3. Data Visual Setting
4. *Data Visual Pendukung Cerita*

B. Studi Visual

1. Studi Visual Ilustrasi
2. Studi Visual Panel



3. Studi Visual Balon Kata

4. Studi Visual Tipografi

5. Studi Warna

6. Studi Arsir

7. Studi Karakter

8. Studi Lokasi

5. PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR REFERENSI

LAMPIRAN



H. SKEMA PERANCANGAN

