

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KOMIK INSTAGRAM
TENTANG PERILAKU SOSIAL MASYARAKAT
DI MASA COVID-19



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

Oleh:

Gilang Widamar Fathoni

1412306024

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2021

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KOMIK INSTAGRAM

TENTANG PERILAKU SOSIAL MASYARAKAT

DI MASA COVID-19



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

Gilang Widamar Fathoni

NIM 1412306024

Tugas Akhir ini Diajukan Kepada Fakultas Seni Rupa

Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai

Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang

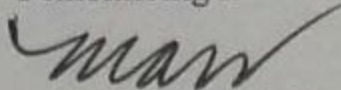
Desain Komunikasi Visual

2021

Tugas Akhir Penciptaan/Perancangan berjudul:

PERANCANGAN KOMIK INSTAGRAM TENTANG PERILAKU SOSIAL MASYARAKAT DI MASA COVID-19, diajukan oleh Gilang Widamar Fathoni, NIM 1412306024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 8 Juni 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

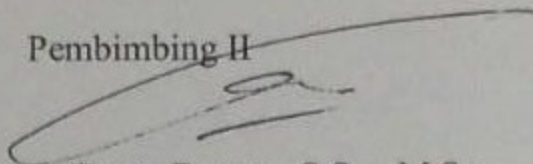
Pembimbing I



Drs. M. Umar Hadi, MS.

NIP 19580824 198503 1 001/ NIDN.0024085801

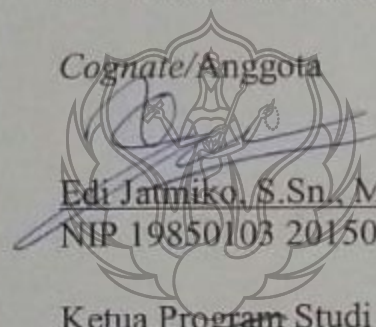
Pembimbing II



P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.

NIP 19700106 200801 1 017/ NIDN.0006017002

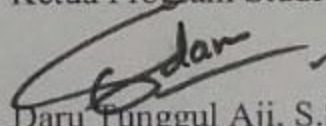
Cognate/Anggota



Edi Jatmiko, S.Sn., M.Sn.

NIP 19850103 201504 1 001/ NIDN.0030198507

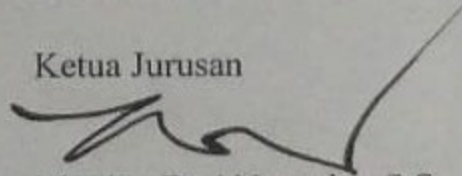
Ketua Program Studi DKV



Daru Tunggal Aji, S.S., M.A.

NIP 19870103 201504 1 002/ NIDN.003018706

Ketua Jurusan



Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA.

NIP 19770315 200212 1 005/ NIDN.0015037702

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. Fimbul Raharjo, M.Hum.

NIP 19691108 199303 1 001/ NIDN.0008116906

PERSEMBAHAN



Karya ini dipersembahkan untuk
Ibu, Bapak, Almh. Nenek, Alm. Kakek dan Semuanya

Alon-Alon Waton Kelakon
(Pelan-Pelan Asalkan Terlaksana)

Nasehat Leluhur Jawa~



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gilang Widamar Fathoni
NIM : 1412306024
Fakultas : Seni Rupa
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan sesungguhnya bahwa Karya Tugas Akhir saya yang berjudul: **PERANCANGAN KOMIK INSTAGRAM TENTANG PERILAKU SOSIAL MASYARAKAT DI MASA COVID-19** yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, merupakan karya asli hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan dari penulis sendiri, baik dari naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari laporan Tugas Akhir ini. Apabila terdapat karya orang lain, penulis akan menyantumkan sumber secara jelas.

Dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Yogyakarta, 29 April 2021

Gilang Widamar Fathoni
NIM 1412306024

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gilang Widamar Fathoni
NIM : 1412306024
Fakultas : Seni Rupa
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini saya menyerahkan karya Tugas Akhir yang berjudul: **PERANCANGAN KOMIK INSTAGRAM TENTANG PERILAKU SOSIAL MASYARAKAT DI MASA COVID-19**, kepada ISI Yogyakarta untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelola dalam bentuk pangkalan data. Mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikan dalam internet atau media lain, untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 29 April 2021
Yang Menyatakan,

Gilang Widamar Fathoni
NIM 1412306024

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah S.W.T atas izin-Nya penulis dapat menjalani masa studi perkuliahan dan menyelesaikan pembuatan karya Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Komik Instagram Tentang Perilaku Sosial Masyarakat di Masa COVID-19. Adapun laporan ini disusun untuk memenuhi syarat, kewajiban, serta tanggung jawab untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana pada program studi S-1 Desain Komunikasi Visual di Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Segala kekurangan dan kelebihan, penulis ucapkan mohon maaf. Semoga karya ini dapat menjadi referensi untuk Tugas Akhir bagi mahasiswa lain dan pihak-pihak yang terkait.



Yogyakarta, 18 Mei 2021

Gilang Widamar Fathoni

UCAPAN TERIMA KASIH

Proses perancangan ini tidak terlepas dari dukungan beberapa pihak atas masukan dan motivasi yang diberikan selama proses pembuatan karya Tugas Akhir. Ungkapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum.
2. Dr. Timbul Rahardjo, M.Hum., Selaku Dekan Fakultas Seni Rupa (FSR), ISI Yogyakarta.
3. Dr. Yulriawan Dafri, M.Hum., selaku Pembantu Dekan I, FSR, ISI Yogyakarta.
4. Yulyta Kodrat P, S.ST., M.T., selaku Pembantu Dekan II, FSR, ISI Yogyakarta.
5. Lutse Lambert DM, S.Sn., M.Sn., selaku Pembantu Dekan III, FSR, ISI Yogyakarta.
6. Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA., Selaku Ketua Jurusan Desain, FSR, ISI Yogyakarta.
7. Daru Tunggul Aji, S.S., M.A., selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
8. Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn., selaku sekretaris prodi DKV, ISI Yogyakarta.
9. Drs. M. Umar Hadi, MS., selaku pembimbing I yang selalu ada bila saya membutuhkan bantuan, dengan saran-saran yang tepat membuat saya yakin dengan karya perancangan ini dapat menjadi layak sebagai tugas akhir.
10. Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn., selaku pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membaca, merevisi, memberikan saran mengenai permasalahan konsep dan penulisan serta mengajari saya untuk lebih teliti dalam menulis dan menyampaikan pesan.
11. Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn., selaku dosen wali saya, terimakasih atas segala bantuannya sebagai dosen wali dan terima kasih atas ilmu yang bapak berikan di kelas, sangat berguna.

12. Drs. Asnar Zacky, M.Sn., terima kasih pernah membimbing dan memberikan ilmu tentang karakter dan gambar.
13. FX. Widyatmoko, S.Sn., M.Sn., terima kasih atas waktunya untuk senantiasa mendengarkan keluhan saya.
14. Terra Bajraghosa, S.Sn., M.Sn. terimakasih telah memberikan masukan dan semangat untuk karya ini diajukan menjadi Tugas Akhir.
15. Edi Jatmiko, S.Sn. M.Sn selaku penguji sidang Tugas Akhir, terima kasih telah memberi masukan dan arahan dalam memaksimalkan perancangan Tugas Akhir.
16. Segenap dosen dan seluruh staf akademik ISI Yogyakarta yang selalu membantu dalam memberikan fasilitas, ilmu, serta pendidikan pada peneliti hingga dapat menunjang dalam penyelesaian skripsi ini.
17. Kepada bapak dan ibu saya, terima kasih telah memberi dukungan penuh.
18. Kepada Alm. Kakek dan Nenek, terima kasih telah senantiasa mengingatkan saya untuk lulus.
19. Kepada keluarga, warga Somodaran, warga FSR ISI Yogyakarta, warga Yogyakarta dan warga Net telah membantu dalam terciptanya karya Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Komik Instagram Tentang Perilaku Sosial Masyarakat di Masa COVID-19.
20. Alm. Ki Seno Nugroho, yang mengunggah pementasannya di Youtube dan videonya bisa saya nikmati selagi mengerjakan skripsi.
21. Masyarakat yang telah membantu dan menjadi sumber terciptanya karya ini Ibu Agni Rahayuningsih, Bapak Hadi Istanto, Nenek Almh. Waginem Dadi Pranyoto, Kakek Alm. Dadiman Dadi Pranyoto, Kakak Nawang Wusana Dewi, FX. Widyatmoko, Terra B, Kadek Primayudi, Vira Rahma Fauziah, Gusta Purnama Putra, Verdian Tri Ristanto, Satriadi Iswara, Eli Sugiarto, Susiyo Guntur, Lambang Hernanda, Heru Purnomo, Pebri Kurnia Ramadan, Roni Ardiatama, Jevon Kusnaedi, Mikhael Yesurun, M. Fahmi Ihsan, Winston Setyaputra, Vicky Ferdian, Riris, Gayoh, Pampam, Adit Risky, Ramadhan Arif Faktur, Andika, Getik, Antok Budi P, Agus, Eri A, Densa A. P, Kevin D, Maura H, Jihan U.

22. Circle Insight, Kontrakan Druwo, Kontrakan GenDruwo, Kontrakan Jonggol/Ex Rumah Nenek, Kontrakan Mepi, Kontrakan Mikhael, Kontrakan, Kontrakan Prima, Ruse, Kontrakan Tiga Bendera, Satria House, Verdian House, Pak Moko House, Dova House, Studio Diskom, Kantin DKV, Lobi Diskom Lantai 2.
23. Teman-Teman Somodaran.
24. Teman-teman Luwing DKV Angkatan 2014.
25. Mahasiswa DKV ISI Yogyakarta dan Mantan Mahasiswa DKV ISI Yogyakarta.
26. Teman-teman Diskom.
27. Google, Instagram, Spoon, Whatsapp, Youtube.
28. Kepada Gilang Widamar Fathoni yang mau mengerjakan.
29. Dan semua yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.



ABSTRAK

PERANCANGAN KOMIK INSTAGRAM TENTANG PERILAKU SOSIAL MASYARAKAT DI MASA COVID-19

Oleh: Gilang Widamar Fathoni

Pandemi COVID-19 banyak merubah banyak hal, beberapa masyarakat mulai melakukan adaptasi kebiasaan baru dengan menerapkan protokol dan menjaga kesehatan. Hal ini perlu dilakukan agar masyarakat dapat menyikapi keadaan dengan baik. Namun sebagian masyarakat ada yang belum paham akan protokol dan cara beradaptasi kebiasaan baru. Banyak perilaku sosial masyarakat yang terjadi, mulai dari perilaku baik, perilaku konyol, hingga perilaku yang kurang baik. Perilaku ini muncul karena adanya faktor-faktor yang menyebabkannya, antara lain: faktor kesehatan, faktor ekonomi, faktor lingkungan, dan faktor sosial itu sendiri. Dari beberapa faktor ini akan diwakili dengan tujuh cerita kejadian yang diangkat.

Tugas akhir ini memilih cerita bergambar sebagai cara dalam menyampaikan pesan. Dalam perancangan ini cerita didapatkan melalui melihat berita, melihat kejadian secara langsung dan mendengar cerita dari pelaku terdampak COVID-19. Cerita-cerita tersebut bersumber dari berbagai pengalaman seseorang, sehingga membuat komik tampak asli dan beragam. Harapannya, komik Instagram ini dapat memperliatkan penerapan protokol dan cara masyarakat beradaptasi dengan keadaan pandemi COVID-19. Komik Instagram ini menerapkan visual gambar kartun dengan garis tidak rapi dan menggunakan warna yang cenderung cerah untuk memberi kesan segar dan semangat. Sisi verbal, yaitu bahasa, menggunakan bahasa pergaulan di Daerah Istimewa Yogyakarta (Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia yang dicampur).

Perancangan komik Instagram ini bermaksud memberi pemahaman tentang perilaku baru ketika masa pandemi COVID-19. Pemahaman ini menjadi sarana informasi pentingnya menjaga kesehatan dan menerapkan protokol. Dengan menggunakan media komik Instagram mengenai perilaku sosial masyarakat di masa pandemi COVID-19, nantinya target audience dapat lebih mengerti tentang protokol dan dapat beradaptasi dengan kebiasaan baru pada normal baru.

Kata Kunci: Perilaku Sosial, Pandemi, COVID-19, Protokol, Adaptasi, Komik.

ABSTRACT

DESIGN OF INSTAGRAM COMICS ABOUT COMMUNITY SOCIAL BEHAVIOR IN THE TIME OF COVID-19

By: Gilang Widamar Fathoni

The COVID-19 pandemic has changed many things, some people have started to adapt new habits by implementing protocols and maintaining health. This needs to be done so that the community can respond to the situation well. However, some people do not understand the protocol and how to adapt to new habits. There are many social behaviors that occur, ranging from good behavior, silly behavior, to bad behavior. This behavior arises because of the factors that cause it, including: health factors, economic factors, environmental factors, and social factors themselves. Of these several factors will be represented by seven stories of events that are raised.

This final project chooses a picture story as a way of conveying the message. In this design, stories are obtained through viewing news, seeing events firsthand and hearing stories from actors affected by COVID-19. These stories come from a variety of people's experiences, thus making the comics look original and varied. The hope is that this Instagram comic can use the application of protocols and the way people adapt to the COVID-19 pandemic. This Instagram comic applies cartoon image visuals with untidy lines and uses colors that tend to be bright to give a fresh and uplifting impression. The verbal side, namely language, uses social language in the Special Region of Yogyakarta (mixed Javanese and Indonesian).

The design of the Instagram comic is intended to provide an understanding of new behavior during the COVID-19 pandemic. This understanding becomes a means of informing the importance of maintaining health and implementing protocols. By using the Instagram comic media regarding social behavior during the COVID-19 pandemic, later the target audience can understand more about protocols and can adapt to new habits to the new normal.

Keywords: Social Behavior, Pandemic, COVID-19, Protocol, Adaptation, Comics.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN QUOTE.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Perancangan	4
D. Batasan Perancangan	4
E. Manfaat Perancangan.....	5
1. Bagi Masyarakat	5
2. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual.....	5
3. Bagi Institusi.....	6
F. Metode Perancangan.....	6
1. Metode Pengumpulan Data.....	6
a. Kajian Pustaka.....	6
b. Observasi.....	6
c. Dokumentasi.....	6
d. Wawancara.....	6
2. Metode Identifikasi Data.....	6
a. Analisis SWOT.....	6

b. Analisis 5W+1H	7
3. <i>Brainstroming</i> dan Ideasi.....	7
a. Tahapan <i>Brainstroming</i>	7
b. Penggunaan <i>Brainstroming</i>	7
c. Fungsi <i>Brainstroming</i>	7
G. Skematik Perancangan	8
BAB II IDENTIFIKASI DATA DAN ANALISIS.....	9
A. Tinjauan Pandemi COVID-19	9
1. Pandemi COVID-19.....	9
a. Gejala COVID-19.....	9
b. Cara Penyebaran.....	11
c. Kewaspadaan Terhadap COVID-19.....	12
d. Protokol.....	13
2. Perilaku Masyarakat D. I. Y di masa Pandemi COVID-19.....	21
a. Kebijakan Normal Baru.....	23
b. Pekerjaan di Masa Pandemi.....	25
c. Teknologi dan Media Sosial.....	26
d. Sikap adaptasi Pandemi.....	27
e. Kemaunan untuk Berubah.....	28
B. Tinjauan Media <i>Online</i> di Masa Pandemi	30
C. Tinjauan Wayang.....	33
D. Dewasa Awal	34
E. Tinjauan Komik.....	34
1. Komik <i>Online</i>	34
a. Komik Instagram.....	35
b. Elemen Komik.....	36
c. Prinsip-Prinsip Kejelasan Komunikasi.....	46
d. Rancangan Karakter.....	51
e. Latar/Seting.....	53
2. Refrensi Komik	54
F. Analisis Masalah.....	56
1. Analisis SWOT.....	56

2. Analisis 5W 1H.....	58
G. Data Klien	59
1. Dinas Kesehatan Provinsi DIY.....	59
2. Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS).....	60
H. Kesimpulan	61
BAB III KONSEP PERANCANGAN	63
A. Strategi Media.....	63
1. Media Utama.....	63
2. Media Pendukung.....	63
a. Poster.....	64
b. Stiker.....	64
c. Komik <i>offline</i>	64
B. Konsep Kreatif	65
1. Tujuan Kreatif	65
2. Strategi Kreatif	65
a. Punakawan	66
b. Buto Begal	72
3. Konsep Media Utama.....	73
a. Tema Cerita.....	73
b. Gaya Penyampaian Cerita.....	73
c. Gaya Gambar.....	74
d. Typografi.....	75
e. <i>Layout</i> Panel & Panel	76
f. Warna	76
4. Target Sasaran	77
a. Sasaran Primer.....	77
b. Sasaran Sekunder.....	77
5. Progam Kreatif	77
a. Judul Cerita Komik.....	77
b. Deskripsi Karakter.....	77
c. Sinopsis Cerita.....	79
d. <i>Storyline</i>	81

e. <i>Storyboard</i>	84
BAB IV PROSES DESAIN	97
A. Tujuan Perancangan	97
B. Strategi Perancangan.....	97
1. Data Visual	97
a. Data Visual Tokoh.....	97
b. Data Visual Tempat.....	104
c. Data Visual Lain-Lain	106
2. Studi Visual	113
a. Studi Visual Gaya Ilustrasi.....	113
b. Studi Visual Karakter	114
c. Studi Visual Lokasi	120
d. Studi Visual Warna.....	121
e. Studi Visual Tipografi	122
f. Studi Visual Panel	122
g. Studi Visual Balon Kata.....	123
C. Program Perancangan	123
1. Media Utama	123
a. Desain Komik Instagram.....	123
b. Desain <i>Final</i>	126
2. Media Pendukung	133
a. Komik <i>Offline</i>	134
b. Poster.....	134
c. Stiker.....	136
BAB V PENUTUP.....	138
A. Kesimpulan.....	139
B. Saran.....	139
DAFTAR PUSTAKA.....	140
LAMPIRAN.....	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skematik Perancangan	8
Gambar 2.1 Cuci Tangan.....	15
Gambar 2.2 Respiratory Hygine.....	16
Gambar 2.3 Komik Tahilalats	36
Gambar 2.4 Panel Komik..	37
Gambar 2.5 <i>Splash</i> Halaman	37
Gambar 2.6 <i>Splash</i> Panel.....	38
Gambar 2.7 Parit.....	39
Gambar 2.8 Bunyi Huruf.....	39
Gambar 2.9 Balon Ucapan.....	40
Gambar 2.10 Balon Pikiran Gambar.....	41
Gambar 2.11 Balon Pikiran Kata-Kata.....	41
Gambar 2.12 <i>Caption</i>	42
Gambar 2.13 Ilustrasi.....	43
Gambar 2.14 Gerak Garis.....	43
Gambar 2.15 <i>Plewds</i>	44
Gambar 2.16 <i>Squeans</i>	44
Gambar 2.17 <i>Emanata</i>	45
Gambar 2.18 <i>Briffits</i>	45
Gambar 2.19 <i>Grawlixes</i>	45
Gambar 2.20 Momen ke Momen.....	47
Gambar 2.21 Aksi ke Aksi.....	48
Gambar 2.22 Subbyek ke Subyek.....	48
Gambar 2.23 Lokasi ke Lokasi.....	49
Gambar 2.24 Aspek ke Aspek.....	49
Gambar 2.25 <i>Non Sequitur</i>	50
Gambar 2.26 Komik Ramamadhan ala Muslim Show	55
Gambar 2.37 Komik <i>Online</i> Muslim Show.....	56
Gambar 2.37 Logo Profinsi D.I. Yogyakarta.....	59

Gambar 2.38 Logo GERMAS.....	69
Gambar 3.1 Punakawan.....	67
Gambar 3.2 Buto Begal.....	73
Gambar 3.3 Prajurit Lombok Abang.....	75
Gambar 3.4 Main Bola.....	75
Gambar 3.5 <i>Font Anime Ace</i>	75
Gambar 3.6 Palet Warna.....	76
Gambar 3.7 <i>Storyboard GGC A.1</i>	85
Gambar 3.8 <i>Storyboard GGC B.1</i>	86
Gambar 3.9 <i>Storyboard GGC C.1</i>	87
Gambar 3.10 <i>Storyboard GGC C.2</i>	88
Gambar 3.9 <i>Storyboard GGC D.1</i>	89
Gambar 3.10 <i>Storyboard GGC E.1</i>	91
Gambar 3.10 <i>Storyboard GGC E.2</i>	92
Gambar 3.10 <i>Storyboard GGC F.1</i>	93
Gambar 3.10 <i>Storyboard GGC F.2</i>	94
Gambar 3.10 <i>Storyboard GGC G.1</i>	95
Gambar 3.10 <i>Storyboard GGC G.2</i>	95
Gambar 3.10 <i>Storyboard GGC G.3</i>	96
Gambar 4.1 Semar Jogja.....	97
Gambar 4.2 Gareng Jogja.....	98
Gambar 4.3 Petruk Jogja.	98
Gambar 4.4 Bagong Jogja.....	99
Gambar 4.5 Cangik Jogja.....	99
Gambar 4.6 Limbuk Jogja.....	100
Gambar 4.7 Togog Jogja.....	100
Gambar 4.8 Bilung Jogja.....	101
Gambar 4.9 Cakil Jogja.....	101
Gambar 4.10 Jurang Grawah Jogja.....	102
Gambar 4.11 Buto Rambut Geni.....	102
Gambar 4.12 Buto Terong.	103
Gambar 4.13 Emak-Emak.....	103

Gambar 4.14 Tim Medis COVID-19.....	103
Gambar 4.15 Rumah.....	104
Gambar 4.16 Rumah Sakit Rujukan.....	104
Gambar 4.17 <i>Cafe</i> Bagian Luar.....	105
Gambar 4.18 <i>Cafe</i> Bagian Dalam.....	105
Gambar 4.19 Warung.....	105
Gambar 4.20 Pernikahan di Masa Pandemi COVID-19.....	106
Gambar 4.21 Tempat Cuci Tangan <i>Portable</i>	106
Gambar 4.22 Tempat Cuci Tangan (<i>Wastafel</i>).....	107
Gambar 4.23 Sabun Cuci Tangan Cair.....	107
Gambar 4.24 Kursi/Meja Disilang 1.....	108
Gambar 4.25 Kursi/Meja Disilang 2.....	108
Gambar 4.26 Kursi/Meja Disilang 3.....	108
Gambar 4.27 Tulisan di Sepanduk Bekas.....	109
Gambar 4.28 Tuliasn di Kertas.....	109
Gambar 4.29 Tulisan di Dinding.....	109
Gambar 4.30 Masker Sekali Pakai.....	110
Gambar 4.31 Masker <i>Scuba</i>	110
Gambar 4.32 Masker Kain.....	110
Gambar 4.33 Masker <i>Buff</i>	111
Gambar 4.34 <i>Thermo Gun</i>	111
Gambar 4.35 <i>Hand Sanitizer/Hand Gel</i>	111
Gambar 4.36 Sarung Tangan Latex.....	112
Gambar 4.37 Baju Dokter....	112
Gambar 4.38 Baju APD/Hazmat.....	112
Gambar 4.39 Pakaian Protokol Ojek <i>Online</i>	113
Gambar 4.40 Prajurit Lombok Abang.....	113
Gambar 4.41 Studi Visual Karakter Semar.....	114
Gambar 4.42 Studi Visual Karakter Gareng.....	114
Gambar 4.43 Studi Visual Karakter Petruk.....	115
Gambar 4.44 Studi Visual Karakter Bagong.....	115
Gambar 4.45 Studi Visual Karakter Cangik.....	116

Gambar 4.46 Studi Visual Karakter Limbuk.....	116
Gambar 4.47 Studi Visual Karakter Togog.....	117
Gambar 4.48 Studi Visual Karakter Bilung.....	117
Gambar 4.49 Studi Visual Karakter Cakil.....	118
Gambar 4.50 Studi Visual Karakter Jurang Grawah.....	118
Gambar 4.51 Studi Visual Karakter Buto Rambut Geni.....	119
Gambar 4.52 Studi Visual Karakter Buto Terong.	119
Gambar 4.53 Studi Visual Karakter Emak-Emak.....	120
Gambar 4.54 Studi Visual Karakter Ambarwati (Pekerja Medis).....	120
Gambar 4.55 Warung Sebrang <i>Background</i>	120
Gambar 4.56 Limbukan <i>Cafe Background</i>	120
Gambar 4.57 Rumah Semar <i>Background</i>	121
Gambar 4.58 Palet Warna.....	121
Gambar 4.59 Studi Visual Panel.....	122
Gambar 4.60 Studi Visual Balon Kata.....	122
Gambar 4.61 Logo Komik GGC.....	124
Gambar 4.62 Panel Komik GGC 1.....	124
Gambar 4.63 Panel Komik GGC 2.....	125
Gambar 4.64 <i>Feed</i> Instagram.....	125
Gambar 4.65 Komik GGC A.1.....	126
Gambar 4.66 Komik GGC A.2.....	127
Gambar 4.67 Komik GGC A.3.....	127
Gambar 4.68 Komik GGC B.1.....	128
Gambar 4.69 Komik GGC B.2.....	128
Gambar 4.70 Komik GGC B.3.....	129
Gambar 4.71 Komik GGC E.1.....	129
Gambar 4.72 Komik GGC E.2.....	130
Gambar 4.73 Komik GGC E.3.....	130
Gambar 4.74 Komik GGC E.4.....	131
Gambar 4.75 Komik GGC E.5.....	131
Gambar 4.76 Komik GGC E.6.....	132

Gambar 4.77 Instagram GGC.....	132
Gambar 4.78 Komik GGC Pdf PC.....	133
Gambar 4.79 Komik GGC Pdf <i>Smartphone</i>	133
Gambar 4.80 Komik GGC Cetak.....	134
Gambar 4.81 Poster IG <i>Feed</i> Komik GGC.....	134
Gambar 4.82 Poster IG <i>Stories</i> Komik GGC.....	135
Gambar 4.83 Poster Komik GGC A3.....	135
Gambar 4.84 Stiker <i>QR Code</i> Komik GGC E.3.....	136
Gambar 5.1 Bukti Konsul WA 1.....	147
Gambar 5.2 Bukti Konsul WA 2.....	147
Gambar 5.3 Bukti Konsul WA 3.....	148
Gambar 5.4 Bukti Konsul WA 4.....	149
Gambar 5.5 Bukti Konsul WA 5.....	149
Gambar 5.6 Bukti Lembar Konsul 1.....	150
Gambar 5.7 Bukti Lembar Konsul 2.....	151
Gambar 5.8 Karya Pameran 1.....	152
Gambar 5.9 Karya Pameran 2.....	152
Gambar 5.10 Karya Pameran 3.....	153
Gambar 5.11 Karya Pameran 4.....	153
Gambar 5.12 Karya Pameran 5.....	154
Gambar 5.13 Karya Pameran 6.....	154
Gambar 5.14 Karya Pameran 7.....	154
Gambar 5.15 Karya Pameran 8.....	154
Gambar 5.16 Sidang 1.....	155
Gambar 5.17 Sidang 2.....	155
Gambar 5.18 Sidang 3.....	156
Gambar 5.19 Respon Publik 1.....	157
Gambar 5.20 Respon Publik 2.....	157
Gambar 5.21 Respon Publik 3.....	158
Gambar 5.22 Respon Publik 4.....	158

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) adalah virus mematikan yang menyebar ke banyak negara di dunia dan menjadi bencana *global*. Penularannya yang mudah, membuat penyebaran virus ini begitu cepat. Banyak penduduk bumi yang terkena COVID-19, bahkan tidak sedikit di antaranya menjadi korban jiwa. Walau COVID-19 sangat mematikan, namun tidak sedikit pula yang berhasil sembuh dari virus ini. Semenjak awal penyebaran COVID-19 di Indonesia, pemerintah memberikan protokol serta himbauan untuk belajar, bekerja, dan beribadah dari rumah. Sampai akhirnya muncul istilah “*stay at home*” (tinggal di rumah). Selain itu masyarakat juga dianjurkan untuk menjaga kebersihan dan kesehatan, contohnya dengan mengenakan masker ketika terpaksa harus ke luar rumah serta rajin-rajin mencuci tangan. Seiring berjalannya waktu mulai muncul banyak perbedaan pandangan serta pemikiran terjadi di lingkungan sosial masyarakat.

Perbedaan kebutuhan hidup seringkali membuat masyarakat memiliki perbedaan pandangan dalam mengambil keputusan. Banyak masyarakat saling tidak suka dan saling menyalahkan satu sama lain karena keputusan yang diambil berbeda. Beberapa keputusan dianggap dapat mempermudah penyebaran COVID-19 masuk ke wilayah mereka. Protokol kesehatan yang telah diberlakukan di berbagai tempat, belum dapat menggugah beberapa masyarakat untuk mengikuti protokol tersebut karena satu dan lain hal. Selain kelompok masyarakat yang bersikap apatis, ada pula masyarakat yang terlalu paranoid. Ketakutan yang berlebihan dikhawatirkan dapat membuat masyarakat lebih mudah terkena *hoax* dan menyebarkan ketakutan kepada orang lain. Kedua contoh masyarakat tersebut muncul karena minimnya informasi tentang peristiwa atau kejadian apa saja yang sudah terjadi selama masa pandemi. Meski begitu di sisi lain masih banyak masyarakat yang bersikap tenang dan tetap menjaga diri sesuai protokol kesehatan serta melakukan hal bersifat produktif contohnya masyarakat yang berhasil adaptasi dengan situasi

dan memaksimalkan keahliannya dengan tetap menjalankan protokol yang berlaku. Sebagian besar dari mereka adalah remaja yang sudah menginjak usia dewasa, banyak yang memulai usaha baru atau melakukan hobi baru.

Remaja serta orang dewasa juga memiliki peran penting selama masa pandemi COVID-19. Remaja serta orang dewasa dianggap memiliki energi serta ketahanan tubuh yang lebih baik dari pada lanjut usia maupun anak-anak. Selain itu mereka juga lebih cepat dalam menyerap informasi mengenai COVID-19. Namun remaja sering melakukan hal-hal yang sedikit menyimpang serta beresiko dan cenderung tidak terlalu suka diatur. Terkadang mereka memiliki keinginan untuk melawan dan bersikap apatis, dua hal tersebut merupakan karakter dari remaja (Soerjono Soekanto, 1987:356). Apabila tidak diarahkan dengan baik, maka sikap tersebut dapat menimbulkan perlawanan dan pemberontakan dan akhirnya mengarah pada penyimpangan sosial yang memiliki resiko tinggi. Diperlukan sebuah arahan yang baik, agar dapat meminimalisir penyimpangan perilaku sosial. Selain itu, upaya dilakukan agar tidak terjadi lonjakan kasus COVID-19 serta munculnya gelombang kedua setelah pemberlakuan normal baru.

Mengamati perkembangan penanganan COVID-19 di DIY, normal baru sedikit memberi ruang pada masyarakat yang harus bekerja di luar rumah, contohnya ojek *online*, pegawai pusat perbelanjaan, tempat hiburan, serta tempat penginapan. dari sebagian masyarakat, normal baru seakan menyerupai situasi sebelum terjadinya pandemi. Dari situlah tidak sedikit masyarakat meragukan efek berbahaya dari virus tersebut. Telah terjadi kesalah pahaman persepsi didalam komunitas yang menterjemahkan *new normal* sebagai sebuah kondisi telah kembali normal. <https://www.dinkes.jogjaprovo.go.id/berita/detail/survey-respon-masyarakat-terhadap-covid-19> diakses tanggal 14 Febuari 2021. Meski begitu banyak juga masyarakat yang bijak dengan memanfaatkan ruang tersebut untuk menjalankan hobi baru, atau memulai usaha baru. Banyak orang yang sudah dapat beradaptasi, namun tidak sedikit juga yang masih terjebak dalam situasi. COVID-19 mengubah berbagai macam tatanan kehidupan dalam waktu singkat. Perilaku sosial masyarakat akan selalu berbeda-beda, tergantung individu masing-masing. Perilaku yang diharapkan paling tidak, adalah perilaku menghargai diri sendiri dan menghargai antar sesama.

Perilaku tersebut jika diterapkan terus-menerus akan memunculkan kebiasaan baik. Dalam situasi pandemi banyak kebiasaan yang sudah mulai berubah, baik itu bersifat sementara atau jangka panjang. Perilaku menghargai diri sendiri ataupun menghargai orang lain memang memerlukan kesadaran dan keinginan dari setiap pribadi masyarakat itu sendiri.

Menurut Sztompka, masyarakat pada dasarnya memang akan selalu mengalami perubahan. Masyarakat tidak bisa dibayangkan sebagai keadaan yang tetap, melainkan sebagai proses yang senantiasa berubah sesuai dengan derajat kecepatan, intensitas, irama, serta tempo yang berbeda-beda tiap individunya (<https://lombokpost.jawapos.com/opini/15/07/2020/perubahan-sosial-di-era-pandemi/> diakses 20 September 2020). Latar belakang manusia yang berbeda-beda akan menghasilkan cara bermasyarakat yang berbeda pula. Masyarakat memiliki struktur dan lapisan (*layer*) yang bermacam-macam, beragam struktur serta lapisan masyarakat tergantung pada kompleksitas masyarakat itu sendiri. rumit. Kompleks masyarakat juga ditentukan oleh ragam budaya dan proses-proses sosial yang dihasilkan. Semakin masyarakat itu kaya dengan kebudayaan, maka semakin rumit proses-proses sosial yang dihasilkan (Bungin, 2006:67).

Perencanaan ini akan memuat peristiwa yang dialami masyarakat ketika masa pandemi COVID-19, serta cara mereka beradaptasi. Dimana ujungnya adalah terciptanya rasa nyaman dan kedamaian yang lebih luas antar masyarakat. Menurut Sumbo Tinarbuko, konsep serta karya desain komunikasi visual senantiasa membawakan pesan etika dan moralitas kehidupan manusia sebagai ilmu pengetahuan (2015: 22). Untuk menjawab permasalahan tersebut, maka diperlukan sebuah media informatif yang menarik. Pemilihan media komik dirasa tepat karena komik dapat berkisah (bercerita). Tidak hanya mengusung bahasa keindahan visual gambar ilustrasi tapi juga dalam teks atau tipografi yang ada di dalamnya. Dari situlah menjadi sangat wajar ketika saat ini komik edukasi menjadi *trend* bagi para komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada komunikan lewat media komik. Baik itu edukasi dalam bidang ilmu pengetahuan alam, social, politik, bahkan moral, atau agama (Maharsi, 2014:24).

Pemilihan komik *online* menjadi hal yang dirasa tepat, karena karakter media tersebut sangat memungkinkan untuk diakses secara cepat. Selain itu pandemi memaksa banyak masyarakat untuk menjadi lebih intens dengan *gadget* (alat komunikasi elektronik). Dengan banyaknya fitur sosial media, serta pembelian barang dan pembayaran secara *online* membuat masyarakat sangat bergantung pada *gadget* mereka. Akhirnya masyarakat menghabiskan sebagian waktu di depan layar *gadget* mereka. Perkembangan teknologi menjadikan kebutuhan untuk berinteraksi dapat dipenuhi hanya dengan memanfaatkan teknologi (Martono, 2016:7). Perancangan komik *online* dirasa tepat untuk situasi pandemi COVID-19 saat ini. Beberapa karakter juga akan dibuat untuk mewakili sudut pandang yang ada pada masyarakat selama masa pandemi. Jika informasi seputar perilaku sosial masyarakat di masa pandemi dapat diserap dengan baik, diharapkan dapat menjadi penengah atas berbagai pendapat masyarakat dan timbul rasa peduli terhadap kesehatan diri sendiri serta orang lain. Sehingga muncul rasa menghargai satu sama lain, selanjutnya menjadi pembelajaran mengenai permasalahan yang ada selama masa pandemi. Dengan media komik *online* ini diharapkan pesan yang dibawakan dapat diterima dengan baik terutama untuk generasi muda.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang komik *online* mengenai perilaku sosial masyarakat di masa pandemi COVID-19, agar informatif, edukatif sekaligus menarik dalam visual dan penyampaian?

C. Tujuan Perancangan

Merancang komik perilaku sosial masyarakat di masa pandemi yang menarik sekaligus mudah diakses oleh masyarakat. Diharapkan dengan komik *online* yang bercerita tentang perilaku sosial masyarakat di masa pandemi COVID-19 ini dapat memperlihatkan sisi sosial yang unik dari masyarakat di masa pandemi COVID-19 serta meyakinkan masyarakat untuk berani adaptasi.

D. Batasan Perancangan

Demi menghindari lingkup pembahasan yang terlalu meluas, maka perlu adanya batasan dalam perancangan. Perancangan komik ini akan

berfokus pada penciptaan komik *online*. Komik ini membahas perilaku sosial masyarakat di masa pandemi COVID-19. Mengambil latar di Daerah Istimewa Yogyakarta.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Masyarakat

Menambah wawasan pengetahuan mengenai perilaku sosial masyarakat khususnya yang terjadi di masa pandemi COVID-19.

2. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual

Dapat menjadi sebuah referensi kepustakaan bagi kalangan akademik mengenai komik *online*.

3. Bagi Institusi

Menambah khasanah keilmuan berlatar belakang sosial yang membahas perilaku sosial masyarakat di masa pandemi COVID-19. Diharapkan nantinya komik tentang perubahan sosial di era pademi dapat membantu menambah referensi.

F. Metode Perancangan

Dalam perancangan ini akan digunakan metode pendekatan kualitatif yang mana hasil datanya berupa deskripsi dalam bentuk kata dan bahasa yang nantinya akan dijadikan sebagai acuan untuk membuat perancangan komik. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Metode Pengumpulan Data

Tahapan ini adalah mencari tahu lebih dalam mengenai permasalahan yang dihadapi dengan cara melihat kondisi dan keadaan di lapangan. Mencari sumber-sumber data melalui wawancara dengan para pelaku terdampak COVID-19 dari berbagai bidang terkait, serta literatur yang berhubungan dengan perancangan. Pengumpulan data-data visual, yaitu gambar-gambar relevan yang membantu perancangan.

a. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan daftar referensi dari semua jenis referensi seperti buku, jurnal, artikel, tesis, skripsi, internet, dan karya ilmiah lainnya yang dikutip untuk keperluan penulisan perancangan.

b. Observasi

Observasi merupakan aktifitas mengamati suatu objek atau proses untuk kemudian ikut merasakan dan memahami pengetahuan dari sebuah kejadian atau fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah dipelajari sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan dalam penulisan perancangan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan aktifitas mengumpulkan data visual dan menyediakan bukti keterangan seperti gambar, video, bukti tulis cetak dan referensi lainnya.

d. Wawancara

Wawancara merupakan tanya jawab peneliti dengan narasumber yang dilakukan secara langsung, dengan tujuan mendapatkan informasi terkait mengenai perancangan yang sedang dibuat.

2. Metode Identifikasi Data

a. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama agar terorganisir dan disajikan dalam bentuk sederhana. Analisis SWOT akan mempelajari strategi solid untuk memprioritaskan hal apa yang perlu dilakukan dan dikerjakan untuk mengembangkan perancangan Komik Instagram Tentang Perilaku Sosial Masyarakat di Masa COVID-19. Analisis perancangan komik *online* ini adalah sebagai berikut:

1) *Strength* (Kekuatan)

Strength atau kekuatan atau poin positif dari apa yang akan dibuat.

2) *Weaknesses* (Kelemahan)

Kelemahan adalah faktor negatif yang mengurangi kekuatan perancangan ini.

3) *Opportunities* (Peluang)

Peluang adalah faktor eksternal dalam media perancangan yang

cenderung berkontribusi pada keberhasilan perancangan.

4) *Threats* (Ancaman)

Ancaman adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan dan harus dipertimbangkan demi memperoleh rencana untuk menangani masalah darurat yang terjadi.

b. Analisis 5W+1H

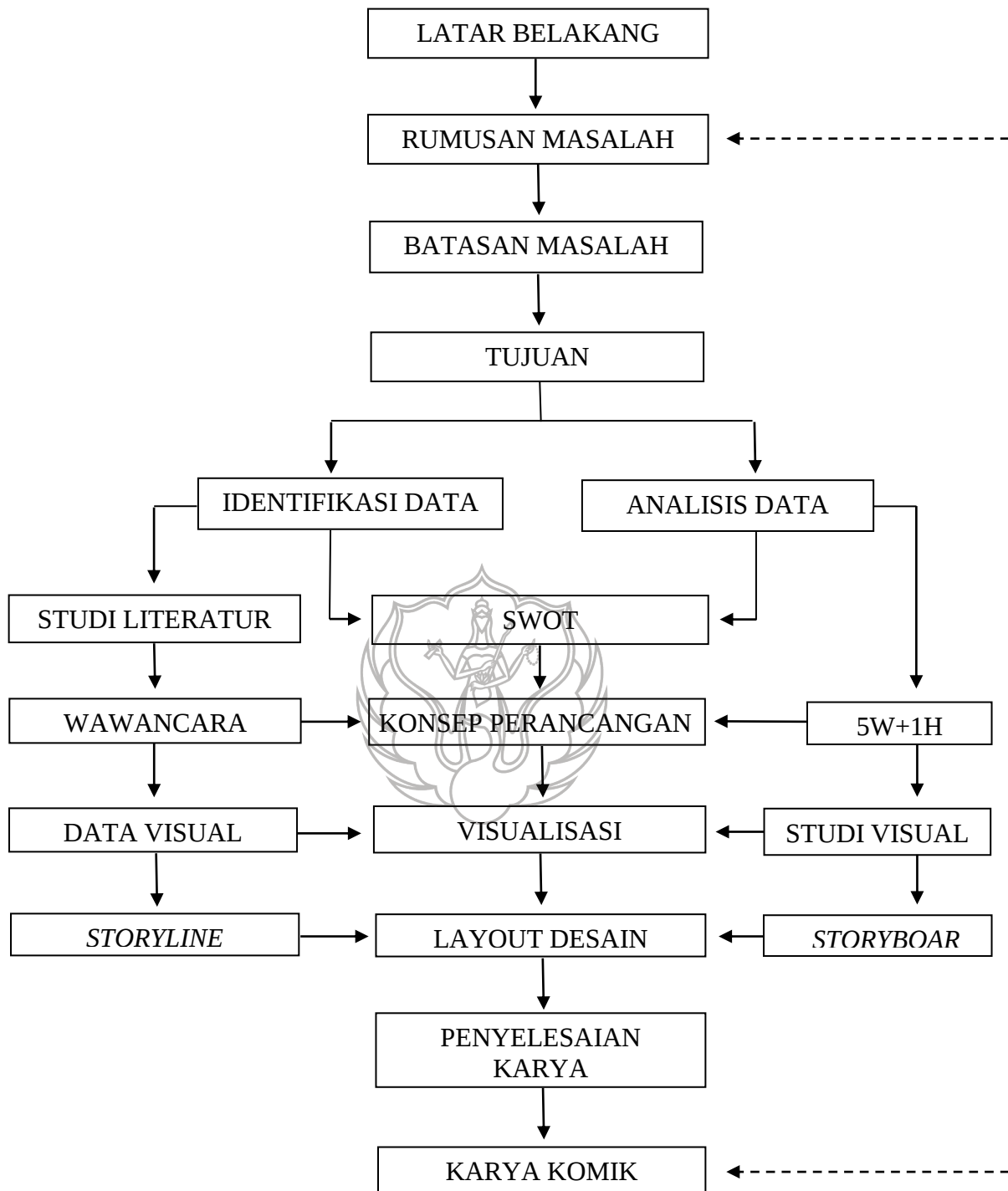
Analisis 5W+1H digunakan untuk memaksimalkan dalam mencari strategi dalam menghadapi permasalahan yang muncul pada proses perancangan. Metode ini juga digunakan sebagai dasar objek perancangan yang kemudian dari metode tersebut dapat menentukan komik yang menarik dan komunikatif.

- 1) (*What*) Bentuk perancangan seperti apa yang akan harus dibuat?
- 2) (*Why*) Kenapa perancangan ini perlu dibuat?
- 3) (*Where*) Dimana perancangan ini diaplikasikan?
- 4) (*When*) Kapan perancangan ini dipublikasikan?
- 5) (*Who*) Siapa target dari perancangan ini?
- 6) (*How*) Bagaimana perancangan ini memenuhi tarrget?

3. *Brainstroming* dan Ideasi

- a. Tahapan *brainstroming* mengupayakan pencarian penyelesaian dari suatu masalah tertentu dengan mengumpulkan gagasan secara spontan dari beberapa orang yang dianggap memiliki kapasitas pengetahuan tema terkait perancangan.
- b. *Brainstroming* digunakan untuk mengeluarkan ide dari setiap pihak yang telah ditentukan dengan secara terstruktur dan sistematis, untuk menggali ide kreatif atau solusi alternatif.
- c. Pada tahap *brainstroming* dimungkinkan untuk menggali inspirasi, memperluas wawasan, pembelajaran dalam mengambil keputusan hingga akhirnya memunculkan kesimpulan yang akan diambil.

G. Skematik Perancangan



Gambar 1.1
Skematika Perancangan
(Sumber: Gilang W. Fathoni)