

BAB III

METODOLOGI DAN PERANCANGAN KARYA

3.1 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif. Menurut Marshal dalam Sarwono (2006:193), kualitatif didefinisikan sebagai suatu proses yang mencoba untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengurai variabel-variabel yang ada dalam penelitian. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menemukan pola hubungan yang bersifat interaktif, menggambarkan realitas yang kompleks, memperoleh pemahaman makna, dan menemukan teori. Dalam penelitian ini kasus superhero Indonesia merupakan salah satu contoh dari realitas yang kompleks. Dengan pendekatan kasus dan kualitatif, diharapkan data yang didapatkan dapat sesuai, terperinci, dan menunjang kelanjutan perancangan buku referensi superhero Indonesia ini.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Observasi

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap suatu obyek dalam suatu periode tertentu dan mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang diamati.

Berdasarkan hasil observasi dari beberapa website dan media sosial, ditemukan berbagai macam data yang berkaitan dengan superhero Indonesia.

Didapatkan data tentang beberapa komunitas penggemar superhero, diantaranya komunitas Superhero mania, Kaozoid Superhero, dan komunitas Superhero Indonesia. Komunitas-komunitas ini mempunyai forum di halaman *facebook*. Dengan adanya beberapa komunitas superhero di jejaring sosial yang memiliki banyak member, dapat disimpulkan bahwa masih ada komunitas yang peduli akan keberadaan superhero, khususnya superhero Indonesia.

Hal positif juga ditunjukkan oleh komunitas penggemar superhero Indonesia melalui konten-konten yang dibahas secara rutin dan *update* mengenai perkembangan superhero di Indonesia. Seperti yang dilakukan oleh komunitas Superhero Indonesia melalui halaman forumnya di (<https://www.facebook.com/groups/264827253532356/>), mereka sering memberikan informasi superhero-superhero Indonesia yang lama bahkan yang baru saja diciptakan. Rumah produksi seperti Neo Paradigm Comics juga menjadi salah satu member komunitas ini. Mereka sering mempublikasikan karakter-karakter ciptaannya pada halaman ini.

Dilihat dari segi visual, superhero Indonesia juga mempunyai kualitas visual yang baik. Hal ini dapat dibuktikan dari komik-komik yang ada pada masa keemasan Indonesia, dimana karakter-karakternya digambarkan sangat baik dengan proporsi yang benar. Hal ini dikarenakan komikus-komikus pada saat itu terpengaruh dengan komik luar yang memiliki kualitas visual yang baik pula.

Terdapat komunitas superhero Indonesia yang mampu membuat karakter ciptaan sendiri dan disebarluaskan secara viral lewat video *webseries*, serta melalui event, contohnya komunitas JTOKU dimana komunitas ini membuat karakter

Gatot Kaca sebagai superhero yang modern dan mengikuti *style* Jepang. JTOKU juga kerap mengisi event-event bertema superhero. Mereka mengadakan parade *cosplay* yang banyak digandrungi penggemar superhero.

Selain melalui film-film yang ditayangkan di bioskop, superhero juga sering digunakan media untuk kepentingan promosi, contohnya, iklan sabun Lux yang memakai karakter superheroine atau superhero wanita pada kemasannya di tahun 2006 lalu. Bukti lainnya juga terdapat pada kartu kredit BCA yang menggunakan karakter superhero Amerika Batman sebagai iconnya pada tahun 2006.

Selain iklan, tema superhero juga dipakai pada sebuah *reality show* Amerika berjudul *Who Wants to Be A Superhero*. Program TV ini adalah sebuah ajang pencarian superhero di dunia nyata dimana kontestan menghadapi ujian khusus demi membuktikan kelayakannya sebagai pahlawan super. Acara ini digagas dan dirancang langsung oleh *Stan Lee*, orang terpenting yang berdiri di belakang kesuksesan para superhero terbitan studio komik *Marvel*.

Superhero Indonesia pada pertengahan tahun 90-an pernah dibangkitkan kembali melalui studio-studio komik di kota besar Indonesia seperti Jakarta, Bandung, dan Yogyakarta. Studio komik seperti Qomik Nasional yang berada di kota Bandung, sempat menelurkan dua komik superhero yang cukup seperti Caroq dan Kapten Bandung. Baik Caroq maupun Kapten Bandung mampu memberikan oase yang dapat memberikan kesegaran para penggemar komik superhero setelah ditinggal lama oleh Gundala dan teman-temannya.

Selain studio QN di Bandung, studio komik yang berada di Yogyakarta seperti Studio X, juga pernah mengusung tema yang sama, Studio X pernah

menelurkan kompilasi komik bernama *Rebels Unlimited*. Mereka mencoba untuk menautkan persoalan hidup sehari-hari dengan imajinasi seperti salah satu tokohnya yaitu Si Topeng Monyet, yang diceritakan awalnya adalah seorang petani yang mengikuti kawan-kawannya untuk bekerja di ibukota. Ia bekerja menjadi tukang topeng monyet. Sampai akhirnya ia digusur oleh petugas penda dan polisi. Sejak saat itu ia bersumpah akan melawan sistem dan menegakkan keadilan dengan caranya sendiri sebagai Si Topeng Monyet.

Semangat pecinta komik superhero Indonesia tidak padam sampai disitu, pada tahun 2000-an beberapa studio komik Indonesia sempat menafsirkan kembali beberapa komik Indonesia gelombang ketiga seperti Gina pada tahun 2005. Namun tidak seluruhnya menerbitkan kembali komik Gina yang awalnya diterbitkan pada tahun 1972, karakter Gina disesuaikan dengan kehidupan modern. Pada tahun yang hampir bersamaan, Fajar Sungging Pramodito, seorang komikus Yogyakarta meluncurkan sebuah komik yang berjudul Godam Reborn. Komik yang diterbitkan Metha Studio pada tahun 2006 itu mencoba menafsirkan kembali komik Godam yang diciptakan oleh Wid NS pada akhir tahun 1960-an.

Hingga akhirnya tahun 2007 sampai sekarang, sebuah penerbit muda bernama Jagoan Comics mulai intens memunculkan superhero-superhero baru di dalam pelbagai media. Jagoan komik memosisikan dirinya sebagai “suatu perkumpulan pecinta dan profesi komik yang ingin meramaikan dan menggairahkan dunia perkomikan di Indonesia”. Dalam beberapa tahun terakhir, mereka telah menelurkan sepuluh superhero baru seperti Zantoro, Aryageni, Gunturgen, Winda Gang, Blacan, Saifer, Bujang Anom Si Topeng Merah, Siluet

Ungu, Elang Hitam Bayangkara, dan Mahsha Si Manusia Harimau. Masing-masing tokoh superhero digambarkan memiliki latar belakang kehidupan, asal-usul kekuatan unik yang mereka miliki, dan juga pelbagai masalah pribadi yang mereka hadapi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa kecintaan masyarakat Indonesia terhadap komik superhero dan semangat akan persaingan dengan superhero luar seperti Amerika tidak pernah padam. Masih banyak komunitas dan penerbit komik yang ingin membangkitkan kembali sosok superhero Indonesia melalui berbagai cara.

Mengenai pemilihan buku sebagai media, didapatkan beberapa kelebihan buku cetak jika dibandingkan dengan media elektronik. Menurut Muktiono (2003:2) buku adalah sumber ilmu pengetahuan dan sumber pembangunan watak bangsa. Buku adalah sarana informasi yang efektif karena buku dapat memuat informasi yang lebih lengkap jika dibandingkan dengan media informasi lainnya. Seperti yang diutarakan oleh www.bimbingan.org pada halaman (<http://www.bimbingan.org/kelebihan-dan-kekurangan-buku.htm>), kelebihan buku di antaranya :

1. Buku bisa disentuh, dan hebatnya lagi buku dalam bentuk nyata bisa dijadikan sebagai hiasan dalam suatu ruangan.
2. Buku memegang peranan penting sebagai sumber data dan bisa dimasukkan dalam daftar pustaka ketika mengabilnya sebagai bahan tambahan dalam penulisannya.
3. Membaca sebuah buku membuat seseorang menjadi hemat. Hemat yang dimaksudkan di sini yakni tidak adanya biaya tambahan untuk

membayar listrik tambahan untuk pemakaian computer, khususnya jika digunakan untuk mengambil bahan bacaan.

Pendapat lain tentang kelebihan buku cetak juga diutarakan oleh Dodik Setiyadi (media.kompasiana.com) yaitu buku cetak tidak membutuhkan perangkat elektronik yang mahal untuk membacanya. Dan buku cetak tidak membuat mata cepat lelah seperti membaca melalui perangkat elektronik pada umumnya.

3.2.2 Wawancara

Metode ini merupakan proses tanya jawab lisan yang berfungsi untuk menggali informasi yang lebih mendalam mengenai permasalahan yang dihadapi. Wawancara memungkinkan peneliti mendapatkan data dalam jumlah yang banyak. Adapun informan yang dipilih adalah seorang penggemar superhero, sekaligus memiliki pengalaman lama dalam komunitas superhero.

Narasumber yang menjadi subjek dalam wawancara penelitian ini adalah Yosafat Agus Suryono, ia adalah seorang kolektor *action figure* superhero, komik-komik superhero dan pernak-pernik superhero. Ia juga mendirikan komunitas superhero di group jejaring sosial *facebook* bernama Superheromania. Ia sudah berkecukupan di dunia superhero selama 36 tahun, dimulai sejak tahun 1978 hingga sekarang.

Yosafat mengatakan bahwa penggemar superhero berusia 15-35 tahun, dari remaja sampai dewasa. Yosafat menjelaskan bahwa penggemar superhero tidak hanya dari anak-anak saja, bahkan yang telah memiliki keluarga dan pekerjaan masih ada yang gemar dengan superhero. Untuk penggemar usia 35 tahun,

Yosafat mengatakan bahwa mereka masih mempunyai kenangan tersendiri dengan superhero masa kecil mereka di tahun keemasan komik Indonesia.

Kemudian tentang permasalahan bahwa superhero masih dianggap karakter imajinasi dan khayalan semata, Yosafat membenarkan hal tersebut, namun menurutnya, superhero dapat diambil inspirasinya melalui kisah-kisahanya, contohnya Superman dengan heroismenya, Batman dari kepintarannya, Spiderman yang *easy going*, Cyclops dari kepemimpinannya. Hal ini menunjukkan bahwa superhero dapat menjadi sumber inspirasi kepribadian yang baik untuk siapa saja.

Untuk permasalahan bahwa superhero Indonesia kurang diminati oleh generasi sekarang, dikarenakan superhero Indonesia kurang diperkenalkan ke generasi sekarang. Sumber-sumber superhero lokal yang zaman dahulu yaitu komik-komik terbitan lama dianggap kurang menarik menurut standar visual zaman sekarang.

Untuk isi buku, Yosafat memberi usulan agar buku ini diharapkan dapat memberi informasi yang lengkap tentang superhero Indonesia. Dari segi visual juga diharapkan agar dibuat lebih menarik, dikemas berwarna, dan jika memungkinkan dapat bekerja sama dengan pengarang.

Menurut Yosafat, kelas sosial penggemar superhero berada pada kelas menengah keatas, ia menjelaskan bahwa kalangan menengah keatas cenderung memiliki hobi mengkoleksi, khususnya hobi superhero. Harapan Yosafat untuk superhero Indonesia di masa mendatang yaitu, semakin banyak munculnya superhero Indonesia yang berkualitas dengan tidak meniru karakter luar.

3.3 Teknik Analisis Data

Pada perancangan ini menggunakan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman (Pawito, 2007:104). Teknik ini menggunakan tiga komponen yaitu; reduksi data, penyajian data, dan penarikan serta pengujian kesimpulan (Punch, 1998:202-204).

Reduksi data dimana peneliti mengelompokkan dan meringkas data yang diperoleh. Kemudian penyajian data dimana peneliti menyusun data (menjalin data atau kelompok data yang satu dengan yang lain). Dan terakhir penarikan dan pengujian kesimpulan yaitu implementasi dari prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan kecenderungan dari penyajian data yang telah dibuat.

3.4 Hasil dan Analisis Data

Dari data yang dikumpulkan dari observasi, wawancara, dan studi kepustakaan maka data masuk pada tahap analisis untuk disimpulkan menjadi data yang matang dan dapat disajikan.

Terbukti bahwa superhero Indonesia masih memiliki peminat yang cukup banyak, hal ini ditunjukkan melalui masih banyak komunitas-komunitas di dunia maya yang gemar dengan superhero lokal.

Dalam segi usia, peminat superhero tidak hanya anak-anak, seperti pemahaman masyarakat pada umumnya. Faktanya, penggemar superhero justru berusia antara 15-35 tahun. Hal ini juga dapat ditemukan pada komunitas yang ada di jejaring sosial yang anggotanya sebagian besar berumur lebih dari 15 tahun.

Karena buku ini bertujuan untuk mengenalkan superhero Indonesia pada generasi sekarang, maka target usia yang dipilih adalah 15-35 tahun. Hal ini didasari oleh sebagian besar penggemar superhero kalangan 35 tahun keatas sudah mengenal karakter superhero Indonesia.

Media buku dipilih sebagai media pengenalan karena media buku masih sering digunakan dalam metode pembelajaran dan sumber referensi, terlebih lagi media buku cetak bersifat praktis, nyaman dan tidak tergantung listrik seperti pada media elektronik.



3.5 Segmentasi Targetting Positioning

1. *Demografis*

- Usia : 15-35 tahun
- Jenis kelamin : Pria dan wanita
- Siklus hidup : belum menikah, menikah belum mempunyai anak, menikah mempunyai anak
- Profesi : pelajar SMP hingga kuliah.

2. *Geografis*

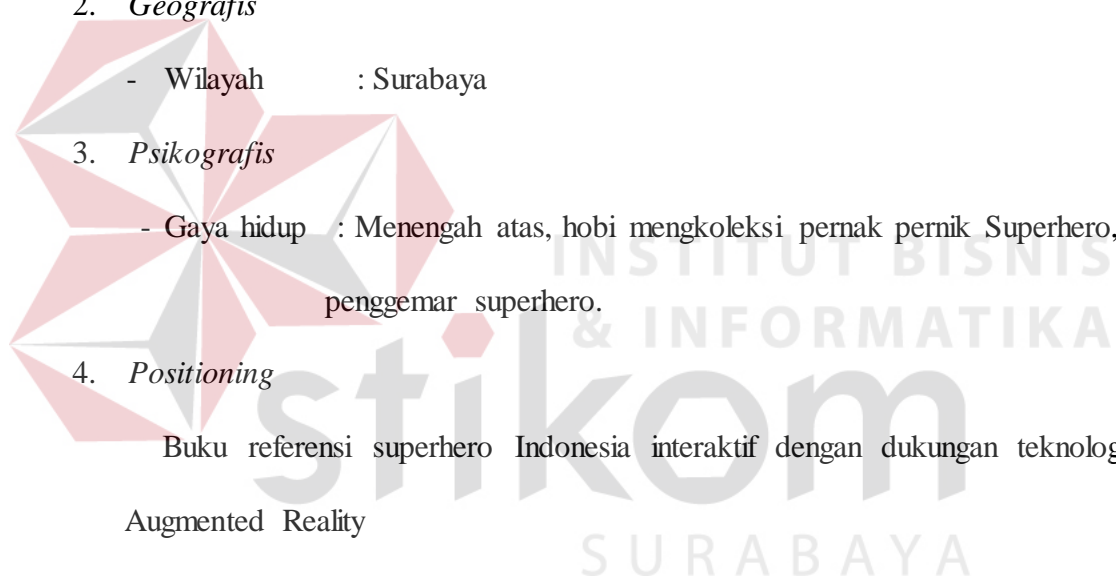
- Wilayah : Surabaya

3. *Psikografis*

- Gaya hidup : Menengah atas, hobi mengkoleksi pernak pernik Superhero, penggemar superhero.

4. *Positioning*

Buku referensi superhero Indonesia interaktif dengan dukungan teknologi Augmented Reality

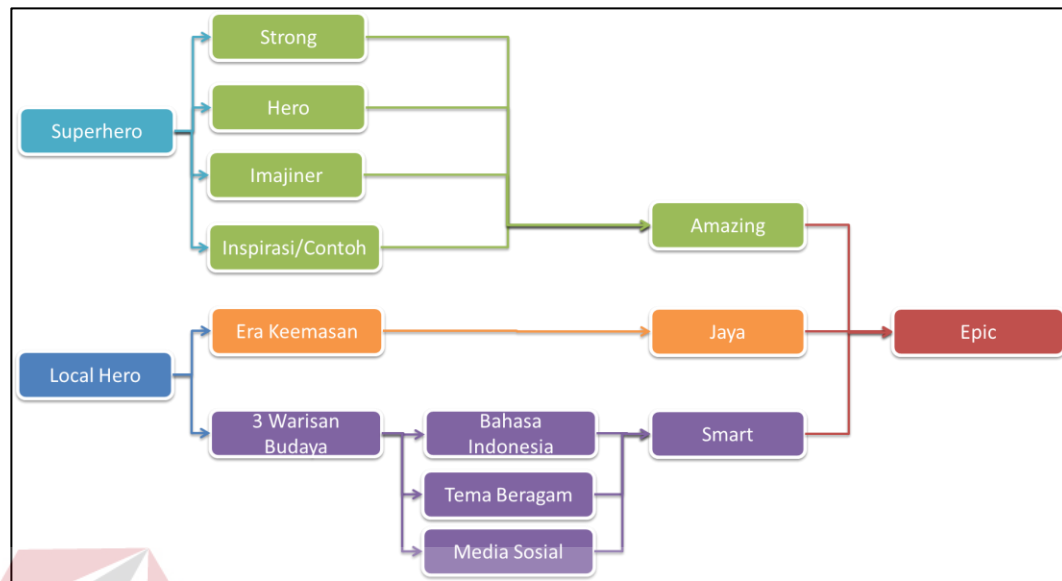


3.6 Keyword

Dengan pemilihan judul “Pembuatan Buku Referensi Superhero Indonesia Sebagai Upaya Mengenalkan Produk Budaya Lokal”, maka untuk mendukung pemecahan masalah diperlukan data-data yang terdapat di lapangan yang menjadi latar belakang permasalahan tersebut, sehingga dari latar belakang dapat digali pemecahan masalah yang sesuai dengan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai.

Pemilihan kata kunci atau keyword dari pembuatan buku referensi ini didasari oleh acuan analisis data yang telah dilakukan. Keyword ditentukan berdasarkan data observasi dan wawancara. Dari hasil observasi dan wawancara didapatkan kata kunci, yaitu superhero Indonesia, *strong*, *hero*, imajiner, inspirasi/ccontoh, masa keemasan, dan warisan budaya.

Dari hasil analisis keyword diatas ditemukan kata kunci yaitu *amazing*, jaya, dan *smart*. Dari ketiga kata kunci tersebut dapat dikerucutkan kembali inti definisinya, sehingga ditemukan satu kata kunci utama yang menjadi konsep dari pembuatan buku referensi superhero Indonesia.



Gambar 3.1 Analisis Keyword
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

3.7 Deskripsi Konsep

Dari hasil analisis final keyword, maka konsep dari perancangan ini adalah “*epic*”. *Epic* berasal dari kata epos, yang memiliki makna cerita kepahlawanan. “*Epic*” atau cerita kepahlawanan diarahkan pada makna “*heroic*” yang terkandung didalamnya, sehingga konsep “*Epic*” dapat membuat buku ini sesuai dengan kontennya yaitu superhero Indonesia yang kuat.

3.8 Perencanaan Kreatif

3.8.1 Tujuan Kreatif

Untuk membuat sebuah media pengenalan superhero Indonesia kepada masyarakat yang sesuai dengan hasil analisis data dan keyword sehingga diharapkan visualisasi yang sesuai dengan konsep perancangan. Dengan keyword “*epic*”, diharapkan visualisasi dapat menggambarkan semangat kepahlawanan

yang terdapat pada superhero Indonesia serta memberikan kesan kuat agar dapat menarik minat masyarakat.

3.8.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif visual yang digunakan adalah strategi *premtive* yang lebih menonjolkan superioritas dari produk. Strategi ini sering digunakan oleh perusahaan yang mempunyai produk sedikit. Strategi *premtive* merupakan strategi yang cerdas karena menonjolkan superioritas dan merupakan pernyataan yang unik (Suyanto, 2005: 77). Dalam mengenalkan superhero Indonesia gelombang 3.

Pada wujud visualisasi modern, tipografi serta warna sebagai identitas desain buku referensi superhero Indonesia yang memiliki karakter lokal yang menunjukkan semangat tinggi dan kekuatan. Hasil visual 3 dimensi karakter superhero yang dipergunakan mengarah kepada bagaimana superhero Indonesia mampu tampak lebih modern dan kekinian. Dari segi *font* atau huruf menggunakan san serif. Pemilihan jenis tersebut berdasarkan pertimbangan bahwa huruf serif memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya. Kesan yang ditimbulkan adalah klasik, anggun, dan kuat. Keuntungan jenis font ini memiliki legibility yang baik dan fleksibel untuk semua media. (Rustan, 2011:48).

1. Ukuran dan halaman buku

Dalam pembuatan buku referensi superhero Indonesia, dipilih ukuran A4 dengan ukuran 210mm x 250mm dengan posisi buku horizontal. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan ukuran tersebut memudahkan penyusunan informasi yang disajikan dalam buku karena adanya perbandingan penempatan yang 60 untuk gambar visual karakter dan 40 untuk informasi atau teks. Pertimbangan lainnya dengan menggunakan ukuran tersebut ialah perbandingan *legibility* dalam buku ini diutamakan, sehingga menghindari kebosanan ketika membaca. Dari pertimbangan tersebut didukung menurut (Rustan, 2008) yang menerapkan bahwa lebar suatu paragraph merupakan faktor yang menentukan tingkat kenyamanan dalam membaca naskah. Baris yang terlalu panjang akan melelahkan mata dan menyulitkan pembaca menemukan baris berikutnya. Sehingga dianjurkan dalam tiap baris memiliki jumlah karakter antara 8 sampai 45 karakter perbaris.

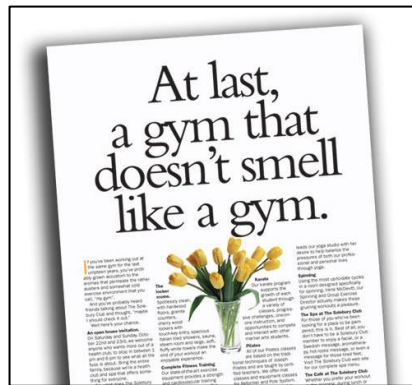
2. Jenis layout

Jenis *layout* yang dipergunakan dalam buku adalah jenis *layout* untuk halaman cetak, jenis-jenis layout untuk buku referensi superhero Indonesia lebih dominan menggunakan layout *Copy Heavy Layout*, *Big-Type Layout*, dan *Quadran layout*.

a. *Copy Heavy Layout*

Tata letak mengutamakan pada bentuk copy writing (naskah) atau dengan kata lain komposisi layoutnya di dominasi oleh penyajian teks. Penggunaan

layout ini dalam buku referensi superhero Indonesia, digunakan pada saat halaman yang berisi teks yang dominan dengan gambar yang sedikit.



Gambar 3.2 sample *Copy Heavy layout*
Sumber : behance.net/gallery/Solebury-Club-Newspaper-ad/394178

b. *Big-type Layout*

Bentuk tampilan layout yang menonjolkan teks dan tidak bergambar karena didominasi oleh teks yang berukuran besar. Layout ini akan digunakan untuk halaman pembuka bab/bagian buku.



Gambar 3.3 Sample *Big-Type Layout*
Sumber : <http://www.panduaaji.com/2012/01/10-type-of-magazine-layout.html>

c. *Quadrant Layout*

Bentuk tampilan iklan yang gambarnya dibagi menjadi empat bagian dengan volume/ isi yang berbeda. Misalnya kotak pertama 45%, kedua 5%, ketiga 12%, dan keempat 38%. Layout ini akan digunakan untuk halaman buku yang memiliki teks panjang dan tidak dapat dipisahkan dalam halaman lain buku, sehingga memerlukan beberapa bagian foto yang berbeda ukuran.



Gambar 3.4 Sample *Quadrant Layout*

Sumber : [http://kkcdn-](http://kkcdn-static.kaskus.co.id/images/2499582_20120306081705.jpg)

[static.kaskus.co.id/images/2499582_20120306081705.jpg](http://kkcdn-static.kaskus.co.id/images/2499582_20120306081705.jpg)

3. *Headline*

Headline yang dipergunakan untuk buku referensi superhero Indonesia adalah “The Epic of Indonesian Superhero”. Pemilihan headline tersebut berdasarkan pertimbangan untuk menyampaikan bahwa superhero Indonesia memiliki sebuah cerita yang luar biasa jaya tentang kepahlawanan.

4. Bahasa

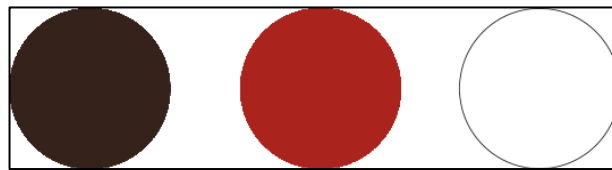
Bahasa yang digunakan dalam buku ini adalah bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia dipilih karena merupakan bahasa nasional bangsa Indonesia. Pemilihan bahasa Indonesia dapat dinikmati oleh masyarakat nasional. Dengan perancangan menggunakan bahasa Indonesia dapat memberikan kontribusi sebagai pengenalan bahasa Indonesia untuk wisatawan yang berkunjung ke kota Indonesia.

5. Warna

Warna adalah satu hal yang sangat penting dalam menentukan respon orang, karena warna adalah hal pertama yang dilihat oleh seseorang. Setiap warna memiliki kesan, makna dan psikologi yang berbeda-beda (Nugroho, 2008: 1). Pada visualisasi, akan dibentuk desain, elemen visual dan warna yang mengarah pada konsep epic, yaitu warna-warna yang kuat atau powerful. Warna powerful akan diambil dari skema warna yang ada di dalam buku Color Basic Panduan Dasar Warna untuk Desainer & Industri Grafika oleh Anne Dameria.

Warna coklat sebagai warna primer yang digunakan disini memiliki komposisi C56, M70, Y73, K71 yang menurut Dameria (2011), bermakna mencerminkan tradisi dan segala sesuatu yang berbau kebudayaan, rempah-rempah, ukiran kayu yang cantik, kain batik yang klasik dengan perhiasan emas dan keindahan latar bangunan tua adalah visualisasi dari warna ini. Sedangkan warna merah dengan komposisi C23, M98, Y100, K16 bermakna

kuat sekaligus hangat. Biasanya di gunakan untuk memberikan efek psikologi ‘panas’, ‘berani’, ‘kuat’, dan ‘agresif’ (Dameria, 2011) .Untuk memperlihatkan legibility font warna yang digunakan warna putih dengan komposisi C0, M0, Y0, K0.



Gambar 3.5 Warna yang dipergunakan dalam buku

Sumber : Hasil Olahan Peneliti

6. Tipografi

Font yang dipergunakan dalam perancangan buku referensi superhero Indonesia adalah jenis font “san serif”. Pemilihan jenis tersebut berdasarkan pertimbangan san serif memiliki ketebalan dan ketipisan yang menjadikan kontras pada setiap huruf. Kesan yang ditimbulkan adalah klasik, tegas, dan kuat. Keuntungan jenis font tersebut memiliki legibility dan readability serta fleksibel untuk semua media (Rustan, 2011: 22, 48).

Berdasarkan pertimbangan diatas, font san serif bisa di gunakan pada headline pada cover buku. Sedangkan untuk font san serif, dipilih sebagai font utama dalam buku, fungsinya sebagai readability, legibility dan menghindari pemakaian huruf serif dalam bodyteks. Hal ini penggunaan font serif terdapat kait-kait yang dapat memperumit bentuk huruf, sehingga perlu waktu lama ketika membaca apabila menggunakan font yang berukuran kecil.

Serta dalam penataan layout jenis san serif sering digunakan dalam bodyteks artikel atau paragraph dengan tujuan untuk dibaca dengan cermat dan tidak terburu-buru. Sebuah paragraf dengan aksara san serif memang lebih jelas, karena pembaca dituntut untuk berjuang lebih kuat dalam menangkap dalam merangkai aksara kesamping. Untuk itu dapat diasumsikan bahwa informasi yang didapat menuju ke otak akan tinggal dan memberkas lebih lama sehingga memperoleh rekaman yang baik (kusrianto, 2007:79).

Berikut alternatif font san serif yang digunakan dalam perancangan buku sebagai berikut *Times New Roman, Book Antiqua, Helvetica, Georgia, Century, Avenir, Levenin MT, Yanone Kaffeesatz, Agency FB, Almost Serious Accent, Berlin Sans FB Demi Bold, Heroic*. Pemilihan alternatif font berdasarkan umumnya font tersebut dipergunakan dalam buku. Sedangkan font yang dipilih untuk perancangan buku adalah font “Heroic” yang mewakili jenis font san serif.

Jenis font “Heroic” dipilih berdasarkan pengaplikasian nama headline terhadap font tersebut, font “Heroic” memiliki garis tegas yang cukup dari pada alternatif font yang lain, sehingga dengan menggunakan font tersebut dapat diaplikasikan dalam headline layout untuk cover buku pada ukuran yang sama, sehingga lebih mementingkan readability dan legibilitas yang tinggi ketika membaca.

3.8.3 Program kreatif

Perancangan ini berawal dari pembuatan layout dan *standart graphic manual*. Di dalamnya terdapat proses sketsa, alternated desain, hingga final desain. Ketiga proses desain tersebut sudah melalui proses pemilihan layout, tipografi, warna, gambar visual dan informasi mengenai superhero Indonesia gelombang 3. Kemudian proses pengaplikasian pada media yang sudah dipilih menjadi proses dari final desain.

3.9 Perencanaan Media

3.9.1 Tujuan Media

Tujuan dari penggunaan media adalah untuk mencapai sebuah efektivitas informasi kepada audience yang ditujukan. Dibutuhkan media pendukung untuk melakukan promosi buku referensi superhero Indonesia. Dengan media yang tentunya sesuai dengan identitas dari sebuah buku referensi superhero Indonesia, maka akan timbul sebuah kesatuan komunikasi dan visual.

3.9.2 Strategi Media

Media yang dipilih cenderung pada media yang dapat memuat informasi lebih mendalam dan detail tentang superhero Indonesia. Sehingga media utama yang akan dipilih adalah media buku. Sebagai pendukung dari media utama, akan menggunakan media leaflet yang akan mendukung promosi dari media buku.

3.9.3 Program Media

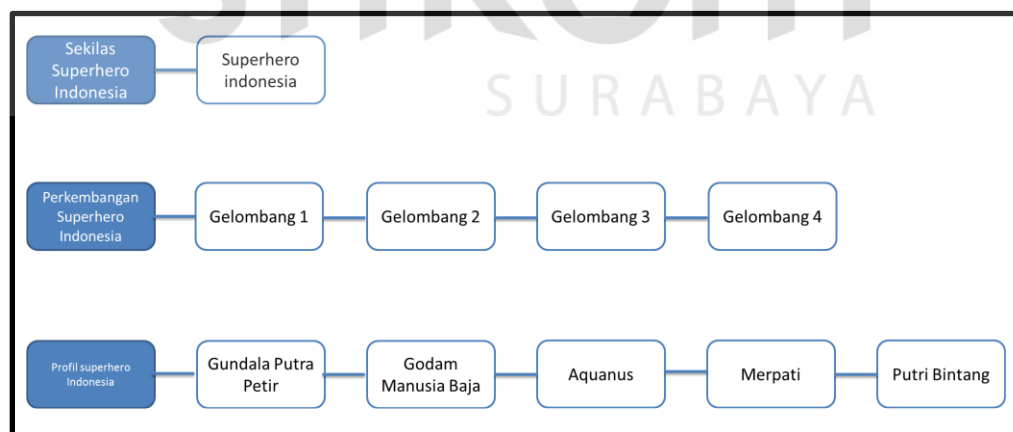
Perancangan media akan dimulai setelah proses pembuatan layout dasar yang sesuai dengan konsep perancangan.

Untuk media leaflet, akan dilakukan dalam periode dan tempat tertentu, terutama ketika terdapat event superhero yang biasa diadakan oleh komunitas pecinta superhero, serta event launching dari media utama yaitu buku.

3.10 Perancangan Karya

Berdasarkan strategi kreatif dan media yang telah dibentuk, maka dibuatlah beberapa sketsa dasar yang sesuai dengan konsep, yaitu epic.

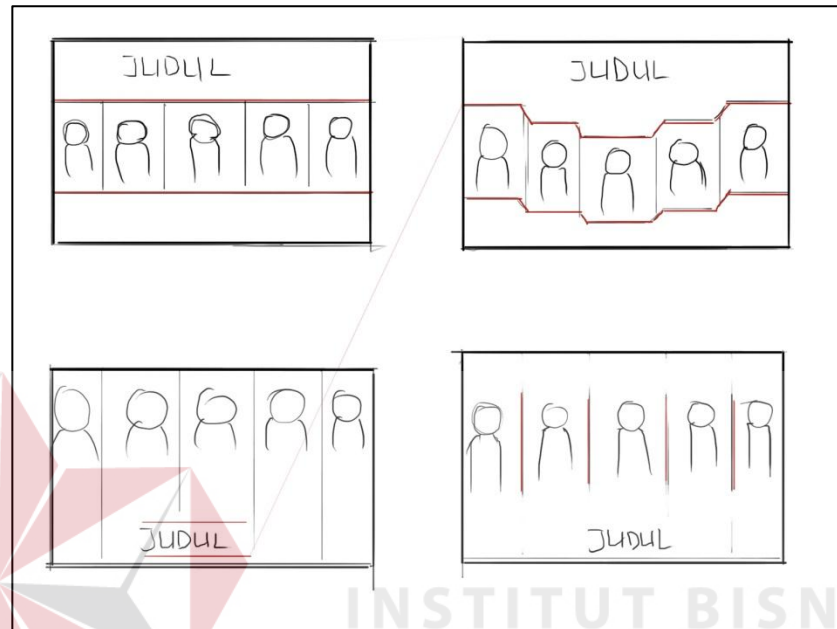
Untuk draft pertama adalah pada media buku. Ukuran buku yang dipilih adalah A4. Dalam buku sendiri memiliki rancangan struktur isi sebagai berikut:



Gambar 3.6 Struktur Isi Buku Referensi Superhero Indonesia
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

1. Cover depan

A. Sketsa Alternatif

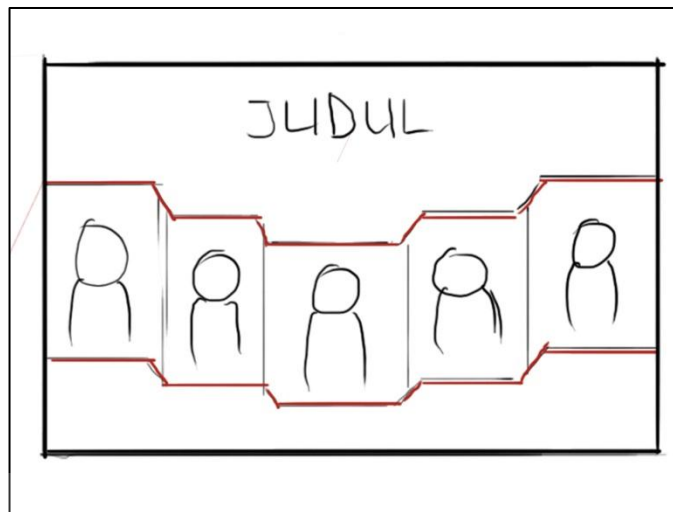


Gambar 3.7 Sketsa Alternatif Cover Depan

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada gambar 3.7 ditampilkan beberapa alternatif sketsa cover depan pada buku referensi superhero Indonesia. Alternatif yang ditampilkan berupa komposisi gambar, headline, dan nama penulis yang dipergunakan didalam cover buku superhero Indonesia.

B. Sketsa Terpilih



Gambar 3.8 Sketsa Cover Depan Terpilih
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada gambar 3.8 terdapat hasil sketsa yang terpilih yang sudah melalui proses konsultasi dengan dosen pembimbing. Berdasarkan pertimbangan dosen pembimbing maka dapat disimpulkan berdasarkan penggunaan layout picture windows yang menekankan pada gambar yang menjadi utama untuk cover depan buku tersebut serta menekankan pada headline.

2. Cover Belakang

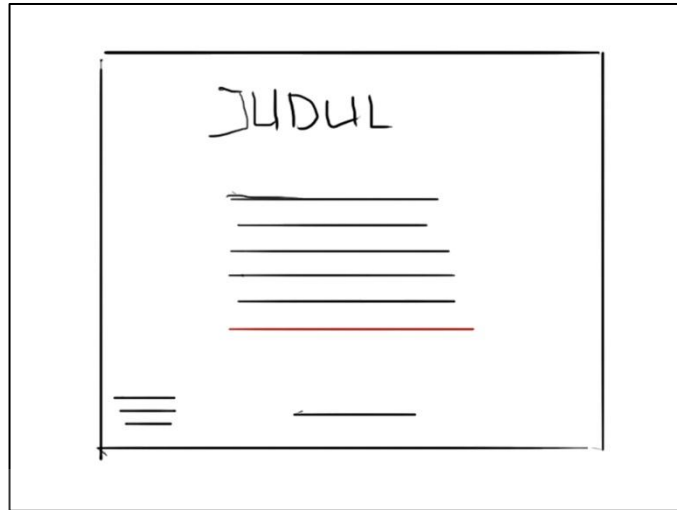
A. Sketsa Alternatif



Gambar 3.9 Sketsa Alternatif Cover Belakang
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada gambar 3.9 ditampilkan beberapa alternatif sketsa cover belakang pada buku referensi superhero Indonesia. Alternatif sketsa yang disajikan berupa komposisi body teks dan headline, penerbit, dan nama penulis yang dipergunakan dalam cover belakang buku referensi superhero Indonesia.

B. Sketsa Terpilih

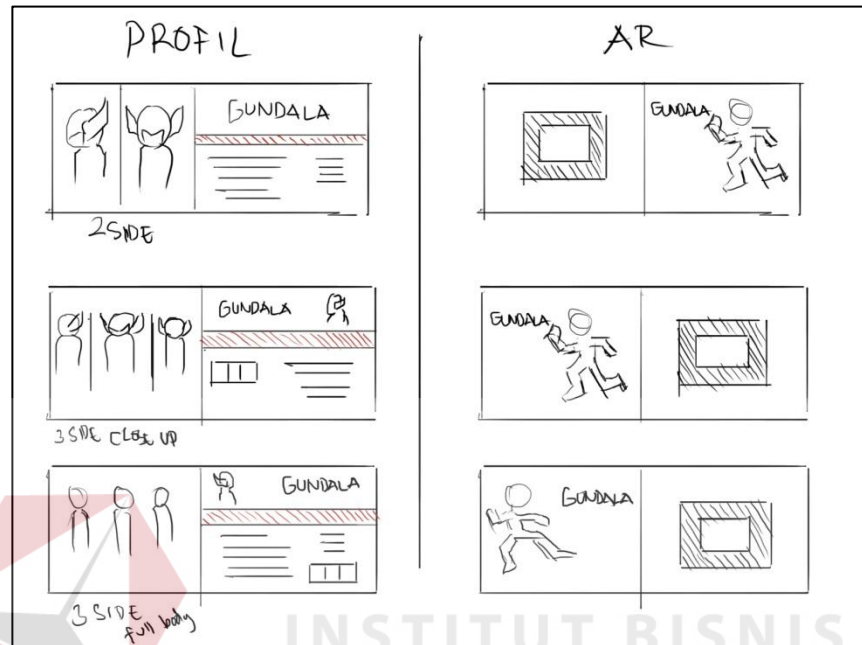


Gambar 3.10 Sketsa Cover Belakang Terpilih
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada gambar 3.10, terdapat hasil sketsa cover belakang yang sudah dipilih melalui proses bimbingan dan konsultasi. Berdasarkan pertimbangan bahwa buku pada umumnya yang berisi tentang singkatan buku, penerbit, nama penulis dan headline.

3. Halaman

A. Sketsa Alternatif



Gambar 3.11 Sketsa Alternatif Halaman
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada gambar 3.11 disajikan beberapa alternatif guna dapat memilih halaman akan dipergunakan dalam buku. Alternatif sketsa yang disajikan berupa komposisi layout yang terdapat gambar dan body teks yang digunakan pada masing-masing jenis layout pada buku referensi superhero Indonesia.

B. Sketsa Terpilih



Gambar 3.12 Sketsa Halaman Terpilih
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2013

Pada gambar 3.12 terdapat hasil sketsa yang terpilih. Sketsa yang terpilih melalui proses konsultasi dan bimbingan. Berdasarkan pertimbangan hasil konsultasi dan bimbingan, maka dapat disimpulkan layout tersebut akan digunakan dalam buku referensi superhero Indonesia.