

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual meliputi kata desain serta komunikasi visual. Desain adalah proses perancangan yang menggunakan keterampilan dan kreativitas menggunakan perasaan untuk menciptakan sebuah karya. Sementara itu, komunikasi visual ialah mekanisme penyampaian pesan dengan memakai indra penglihatan pada visualisasi. Sehingga, desain komunikasi visual dapat diidentifikasi sebagai proses perancangan yang menghasilkan seni visual yang komunikatif dalam menyampaikan pesan dengan menggunakan keterampilan maupun kreativitas. Unsur-unsur visualisasi tersebut terbagi atas gambar ataupun logo, tipografi, serta warna. Pesan didesain untuk menarik secara visual seperti simbol atau tanda dalam maknanya (Fitriah, 2018).

Desain komunikasi visual dapat disebut juga selaku seni penyampaian pesan (*arts of communication*) dengan memakai bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan lewat media semacam desain yang memiliki maksud untuk memberikan informasi, mempengaruhi hingga mengubah perilaku target audiens berdasarkan tujuan yang ingin diwujudkan (Fitriah, 2018).

2.2 Teori Komik

2.2.1 Definisi Komik

Komik bersumber dari kata “*comic*”, arti komik dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) secara umum dimaknakan selaku cerita bergambar (dalam majalah, surat kabar ataupun dalam bentuk buku) yang umumnya gampang dipahami serta lucu dan menghibur. Scott McCloud mengemukakan bahwasanya komik ialah gambar serta simbol yang disusun berdampingan, atau dari atas ke bawah pada urutan tertentu, untuk tujuan menyampaikan informasi serta estetika kepada pembaca. Dengan begitu komik menggunakan ruang pada media gambar yang disusun secara berurutan sehingga membentuk sebuah alur cerita yang menarik (McCloud, 2008:8).

Sepadan dengan pengertian komik tersebut, Daryanto (2011:127) berpendapat bahwa, komik diidentifikasi selaku suatu wujud kartun yang mewakili suatu karakter serta diterapkan ke dalam sebuah cerita yang kuat kaitannya dengan gambar serta didesain supaya menghibur pembaca. Komik mampu menyampaikan suatu ide, gagasan, dan cerita. Lewat ekspresi dan reaksi yang disampaikan oleh para tokoh dalam cerita komik, pembaca akan berimajinasi dengan impresi mereka.

Sehingga bisa diikatkan bahwasanya komik ialah cerita yang disajikan dalam wujud gambar-gambar yang disusun dalam panel-panel yang tidak bergerak dan dijelaskan dalam teks secara ringkas atau biasa disebut dengan gelembung ucapan. Komik ialah media yang unik serta dapat memikat perhatian semua usia, sehingga sangat disukai oleh anak-anak ataupun orang dewasa, karena komik memiliki keunggulan dalam penggunaan gambar yang menarik dengan berbagai warna dan tekstur, efek yang beragam, serta teks dalam bentuk kreatif sehingga dapat dengan mudah diserap dan dipahami.

2.2.2 Komik Berdasarkan Bentuk dan Jenisnya

Media komik mempunyai berbagai bentuk dan jenis yang berbeda-beda. Komik dapat dibedakan menjadi 2 kategori, yaitu komik bersambung umumnya dikenal buku komik dan *comic strip* atau biasa disebut *comic book*. Namun seiring berjalannya waktu, komik mulai berubah, dimulai dengan novel grafis, komik kompilasi, buku komik yang menggabungkan banyak cerita menjadi satu buku, serta *webcomics* (Bonneff, 1998:9).

1. Komik Strip (*Comic Strip*)

Komik strip ialah sebuah gambar atau rangkaian ilustrasi yang digabungkan jadi sebuah alur cerita pendek. Komik strip ini memiliki beberapa panel, biasanya terdapat pada majalah, surat kabar atau tabloid. Komik ini memiliki 2 jenis, yaitu komik strip bersambung dan komik strip kartun.

a. Komik Strip Bersambung

Komik strip bersambung ialah komik yang terdiri atas tiga ataupun empat panel yang pada umumnya diterbitkan di surat kabar (koran)

ataupun majalah dengan cerita bersambung pada tiap versinya. Komik strip bersambung dapat membuat para pembaca harus membeli versi selanjutnya agar mengetahui kelanjutan cerita tersebut, seperti The Amazing Spider-Man yang terdapat pada sebuah surat kabar.



Gambar 2.1 Komik Strip Bersambung “The Amazing Spider-Man”

(Sumber: Kompasiana.com)

b. Komik Strip Kartun

Komik strip kartun ialah komik yang terdiri atas tiga ataupun empat panel, yang biasanya mengangkat cerita terhadap fenomena yang sedang berlangsung di tengah masyarakat tetapi disuguhkan dengan pendekatan humor. Contoh komik strip kartun ini salah satunya yaitu Tahilalats.



Gambar 2.2 Komik Strip Kartun Tahilalats

(Sumber: Instagram Tahilalats)

2. Buku Komik (*Comic Book*)

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), buku ialah selembur kertas berjilid, yang berisi tulisan dan juga selembur kertas kosong. Komik ialah cerita yang ditampilkan dalam wujud buku dan bukan dalam media cetak lainnya. Aliran yang diceritakan juga berbagai macam, seperti cerita cinta, lucu, ilmiah, horor, petualangan, misteri, super hero, dan sebagainya.

3. Novel Grafis (*Graphic Novel*)

Novel grafis atau *graphic novel* merupakan istilah yang pertama kali dipopulerkan oleh Will Eisner dari Amerika Serikat. Istilah ini digunakan untuk karyanya yang berjudul *A Contract With God and Other Tenement Stories* yang diterbitkan pada tahun 1978. Novel grafis berbeda dengan komik pada umumnya karena pokok bahasan novel grafis ini lebih serius dengan cerita yang hampir mirip novel, biasanya novel ini dipusatkan untuk pembaca remaja maupun dewasa namun tidak untuk anak-anak. Salah satu contoh karya novel grafis yang diterbitkan oleh Lucy Knisley yaitu *French Milk*. Buku ini menggambarkan ikatan seorang ibu dan anak.



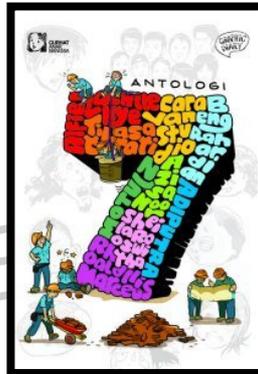
Gambar 2.3 Novel Grafis *French Milk*

(Sumber: Amazon.com)

4. Komik Kompilasi

Kumpulan dari berbagai judul dari komikus yang berbeda-beda yaitu komik kompilasi. Biasanya cerita yang terkandung pada komik ini tidak

ada kaitannya sama sekali, tetapi kadang penerbit memberi tema yang serupa meskipun dari segi ceritanya berbeda. Salah satu contoh komik kompilasi yaitu Antologi Tujuh.

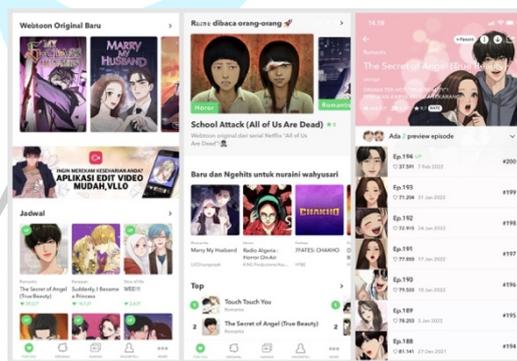


Gambar 2.4 Komik Kompilasi Antologi Tujuh

(Sumber: Goodreads.com)

5. Komik Online (*Web Comic*)

Dengan kemajuan teknologi sekarang, komik tiada hanya muncul sebagai media cetak, tetapi ada beberapa komik yang menggunakan media internet untuk memublikasikan. Karena, memanfaatkan internet, harga komik ini relatif lebih murah daripada komik media cetak serta jangkauannya tidak terbatas. *Web* yang mendukung untuk publikasi *online* diantaranya yaitu Ciayo, Kakao Page, Tapastic, Line Webtoon, dan sebagainya.



Gambar 2.5 Komik Online Webtoon

(Sumber: Line Webtoon)

Line Webtoon ialah *platform* komik digital dari Korea yang diterbitkan oleh perusahaan teknologi yakni Line Corporation dengan NAVER Corporation yang saat ini sedang banyak digunakan oleh masyarakat umum (Fatimah, 2018).

2.2.3 Elemen dalam Komik

1. Ilustrasi

Ilustrasi berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu sebuah gambar yang berupa foto, ataupun lukisan untuk menolong memperjelas isi suatu buku atau karangan. Menurut Putra dan Lakoro (2012:2), Ilustrasi dimaksudkan untuk menghiasi ataupun memperindah sebuah cerita, artikel, atau informasi tertulis lainnya. Adanya ilustrasi diharapkan dengan alat bantu visual, tulisan dapat mudah dipahami.

Menurut Soedarso (2014:566), Ilustrasi merupakan elemen penting yang digunakan dalam desain buku karena daya tarik atau keunikannya sendiri. Dengan ilustrasi ini, pembaca dapat berekspresi, berimajinasi, sehingga diharapkan pembaca tidak terlalu banyak membaca buku dengan teks, seperti buku dengan tema sejarah. Istilah ilustrasi dapat dilihat dalam penggunaan bahasa Inggris yang berarti *illustration*, yang berarti menggambar, memotret, atau melukis. Ilustrasi dalam perkembangan ke depan tidak hanya digunakan sebagai wahana cerita, tetapi juga berguna untuk menghiasi celah-celah, seperti yang ada pada majalah, surat kabar, serta tabloid.

1) Jenis-Jenis Ilustrasi

Menurut Soedarso (2014:566), ilustrasi mempunyai beberapa macam jenis, yaitu:

a. Ilustrasi Naturalis

Ilustrasi naturalis ialah gambar dengan bentuk serta warna yang menyerupai kenyataan atau realis yang ada di alam tanpa dikurangi ataupun ditambah.



Gambar 2.6 Contoh Ilustrasi Naturalis

(Sumber: wikiwand.com)

b. Ilustrasi Dekoratif

Ilustrasi dekoratif ialah gambar yang digunakan untuk menghias sesuatu dengan wujud yang sederhana ataupun berlebihan.



Gambar 2.7 Contoh Ilustrasi Dekoratif

(Sumber: unipost.com)

c. Ilustrasi Kartun

Ilustrasi kartun ialah gambar berbentuk lucu dengan ciri-ciri tertentu. Umumnya gambar ilustrasi kartun banyak dipakai untuk menghiasi majalah anak-anak, cerita bergambar, serta komik.



Gambar 2.8 Contoh Ilustrasi Kartun

(Sumber: duniapendidikan.co.id)

d. Ilustrasi Karikatur

Ilustrasi karikatur ialah gambar kritis ataupun parodi yang menyimpang dari proporsi tubuh dalam penggambarannya. Ilustrasi ini sering ditemukan di majalah ataupun surat kabar.



Gambar 2.9 Contoh Ilustrasi Karikatur

(Sumber: thegorbalsla.com)

e. Ilustrasi Khayalan

Ilustrasi ialah gambar yang merupakan hasil pengolahan imajinatif kreativitas. Ilustrasi ini biasa ditemukan dalam ilustrasi cerita, buku komik, dan novel.



Gambar 2.10 Contoh Ilustrasi Khayalan

(Sumber: gamelab.id)

2. Panel Komik

Menurut Will Eisner (2008:38), panel merupakan sebuah alat dalam komik untuk mengendalikan alur cerita. Sebuah panel merupakan *frame* yang berfungsi untuk menggerakkan sebuah gambar seperti film atau seni sekuensial. Seni sekuensial yaitu sebuah seni yang menggunakan gambar dengan urutan yang sudah diatur dengan tujuan untuk menceritakan ataupun memberikan informasi. Menurut McClouds dalam bukunya *Making Comics* (2006:15), terdapat lima dalam penyusunan panel, yaitu:

a. *Moment to Moment*

Menampilkan transisi dari satu kegiatan dalam satu waktu.



Gambar 2.11 Contoh *Moment to Moment*

(Sumber: Understanding Comics on WordPress.com)

b. *Action to Action*

Menampilkan subyek seperti orang, benda, atau obyek dalam urutan aksi.



Gambar 2.12 Contoh *Action to Action*

(Sumber: Understanding Comics on WordPress.com)

c. *Subject to Subject*

Menampilkan sebuah rangkaian perubahan subyek tiap panel yang masih dalam satu adegan yang mengarahkan sudut pandang perhatian pembaca.



Gambar 2.13 Contoh *Subject to Subject*

(Sumber: Understanding Comics on WordPress.com)

d. Scene to Scene

Menampilkan sebuah transisi yang membawa pembaca melewati jarak, waktu, serta ruang yang berbeda.



Gambar 2.14 Contoh Scene to Scene

(Sumber: Understanding Comics on WordPress.com)

e. Aspect to Aspect

Menampilkan transisi dari satu aspek ke aspek lain, suasana hati, pikiran ke aspek lainnya. Pembaca diminta untuk menelusuri berbagai aspek tempat, suasana cerita.



Gambar 2.15 Contoh Aspect to Aspect

(Sumber: Understanding Comics on WordPress.com)

f. Non Sequitur

Menampilkan susunan yang tidak logis atau tidak berkaitan satu sama lainnya.



Gambar 2.16 Contoh Non Sequitur

(Sumber: Understanding Comics on WordPress.com)

3. Sudut Pandang dan Ukuran Gambar dalam Panel

Komik mempunyai beberapa sudut pandang dan ukuran gambar di dalamnya. Maharsi dalam bukunya (2011:77-87) mengatakan terdapat lima sudut pandang serta lima ukuran gambar pada komik, yaitu:

a. Sudut Pandang

Komik disebut gambar visual seperti gambar hidup, yang dikonfirmasi sebab urutan visual dibuat menggunakan model yang digunakan dalam pembuatan film. Artinya logika pergerakan kamera yang terdapat dalam film dapat digunakan dalam visualisasi komik. Kekayaan proses ini dapat diciptakan secara dramatis dalam sebuah *manga* jika sudut pandang dipilih berdasarkan adegan yang muncul.

1) *Bird Eye View*

Bird eye view ialah pengambilan gambar dalam posisi jauh di atas ketinggian suatu obyek gambar, sehingga lingkungan sekitar tertangkap dalam gambar.



Gambar 2.17 Contoh *Bird Eye View*

(Sumber: Comic Book Glossary on WordPress.com)

2) *High Angle*

High angle ialah pengambilan gambar yang masih berada pada posisi atas atau lebih tinggi dari obyek.



Gambar 2.18 Contoh *High Angle*

(Sumber: Pixivision.com)

3) *Low Angle*

Low angle ialah pengambilan gambar pada posisi lebih rendah dari obyek yang berada di bawah sudut pandang mata.



Gambar 2.19 Contoh *Low Angle*

(Sumber: Webtoon True Beauty)

4) *Eye Level*

Eye level ialah pengambilan gambar dalam posisi searas dalam obyek. Semacam penglihatan mata seseorang yang mempunyai ketinggian yang serupa dengan obyek.



Gambar 2.20 Contoh *Eye Level*

(Sumber: Webtoon True Beauty)

5) *Frog Eye*

Frog eye ialah pengambilan gambar dengan sudut pandang mata sejajar dengan dasar yang sangat rendah dari obyek. Sesuai dengan namanya, teknik pengambilan gambar ini tampak dilakukan dari sudut pandang katak. Contoh *frog eye view* terdapat dalam komik Naruto.



Gambar 2.21 Contoh Frog Eye

(Sumber: Indiria Maharsi, Dunia Kreatif Tanpa Batas)

b. Ukuran Gambar dalam Panel

Ukuran gambar dalam panel ataupun *frame size* diatur sesuai keperluan adegan yang ingin disajikan, hal tersebut sebab tiap gambar yang dibuat mempunyai arti tertentu. Ukuran gambar yang terdapat dalam panel, yaitu:

1) *Close Up*

Secara umum, *close up* dinyatakan selaku pengambilan gambar dari kepala hingga bahu.



Gambar 2.22 Contoh Close Up

(Sumber: Marvel.com)

2) *Extreme Close Up*

Extreme Close Up biasanya hanya memperlihatkan sebagian dari obyek gambar. Gambar yang ditampilkan dalam komik hampir memenuhi panel sehingga gambar tersebut semacam terpotong. Pada umumnya *extreme close up* ini sering digunakan untuk memperlihatkan ekspresi.



Gambar 2.23 Contoh Extreme Close Up

(Sumber: Comic Book Glossary on WordPress.com)

3) *Medium Shot*

Medium shot merupakan pengambilan gambar dari kepala sampai sedikit di bawah pinggang. Dengan ini, panel sanggup mengilustrasikan banyak bagian pada cerita sehingga *background* dapat terlihat lebih akurat.



Gambar 2.24 Contoh Medium Shot

(Sumber: Comicbookgraphicdesign.com)

4) *Long Shot*

Long shot ialah pengambilan gambar dengan memperlihatkan semua area yang ada di dalam tempat kejadian. *Long shot* dipakai pada menerangkan pada para pembaca agar mengetahui siapa yang terlibat serta di mana mereka berada.



Gambar 2.25 Contoh Long Shot

(Sumber: Comicbookgraphicdesign.com)

5) *Extreme Long Shot*

Extreme long shot ialah pengambilan gambar dengan wilayah yang lebih luas dari jarak yang jauh.



Gambar 2.26 *Extreme Long Shot*

(Sumber: Comicbookgraphicdesign.com)

4. Balon Kata atau Dialog

Menurut Will Esiner (2008:26), balon kata adalah sebuah alat untuk memunculkan suara dalam sebuah elemen dalam komik. Penyampaian pesan dalam balon kata atau tulisan, biasanya terdapat variasi bentuk, seperti balon ucapan, balon pikiran, serta *caption*.

5. Bunyi Huruf (*Sound Lettering*)

Menurut Maharsi (2011:91), bunyi huruf ini dipergunakan untuk mendramatisir sebuah adegan. Dari segi bentuk dapat beraneka ragam, biasanya komikus mempunyai gaya sendiri untuk membuatnya. *Sound lettering* ini termasuk sebuah ekspresi dari ucapan yang dikeluarkan oleh obyek.



Gambar 2.27 Contoh Tipe *Sound Lettering*

(Sumber: Indiria Maharsi, Dunia Kreatif Tanpa Batas)

2.3 Karakter

Berdasarkan Bryan Tillman (2011), dalam bukunya “Creative Character Design”, cerita adalah salah satu bagian untuk menghasilkan desain karakter yang baik. Walaupun cerita bukan hal yang utama pada desain karakter, namun cerita bakal membantu untuk mencari tahu serta membangun suatu karakter lewat sifat karakter tersebut di dalam cerita. Sehingga kita bakal mendapatkan ilustrasi yang kuat untuk desain karakter yang akan dibuat.

McCloud (2011) menambahkan bahwa dalam pembentukan elemen, memiliki 4 karakter, yaitu:

1. Ekspresi

Ekspresi digunakan untuk menggambarkan enam emosi dasar yang manusia miliki, yaitu bahagia, sedih, marah, takut, terkejut, dan terganggu. Ekspresi tersebut harus bisa digambarkan, sehingga pembaca dapat mengerti pesan yang disampaikan dari ekspresi tersebut walaupun tidak adanya kata-kata atau kalimat yang menyertai.

2. Bahasa Tubuh

Bahasa tubuh dipergunakan untuk memperkuat penyampaian ekspresi yang disampaikan melalui muka. Ekspresi dari bahasa tubuh memiliki hubungan timbal balik dan saling memperkuat. Sebagian besar dari bahasa tubuh dipakai untuk menyampaikan kepribadian, perasaan, dan kedudukan.

3. Sifat

Sifat suatu karakter tercipta secara alami dari interaksi dengan karakter lain. Semua yang dialami dalam hidup karakter, lingkungan, dan kejadian akan membentuk sifat secara alami.

4. Penampilan

Penampilan biasanya disampaikan melalui desain pakaian, bentuk tubuh, ukuran, kebiasaan bahasa tubuh, ekspresi muka, pola dalam bicara, dan pose. Elemen ini diharapkan dapat membantu pembaca untuk bisa membedakan visual antar karakter dengan mengingat perbedaan penampilannya.

2.4 Teori Warna

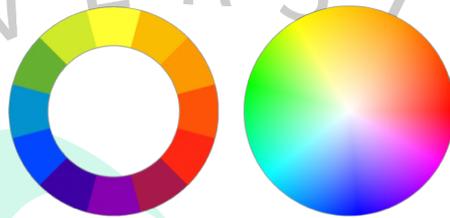
Secara umum, persepsi orang tentang warna berbeda-beda, tetapi terdapat beberapa jenis warna tertentu yang mempunyai makna universal ataupun serupa bagi banyak orang. Kelompok merah disebut warna hangat, yang mencakupi merah, khususnya oranye serta kuning. Kelompok warna tersebut membangkitkan bermacam emosi, dari perasaan hangat serta nyaman sampai perasaan marah serta benci. Kelompok warna biru yang dikenal selaku warna dingin mencakupi warna biru, khususnya ungu serta hijau. Warna-warna tersebut terkadang digambarkan selaku ketenangan, tetapi juga bisa menandakan perasaan sedih ataupun ditinggalkan. Warna-warna ini dianggap memiliki efek pada orang. Berdasarkan psikologi warna, warna tertentu dapat mempengaruhi emosi, suasana hati, dan perilaku seseorang (Rahmawati, 2020).

Tabel 2.1 Psikologi Warna

Warna		Arti dari Psikologi Warna
Hitam	●	Keberanian, kekuatan, kemisteriusan, atau rasa tidak bahagia.
Putih	○	Kesucian, kedamaian, kekosongan, dan kepolosan.
Merah	●	Kemarahan, bahaya, kegairahan, kekuatan, dan cinta.
Biru	●	Ketenangan, kesedihan, kedamaian, dan kestabilan.
Hijau	●	Alam, keamanan, kesuburan, keberuntungan, dan kecemburuan.
Kuning	●	Kehangatan, kecerahan, perhatian, energi, ceria, dan kehangatan.
Ungu	●	Kebijaksanaan, kekayaan, imajinasi, dan misterius.
Cokelat	●	Kekuatan, alam, dan keamanan.
Jingga	●	Kebahagiaan, antusiasme, energi, dan fokus.

Merah Muda		Keromantisan, kebaikan, ketenangan, dan feminin.
------------	---	--

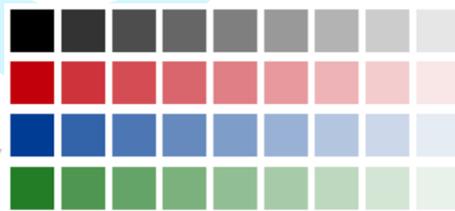
Menurut Ahmad Yahya Kahfi dalam bukunya Teori Warna (2021:7) mengatakan bahwa, tiap warna memiliki tiga sifat yang dikenal sebagai dimensi ataupun ruang, yaitu *hue* yang biasanya dipergunakan untuk mengindikasikan keluarga warna ataupun nama warna. Keluarga warna terdiri atas warna panas misalnya merah, jingga, serta kuning. Warna dingin seperti biru, hijau, serta ungu.



Gambar 2.28 Contoh Hue

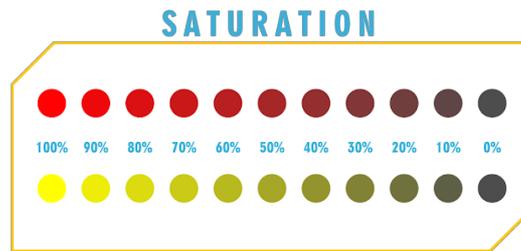
(Sumber: pngdownload.id)

Value merupakan dimensi kedua yaitu derajat “gelapnya ataupun terangnya” suatu warna. Nilai tersebut bakal membedakan dari segi kualitas tingkatan kecerahan warna, contohnya kita dapat membedakan warna merah murni ataupun asli dengan warna merah gelap ataupun dengan warna merah terang.



Gambar 2.29 Contoh Value

Intensitas (*Saturation*) merupakan kuat ataupun lemahnya suatu warna, mengenai kecerahan serta kekusaman. Warna cerah termasuk warna yang keras, sedangkan warna kusam termasuk warna yang terang ataupun warna dingin.



Gambar 2.30 Contoh Saturation

(Sumber: Kiedayat.com)

2.5 Teori Tipografi

Berdasarkan Kristin Cullen dalam bukunya *Design Elements Typography Fundamentals* (2012:12), mengatakan bahwasanya tipografi ialah suatu prosedur kerja yang sanggup mengungkapkan bentuk dalam bahasa. Dengan jenis huruf yang tepat, sebuah kata jadi hidup serta memiliki kekuatan.

Anggraini dan Kirana Nathalia (2014), mengatakan huruf dapat diklasifikasikan dari latar belakang dan perkembangannya berdasarkan peristiwa penting dalam penciptaan bentuk huruf tersebut, seperti:

1. Serif

Jenis huruf Serif ini memiliki ciri khas berbentuk lancip pada setiap ujung huruf. Tebal serta tipis pada jenis Serif ini sangat terlihat kontras.

Gambar 2.31 Contoh Huruf Serif

(Sumber: awwwards.com)

2. Sans Serif

Jenis huruf ini memiliki ciri khas pada ketebalan yang konsisten di setiap bentuknya, serta tidak mempunyai lancip atau kait seperti jenis huruf Serif. Sans Serif ini melambangkan kesederhanaan, jelas, dan modern.

Josefin Sans

Gambar 2.32 Contoh Huruf Sans Serif

(Sumber: fontsqiirrel.com)

3. Dekoratif

Perkembangan bentuk huruf dari yang telah ada, lalu ditambahkan dengan ornamen, hiasan ataupun garis dekoratif. Huruf dekoratif biasanya digunakan untuk judul utama.



Gambar 2.33 Contoh Huruf Dekoratif

(Sumber: unblast.com)

2.6 Teori Kampanye Sosial

Pada prinsipnya kampanye adalah suatu mekanisme aktivitas komunikasi seseorang ataupun kelompok yang dilaksanakan secara melembaga serta dimaksudkan untuk menghasilkan efek ataupun akibat tertentu. World Wide Fund for Nature (WWF), mendefinisikan kampanye sebagai instrumen untuk menyebarkan informasi serta meningkatkan kesadaran, yang bertujuan supaya menaikkan kepedulian serta transformasi perilaku dari target sasaran.

Menurut Roger dan Storey (1987), kampanye selaku serangkaian perbuatan komunikasi yang terancang dengan maksud supaya menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilaksanakan secara berkesinambungan pada rentang waktu tertentu (Venus, 2004:7). Kampanye ialah wujud aksi komunikasi yang melingkupi keseluruhan mekanisme serta kejadian praktik kampanye yang berlangsung di lapangan. Menurut Ramlan (2006:19), mengidentifikasi kampanye sosial selaku proses mengkomunikasikan pesan yang mengandung isu-isu sosial dan juga non-komersial. Maksud keseluruhan dari kampanye sosial ini ialah supaya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang fenomena sosial saat ini.

2.7 AISAS

Berdasarkan Sugiyama dan Andree (2011:79), AISAS ialah model yang didesain supaya menjangkau target audiens secara efisien dengan melihat transformasi perilaku yang terjadi, terutama dalam kaitannya dengan konteks kemajuan teknologi internet. Model AISAS singkatan dari *Attention* (perhatian), *Interest* (ketertarikan), *Search* (mencari), *Action* (tindakan) serta *Share* (berbagi). Dalam Jurnal Chen Ya Li dan Huang Tao Zhe (2012), mengatakan bahwasanya AISAS termasuk model baru pengembangan dari AIDMA (*Attention, Interest, Demand, Memory, Action*). Penjelasan model AISAS sebagai berikut:

1. ***Attention***

Attention merupakan upaya promosi untuk menarik perhatian khalayak sasaran.

2. ***Interest***

Tahap *interest* ini membuat calon pelanggan tertarik dengan produk ataupun pesan yang dibangun. Ketertarikan ini bermula dari aspek ataupun perihal yang sesuai dengan minat khalayak sasaran. Di sisi lain, ketertarikan dapat terjadi jika khalayak sasaran merasakan kecocokan yang baik antara minat mereka dan informasi yang ditampilkan pada halaman *online* yang ditargetkan.

3. ***Search***

Tahap ini merupakan kebebasan baru untuk masyarakat dengan adanya laman pencari informasi seperti Google atau media sosial lainnya sebelum mengambil keputusan.

4. ***Action***

Tahap ini adalah tahapan di mana yang dilakukan dengan aksi khalayak sasaran, disinilah terdapat interaksi antara khalayak sasaran dengan produk, layanan, ataupun pesan sosial tercipta.

5. ***Share***

Ini merupakan tahapan di mana pengalaman yang diterima oleh khalayak sasaran atas interaksi mereka dan dibagikan kepada pihak lain melalui *online forum*, media sosial, pesan, dan sebagainya.

2.8 Cyberbullying

Cyberbullying ialah perilaku yang mirip dengan *bullying* pada umumnya, termasuk mengancam ataupun mengganggu individu lain, tetapi dengan perbedaan bahwasanya *cyberbullying* terjadi lewat internet ataupun dunia maya. Meskipun tiada berlangsung (*face-to-face*), *cyberbullying* juga dapat memakan korban. Seseorang menerima hujatan meskipun lewat dunia maya tetapi dapat mempengaruhi keadaan psikologis orang tersebut (Natalia, 2016). Pelaku *cyberbullying* dibatasi hanya sampai usia anak-anak hingga remaja, jika pelaku di atas usia remaja maka digolongkan sebagai *cybercrime*. *Cyberbullying* dapat diartikan segala wujud kekerasan yang dialami anak maupun remaja serta dilaksanakan kawan sepejabat lewat internet atau *cyber* (Piotrowski, 2012).

Menurut Chadwick (2014:4), Adapun aspek-aspek perilaku *cyberbullying* yang perlu diketahui, yaitu:

a. Pelecehan atau Gangguan (*Harassment*)

Tindakan mengirim pesan yang mengganggu melalui email, komentar, SMS, atau media sosial lainnya dengan cara yang menyinggung, menghina, atau berkata kasar. Bahkan ada juga yang dilaksanakan secara kontinu.

b. Fitnah atau Pencemaran Nama Baik (*Denigration*)

Perilaku mengumbar keburukan orang lain di Internet dengan tujuan merusak reputasi seseorang ataupun memberikan informasi palsu, seperti mengirimkan gambar yang telah diubah sebelumnya untuk diolok-olok oleh korban dan dinilai rendah oleh orang lain.

c. Terbakar (*Flaming*)

Flaming atau biasa disebut perkelahian secara *online* dengan menggunakan pesan elektronik di dalam ruang obrolan yang berisi kalimat yang penuh emosi dan bersifat frontal, mengirimkan gambar, yang bertujuan supaya menghina orang yang dituju.

d. Meniru (*Impersonation*)

Kelakuan membobol akun email atau sosial media seseorang untuk mengirimkan sesuatu ataupun mem-*posting* hal-hal yang tiada baik.

e. Menyamar (*Masquerading*)

Aksi berpura-pura jadi orang lain dengan menggunakan email palsu untuk menunjukkan seolah-olah sebagai ancaman.

f. Nama Samaran (*Pseudonyms*)

Perilaku memakai nama samaran ataupun nama panggilan *online* supaya merahasiakan identitas mereka. Perihal tersebut mungkin bakal jadi bahaya serta bermaksud untuk mengancam atau bahkan menghina.

g. *Outing and Trickery*

Outing ialah tindakan dengan sengaja menyebarkan rahasia ataupun foto pribadi orang lain, sementara *trickery* ialah tindakan membujuk orang lain dengan tipu daya supaya memperoleh rahasia ataupun foto individu lain.

h. *Cyber Stalking*

Perilaku berulang kali mengirim pesan yang mencakup juga ancaman bahaya atau pesan mengintimidasi dengan menggunakan komunikasi elektronik. Umumnya, pesan tersebut dikirim lewat komunikasi pribadi semacam email dan pesan teks (WhatsApp, SMS, dan lainnya).

2.9 Remaja

Menurut *World Health organization* (WHO), remaja ialah penduduk pada kurun usia 10-19 tahun, berdasarkan peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014, remaja ialah penduduk pada rentang usia 10-18 tahun, serta menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) rentang usia remaja ialah 10-24 tahun serta belum menikah. Jumlah kelompok umur 10-19 tahun di Indonesia berlandaskan Sensus Penduduk 2010, sejumlah 43,5 juta ataupun kisaran 18% dari total penduduk. Di dunia ditaksir kelompok remaja sejumlah 1,2 milyar ataupun 18% dari total penduduk dunia (WHO, 2014).

Masa remaja ialah fase di mana terjadinya pertumbuhan yang pesat baik secara fisik, psikis, ataupun intelektual. Remaja memiliki sifat keingintahuan yang besar, menyukai petualangan baru, serta tantangan yang condong berani untuk menanggung risiko atas perbuatan yang telah dibuat tanpa memikirkan dengan matang untuk ke depannya (Kemenkes RI, 2015)

Remaja berdasarkan Hurlock (2003), dibagi atas tiga klasifikasi usia tahapan perkembangan, yakni:

a. **Remaja Awal (*Early Adolescence*)**

Remaja antara umur 12-15 tahun, usia ini termasuk fase negatif, sebab pada masa ini remaja memiliki perilaku atau sifat negatif yang belum tampak pada masa anak-anak, seseorang yang masih merasa labil, takut, cemas, serta khawatir.

b. **Remaja Pertengahan (*Middle Adolescence*)**

Remaja dengan rentang umur 15-18 tahun, yang merupakan individu mengharapkan sesuatu serta mencari-cari sesuatu, merasa sepi, serta merasa tiada bisa dimengerti oleh orang lain.

c. **Remaja Akhir (*Late Adolescence*)**

Remaja dengan kisaran umur 18-21 tahun, yang merupakan seseorang mulai stabil yang mulai mengerti arah hidup untuk ke depannya serta menyadari tujuan hidupnya.

2.10 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu rujukan pada melaksanakan observasi sehingga bisa memperbanyak teori yang dipakai pada meneliti observasi yang telah dilaksanakan. Penelitian terdahulu yang sudah dibuat oleh seorang mahasiswa Universitas Dinamika yang bernama Bayu Aji Samudra pada tahun 2021 dengan judul “Perancangan Buku Komik Penanganan *Anxiety Disorder* Sebagai Media Kampanye Sosial Tentang Kesehatan Mental”, dengan target sasaran 15-29 tahun.

Penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ada perbedaan pada persoalan serta tujuan akhir perancangan, bahwasanya kalau di dalam penelitian Bayu Aji Samudra, kurangnya pengetahuan dan kepedulian masyarakat terhadap *anxiety disorder*. Dengan tujuan perancangannya yaitu untuk menghasilkan buku komik penanganan *anxiety disorder* selaku media kampanye mengenai kesehatan mental untuk meningkatkan pengetahuan dan kepedulian masyarakat terhadap *anxiety disorder* tersebut. Penelitian saat ini adalah “Perancangan Ilustrasi Webtoon sebagai Media Kampanye Sosial *Cyberbullying* untuk Remaja”. Tujuan

perancangan ini untuk meningkatkan *awareness* pada masyarakat khususnya remaja tentang *cyberbullying* yang masih dianggap sesuatu yang sepele atau biasa dilakukan dan dalam beretika atau tutur kata yang baik di dunia maya. Persamaan dalam perancangan observasi ini adalah sama-sama memakai media komik serta kampanye sosial.

Metode yang dipakai pada observasi sebelumnya memakai metode kualitatif yang didapat secara langsung antara peneliti dan responden, dengan menggunakan sumber data yakni wawancara, observasi, dokumentasi, serta *focus group discussion*. Perancangan komik Bayu Aji Samudra tentang berbagai macam jenis *anxiety disorder* dan cara menghadapinya sebagai bacaan yang mengedukasi. Cerita dalam komik Bayu Aji Samudra menunjukkan bagaimana seorang penderita *anxiety* melihat dunia dari sudut pandang sang penderita itu sendiri. Adapun hasil perancangan proyek Tugas Akhir yang dilakukan oleh Bayu Aji Samudra berupa sampul komik penanganan *anxiety disorder*.



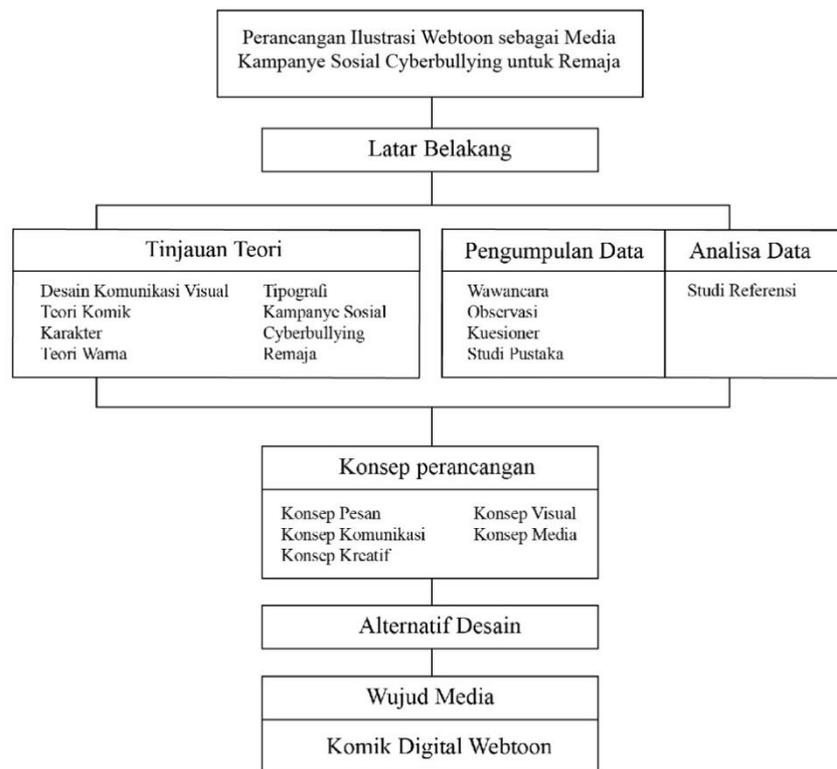
Gambar 2.34 Komik *Anxiety Disorder* oleh Bayu Aji

(Sumber: repository.dinamika.ac.id)

Pada perancangan di gambar 2.34 merupakan visualisasi *cover* komik yang telah dibuat oleh Bayu Aji Samudra dengan judul komik “How I See The World”. Pada desainnya di mana karakter utama sedang berlari dalam kegelapan *anxiety* tersebut.

2.11 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2014), kerangka pemikiran merupakan suatu bentuk strategi konseptual yang menghubungkan teori dengan berbagai elemen masalah yang dianggap penting untuk dipecahkan, sehingga dalam hal ini lebih banyak berhubungan dengan tujuan penelitian.



Gambar 2.35 Kerangka Pemikiran

2.12 Sintesis

Perancangan sebuah desain harus memerhatikan beberapa aspek, di antaranya yaitu tipografi, *layout*, dan warna. Dalam penyusunan sebuah komik, yang harus diperhatikan adalah penyusunan plot cerita, desain karakter, penyusunan panel yang akan digunakan, sehingga dapat menyampaikan informasi mengenai tutur kata atau etika dalam penggunaan media sosial untuk mencegah tindakan *cyberbullying*.