
PERANCANGAN KOMIK KARAKTER DOSEN DKV ISI PADANGPANJANG SEBAGAI MEDIA INFORMASI UNTUK MAHASISWA

Randi Andriawan*, **Aryoni Ananta****, **Olyyanda Ariesta*****

*Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni
Indonesia Padangpanjang

** Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni
Indonesia Padangpanjang

*** Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni
Indonesia Padangpanjang

e-mail: andriawanrandi98@gmail.com

KATA KUNCI

*Komik, DKV ISI
Padangpanjang,
dosen, Cartoon Style*

ABSTRAK

Institut Seni Indonesia Padangpanjang adalah perguruan tinggi negeri dengan konsentrasi pada bidang seni dan keterampilan yang dibagi menjadi dua fakultas, yaitu Fakultas Seni Pertunjukan dan Fakultas Seni Rupa dan Desain. Desain Komunikasi Visual adalah salah satu prodi di ISI Padangpanjang yang cukup populer dan menerima banyak mahasiswa baru setiap tahunnya. Namun kebanyakan mahasiswa baru belum mengenal dosen-dosennya. maka dari itu dibuatlah sebuah media informasi berupa komik yang berisi pengenalan dosen-dosen DKV ISI Padangpanjang.

Dalam perancangan komik, pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan dosen-dosen DKV ISI Padangpanjang. Perancangan komik menggunakan metode analisis data AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) untuk menentukan konsep perancangan. Hasil karya sendiri berbentuk buku komik yang berisi informasi dosen-dosen DKV ISI Padangpanjang. Komik dibuat dengan format digital agar mudah dibagikan kepada mahasiswa baru. Selain itu juga terdapat media-media pendukung seperti x-banner, poster, sosial media, dan merchandise seperti gantungan kunci dan baju kaos.

KEYWORD

*Comic, DKV ISI
Padangpanjang,
lecturers, cartoon
style*

ABSTRACT

Institut Seni Indonesia Padangpanjang a state university with a concentration in the arts and skills which is divided into two faculties, namely the Faculty of Performing Arts and the Faculty of Fine Arts and Design. Visual Communication Design is one of the study programs at ISI Padang Panjang which is quite popular and accepts many new students every year. But most of the new students don't know the lecturers. therefore an information media in the form of a comic was made which contained an introduction to DKV ISI Padangpanjang lecturers.

In designing comics, data collection was carried out through observation and interviews with DKV ISI Padangpanjang lecturers. Comic design uses the AIDA data analysis method (Attention, Interest, Desire, Action) to determine the design concept. The work itself is in the form of a comic book which contains information on DKV ISI Padangpanjang lecturers. Comics are made in digital format so that they can be easily distributed to new students. Apart from that, there are also supporting media such as x-banners, posters, social media, and merchandise such as key chains and t-shirts.

PENDAHULUAN

Dosen adalah tenaga pendidik profesional bertugas mengajar dan membimbing mahasiswa sesuai dengan bidang kompetensi dan keahliannya. Dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen, menyebutkan bahwa dosen adalah pendidik profesional yang bekerja di satuan pendidikan tinggi tertentu. Dosen kerap disebut sebagai Ilmuwan karena kapasitas ilmu yang ia miliki. Tugas utama seorang dosen adalah mengembangkan dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, juga seni melalui Tri Dharma Pendidikan Tinggi.

Institut Seni Indonesia Padang Panjang adalah perguruan tinggi negeri yang terletak di kota Padang Panjang, Sumatera Barat. ISI Padang Panjang merupakan kampus dengan konsentrasi pada bidang seni dan keterampilan yang dibagi menjadi 2 Fakultas, yaitu Fakultas Seni Pertunjukan dan Fakultas Seni Rupa dan Desain. Fakultas Seni Rupa dan Desain memiliki Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) yang awalnya DKV merupakan mata

kuliah perminatan dari program studi Seni Murni pada tahun 2009. DKV ISI Padangpanjang kemudian resmi menjadi program studi pada tahun akademik 2014/2015.

Dengan kepopuleran DKV saat ini, setiap tahunnya banyak sekali mahasiswa baru yang mendaftar di jurusan DKV ISI Padangpanjang. Hal ini dapat dilihat dari pembagian kelas yang awalnya hanya terdapat 1 atau 2 kelas saja. Namun sejak tahun 2018, mahasiswa baru dibagi menjadi 3 kelas. Kebanyakan mahasiswa baru belum mengenal dosen-dosen yang akan mengajar mereka di perkuliahan. Maka dari itu diperlukan media informasi pengenalan dosen untuk mahasiswa baru DKV ISI Padangpanjang.

Untuk mengatasi masalah tersebut, maka dibuatlah sebuah media informasi berupa komik yang berisi tentang dosen dan lingkungan DKV ISI Padangpanjang. Menurut Scott McCloud (2001:9), komik adalah kumpulan gambar dan lambang yang diletakkan berdampingan dalam urutan tertentu bertujuan untuk memberikan informasi dan mencapai tanggapan estetis

dari pembaca. Seluruh teks cerita dalam komik tersusun secara rapi dan saling berhubungan antara gambar (lambang visual) dengan kata-kata (lambang verbal). Dengan adanya media informasi ini diharapkan mahasiswa dapat mengenal dosen-dosen DKV ISI Padangpanjang serta tidak kesulitan saat mencari informasi atau data dosen-dosen tersebut ketika dibutuhkan.

Media Komik dipilih karena dapat menyampaikan informasi melalui cerita sehingga pesan dan informasi yang disampaikan gampang dibaca oleh mahasiswa baru. Komik juga menampilkan visual yang menarik agar dapat menarik minat pembaca. Selain itu, komik yang berupa digital juga mudah dibagikan kepada mahasiswa baru dengan menggunakan link atau scan QR code dan di akses melalui smartphone.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, permasalahan yang dapat disimpulkan dalam “*Perancangan Komik Karakter Dosen DKV ISI Padangpanjang sebagai Media Informasi untuk Mahasiswa Baru*” adalah bagaimana merancang media informasi yang menarik untuk mahasiswa baru

METODE PENELITIAN

1. Pengumpulan Data

Data merupakan salah satu unsur terpenting dalam suatu perancangan. Untuk memperoleh data maka dilakukanlah diri, NIP, e-mail, dan mata kuliah yang diajar.

pengumpulan data sehingga di peroleh kualitas dan validitas yang memadai. Maka pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode, teknik, dan instrumen tertentu. Cara pengumpulan data mengenai perancangan komik Karakter dosen DKV ISI Padangpanjang akan menggunakan metode observasi dan wawancara.

a. Observasi

Observasi dilakukan ke DKV ISI Padangpanjang dan pencarian informasi dilakukan dengan mewawancarai seluruh dosen DKV ISI Padangpanjang untuk mendapatkan data dosen-dosen tersebut. Pencarian data dosen yang berupa foto dilakukan dengan cara mengakses sosial media dosen dan meminta foto-foto dosen tersebut ke Prodi DKV ISI Padangpanjang.



Gambar 1

Gedung Prodi DKV dan Prodi Pendidikan Kriya
(Sumber : Randi Andriawan,2021)

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan seluruh dosen DKV ISI Padangpanjang untuk mendapatkan informasi dosen-dosen tersebut. Informasi yang didapatkan adalah berupa data-data dosen seperti informasi



PAK FERRY

FERRY FERNANDO. S.SN., M.SN
NIP : 19830604 200812 1 001
EMAIL : FERRYDAMARA@GMAIL.COM



PAK ARYONI

ARYONI ANANTA. S.DS., M.SN
NIP : 19870215 201404 1 001
EMAIL : ARYONIANANTA15@GMAIL.COM



KAK DELLY

DELLY PARAMITA. SH
TENAGA KEPENDIDIKAN
EMAIL : PARAMITA.DELLY@GMAIL.COM



PAK HARISSMAN

DRS. HARISSMAN. M.SI.
NIP : 19630101 198702 1 002
EMAIL : HARISSMANOMAR@GMAIL.COM



BU YONI

YONI SUDIANI. S.PD., M.SN
NIP : 19800706 200501 2 005
EMAIL : SUDIANIYONI@GMAIL.COM



PAK ANIN

ANIN DITTO. S.PD., M.SN
NIP : 19760919 200312 1 002
EMAIL : ANIN.PRINTYAKING.DITTO@GMAIL.COM



BU NOVI

NOVIA MURNI. S.S., M.PD
NIP : 19751102 200501 2 004



PAK IZAN

IZAN QOMARATS. S.SN., M.SN
NIP : 19870815 201504 1 001
EMAIL : IZANQOMARATS1508@GMAIL.COM



PAK OL

OLVYANDA ARIESTA. S.PD., M.SN
NIP : 19890627 201504 1 001
EMAIL : OLVYANDA@GMAIL.COM



BU EVA

EVA YANTI. S.DS., M.SI
NIP : 19881002 201803 2 001
EMAIL : EVOTLES@GMAIL.COM



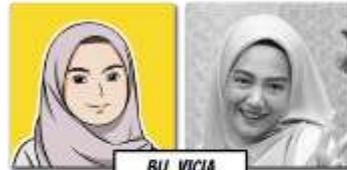
PAK ARY

ARY LEO BERMANA, S.PD., M.SN
NIP : 19871016 201903 1 008
EMAIL : ARYBERMANA90@GMAIL.COM



BU MUTIA

MUTIA BUDHI UTAMI, S.PD., M.SN
NIP : 19880923 201903 2 018
EMAIL : MUTIABUDHILUTAMI23@GMAIL.COM



BU VICIA

VICIA DWI PRAKARTI DB, S.SN., M.SN
NIP : 19910519 2022032 009
EMAIL : VICIADB2I@GMAIL.COM



PAK JUN

JUNAIDI RAJAB, S.DS., M.SN
NIP : 19920117 202203 1 007
EMAIL : JUNAIDIRAJAB.DKVISIPP@GMAIL.COM



PAK KEN

KENDALL MALIK, S.SN., M.DS
NIP : 19810430 200801 009
EMAIL : KENDALL.MALIK@GMAIL.COM



PAK FADLUL

FADLUL RAHMAN, S.HUM., M.HUM
NIP : 19860206 201803 1 001
EMAIL : FADLUL.REKINAN@GMAIL.COM



PAK INDRA

INDRA IRAWAN, S.PD., M.PD
NIP : 19731114 200212 1 002
EMAIL : INTASIKUMBANG@GMAIL.COM



PAK SYUKRI

MUHAMMAD SYUKRI ERWIN, S.DS., M.SN
NIDN : 0017049303
EMAIL : MSYUKRIERWIN@GMAIL.COM



PAK FADHIL

MUHAMMAD FADHIL INDRA, S.DS., M.DS
NIDN : 0025019205
EMAIL : FADHILINDRA2005@GMAIL.COM



PAK MULYADI

DR. MULYADI, S.PD., M.PD
NIDN : 1016108401
EMAIL : MULYADI161084@GMAIL.COM



Gambar 2
Dosen dan Tenaga Kependidikan DKV ISI Padangpanjang
(Sumber : Randi Andriawan,2021)

2. Analisis Data

a. Analisis Target Audience

Dalam Perancangan Komik Karakter Dosen DKV ISI Padangpanjang sebagai Media Informasi untuk Mahasiswa Baru, terdapat adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan strategi perancangan. Sehingga diperlukan pembatas ruang lingkup perancangan Komik Karakter Dosen DKV ISI Padangpanjang. Penjabaran ruang lingkup perancangan meliputi aspek demografis, geografis dan psikografis. Aspek ini dilakukan untuk mengklasifikasi target audiens yang dituju dengan penjabaran sebagai berikut:

1) Demografis

Perancangan ini ditargetkan untuk mahasiswa baru DKV ISI

Padangpanjang yang dikhususkan pada:

- a) Usia : 17-19 tahun
- b) Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
- c) Pendidikan : Mahasiswa

Komik karakter dosen DKV ISI Padangpanjang dibuat menyesuaikan dengan style gambar komik yang populer di zaman sekarang ini.

2) Geografis

Lokasi sasaran yang dituju adalah mahasiswa baru DKV ISI Padangpanjang yang terletak di kota Padang Panjang, Sumatera Barat.

3) Psikografis

Perancangan komik dosen DKV ISI Padangpanjang ini ditujukan kepada mahasiswa baru DKV ISI

Padangpanjang yang energik dan dipenuhi rasa ingin tahu.

b. AIDA

Metode analisis data yang digunakan dalam pemecahan masalah ini adalah dengan menggunakan analisis AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Analisis AIDA digunakan untuk menentukan konsep dalam perancangan, yaitu cara menarik perhatian target audiens dan mengajak target audiens untuk menggunakan media yang dibuat.

1) *Attention* (Perhatian)

Komik menggunakan cover dengan visual yang menarik sebagai daya tarik bagi target audiens.

2) *Interest* (Minat)

Komik berisi informasi tentang dosen dan lingkungan DKV ISI Padangpanjang yang dibutuhkan oleh mahasiswa baru.

3) *Desire* (Keinginan)

Komik berbentuk digital dan bisa di dapatkan secara gratis melalui link yang dibagikan kepada mahasiswa baru.

4) *Action* (Aksi)

Mengajak mahasiswa baru untuk men-download komik dosen DKV ISI Padangpanjang melalui link yang telah disediakan

kata kōmikos dari kōmos ‘revel’ bahasa Yunani yang muncul sekitar abad ke-16. Sebab pada awalnya, komik ditujukan untuk membuat gambar-gambar yang menceritakan tentang hal-hal yang lucu. Awalnya komik dimulai dari Comic Strip yang pada majalah atau koran di masa lalu, namun komik terus berkembang dan tema komik sudah tidak cenderung ke hal yang lucu lagi, tetapi meluas ke tema lainnya, mulai dari aksi, horor, sampai fiksi ilmiah (M.S. Gumelar, 2011).

Menurut Scott McCloud (2001:9) , komik adalah kumpulan gambar dan lambang yang diletakkan berdampingan dalam urutan tertentu bertujuan untuk memberikan informasi dan mencapai tanggapan estetis dari pembaca. Seluruh teks cerita dalam komik tersusun secara rapi dan saling berhubungan antara gambar (lambang visual) dengan kata-kata (lambang verbal). Gambar di dalam sebuah komik diartikan sebagai gambar-gambar statis yang tersusun secara berurutan dan saling berkaitan antara gambar yang satu dengan gambar yang lain sehingga membentuk sebuah cerita.

M.S. Gumelar dalam bukunya yang berjudul *Comic Making* menyebutkan bahwa komik adalah urutan gambar yang ditata sesuai dengan cerita dan keinginan pembuatnya sehingga mudah dibaca. Kebanyakan komik diberi balon text, text effects, teks sebagai pengganti suara dan kotak keterangan tertentu yang diperlukan sesuai kebutuhan. Indiria Maharsi (2018:6) berpendapat bahwa

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Landasan Teori

a. Komik

Komik berasal dari kata “Comic” yang berarti “lucu” dalam bahasa Inggris atau

komik merupakan bentuk komunikasi visual yang memiliki kekuatan untuk menyampaikan informasi secara populer dan mudah mengerti karena kolaborasi antara teks dan gambar yang merangkai alur cerita menjadi sebuah kekuatan dalam komik. Gambar dalam komik membuat cerita menjadi mudah diserap. Teks yang terdapat dalam komik menjadi mudah dimengerti dan alur cerita membuat pesan atau informasi yang disampaikan mudah untuk diikuti dan diingat.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa komik merupakan komunikasi visual dalam bentuk gambar-gambar dan cerita yang dilengkapi dengan balon kata, text effect, kotak keterangan yang ditambahkan sesuai kebutuhan sebagai pendukung gambar dan cerita.

b. Maskot

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), maskot adalah orang, binatang, atau benda yang diperlakukan sebagai lambang. Dalam *Passion Design* (2022), Maskot merupakan suatu wujud atau benda berbentuk manusia, hewan, atau objek yang dijadikan sebagai figur yang dianggap bisa membawa keberuntungan dan keceriaan. Wheeler (dalam Alamsyah, Riko dan Muhamad Rois Abidin : 155), maskot merupakan personifikasi suatu brand yang mewujudkan karakter tertentu dengan sifat dan ciri khas sendiri untuk mewakili brand tersebut. Maskot juga dapat menjadi alat komunikasi dari suatu media promosi untuk

jangka pendek, dan jangka panjang. Umumnya maskot merepresentasikan suatu entitas seperti perusahaan, lembaga, bisnis/usaha, dan sebagainya dan digunakan untuk memeriahkan suasana dan membuat kegiatan promosi lebih menarik. Maskot juga bisa menjadi bagian dari objek yang menjadi maskot itu sendiri. Serta maskot yang dirancang dengan baik akan memengaruhi emosi dan juga menarik orang untuk memilikinya sebagai souvenir dan kenangan ketika berkunjung ke suatu tempat.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa maskot adalah suatu karakter yang dapat berbentuk orang, binatang, atau suatu objek yang dijadikan figur untuk mewakili brand tersebut yang dianggap bisa membawa keberuntungan dan keceriaan.

c. Media Informasi

Media berasal dari bahasa latin dan merupakan bentuk jamak dari “medium” yang berarti “perantara” atau “pengantar” sumber pesan dengan penerima pesan. Media adalah bentuk-bentuk komunikasi baik tercetak maupun audiovisual serta peralatannya (Sadiman, Raharja, Haryono, dan Rahadjito, 1984:6, dikutip dari Muhammad Anas 2014:10).

Menurut Purnamawati dan Eldarni (2001:4), media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan

minat si penerima pesan. Sedangkan Informasi adalah data yang diolah menjadi lebih berguna dan berarti bagi penerimanya, serta untuk mengurangi ketidakpastian dalam proses pengambilan keputusan mengenai suatu keadaan (Anggraeni dan Irviani, 2017 : 1 – 2).

Setyowati (2006) menjelaskan jenis-jenis media informasi, yaitu media non-cetak dan media cetak. Media non-cetak antara lain seperti radio, TV, kaset, kamera, handphone, dan internet. Media cetak antara lain seperti buku, surat kabar, majalah, brosur, poster, *flyer*, *sign system*, *billboard*, pamflet, spanduk, dan lain-lain.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa, media informasi merupakan alat yang digunakan untuk memberikan atau menyampaikan informasi yang dibutuhkan dan bermanfaat bagi penerima informasi.

2. Proses Penciptaan

a. Konsep Penciptaan

1) Konsep Verbal

Konsep Verbal dari perancangan komik “Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!” sebagai media pengenalan dosen kepada mahasiswa baru ini memiliki alur cerita menggunakan sudut pandang orang pertama (aku). Komik dibuat menggunakan bahasa Indonesia, dan dialog karakter pada komik dibuat menggunakan bahasa yang biasa digunakan sehari-hari agar mudah dimengerti oleh target audiens.

Komik digital yang berjudul “ Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!” ini akan memiliki genre slice of life, dimana kejadian ini bisa ditemui di kehidupan sehari-hari. Komik ini berlatar tempat di Prodi DKV ISI Padangpanjang dan akan menempatkan target audiens ke dalam sudut pandang sebagai mahasiswa baru yang akan berkenalan dengan dosen-dosen DKV. Sudut pandang ini akan bercerita mengenai bagaimana mahasiswa baru diperkenalkan kepada dosen-dosen serta diberikan nasehat-nasehat untuk menjalani perkuliahan di DKV ISI PadangPanjang. Selain itu juga terdapat maskot komik yang akan menemani mahasiswa baru selama berkenalan dengan dosen-dosen tersebut.

2) Konsep Visual

Konsep visual yang ditampilkan pada komik “Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!” ini adalah berupa komik digital full color dengan cartoon style yang banyak digunakan dalam komik digital pada umumnya. Dalam mendesain karakter, perancangan ini akan menggunakan karakter yang didesain sesuai dengan visual dosen-dosen DKV ISI Padangpanjang, sehingga target audiens dapat mengenali karakter-karakter dosen tersebut.

Setelah melakukan konsep rancangan, tahapan selanjutnya yaitu proses pembuatan

komik dimulai dari *brainstroming*, sketsa (sketsa maskot dan karakter), studi tipografi, studi warna, *storyline*, *storyboard*, dan proses digitalisasi komik.

3. Hasil Karya dan Analisis Karya

a. Hasil Karya

Media utama perancangan komik karakter dosen DKV ISI Padangpanjang sebagai media informasi untuk mahasiswa baru ini penyajian karya berupa komik cetak dan komik digital. komik ini dipublish dengan cara membagikan *link* Pdf dan juga dapat dibaca melalui platform *Webtoon*, serta terdapat bauran media sebagai pendukung dalam mempromosikan komik.

1) Buku komik dan komik digital



Gambar 3

Buku dan Komik digital “Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!”
(Sumber : Randi Andriawan, 2022)

Media utama perancangan ini ialah buku komik dan komik digital yang berjudul “Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!” yang berisikan 25 halaman. Komik ini dibuat dengan teknik *digital drawing* dengan gaya

cartoon dan *full color* agar terlihat menarik dan dapat menarik perhatian target audiens.

2) Poster

Poster sebagai media pendukung pada perancangan komik karakter dosen DKV ISI Padangpanjang yang dirancangan menggunakan gaya ilustrasi yang sama dengan media utama komik dengan menampilkan seluruh karakter dosen DKV sebagai *point of interest*. Poster pada perancangan ini berfungsi sebagai media promosi dari komik “Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!”.



Gambar 4

Poster “Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!”
(Sumber : Randi Andriawan, 2022)

3) Banner

Banner berfungsi sebagai pendukung dalam promosi komik “Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!” sebagai media pengenalan dosen DKV ISI Padangpanjang untuk mahasiswa baru. *banner* dibagi

menjadi dua jenis, yaitu *x-banner* dan banner digital. pada *banner* ini terdapat *qr code* yang berisikan *link* yang membantu mengarahkan target audiens untuk mendownload dan membaca komik.



Gambar 5
X-Banner “Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!”
(Sumber : Randi Andriawan, 2022)



Gambar 6
Digital banner “Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!”
(Sumber : Randi Andriawan, 2022)

4) Media Sosial

Media sosial yang digunakan sebagai media promosi adalah Instagram. Instagram mampu berkoneksi dengan media sosial lainnya sehingga mempermudah promosi komik “Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!”.



Gambar 7
Instagram “Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!”
(Sumber : Randi Andriawan, 2022)

5) Merchandise

a) Stiker

Stiker yang dibuat berisi ilustrasi karakter dosen DKV ISI Padangpanjang dengan gaya *cartoon* dan digunakan sebagai merchandise berupa stiker cetak dan stiker *Whatsapp*.



Gambar 8
Stiker “Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!”
(Sumber : Randi Andriawan, 2022)

b) Gantungan Kunci

Sama seperti stiker, gantungan kunci berfungsi sebagai

merchandise. Gantungan kunci yang dibuat berupa ragam ekspresi karakter dosen DKV ISI Padangpanjang.



Gambar 9
Gantungan kunci karakter dosen
(Sumber : Randi Andriawan, 2022)

c) *T-Shirt*

T-Shirt berfungsi sebagai *merchandise* dengan ilustrasi karakter dosen DKV ISI Padangpanjang untuk menarik perhatian target audiens.



Gambar 10
T-shirt “Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!”
(Sumber : Randi Andriawan, 2022)

b. Analisis Karya

Perancangan komik karakter dosen DKV ISI Padangpanjang sebagai media Melalui Komik pengenalan dosen yang berjudul “Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!”

informasi untuk mahasiswa baru ini memiliki tujuan agar mahasiswa baru DKV ISI Padangpanjang mengenal dosen-dosen DKV. Pada komik menampilkan karakter dosen-dosen DKV yang berinteraksi dan juga memberikan motivasi kepada mahasiswa baru untuk menjalani perkuliahan.

Adapun sejumlah pencapaian yang telah berhasil dicapai selama proses hingga terciptanya komik “Yuk! Kenalan dengan Dosenmu!” ini adalah sebagai berikut :

- 1) Media ini berhasil memperkenalkan dosen-dosen DKV ISI Padangpanjang kepada target audiens yaitu, mahasiswa baru.
- 2) Media ini berhasil menyampaikan motivasi dari dosen-dosen DKV ISI Padangpanjang kepada mahasiswa baru.

SIMPULAN

Proses perancangan komik karakter dosen DKV ISI Padangpanjang sebagai media informasi untuk mahasiswa baru adalah melakukan riset serta analisa data terhadap target audnes dan objek perancangan. Hal tersebut dilakukan untuk menentukan apakah perancangan sesuai dengan tujuan media ini diberikan kepada target audiens.

ini diharapkan dapat menjadi pengantar mahasiswa baru untuk mengenal dosen-

dosen DKV ISI Padangpanjang dan mendapatkan motivasi dari dosen-dosen tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Riko dan Muhammad Rois Abidin, 2022, *Perancangan Maskot untuk mendukung Visual Objek Wisata Air Merambat Roro Kuning Bajuan Nganjuk*, Jurnal Barik, Surabaya.
- Anggraeni, Elisabet Yunaeti dan Rita Irviani., 2017, *Pengantar Sistem Informasi*, Andi, Yogyakarta.
- Gumelar, M.S., 2011., *Comic Making*. Jakarta: PT Indeks
- Maharsi, Indiria., 2018., *Komik dari Wayang Beber sampai Komik Digital.*, Yogyakarta.
- McCloud. Scott., 2001., *Understanding Comic*. Kepustakaan Populer Gramedia, Jakarta
- Passion Desain (2021), *Fungsi Maskot dalam Membangun Brand Anda*. Dari : <https://passiondesigns.co.id/5-fungsi-maskot-dalam-membangun-image-brand-anda/>
- Purnamawati, dan Eldarni (2001:4). *Pengertian Media*. Dari <http://media-grafika.com/pengertian-media-pembelajaran>. (diakses pada 09 Desember 2021)
- Setyowati, Yuli. (2006). *Komunikasi Massa*. Dari <https://aurajogja.files.wordpress.com/2006/09/komunikasi-massa-a5.PDF> (diakses pada 09 Desember 2021)