

PERANCANGAN DESAIN STIKER *MESSENGER* APLIKASI LINE BERTEMA “MUSIM DI INDONESIA”

AISYATUR ROSYADAH

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
aisyaturrosyadah@gmail.com

MUHAMAD RO'IS ABIDIN, S.Pd., M.Pd.

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
roisabidin@unesa.ac.id

Abstrak

Indonesia memiliki 2 musim yaitu musim hujan dan musim kemarau. Kebiasaan yang dilakukan masyarakat Indonesia berbeda pada tiap musim, sesuai cuaca dan keadaan alam yang terjadi saat itu. Ada berbagai macam cara untuk memperkenalkan pada masyarakat luar kegiatan yang sering dilakukan masyarakat Indonesia dalam menghadapi perubahan musim di negaranya, salah satunya melalui aplikasi *messenger* LINE. Pembuatan stiker pada aplikasi *messenger* khususnya LINE juga memberikan manfaat dalam sudut pandang ekonomi.

Keluaran dari perancangan ini adalah 4 stiker ekspresi dan stiker kegiatan dimusim kemarau serta 4 ekspresi dan kegiatan dimusim hujan. Stiker diunggah ke LINE Store dan sudah dapat diunduh di tautan <http://line.me/S/sticker/1422841> dan digunakan dalam obrolan pengguna LINE. Untuk mempromosikan stiker, peneliti juga membuat komik dengan karakter yang dibuat pada platform LINE WEBTOON dengan tautan goo.gl/zFSLsE.

Kata Kunci : LINE, stiker *messenger*, aplikasi *messenger*, musim Indonesia.

Abstract

Indonesia has 2 seasons namely the rainy season and the dry season. The Indonesians habits are different in each season, according to the weather and the natural conditions that occurred at that time. There are various ways to introduce the outside community about activities that are often done by Indonesian people in the face of seasonal changes in the country, one of them through LINE *messenger* application. The creation of stickers on messenger applications especially LINE also provides benefits in an economic point of view.

Output from this design is 4 stickers of expression and activity stickers in the dry season and 4 expressions and activities in the rainy season. Stickers uploaded to the LINE Store and already available for download at <http://line.me/S/sticker/1422841> and used in LINE user chats. To promote stickers, researchers also create comics with characters created on the LINE WEBTOON platform with links goo.gl/zFSLsE.

Keywords: content, formatting, article.

UNESA
Universitas Negeri Surabaya

PENDAHULUAN

Saat ini begitu banyak aplikasi *messenger* menyebar di kalangan masyarakat. Tidak hanya kalangan remaja, bahkan orang tua pun kini tidak asing lagi dengan internet dan berbagai macam aplikasi untuk *gadget* mereka. Banyak masyarakat yang menggunakan *mesenger* sebagai sarana komunikasi. Dengan menggunakan sebuah aplikasi *mesenger* seseorang dapat mengirim pesan berupa teks, audio bahkan file dan video. Dalam perkembangannya tiap *founder* atau pembuat dan pengembang aplikasi berlomba-lomba dalam meningkatkan fitur-fitur atau fasilitas demi

kenyamanan pelanggan sekaligus untuk menarik pelanggan. Salah satu hal yang terus dikembangkan adalah perihal tampilan.

Stiker *messenger* merupakan salah satu tampilan visual yang terus diperbarui dan ditambah pada tiap media sosial. Pembuatan stiker *messenger* ini dapat berdasarkan hal atau kejadian yang sedang menjadi populer saat ini. Stiker pada dasarnya berfungsi sebagai wakil dari sebuah ekspresi *user* atau pengguna saat melakukan percakapan dalam suatu pesan. Stiker yang memiliki berbagai ekspresi membuat percakapan antar *user* semakin menarik dan lebih hidup. Saat ini, pembuatan desain stiker *messenger* dapat menjadi

potensi usaha di masa depan khususnya pada pelaku pasar kreatif dan anak muda.

LINE merupakan salah satu aplikasi *messenger* yang banyak digunakan oleh masyarakat. Seperti aplikasi *messenger* lainnya, LINE memiliki stiker sebagai representasi ekspresi seseorang. LINE merupakan salah satu aplikasi yang benar-benar terlihat dalam pengembangan stiker untuk aplikasinya. Selain gambar statis, saat ini LINE juga memiliki sebuah stiker animasi, bahkan LINE juga melibatkan artis sebagai objek stikernya. Tidak hanya sebatas itu saja, LINE juga memasukkan audio atau suara pada beberapa stiker sehingga *user* atau pengguna dapat mendengarkan langsung ekspresi dalam bentuk gambar dan suara sekaligus.

Banyak stiker pada aplikasi LINE mengambil tema lokal dari suatu negara, seperti upacara atau festival yang sering terjadi di suatu negara, hari libur dan hal-hal yang populer di negara tersebut. Musim pada suatu negara juga merupakan salah satu bentuk daya tarik lokal yang menurut peneliti banyak digunakan untuk membangun citra negara. Kebanyakan jenis stiker musim di LINE merupakan 4 musim yaitu musim semi, musim gugur, musim dingin dan musim panas yang terjadi pada negara-negara subtropis. Indonesia yang merupakan negara tropis yang berada di garis khatulistiwa. Oleh karena itu, Indonesia hanya memiliki 2 musim yaitu musim hujan dan musim kemarau. Kebiasaan yang dilakukan masyarakat di negara dengan 4 musim berbeda dengan masyarakat yang mengalami 2 musim.

Musim hujan dan musim kemarau di Indonesia memiliki banyak perbedaan yang mempengaruhi kegiatan dan kebiasaan masyarakat di Indonesia. Kegiatan dan kebiasaan ini berbeda antara satu musim dengan musim lainnya, menyebabkan keberagaman kebiasaan di Indonesia. Perbedaan keadaan yang kontras antara musim hujan dan musim kemarau menjadi hal yang menarik untuk dieksplorasi. Kebiasaan-kebiasaan yang sering dilakukan oleh masyarakat secara tidak langsung sebenarnya sudah menjadi budaya Indonesia. Budaya tidak hanya dilihat dari sisi tradisional saja akan tetapi dapat dilihat dari kebiasaan yang sebenarnya sudah ada dan sudah menjadi budaya di kalangan masyarakat.

Dengan semakin berkembangnya stiker aplikasi terutama pada aplikasi LINE serta keunikan kebiasaan pada kedua musim di Indonesia peneliti ingin membuat stiker untuk aplikasi LINE yang bertemakan musim di Indonesia. Tema ini dipilih dengan harapan dapat digunakan setiap waktu sepanjang tahun oleh pengguna LINE, serta dapat memperkenalkan kebiasaan lokal yang sering dilakukan oleh masyarakat di Indonesia. Selain itu ekspresi yang disesuaikan dengan kebiasaan dan kegiatan yang dilakukan masyarakat Indonesia dalam menghadapi

kedua musim ini juga diharapkan dapat membuat percakapan dalam berkirim pesan menjadi lebih hidup serta relevan dengan keadaan dan kebiasaan yang sedang terjadi setiap waktu di musim yang sedang terjadi. Diharapkan stiker yang dirancang dapat menginspirasi kreator atau desainer stiker dalam membuat stiker yang ekspresif, inspiratif dan edukatif.

RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang yang telah peneliti jabarkan diatas, maka peneliti membuat rumusan masalah, antara lain sebagai berikut,

1. Bagaimana konsep perancangan stiker aplikasi LINE bertema “Musim di Indonesia” yang ekspresif dan edukatif?
2. Bagaimana perancangan desain stiker LINE bertema “Musim di Indonesia” yang ekspresif dan edukatif?
3. Bagaimana visualisasi karya desain stiker LINE bertema “Musim di Indonesia” yang ekspresif dan edukatif?

MANFAAT PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Manfaat yang dihapakan peneliti setelah dilakukannya perancangan mengenai stiker *messenger* adalah sebagai berikut,

1. Manfaat bagi pembaca adalah sebagai upaya edukasi dalam memperkenalkan kebiasaan orang Indonesia menghadapi musim di Indonesia (musim hujan dan kemarau) dalam bentuk stiker *messenger*. Selain itu, stiker yang dibuat relevan dengan kebiasaan masyarakat Indonesia sehingga dapat digunakan sepanjang tahun dan sepanjang waktu sesuai dengan musim yang sedang terjadi. Desain stiker juga diharapkan menjadi inspirasi dalam penciptaan stiker yang bermanfaat di masa mendatang.
2. Manfaat bagi mahasiswa adalah sebagai tolok ukur keberhasilan penerapan desain konsep desain yang sudah dipelajari selama kuliah, serta ikut berpartisipasi dalam memperkenalkan budaya dan kebiasaan yang ada di Indonesia. Selain itu dapat menjadi pengalaman dalam pembuatan stiker aplikasi *messenger* di LINE.
3. Manfaat bagi pengguna aplikasi LINE adalah stiker dapat di unduh dan digunakan dalam obrolan sehari-hari sehingga dapat mewakili ekspresi atau kegiatan yang sedang dan ingin dilakukan.

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Desain Komunikasi Visual jika dijabarkan terdiri dari 3 kata, yaitu Desain, Komunikasi dan Visual. Desain menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti kerangka bentuk atau rancangan, sedangkan komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Sedangkan Visual sendiri berarti dapat dilihat dengan indra pengelihatan (mata). Jadi, dari ketiga pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa desain komunikasi visual berarti sebuah rancangan untuk mengirimkan sebuah pesan yang dapat dipahami, tersampaikan pada pihak lain dan dapat dilihat dengan indera pengelihatan.

Desain komunikasi visual merupakan seni dalam menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan bahasa rupa atau visual yang disampaikan melalui media berupa desain (Anggraini & Nathalia, 2014:15).

APLIKASI MESSENGER

Menurut pusat bantuan Facebook (<https://goo.gl/Ntsphw>, 2017), *messenger* merupakan aplikasi seluler lepas dan gratis untuk iOS, Android, Windows phone dan sebagai ponsel fitur yang memungkinkan kita untuk menjangkau teman dengan jarak yang jauh, mengirim pesan pada teman dan dapat membuat percakapan secara grup.

Dari penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa *messenger* adalah sebuah pengembangan dari fitur *message* atau berkirim pesan yang biasa digunakan pada telepon seluler zaman dahulu. Aplikasi *messenger* ini terdapat pada suatu aplikasi. Tidak seperti pesan biasa yang harus menggunakan pulsa untuk mengirim pesan, *messenger* ini adalah aplikasi mengirim pesan gratis selama pengguna masih aktif menggunakan aplikasi dan mempunyai sambungan internet. Fitur dari *messenger* sendiri lebih banyak dari pada perpesanan biasa. Selain dapat mengirimkan pesan secara teks, aplikasi ini juga dapat membuat suatu grup percakapan, mengirim pesan suara, mengirim gambar bahkan mengirim video dan sebuah file.

STICKER MESSENGER

Dahulu, kita mengenal stiker hanya sebatas sebagai sesuatu yang ditempel, dapat berupa gambar maupun teks. Akan tetapi pada era digital ini, stiker berkembang menjadi sesuatu yang diaplikasikan dalam bentuk gambar ilustrasi pada aplikasi *messaging* yang nantinya menjadi wakil emosi kita dalam obrolan. Menurut *wikipedia.com* stiker berasal dari Jepang pada tahun 2011 yang pada saat itu ada pada aplikasi NAVER Korea yang nantinya

menjadi LINE. Menurut *wikipedia.com* (diakses pada tanggal Januari 2017) *Sticker Messaging* adalah,

“A sticker is a detailed illustration of a character that represents an emotion or action that is a mix of cartoons and Japanese smiley-like “emojis”. They have more variety than emoticons and have a basic form from internet “reaction face” culture due to their ability to portray body language with a facial reaction”

Dari pengertian di atas, stiker berupa karakter kartun yang membuat suatu ekspresi. Stiker ini juga sebagai pengembangan dari *emoji* dalam bahasa Jepang yang dalam bahasa Indonesia berarti emosi.

LINE MESSENGER

LINE merupakan salah satu aplikasi *messenger*. Menurut Stanley bagian *E commerce* Manager LINE Indonesia dalam acara ROAD TO LINE CREATIVATE 2016 di Surabaya mengatakan, saat ini 70% pengguna aplikasi LINE adalah anak muda dengan kisaran usia 18-22 tahun dan 30% pengguna berusia 22-30 tahun. Sedangkan dalam hal gender, wanita menduduki 55% pengguna aktif LINE. Dari pemaparan Stanley, tidak heran saat ini aplikasi LINE membuat tampilan mereka lebih ke gaya anak muda. Beberapa stiker maupun tema yang di buat juga tidak jauh dari apa yang disukai oleh kalangan muda.

LINE juga menyediakan sarana untuk masyarakat berbisnis melalui pembuatan stiker *messenger*, tema tampilan aplikasi bahkan sebuah *platform* komik. Saat ini stiker tidak hanya dapat dibuat oleh perusahaan-perusahaan resmi, banyak *kreator* atau sebutan dari pembuat stiker atau tema tampilan yang sudah mengupload karyanya di LINE, seperti salah satu komikus aktif Webtoon Nur Fadli Mursyid dan karya komiknya yang berjudul “Tahilalats” juga membuat stiker ekspresi di LINE Creator Market. Dalam *LINE Creators Market Sticker Sales Manual*, menyebutkan bahwa kreator dapat menjual stiker di 230 negara di seluruh dunia. Untuk mengunggah stiker atau tema yang kita buat kita dapat mengakses laman LINE Creators Market pada tautan halaman <https://creator.line.me/>. Kita dapat masuk dengan mudah ke laman ini dengan e-mail dan password akun LINE kita.

Langkah-langkah pengunggahan hingga penjualan stiker LINE dapat dilihat di *LINE Creators Market Sticker Sales Manual*, secara sederhana dimulai dari registrasi yang dilakukan pada laman <https://creator.line.me/>. Kita dapat masuk dengan akun LINE yang sudah kita buat.

Pada LINE Creator Market ada beberapa pilihan jumlah stiker yang diunggah untuk satu set stiker, antara lain 8 buah, 14 buah, 24 buah, 32 buah, dan 40 buah. Jumlah satu set stiker akan ditambah 2 thumbnail untuk tampilan di toko stiker dan tampilan pilihan stiker di tab obrolan. Untuk tampilan thumbnail stiker, pihak LINE sudah menentukan ukuran gambar yang diunggah yaitu :

- a. Tampilan utama stiker di toko stiker, satu gambar format .PNG dengan ukuran dimensi lebar 240 piksel x tinggi 240 piksel.
- b. Tampilan satu set stiker, minimal 8 buah, maksimal 40 buah stiker. Format .PNG dengan ukuran dimensi maksimal lebar 370 piksel x tinggi 320 piksel.
- c. Tampilan pada tab obrolan, satu buah stiker format .PNG dengan ukuran lebar 96 piksel x tinggi 74 piksel.

EKSPRESI

Menurut Robert (2007 : 215-216) ilmu ekspresi wajah manusia juga digunakan dalam penggambaran dalam ilustrasi, komik, dan animasi. Wajah digunakan sebagai tanda untuk orang lain. Wajah menunjukkan bagaimana perasaan seseorang dan apa yang seseorang inginkan, atau dapat digunakan sebagai topeng untuk menutupi apa yang seseorang rasakan. Hampir seperempat dari otak manusia didedikasikan untuk melihat dan seperempat bagian dari otak manusia didedikasikan untuk mengenali wajah manusia dan ekspresi wajahnya.

Robert (2007 : 2016-224) juga mengatakan bahwa ada delapan dasar penggambaran emosi wajah dalam sebuah karakter, antara lain senang, sedih, kaget, takut, marah, terganggu, tertarik dan kesakitan.

MUSIM DI INDONESIA

Indonesia sebagai negara di bawah garis katulistiwa terkenal dengan negara beriklim tropis. Berbeda dengan negara beriklim subtropis, yang memiliki 4 musim yaitu musim semi, musim panas, musim gugur dan musim dingin. Sebagai negara yang beriklim tropis, Indonesia hanya memiliki 2 musim dalam setahun yaitu musim hujan dan musim kemarau. Menurut Prawirowardoyo (1996:88), bahwa musim hujan dan kemarau didasarkan pada kriteria yang berhubungan dengan curah hujan. Dikatakan telah memasuki musim hujan kalau banyaknya curah hujan dalam 10 hari sudah mencapai paling sedikit 50 mm. Selain itu musim Indonesia juga dipengaruhi oleh musim monsun.

Pada umumnya curah hujan lebih banyak pada bulan Oktober hingga Maret yang mengakibatkan musim hujan dan curah hujan rendah pada bulan April hingga September yang menyebabkan terjadinya musim kemarau (Suchayono & Ribudianto, 2013:22).

Kemarau panjang terjadi jika anomali pola sirkulasi atmosfer skala luas yang berlangsung satu bulan atau satu musim atau lebih lama. Intensitas kekeringan meningkat jika dibarengi dengan el nino (Tjasyono & Harijono, 2012 : 100). Suhu yang meningkat dimusim kemarau menyebabkan kebiasaan pada musim hujan berubah, oleh karena itu beberapa kegiatan yang dilakukan pada musim kemarau berbeda dengan musim hujan. Menurut pengamatan peneliti, saat musim kemarau masyarakat lebih memilih membeli minuman dingin daripada minuman hangat seperti pada saat musim hujan, kebiasaan unik di Indonesia saat musim kemarau adalah menutupi seluruh tubuh agar tidak terkena sinar matahari yang menyengat, seperti menutup kaki dengan kaos kaki, memakai jaket, masker dan sarung tangan

PENGUMPULAN DATA

Berikut merupakan hasil angket yang di sebarakan secara online di Google Form. Angket di sebarakan selama 1 bulan, dengan responden yang sudah ditetapkan perancang yaitu berjumlah 50 orang berusia 17-24 tahun yang berdomisili dan berasal dari Jawa Timur.

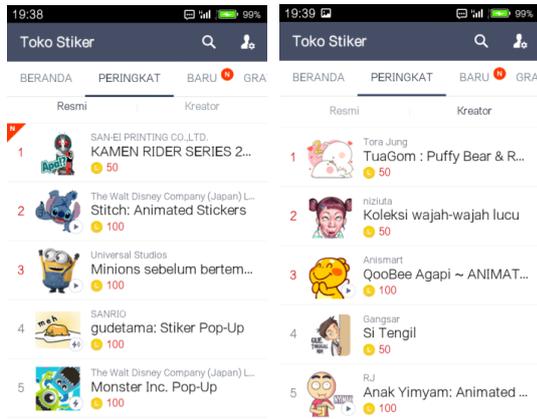
Responden pria berjumlah 21 responden, dan responden wanita berjumlah 29 responden. Dari 50 responden yang telah mengisi angket, 38% responden sering menggunakan aplikasi LINE, sedangkan 42% kadang-kadang menggunakan aplikasi LINE dan 20% responden jarang. Sebanyak 66 % responden memiliki lebih dari 10 stiker dan 34 % responden memiliki stiker kurang dari 10.

Karakter kartun imajinatif lebih disukai oleh pengguna yaitu sebanyak 42 % dan karakter kedua yang disukai adalah karakter kartun manusia yaitu sebanyak 34% pengguna.

Dari pertanyaan benda yang sering ditemui di musim hujan, didapatkan data bahwa benda yang sering ditemui oleh kebanyakan responden adalah payung kemudian disusul oleh jas hujan atau ponco. Kedua benda tersebut adalah benda yang sering dipakai untuk melindungi diri dari air hujan. Sedangkan dari pertanyaan benda yang sering ditemui di musim kemarau, didapatkan data bahwa benda yang sering ditemui oleh kebanyakan responden adalah kipas atau kipas angin, kemudian disusul dengan beberapa benda yang digunakan untuk menutup tubuh dari sinar matahari seperti masker, payung, kacamata dan jaket. Kegiatan terbanyak yang sering dilakukan saat musim hujan menurut responden adalah kegiatan menikmati hujan dengan hujan-hujan. Selain itu kebanyakan mereka menikmati kegiatan-kegiatan dimusim hujan seperti makan makanan yang hangat dan berkuah, meminum minuman yang menghangatkan tubuh dan tidur. Sedangkan kegiatan terbanyak yang sering dilakukan saat musim kemarau

menurut responden adalah minum es, kemudian dilanjutkan kegiatan kipas-kipas atau menyalakan kipas angin dan AC.

Untuk hasil data dokumen yang berupa *screenshot* stiker messenger adalah sebagai berikut,



Peringkat stiker resmi dan kreator LINE
Sumber : Toko Stiker LINE APP, 2016



Stiker dengan tema hewan yang pernah populer di Facebook

Sumber : Stiker Aplikasi Facebook, 2017

ANALISIS DATA

Kekuatan (*strength*) dari stiker musim adalah kegiatan yang digambarkan sesuai dengan situasi dan kondisi pengguna saat ingin memulai obrolan. Selain itu stiker musim khususnya stiker 4 musim juga dapat menjadi salah satu cara memperkenalkan budaya suatu negara. Misalnya di negara Jepang pada tiap musimnya ada sebuah festival. Dengan stiker messenger budaya Jepang orang lain dapat mengetahuinya. Stiker musim Indonesia dapat digunakan setiap waktu sesuai dengan keadaan musim yang terjadi di Indonesia. Kebiasaan di tiap musim pada stiker disesuaikan dengan kebiasaan yang sering terjadi di Indonesia, sehingga stiker dapat digunakan dan relevan dengan apa yang dirasakan pengguna. Jenis penggambaran khas manga Jepang

menurut peneliti merupakan gaya gambar yang populer di kalangan remaja, yang nantinya dapat menarik pembeli yang kebanyakan adalah remaja usia 17-24 tahun. Selain itu, sampai saat ini masih belum ada stiker yang mengangkat tema musim di Indonesia.

Kelemahan (*Weakness*) dari stiker aplikasi messenger LINE hanya dapat digunakan dalam satu aplikasi. Artinya, stiker tidak dapat dijumpai di aplikasi messenger lain seperti Facebook, BBM dan sebagainya. Stiker 4 musim akan relevan dengan wilayah subtropis yang memiliki 4 musim, yaitu musim dingin, musim panas, musim gugur dan musim semi. Begitu juga dengan stiker musim di Indonesia juga relevan dengan negara yang beriklim tropis. Keduanya kurang relevan dengan musim yang terjadi di negara lain yang memiliki iklim berbeda.

Peluang (*Opportunity*) dari stiker 4 musim dan 2 musim adalah batas penggunaan stiker yang tidak terbatas di suatu negara saja. Adanya globalisasi dalam hal teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan penyebaran stiker begitu luas. Dari sinilah sumber pendapatan kreator. Stiker dapat digunakan sebagai sarana promosi, dan sumber informasi, dengan gambar yang berupa karakter-karakter yang lucu, tampilan yang menarik. Selain itu stiker musim di Indonesia juga sekaligus dapat memperkenalkan budaya dan ciri khas orang dan kegiatan masyarakat Indonesia pada dunia. Stiker yang mengandung unsur lokal menurut peneliti berpeluang untuk segera diterima oleh masyarakat.

Salah satu ancaman (*Threat*) dari stiker 4 musim dan 2 musim adalah stiker *official* yang membuat stiker karakter kartun terkenal. Stiker *official* karakter kartun merupakan salah satu karakter yang memiliki fans banyak terlihat lebih diminati dibandingkan stiker yang peneliti rancang yang notabene tidak terlalu terkenal dibandingkan beberapa karakter pada animasi dan film laga lainnya. Butuh sebuah promosi untuk mengenalkan stiker yang dibuat pada masyarakat luas. Selain itu ancaman stiker 2 musim adalah keadaan atau aktifitas yang digambarkan pada stiker 4 musim lebih banyak dan lebih menarik.

KONSEP DESAIN

1. Konsep Media

Media utama yang digunakan adalah aplikasi LINE. Stiker pada aplikasi berupa format .png background transparan agar ketika diaplikasikan dalam tema berbeda akan sesuai. Resolusi yang ditetapkan oleh pihak LINE adalah lebih dari 72 dpi, dengan ukuran file tidak boleh lebih dari 10 MB. Perancang memilih membuat satu set stiker berjumlah 8 buah gambar ekspresi. Berikut merupakan persyaratan yang dibuat oleh pihak LINE :

- a. Tampilan utama di LINE STORE format .PNG dengan ukuran dimensi lebar 240 piksel x tinggi 240 piksel.
- b. Tampilan satu set stiker yang berjumlah 8 buah stiker. Format .PNG dengan ukuran dimensi maksimal lebar 370 piksel x tinggi 320 piksel.
- c. Tampilan pada tab obrolan, satu buah stiker format .PNG dengan ukuran lebar 96 piksel x tinggi 74 piksel.

2. Gaya Tampilan

Gaya tampilan karakter menggunakan gambar dengan gaya komik jepang atau manga. Manga dipilih karena menurut perancang gaya gambar ini populer dikalangan remaja dan peminat anime dan manga di Indonesia juga cukup besar. Keunikan dari style gambar ini adalah memiliki penggambaran yang dilebih-lebihkan dalam penggambaran ekspresi. Warna yang digunakan pada perancangan ini adalah kontras. Pemilihan warna yang kontras diharapkan dapat menarik perhatian pengguna.

FINAL DESAIN

1. Ekspresi karakter musim hujan
 - a. Ekspresi takut naik gerobak menyeberangi banjir



Ekspresi takut naik di gerobak menyeberangi banjir final.

Final desain penggambaran karakter lebih terlihat *alay* atau berlebihan dengan membuat Tung terlihat sedikit terbang karena kecepatan orang yang menarik gerobak. Efek kecepatan ditunjukkan dengan garis horizontal yang berada di belakang penarik gerobak. Keadaan hujan digambarkan dengan garis vertical yang menjadi latar karakter. Pesan yang ingin disampaikan dalam stiker di atas adalah bahwa Indonesia terkenal dengan curah hujan yang begitu tinggi sehingga sering terjadi banjir sehingga orang Indonesia sering menerobos banjir untuk pergi ke suatu tempat dengan berbagai cara, salah satunya adalah menaiki gerobak.

- b. Ekspresi tenang dan damai minum wedang jahe



Ekspresi tenang dan damai minum wedang jahe final

Mata yang berbinar menunjukkan bahwa karakter merasa sangat antusias untuk minum. Kesenambungan yang terjadi pada kepulan asap menandakan bahwa minuman yang dibawa adalah minuman masih hangat, sehingga kepulan asap masih bergerak ke atas. Dan gelas dengan gambar jahe menunjukkan bahwa minuman merupakan hasil dari olahan jahe. Efek garis begelombang di sekitar karakter menunjukkan bahwa tubuh karakter bergetar karena kedinginan. Tema stiker ke-2 ini juga diambil dari kebiasaan orang Indonesia yang kebanyakan menyukai makan atau minum minuman hangat, dengan menambahkan jahe yang merupakan salah satu minuman yang dipercaya masyarakat sebagai minuman penghangat tubuh.

- c. Ekspresi senang makan mi ayam pedas saat hujan



Ekspresi senang makan mi ayam pedas saat hujan

Pesan yang ingin karakter sampaikan adalah tetap, yakni ingin menyampaikan bahwa masyarakat Indonesia menyukai makan dan minum yang hangat saat hujan, ditambah masakan dengan rasa pedas sudah menjadi kebiasaan dan favorit di Indonesia. Penggambaran ekspresi mata yang berbentuk simbol hati menggambarkan bahwa si karakter menyukai masakan yang didepannya, rasa suka dan tertarik juga digambarkan dengan liur yang menjulur. Efek pedas digambarkan dengan api yang membara di belakang karakter dan beberapa cabe di mangkok mi. Aksen Indonesia seperti mangkok gambar jago juga diselipkan untuk menambah kesan Indonesia.

d. Ekspresi senang La Nina datang



Ekspresi senang La Nina datang

Penggambaran karakter La Nina menjadi sebuah awan yang berwarna abu-abu, warna ini dipilih karena menggambarkan awan hujan. Penggambaran pose karakter mendarai awan yang berarti karena sangat senangnya sehingga ingin membagikan hujan ke mana saja dengan mendarai awan. Tema stiker adalah untuk mengungkapkan kebahagiaan datangnya La Nina yang menyebabkan musim hujan di Indonesia lebih lama dari biasanya.

2. Ekspresi karakter musim kemarau

a. Ekspresi bangga menutup tubuh dari sinar matahari



Ekspresi bangga menutup tubuh dari sinar matahari

Pesan yang ingin disampaikan dari stiker ini adalah bahwa masyarakat Indonesia suka dengan kulit yang bersih dan tidak gelap, oleh karena itu saat keluar rumah melakukan perjalanan di musim kemarau mereka memilih menutupi tubuh mereka dari sinar matahari yang dipercaya membuat kulit menjadi lebih gelap.

b. Ekspresi senang dan lega minum es



Ekspresi senang dan lega minum es

Pada desain final tema stiker adalah ekspresi senang dan lega minum es, yang diambil dari kebiasaan orang Indonesia yang memilih minuman dingin. Minuman dingin yang menyegarkan yang dipilih peneliti adalah es oyen, warna pink yang mencolok dengan penggambaran es balok dan keringat dingin digelas mencerminkan dingusnya gelas yang berisi es. Pose karakter yang memeluk gelas memberikan kesan sangat menginginkan segelas es. Ekspresi wajah menunjukkan rasa lega ketika menemukan segelas es.

c. Ekspresi salam kerjasama



Ekspresi salam kerjasama

Pada desain final tema stiker adalah kerja sama. Ekspresi kerjasama menggantikan ekspresi gotong royong. Kerjasama digambarkan dengan pose karakter yang bersalaman dengan senyum yang lebar. Efek garis yang memiliki kedekatan posisi dan kesamaan bentuk di sekitar tangan menunjukkan bahwa tangan bergerak ke atas dan ke bawah.

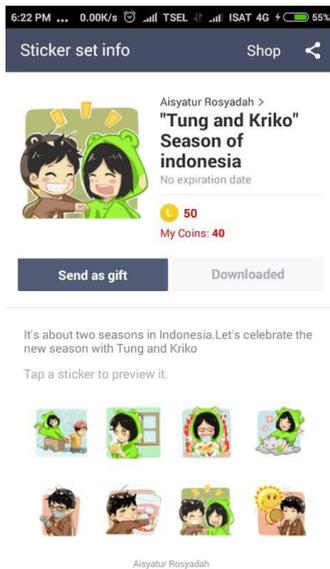
d. Ekspresi gerah kepanasan



Ekspresi gerah kepanasan

Keringat digambarkan dengan bentuk air berwarna biru, digambar dengan bentuk yang sama sehingga terlihat banyak. Keringat lebih banyak dan diperbesar dari desain awal. Pose karakter yang lelah membuat ekspresi semakin terlihat kelalahan dan kepanasan. Efek garis zigzag yang berkesinambungan pada matahari menunjukkan sinar yang begitu menyengat, tatapan matahari juga seakan rasa panas dan gerah berasal dari matahari.

VISUALISASI PENERAPAN DESAIN



Tampilan pilihan stiker LINE Store



Penerapan stiker Tung pada tab Obrolan di LINE

Stiker dapat diunduh melalui LINE STORE dengan tautan <http://line.me/S/sticker/1422841>. Stiker dijual dengan harga 50 koin. Jumlah 50 koin pada LINE setara dengan harga Rp. 12.000. Dengan memilih tombol

unduh pada tampilan LINE store, setelah stiker selesai di unduh kemudian dapat di gunakan langsung di *tab* obrolan atau *timeline*. Selain itu stiker dapat di hadiahkan kepada pengguna LINE lain dengan memilih tombol hadiahkan, kemudian pilih teman yang ingin diberi hadiah stiker.

PENUTUP

Simpulan

Konsep desain stiker pada aplikasi LINE mengambil tema musim di Indonesia. Kegiatan yang diambil merupakan hasil dari data angket yang telah disebarakan kepada masyarakat secara online. Karakter yang dipakai adalah karakter manusia yang digabung dengan karakter hewan. Hewan yang diambil sebagai karakter adalah katak dan jangkrik. Karakter akan musim hujan bernama Tung yang diambil dari suara katak dan karakter kemarau bernama Kriko yang diambil dari suara jangkrik. Desain karakter digambarkan imut dan lucu dengan kelakuan yang *alay* (memiliki kelakuan aneh). Gaya penggambaran yang digunakan dalam tampilan karakter adalah gaya penggambaran karakter *manga chibi* Jepang.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam merancang 8 stiker adalah sebagai berikut 1) Penyebaran angket untuk mencari fakta yang ada di masyarakat tentang kegiatan yang dilakukan selama musim hujan dan kemarau. 2) Data angket dipilah dan dibatasi dalam hal usia dan tempat tinggal serta perancang membatasi 50 orang yang memenuhi persyaratan sebagai responden. 3) Merancang konsep yang nantinya akan diwujudkan menjadi stiker statis di LINE yang berjumlah 8. *Software* yang digunakan adalah Paint Tool Sai sebagai *software* untuk proses *line art* dan pewarnaan, sedangkan untuk proses *cropping* untuk mengubah ukuran stiker agar sesuai dengan syarat yang ditentukan oleh LINE dan koreksi warna perancang menggunakan Adobe Photoshop, kemudian mengunggah hasil rancangan ke LINE STORE dan menunggu peninjauan oleh pihak LINE.

Hasil desain final berbentuk stiker yang secara digital dijual di LINE Store pada aplikasi LINE. Stiker berjumlah 8 buah dengan rincian 4 stiker untuk musim hujan dan 4 stiker untuk musim kemarau. Ditambah 2 tampilan gambar untuk *tab* dan pilihan stiker yang diambil dari salah satu desain stiker ekspresi. Stiker dapat dilihat dan di unduh di LINE STORE dengan judul "Tung dan Kriko" Musim di Indonesia atau pada tautan <http://line.me/S/sticker/1422841> dan dapat digunakan untuk percakapan di tab obrolan pada aplikasi LINE.

Saran

1) Saran untuk mahasiswa

Untuk membuat topik skripsi khususnya perancangan desain sebaiknya melihat kebermanfaatan dari topik yang dipilih terlebih dahulu. Tidak harus mencari topik yang berat diluar jangkauan peneliti atau perancang. Beberapa masalah yang ada di sekeliling juga dapat dijadikan topik atau tema pembuatan judul skripsi. Penelitian skripsi, dalam hal ini khususnya perancangan, perlu jadi perlu diperhatikan hasil keluarannya, disarankan untuk mengambil topik yang nantinya dapat dilanjutkan oleh perancang kedepannya di dunia nyata, sehingga hasil dari perancangan dapat bermanfaat untuk kehidupan selanjutnya bagi perancang maupun orang lain yang menikmatinya.

2) Saran untuk desainer

Stiker *messenger* merupakan salah satu bidang yang sangat menjanjikan untuk menambah pendapatan. Selain itu stiker juga dapat digunakan sebagai media promosi. Untuk membuat stiker banyak diunduh oleh pengguna LINE saran perancang agar banyak membagikan link atau alamat stiker di beberapa media sosial agar banyak dikenal, serta membuat sebuah komik di LINE WEBTOON yang merupakan salah satu aplikasi komik di bawah LINE. Ekspresi yang di buat selain menarik secara visual, ekspresi karakter harus sering digunakan dalam percakapan, sehingga akan diunduh karena pengguna tertarik dan merasa stikernya banyak digunakan dalam percakapan mereka.

3) Saran untuk lembaga

Sebagai bagian dari hasil karya ilmiah hendaknya lembaga menjadikan karya ilmiah tersebut sebagai koleksi yang bisa dipakai dan dijangkau oleh mahasiswa sebagai bahan referensi. perancangan lebih ditingkatkan. Dengan demikian akan membantu mahasiswa dalam hal meneliti dan merancang karya yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Penelitian dan pengembangan, Badan Meterologi dan Geofisika.

Tjasyono HK, Bayong dan Sri Woro B. Harijono. 2012. *Meteorologi Indonesia II : Awan dan Hujan*. Jakarta : Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika.

---, 2016. Sticker (Internet). (online), ([https://en.wikipedia.org/wiki/Sticker_\(Internet\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Sticker_(Internet))). , diakses 1 Januari 2017).

---, 2017. LINE. (online), (www.at.line.me/id/), diakses 1 Januari 2017).

DAFTAR PUSTAKA

Anggaraini S, Lia dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nusa Cendekia.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Cetakan ketiga. Jakarta : Balai Pustaka.

Prawirowardoyo, Susilo. 1996. *Meteorologi*. Bandung : Penerbit ITB.

Robert, Steve. 2007. *Character Animation : 2D Skills for Better 3D*. USA : Focal Press..

Sucahyono S, Dedi dan Kukuh Ribudianto. 2013. *Cuaca dan Iklim Ekstrem di Indonesia*. Jakarta : Pusat