

## **BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN**

### **III.1. Khalayak Sasaran**

Khalayak sasaran merupakan pembagian kelompok untuk menyesuaikan terhadap pesan yang ingin ditunjukkan, sesuai dengan keinginan, kebutuhan serta karakteristik konsumen (Mursid, 2013, h.33). Untuk menentukan khalayak sasaran, maka dibutuhkan pembagian kelompok yang meliputi, khalayak sasaran primer serta sekunder. khalayak sasaran mengenai perancangan media informasi kasidah Arrafiki adalah sebagai berikut:

#### **1. Khalayak sasaran primer**

Target sasaran primer merupakan sasaran utama dalam menyampaikan informasi mengenai media pembelajaran kasidah kepada santri.

##### **A. Demografis**

- Usia : 5-11 tahun, kategori usia anak-anak. (DEPKES RI, 2009).  
Pada kategori usia ini, merupakan santri generasi baru yang ingin belajar kasidah Hadrah. Diharapkan pada usia tersebut mampu menjadi generasi penerus yang akan menggantikan generasi sebelumnya, sehingga dibutuhkan daya tarik untuk mau belajar kasidah Hadrah serta bergabung ke kasidah Arrafiki.
- Status : Pelajar.  
Pelajar umumnya merupakan usia yang aktif terhadap hal baru serta memiliki rasa penasarannya yang tinggi untuk satu hal yang masih belum pasti.
- Status Ekonomi : Menengah  
Pemilihan khalayak menengah, dikarenakan usia tersebut merupakan usia yang aktif untuk mencari tahu terhadap informasi baru, sehingga dalam perancangan ini diharapkan mampu memberikan suatu informasi dan pembelajaran kepada target khalayak.

- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

## **B. Geografis**

Secara geografi target khalayak yang menjadi sasaran adalah anak-anak 5-11 tahun, sebagai generasi penerus untuk mempertahankan kesenian kasidah Hadrah. Di seluruh Indonesia khususnya di komplek Melong, kota Cimahi. Hal tersebut dilakukan agar para santri atau generasi penerus dapat mempelajari konsep kasidah Hadrah yang nantinya akan dilombakan antar pesantren, serta diharapkan mampu mengembangkan potensi kreatifitas dalam kesenian kasidah pada masa anak-anak.

## **C. Psikografis**

Jika ditinjau dari letak geografi serta demografi pada usia anak yaitu 5-11 tahun yang berlokasi di komplek Melong Selatan, telah berkembang dalam penguasaan teknologi komunikasi. Maka secara psikografi umumnya usia anak-anak merupakan karakteristik yang mencakup kepribadian dalam menentukan sikap serta perilaku seseorang. Masa anak-anak merupakan masa saat dimana individu mencari hal baru serta memiliki rasa penasaran dalam satu hal tertentu. (Mursid, 2013, h.37).

## ***D. Consumer Insight***

Consumer insight merupakan pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam terhadap konsumen berdasarkan ketertarikan serta sikap khalayak sasaran (Jusuf, 2010, h.2). Berdasarkan demografis diatas perancangan multimedia interaktif ini mengacu pada usia 5-11 tahun (anak-anak), yang pada masa usia tersebut merupakan masa disaat individu menginginkan hal baru serta memiliki rasa penasaran terhadap satu hal tertentu. Berdasarkan pada wawancara yang telah dilakukan pada usia tersebut anggota grup kasidah Arrafiki mengaku tidak mendapatkan bimbingan secara penuh dari pelatih sehingga membuat kurangnya informasi tambahan mengenai konsep kasidah Arrafiki.

### ***E. Consumer Journey***

*Consumer journey* merupakan perilaku konsumen untuk menghadapi produk atau pelayanan yang telah diberikan serta memiliki tujuan untuk mendalami pengetahuan mengenai kebiasaan dari calon konsumen (Riyanto, 2015). Diperlukan *Consumer Journey* untuk mengetahui aktivitas khalayak sehingga mampu menentukan media yang sesuai dengan khalayak.

Pada umumnya target khalayak yang ditujukan kepada anak-anak atau santri kasidah, yang dimana masa tersebut merupakan masa peralihan serta penasaran akan satu hal yang baru. Berikut detail dari kegiatan sehari-hari dari target khalayak.

Tabel III.1 *Consumer Journey*  
Sumber: Pribadi (2019)

Waktu	Kegiatan	Tempat	<i>Point of Contact</i>
04.00	Bangun tidur	Kamar Pondok	Kasur, jam dinding, Lemari, pakaian gantung.
04.00- 06.30	- Shalat subuh berjemaah. - membaca Al-quran	Lt 2. Tempat shalat	Jam dinding, peralatan shalat, Al-quran. Meja, sofa
06.30-07.00	Mandi	Kamar mandi	Peralatan mandi
07.00-08.00	Istirahat, bermain media sosial,	Kamar	Kasur, jam dinding, Lemari, pakaian gantung.
08.00-09.30	Jadwal menghafal Al-quran	Lt 1. Tempat belajar	Jam dinding, peralatan shalat, Al-quran. Kalender, agenda, Poster
09.30-11.30	Istirahat, bermain media sosial,	Kamar	Kasur, jam dinding, Lemari, pakaian gantung.
11.30-13.00	Sholat dzuhur	Lt 2. Tempat	Jam dinding, peralatan

	berjemaah	shalat	shalat, Al-quran. Meja, sofa
13.00-14.00	Kajian Kitab	Lt 1. Tembat belajar	Peralatan sholat, jam dinidng, mimbar, alat mengaji, Kalender, agenda, Poster
14.00-15.00	Latihan Kasidah	Lt 1. Tembat belajar	Peralatan alat kasidah, buku shalawat, papan tulis
15.00-16.00	Shalat Ashar	Lt 2. Tempat shalat	Jam dinding, peralatan shalat, Al-quran. Meja, sofa
16.00-17.00	Istirahat, bermain	di sekitar pondok	Warung, spanduk, poster, stiker warung
17.00	Mandi	Kamar mandi	Peralatan mandi
17.30	Makan sore	Meja makan	Peralatan makan, meja makan, kursi
17.30- 18.30	Persiapan shalat maghrib, dilanjutkan shalat maghrib	Lt 2 tempat shalat	Jam dinding, peralatan shalat, Al-quran. Meja, sofa
18.30-selesai	Mentoring kasidah	Lt 1. Tembat belajar	Peralatan sholat, jam dinidng, mimbar, alat mengaji, Kalender, agenda, Poster
21.00-22.00	Jadwal menghafal Al-quran	Lt 1. Tembat belajar	Peralatan sholat, jam dinidng, mimbar, alat mengaji, Kalender, agenda, Poster

Berdasarkan pengamatan pada table diatas, khalayak sasaran memiliki jadwal latihan kasidah 1 kali, serta waktu istirahat sebanyak 3 kali yaitu pagi hari, menjelang dzuhur serta sore hari yang biasa digunakan untuk latihan kasidah secara otodidak. Pada jam istirahat kebiasaan dari santri tak luput dari bermain media sosial. Media yang dijumpai oleh khalayak meliputi, media sosial, jam dinding, kalender, spanduk serta stiker,

## 2. Khalayak sasaran Sekunder

Target sasaran sekunder merupakan target sasaran tambahan setelah khalayak sasaran primer yang ditunjukkan untuk masyarakat secara luas, khususnya bagi orang tua yang ingin mengarahkan anaknya untuk mempelajari kesenian kasidah sehingga mampu meningkatkan kreatifitas diusia muda.

### **III.2 Strategi Perancangan**

Ditinjau dari permasalahan yang terjadi ialah kurangnya bimbingan serta pembelajaran mengenai konsep kasidah dari pelatih ataupun dari generasi sebelumnya, membuat anggota grup kasidah Arrafiki merasa kesulitan sehingga dikhawatirkan berdampak pada kualitas serta prestasi dari kasidah ini. Adapun strategi dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

- Menjelaskan tentang konsep kasidah Hadrah, sehingga dengan adanya media pembelajaran ini mampu untuk digunakan dalam jangka waktu yang panjang untuk terus dikembangkan.
- Menjelaskan mengenai musik kasidah Hadrah dari nada dasar, marburu serta kasar.
- Memberikan informasi lirik dari kasidah Hadrah.
- Menjelaskan bagaimana teknik memainkan alat musik agar santri lebih mengetahui bagaimana cara menentukan alat yang baik, dan melakukan teknik dengan benar.

Berdasarkan perancangan informasi yang ingin disampaikan diharapkan mampu untuk menambah informasi kepada anggota grup kasidah serta menjadi alat bantu pelatih dalam memberikan pembelajaran kepada santri mengenai konsep dari kasidah, lirik hingga alat musik kasidah. Perancangan ini memiliki target sasaran. Maka dari itu perlunya untuk menyesuaikan dengan target supaya informasi dan pembelajaran yang diberikan bisa diterima dengan baik. Serta menjadi solusi untuk anggota kasidah dan pelatih dalam mengembangkan kesenian kasidah.

### **III.2.1. Tujuan Komunikasi**

Tujuan yang disampaikan dalam pembuatan informasi ini adalah sebagai berikut:

- Khalayak sasaran menjadi lebih paham dan mudah mengerti mengenai konsep kasidah Hadrah
- Khalayak sasaran diberikan informasi mengenai musik kasidah Hadrah, sehingga memberikan inspirasi untuk terus mengembangkan grup kasidah.
- Khalayak sasaran diharapkan terhibur dikarenakan media pembelajaran interaktif disajikan dalam bentuk ilustrasi, audio serta video animasi, sehingga informasi yang diberikan mudah untuk diterima.

### **III.2.2. Pendekatan Komunikasi**

Pendekatan komunikasi yang dilakukan harus sesuai dengan target yang disampaikan secara verbal dan visual. Diharapkan dapat membuat khalayak sasaran tertarik dalam mempelajari serta melihat informasi atau pembelajaran pada media. Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam perancangan ini sebagai berikut :

#### **a. Pendekatan Komunikasi Secara Verbal**

Pendekatan verbal ini tentunya ditunjukkan agar santri merasa sesuai dengan bahasa keseharian, dalam arti santri-santri bisa memiliki suatu kedekatan yang diberikan oleh media melalui pendekatan bahasa. Dikarenakan khalayak tidak hanya ditujukan untuk santri di daerah Melong, kota Cimahi melainkan masyarakat Indonesia pada umumnya, maka dari itu bahasa yang digunakan

merupakan bahasa Indonesia. Apabila dilihat dari demografis diatas, khalayak sasaran berada pada kategori anak-anak dengan status pelajar penggunaan bahasa menggunakan bahasa yang tidak formal dan santai. Hal ini bertujuan agar informasi serta pembelajaran mampu tersampaikan dan dimengerti oleh khalayak sasaran.

b. Pendekatan Komunikasi Secara Visual

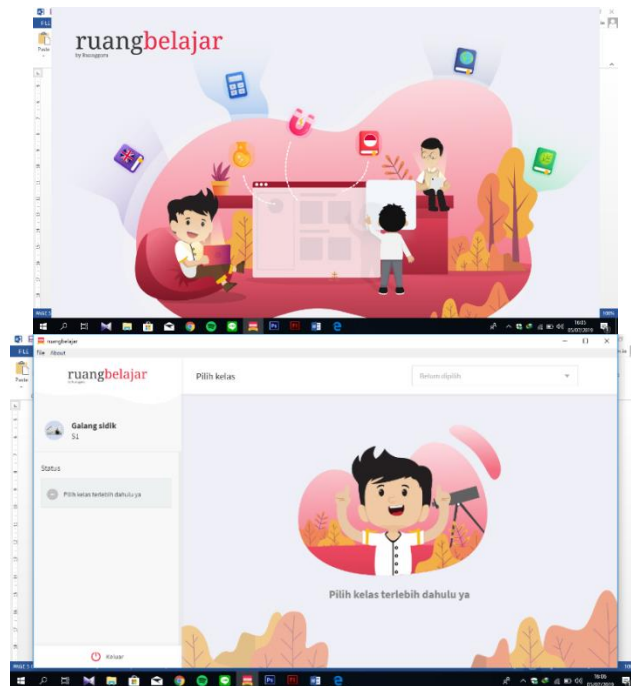
Penyampaian pesan dilakukan melalui gaya desain seperti media pembelajaran Ruangguru, terdapat ilustrasi dua dimensi. Pendekatan visual dalam perancangan ini menggunakan ilustrasi kartun yang disesuaikan dengan remaja awal. Visual yang dibuat memberikan kesan yang *colorful*, dengan konten yang tradisional yang digabungkan kedalam visual yang modern, sehingga konten dari pembelajaran dapat digemari serta mampu menyampaikan informasi menjadi lebih efektif dan menarik.



Gambar III.1. Pendekatan Komunikasi Secara Visual  
Sumber: <https://www.pinterest.fr/pin/372602569154363285/> (8 Mei 2019)

Referensi dalam perancangan ini mengambil gaya dari ilustrasi *author* Elena.soloveika yang terdapat dari <https://yadi.sk>. Elena Soloveika merupakan *author* yang berasal dari Inggris yang dalam karyanya selalu bertemakan muslim

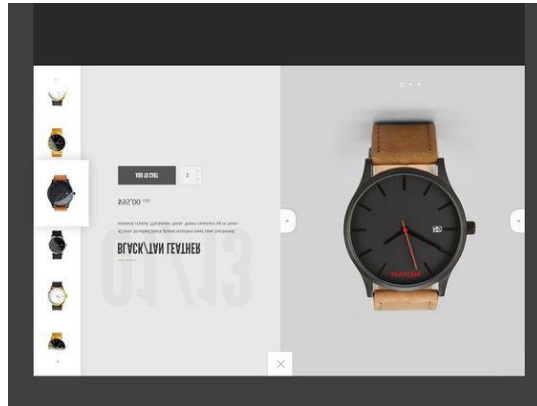
dari mulai anak-anak hingga dewasa yang nantinya menggabungkan *style* dari kartun tersebut sehingga menjadi karakter yang original.



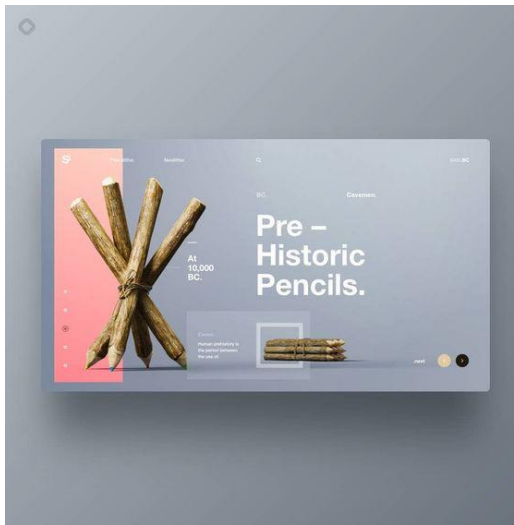
Gambar III.2. Pendekatan Komunikasi Secara Visual  
Sumber: dokumentasi pribadi (8 Mei 2019)

Referensi visual *layout* dalam perancangan ini mengambil dari Ruangguru. Ruangguru merupakan aplikasi interaktif yang berisi berbagai macam latihan soal dari SD hingga SMA. Pendekatan pada visual ini *simple* serta memudahkan target khalayak mengerti terhadap pesan serta kesan yang disampaikan pada perancangan ini.





Gambar III.3. Pendekatan Komunikasi Secara Visual  
Sumber: <https://www.pinterest.fr/pin/476889048042677300/> (8 Mei 2019)



Gambar III.4. Pendekatan Komunikasi Secara Visual  
Sumber: <https://www.pinterest.fr/pin/476889048042677293/> (8 Mei 2019)

Referensi visual *layout* dalam perancangan ini juga mengambil referensi dari *dribbble.com*. pada visual tersebut terdapat tata letak, *font* serta *button* yang menarik untuk dijadikan sebagai referensi. Sehingga diharapkan target khalayak tidak merasa bosan ketika melihat dari *layout* yang berbeda-beda pada setiap halamannya.

Desain warna yang digunakan adalah warna khas dari Arrafiki yaitu perpaduan warna hijau dan putih yang bernuansa modern untuk menyesuaikan dengan kondisi zaman sekarang, sehingga mampu menyampaikan pesan dengan baik.

Warna hijau serta putih ditunjukkan agar santri Arrafiki familiar dengan visual yang disampaikan, serta memperkenalkan warna khas dari kasidah Arrafiki kepada masyarakat luas.

c. Pendekatan Komunikasi melalui Audio

Pendekatan Audio dalam media ini tentu mempengaruhi pesan dan kesan yang ditampilkan, musik kasidah Arrafiki digunakan sebagai musik latarnya, serta menggunakan audio efek dari alat musik kasidah yang ada di Arrafiki seperti Hadrah, kicirk atau bass. Sehingga mampu memberikan kesan serta suasana yang sesuai dari media pembelajaran multimedia interaktif kasidah Arrafiki.

### III.2.3. *Mandatory*

*Mandatory* umumnya digunakan sebagai lembaga yang menerbitkan dalam pembuatan berbagai macam produk. Sehingga dengan adanya *mandatory* diharapkan mampu menjalin kerjasama antara kedua pihak yang saling menguntungkan. Dalam perancangan ini *mandatory* untuk media pembelajaran interaktif kasidah Arrafiki yaitu Pesantren Pendidikan Ilmu Quran (YPIQ) yang merupakan bagian dari kasidah Arrafiki dikarenakan tujuan utama media ini dibuat yaitu untuk santri dari YPIQ yang teramsuk kedalam anggota grup kasidah Arrafiki.



Gambar III.5. *Mandatory*

Sumber :

<https://www.facebook.com/595712654116095/photos/a.595712690782758/59571288744>

9405/?type=1&theater

(8 Mei 2019)

### **III.2.4 Materi Pesan**

Materi pesan yang disampaikan dengan mengacu pada tujuan dari perancangan, yaitu perancangan informasi mengenai kasidah Arrafiki, yaitu sebagai berikut:

- Informasi mengenai kasidah Hadrah
- Informasi seputar teknik memainkan alat musik kasidah.
- Informasi seputar lirik kasidah Hadrah

### **III.2.5 Gaya Bahasa**

Penggunaan gaya bahasa mampu mempengaruhi khalayak sasaran, sehingga dengan menggunakan gaya bahasa yang sesuai serta mampu membuat pengguna merasa terikat antara media dan juga pengguna. Untuk itu dalam perancangan gaya bahasa yang digunakan adalah personifikasi. Personifikasi merupakan suatu penggunaan gaya bahasa yang membandingkan dua hal atau benda seolah-olah hidup untuk berinteraksi serta dilengkapi dengan menggunakan kata penghubung (Taat, 2015, h.4). Dalam hal ini perancangan ini yang ditunjukkan kepada khalayak sasaran yaitu anak-anak yang memiliki daya imajinasi tinggi serta mempunyai rasa ingin tahu. Maka dari itu dengan penggunaan gaya bahasa personifikasi diharapkan mampu membuat pengguna merasa nyaman dan senang dalam bermain sambil belajar.

### **III.2.6 Strategi Kreatif**

Strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan ini yaitu multimedia interaktif. Terdapat media pembelajaran kasidah Hadrah yang dikemas dalam bentuk video animasi serta dengan tampilan modern sehingga informasi yang disampaikan sesuai dengan khalayak sasaran. Dalam konten terdapat berbagai cara memainkan alat musik dasar dari kasidah Hadrah yang bisa dipelajari.

Berikut adalah tahapan strategi yang digunakan:

#### *a. Interface*

*Interface* pada perancangan ini menggunakan 2D dengan konsep minimalis untuk memberikan kesan modern terhadap media pembelajaran ini serta khalayak sasaran tertuju langsung pada pesan yang disampaikan. Dalam *interface* terdapat berbagai

macam bagian-bagian yang bisa diklik guna memberikan pengalaman yang menarik kepada user.

b. *Button Animasi*

*Button* yang digunakan merupakan *button* animasi untuk memberikan pengalaman yang berbeda ketika *user* melihat serta menekan *button* animasi, sehingga *user* menikmati media pembelajaran ini.

c. *Animasi Text*

Animasi *text* dibuat variasi animasi, diharapkan *user* tidak mudah bosan ketika pertama kali melihat *slide* dari multimedia interaktif ini.

d. *Audio*

Aduio yang digunakan merupakan audio lagu shalawat kasidah sebagai instrument dari media pembelajaran ini, serta menambahkan suara efek pada bagian-bagian tertentu untuk memperkuat kesan serta pesan yang disampaikan dalam media pembelajaran ini.

### **III.2.7 Strategi Media**

Strategi media dalam perancangan ini bertujuan untuk menarik perhatian serta mempengaruhi khalayak sasaran. Maka dari itu dibutuhkan strategi dalam pemilihan media. Dalam perancangan strategi media, dibagi menjadi dua yaitu media utama berbentuk multimedia interaktif interaktif dan media pendukung yang membantu media utama dalam menyampaikan informasi. Media yang digunakan harus efektif dan efisien, berikut media yang digunakan:

1. *Media Utama*

Media Utama dari perancangan ini yaitu Multimedia Interaktif. Media pembelajaran dibuat dalam bentuk CD yang dapat di proses melalui laptop atau komputer sehingga mampu untuk memudahkan proses pembelajaran dengan tampilan layar yang mendukung seperti layar komputer, ataupun proyektor. Materi pemebelajaran berisi mengenai tutorial serta pengetahuan mengenai kasidah Hadrah yang dikemas dalam bentuk media visual yang menarik dalam CD Interaktif.

## 2. Media Pendukung

Media pendukung umumnya merupakan pelengkap dari media utama yang bertujuan memberikan informasi mengenai media utama kepada khlayak sasaran. Perancangan ini merujuk pada psikografi dan demografi untuk bisa menyesuaikan terhadap minat yang sesuai dengan target sasaran. Berikut adalah beberapa media pendukung pada perancangan ini:

### a. Media Sosial

Memfaatkan media sosial yang sedang berkembang di zaman sekarang seperti Instagram, Facebook untuk meningkatkan daya Tarik serta promosi untuk orang yang ingin mempelajari mengenai konsep dari kasidah.

### b. Poster

Pada umumnya media poster digunakan untuk menyampaikan informasi secara lebih luas lagi, baik *online* maupun *offline*. Poster yang digunakan pada perancangan ini yaitu poster komersial yang akan ditampilkan secara *online* maupun *offline*. Poster yang disebarakan secara *offline* berukuran 21 x 29 cm serta poster *online* berukuran 15 x 15 cm untuk diletakan di media sosial.

### c. X-banner

*X-banner* digunakan sebagai media promosi yang ditempakan di posisi yang strategis. Dengan dilengkapi penyangga yang berbentuk “X” sehingga membuat banner bisa berdiri sendiri. *X-banner* yang dibuat dengan ukuran 60x160 cm dibuat dengan menarik untuk memberikan perhatian kepada target khalayak.

### d. Kalender

Kalender merupakan media yang berisi penanggalan seperti daftar hari, bulan serta tahun (Kamus Bahasa Indonesia, 2008, h.664). Jenis kalender yang akan digunakan merupakan kalender duduk *landscape* berukuran 21 cm x15 cm

dengan bahan dudukan duplex 210 gr serta lembaran kalender berjumlah 13 halaman menggunakan art paper 120 gr.

e. Video Animasi

Video animasi digunakan untuk menarik perhatian target khalayak yang nantinya dipublish di media sosial, seperti Youtube, Faebook sera Instagram. Pada video tersebut menggunakan resolusi 1080p untuk tampilan lebih maksimal. Diharapkan target khalayak merasa tertarik terhadap visual yang ditampilkan.

f. Gimik

Gimik digunakan sebagai bonus atas pembelian dari media utama, untuk menarik perhatian audiens yang dituju. Adapun bonus yang didapat berupa:

1. Stiker kasidah Arrafiki,
2. Flyer
3. T-shirt

### III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Dalam perancangan ini agar informasi mengenai kasidah Arrafiki ini sampai kepada khalayak sasaran, maka dari itu perlunya strategi untuk mendistribusikan media pembelajaran secara bertahap ini kepada khalayak. Adapun strategi distribusi yang dilakukan berdasarkan lokasi serta waktu dalam penyebarannya. Hal ini bertujuan untuk menyebarkan informasi secara lebih efektif dan efisien dalam penempatan informasi diberbagai media. Berikut waktu serta lokasi dalam penyebaran distribusi media.

Tabel III.2 Strategi Distribusi  
Sumber: Pribadi (2019)

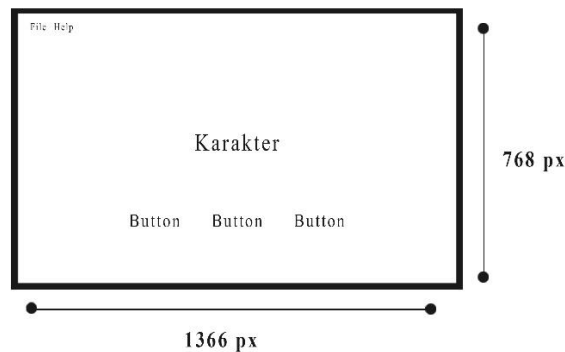
Media	Lokasi penyebaran	Waktu Penyebaran			
		6	7	8	9
Cd Interaktif + gimmick	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesantren Pendidikan Ilmu Quran</li> <li>• Pesantren Cimahi Selatan (Pesantren Al Mas'udiyah, Pesantren Persatuan Islam)</li> </ul>				

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sekolah (SMP N 9 Cimahi, MTs Assu'ada)</li> <li>• web blog</li> </ul>				
poster digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media social, (ig, facebook)</li> </ul>				
Kalender	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesantren Pendidikan Ilmu Quran</li> </ul>				
Poster	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesantren Pendidikan Ilmu Quran</li> <li>• Sekolah</li> <li>• Warung</li> <li>•</li> </ul>				
<i>x-banner</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesantren Pendidikan Ilmu Quran</li> </ul>				

### III.3 Konsep Visual

#### III.3.1 Format Desain

Dalam perancangan multimedia interaktif kasidah Arrafiki ini resolusi layar yang digunakan yaitu 1366 x 768. Pemilihan format tersebut bertujuan untuk menambahkan kesan leluasa yang menyesuaikan dengan khalayak sasaran yaitu pesan yang jelas, tulisan yang singkat serta lebih memperbanyak animasi yang membuat khalayak tidak mudah bosan. Dalam pemilihan format tersebut dipilih dikarenakan telah banyaknya pembuat multimedia interaktif yang menggunakan format tersebut, dalam hal ini seperti Ruangguru yang menjadi referensi dari pembuatan perancangan ini.



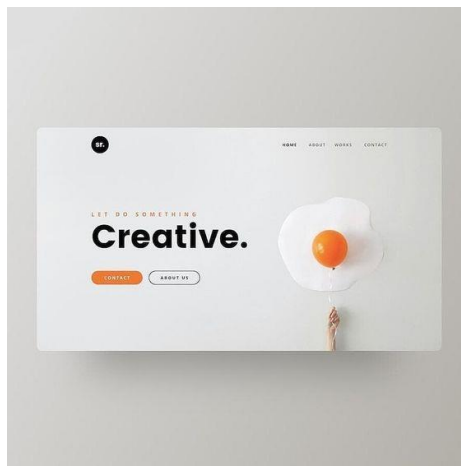
Gambar III.6 Format Desain  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Juni 2019)



Gambar III.7 Format Desain 2  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Juni 2019)

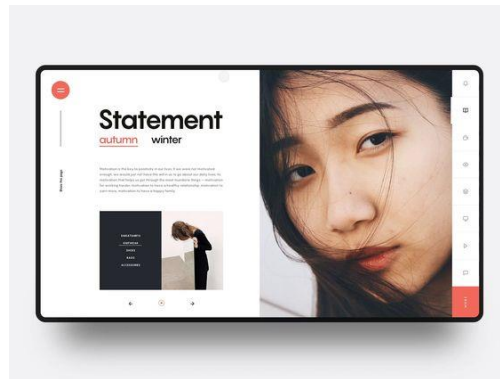
### III.3.2 Tata Letak

Tata letak umumnya merupakan area yang dirancang untuk membuat suatu proyek dengan menyusun dan memetakan bagian-bagian yang akan dirancang menggunakan elemen desain yang meliputi teks, gambar, ilustrasi sehingga menghasilkan visual yang baik dan menarik. Tata letak pada perancangan ini menampilkan ilustrasi 2D serta judul teks untuk memberikan kesan pembuka kepada pengguna yang menarik serta tepat. Terdapat warna *background* berwarna putih dengan dipadukan warna hijau sebagai warna dasar dari kasidah Arrafiki. Tata letak yang digunakan pada perancangan ini terdiri dari *button*, *background* serta *text* yang dipadukan dengan objek animasi didalamnya.



Gambar III.8 Tata Letak  
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/476889048042701886/> (6 Juni 2019)

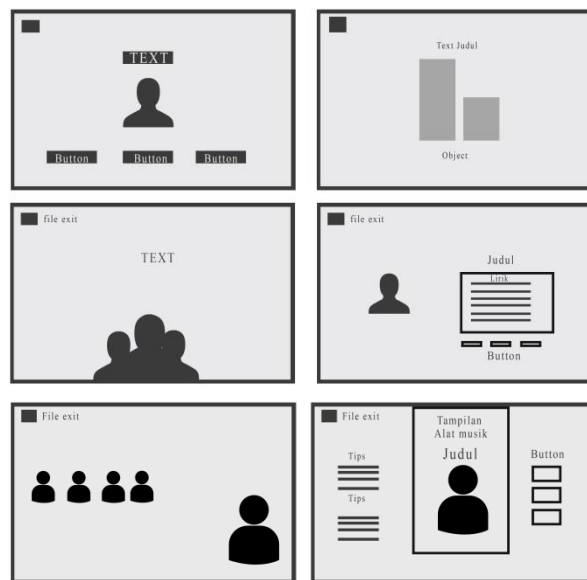




Gambar III.9 Tata Letak

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/476889048042692675/> (6 Juni 2019)

Dalam perancangan ini tata letak yang dibuat merupakan tata letak yang sederhana tidak menghabiskan banyak ruang sehingga memudahkan khalayak sasaran dalam melihatnya, serta terdapat karakter yang digunakan sebagai sambutan ketika media pembelajaran ini dibuat, posisi yang digunakan berada ditengah sehingga pengguna langsung tertuju pada posisi karakter sebagai objek yang menjadi perhatian ketika pertama kali dilihat.



Gambar III.10 Tata Letak

Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Juni 2019)

Dalam perancangan ini tata letak yang dibuat merupakan tata letak yang sederhana tidak menghabiskan banyak ruang sehingga memudahkan khalayak sasaran

dalam melihatnya, serta terdapat karakter yang digunakan sebagai sambutan ketika media pembelajaran ini dibuat, posisi yang digunakan berada ditengah sehingga pengguna langsung tertuju pada posisi karakter sebagai objek yang menjadi perhatian ketika pertama kali dilihat.

### III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan sarana untuk mengkomunikasikan kata-kata yang tersusun berdasarkan huruf kedalam halaman, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat terbaca (Priscilia, 1991, h. 48). Maka dari itu tipografi yang dipilih pada perancangan ini adalah jenis *font* yang mewakili dari pesan dan kesan yang ingin disampaikan, sehingga pengguna terhubung terhadap perancangan ini serta diharapkan mampu membantu dalam proses belajar dari pengguna. Adapun huruf yang digunakan pada perancangan ini seperti berikut :



Gambar III.11 Tipografi  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Juni 2019)

Pada perancangan ini tipografi yang digunakan yaitu huruf sans serif yaitu Dosis untuk judul serta Century Ghotic untuk *body text* kemudian pada *text harder* menggunakan font Rodja untuk memberikan kesan bahasa arab. Tipografi ini dipilih dikarenakan mampu memberikan kesan *simple*, tidak kaku menyesuaikan dengan khalayak sasaran yaitu anak-anak yang memberikan kesan *simple*, serta modern.

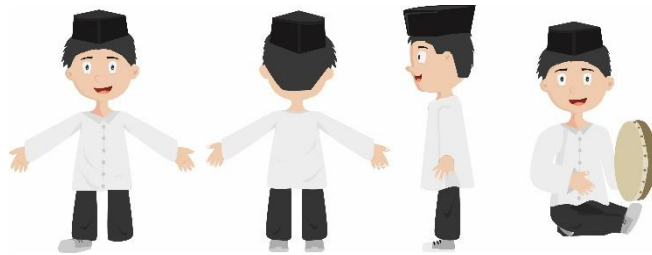
### III.3.4 Karakter

Pada perancangan multimedia interaktif ini ilustrasi yang dipakai menggunakan 2D berbasis vektor. Hal ini dikarenakan agar visual terlihat *simple* serta mudah dimengerti terkait pesan yang ingin disampaikan. Dengan mengacu pada ilustrasi disetiap halaman diharapkan dapat menarik perhatian sehingga membantu proses dalam belajar dari khalayak sasaran. Pemilihan karakter dalam multimedia interaktif ini menggunakan karakter laki-laki yang bernama Rahman seorang anggota grup kasidah Arrafiki dengan pakaian dari grup kasidah Arrafiki yaitu hitam putih beserta peci. Diharapkan dengan kehadiran karakter ini pengguna merasa terhubung sehingga media ini mampu menyampaikan pesan dan kesan yang sesuai kepada khalayak sasaran.



Gambar III.12 Karakter

Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Juni 2019)



Gambar III.13 Karakter

Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Juni 2019)

Karakter yang digunakan pada perancangan ini adalah laki-laki ini dipilih dikarenakan karakter tersebut merupakan anggota dari grup kasidah Arrafiki yang mempunyai sifat ramah, mudah bergaul, rajin sehingga pengguna khususnya anggota dari Arrafiki merasa terhubung terhadap visual yang ditampilkan. Busana yang digunakan berwarna putih, hitam serta menggunakan peci hitam mengambil dari pakaian resmi kasidah Arrafiki, dari busana yang dikenakan diharapkan mampu untuk memperkuat kesan yang ingin disampaikan kepada khalayak sasaran.

### III.3.5 Warna

Warna merupakan sifat cahaya yang dipancarkan melalui indra penglihatan, warna dapat mempengaruhi perasaan kepada yang melihatnya serta mampu memprogram pikiran manusia tanpa sadar (Laura, 2011, h.1085). Maka dari itu dalam pembuatan perancangan ini menggunakan berbagai macam warna yang sesuai untuk target khalayak, toon warna yang digunakan menggunakan referesi yang didapat dari *pinterest.com*. Berikut warna yang dipakai dalam perancangan ini.



Gambar III.14 Warna

Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Juni 2019)

Pada bagian karakter alat musik menggunakan warna hijau, merah muda serta oren untuk memberikan kesan senang, bermain, bersifat dinamis terhadap warna yang ditunjukkan untuk khalayak sasaran anak-anak. Pada perancangan ini pun memakai warna putih serta hijau dipilih berdasarkan warna khas dari pesantren pendidikan ilmu quran sebagai pesantren yang mendirikan kasidah Arrafiki serta warna oren

digunakan untuk memberikan kesan semangat, bahagia serta ramah yang diharapkan pengguna mampu belajar dengan semangat serta menambahkan rasa ingin tahu terhadap proses pembelajaran sehingga mampu untuk terus menikmati media pembelajaran ini.

### **III.3.6 Audio**

Audio merupakan satu hal yang penting yang dapat memberikan kesan tertentu pada sebuah media. Maka dari itu pada perancangan ini menggunakan audio untuk membuat pengguna tidak merasa bosan ketika menggunakannya, dengan adanya audio diharapkan pengguna mampu merasakan sensasi yang berbeda dalam belajar, sehingga pengguna mampu menangkap informasi atau pesan yang ingin disampaikan pada perancangan ini. Adapun audio yang ingin digunakan pada perancangan ini meliputi, audio kasidah rebana yang digunakan sebagai musik latar, efek suara pada *button* serta terdapat audio berupa panduan untuk pengguna.